



Peran Ekonomi Digital Dalam Perekonomian Lokal: Studi Kasus KUB Gula Kelapa Semut Organik Di Banyumas

Winda Fibriani¹, Anjar Umami², Dijan Rahajuni³, Oki Anggraeni⁴

^{1,2,3,4}Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto

Alamat: Jl. Profesor DR. HR Boenyamin No.708, Dukuhbandong, Grendeng, Kec. Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53122

Korespondensi penulis: [windafibri457@gmail.com](mailto:winda fibri457@gmail.com)

Abstract. *Economic growth serves as a fundamental aspect of national development, typically assessed through the increases in Gross Domestic Product (GDP) and Gross Regional Domestic Product (GRDP). While it plays a crucial role in enhancing income and overall welfare, an exclusive emphasis on economic growth without considering social and political equity can lead to significant vulnerabilities. In this context, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are essential, as they provide substantial contributions to job creation and economic resilience, particularly in developing countries like Indonesia. This study explores the impact of e-commerce on the economic growth of MSMEs in Banyumas Regency. Utilizing a descriptive qualitative research methodology, data were collected through interviews and direct observations, supported by secondary literature. The findings indicate that the integration of e-commerce has not significantly influenced the income of MSME owners and farmers, revealing a preference for conventional business models. This situation underscores the need for a comprehensive strategy to effectively leverage digital technology to enhance the competitiveness and income of MSMEs.*

Keywords: *Economic Growth, Digital Economy, E-Commerce, UMKM*

Abstrak. Pertumbuhan ekonomi berfungsi sebagai aspek fundamental dalam pembangunan nasional, yang umumnya dievaluasi melalui peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Meskipun hal ini memainkan peran penting dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan secara keseluruhan, penekanan yang eksklusif pada pertumbuhan ekonomi tanpa mempertimbangkan keadilan sosial dan politik dapat menyebabkan kerentanan yang signifikan. Dalam konteks ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat penting, karena mereka memberikan kontribusi substansial terhadap penciptaan lapangan kerja dan ketahanan ekonomi, terutama di negara-negara berkembang seperti Indonesia. Penelitian ini mengeksplorasi dampak e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM di Kabupaten Banyumas. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi langsung, serta didukung oleh literatur sekunder. Temuan menunjukkan bahwa integrasi e-commerce belum memberikan pengaruh signifikan terhadap pendapatan pemilik UMKM dan petani, yang menunjukkan preferensi terhadap model bisnis konvensional. Situasi ini menekankan perlunya strategi komprehensif untuk secara efektif memanfaatkan teknologi digital guna meningkatkan daya saing dan pendapatan UMKM

Kata kunci: Pertumbuhan Ekonomi, Ekonomi Digital, E-Commerce, UMKM

1. LATAR BELAKANG

Pertumbuhan ekonomi dipandang sebagai salah satu aspek terpenting dalam upaya pembangunan suatu negara. Dalam konteks suatu negara, pembangunan ekonomi menjadi hal yang krusial, terutama untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat (Nasional, 2022). Keberhasilan pembangunan suatu negara atau wilayah sering diukur berdasarkan tingkat pertumbuhannya. Secara umum, pertumbuhan ekonomi dinilai melalui persentase kenaikan Produk Domestik Bruto (PDB) di tingkat nasional, serta Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) pada tingkat provinsi atau kabupaten/kota. PDRB sendiri merupakan akumulasi nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh unit usaha dalam suatu daerah tertentu, mencakup nilai total barang dan jasa akhir yang diproduksi oleh semua unit ekonomi selama periode waktu tertentu (Putri et al.,

2024). Pertumbuhan ekonomi mencerminkan kemampuan aktivitas ekonomi dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dalam jangka waktu tertentu. Dengan demikian, perekonomian dikatakan mengalami pertumbuhan apabila pendapatan riil masyarakat pada tahun berjalan lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya. Dalam perspektif ekonomi makro, pertumbuhan ekonomi diartikan sebagai peningkatan PDB yang menunjukkan kenaikan Pendapatan Nasional (PN).

Di era globalisasi saat ini, pembangunan seringkali lebih menitikberatkan pada sektor ekonomi sebagai tolok ukur utama keberhasilan. Namun, apabila fokus pembangunan hanya pada pertumbuhan ekonomi tanpa memperhatikan aspek lain seperti pemerataan dan keseimbangan dalam bidang sosial, politik, dan ekonomi, maka hasil yang dicapai bisa menjadi kurang berkelanjutan dan rentan. Oleh sebab itu, partisipasi aktif masyarakat sebagai pelaku utama sekaligus penerima manfaat pembangunan sangatlah krusial. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pembangunan nasional serta pertumbuhan ekonomi. Selain berperan dalam penciptaan lapangan kerja, UMKM juga menjadi fondasi penting bagi perekonomian, baik di negara berkembang seperti Indonesia maupun di negara maju. Di Indonesia, UMKM berperan dalam pemulihan ekonomi setelah krisis moneter, menyediakan alternatif sumber pekerjaan, dan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat. Selain itu, UMKM juga berkontribusi signifikan terhadap pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional (Aftitah et al., 2025).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital dengan memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia, mendukung kegiatan ekonomi di tingkat lokal, serta membuka peluang bagi masyarakat untuk hidup secara mandiri. Peran UMKM sangat penting dalam menjaga keberlanjutan aktivitas ekonomi sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM merupakan jenis usaha yang beroperasi secara mandiri dengan modal yang relatif terbatas dan tersebar di berbagai sektor ekonomi. Biasanya, UMKM dikelola oleh individu atau perusahaan kecil yang memiliki tingkat fleksibilitas tinggi, meskipun mereka menghadapi sejumlah kendala, seperti minimnya inovasi dalam sumber daya manusia, rendahnya tingkat pendidikan, serta keterbatasan dalam hal perizinan dan dokumen hukum. Tingginya penyerapan tenaga kerja di sektor UMKM menunjukkan potensi besar untuk menarik lebih banyak pelaku usaha baru (Aftitah et al., 2025).

Kabupaten Banyumas telah menetapkan fokus pada pengembangan UMKM. Hingga saat ini, Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Kabupaten Banyumas melaporkan bahwa jumlah UMKM mencapai 84.350, yang terbagi ke dalam sembilan sektor. (Wiga Maulana Baihaqi et al., 2021). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi signifikan dalam mengatasi permasalahan kemiskinan, khususnya melalui penciptaan kesempatan kerja. Ketangguhan sektor ini terlihat jelas saat krisis ekonomi tahun 1997, di mana UMKM mampu bertahan lebih baik dibanding sektor lainnya (RY, 2017). Di Kabupaten Banyumas, yang merupakan salah satu wilayah dengan cakupan geografis cukup luas, tercatat sebanyak 84.350 unit UMKM pada tahun 2018 berdasarkan data dari Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM. Sementara itu, data dari Badan Pusat Statistik tahun 2019 menunjukkan bahwa UMKM di Banyumas menyumbang sekitar 5,19% dari total UMKM di Provinsi Jawa Tengah. (Azhar & Arofah, 2021)

Adanya pandemi Covid 19 memberikan perubahan yang signifikan bagi UMKM tentang bagaimana cara konsumen berbelanja yang semakin mengandalkan teknologi digital ketika melakukan pembelian produk maupun jasa (Ayem et al., 2024). Hal inilah yang menjadi alasan saat ini banyak UMKM bertransformasi ke platform e-commerce yang merupakan salah satu contoh teknologi digital. Teknologi digital memungkinkan UMKM untuk mengotomatiskan proses manual, mengurangi biaya operasional, dan memperluas jangkauan pasar yang berdampak besar pada produktivitas UMKM. Akuntansi, inventarisasi, dan manajemen sumber daya manusia, misalnya, dapat dilakukan dengan menggunakan sistem pengelolaan sumber daya perusahaan (ERP). Kementerian Koperasi dan UKM menyampaikan bahwa hal ini mengurangi kesalahan manusia dan waktu dan tenaga yang dibutuhkan untuk melakukan tugas administratif pada tahun 2020 (Zikri, 2024). Banyak pelaku UMKM masih mengelola usaha mereka secara individu atau bersama keluarga, tanpa adanya tim khusus yang fokus pada pemasaran. Situasi ini menyulitkan mereka untuk membagi waktu antara produksi dan pemasaran, terutama dalam hal pemanfaatan media sosial, e-commerce, dan strategi pemasaran berbasis data. (Afifah et al., 2024)

Penelitian terdahulu dari (Nabila, Chaidir, & Suprapti, 2022) menyimpulkan bahwa dalam **jangka panjang nilai transaksi e-commerce memiliki pengaruh signifikan dan negatif terhadap pertumbuhan ekonomi** yang artinya ketika nilai transaksi e-commerce mengalami peningkatan maka akan menyebabkan pertumbuhan ekonomi menurun yang dikarenakan maraknya kasus penipuan dan *cyber* yang terjadi di e-commerce. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan pendapat (Wahyuningtyas, Sasana, & Sugiarti, 2019) bahwa **nilai transaksi e-commerce dalam jangka panjang tidak berpengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia** dikarenakan nilai transaksi e-commerce tidak dapat diprediksi untuk menentukan tingkat pertumbuhan ekonomi. Namun dalam penelitian (Lastri & Anis, 2020) menyatakan hasil yang berbeda yaitu bahwa **nilai transaksi e-commerce dalam jangka panjang berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi**. Dalam artikel penelitian ini akan menganalisis seberapa jauh peran adanya ekonomi digital khususnya penerapan e-commerce yang dilakukan UMKM memberikan dampak bagi pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Banyumas.

2. KAJIAN TEORITIS

Perekonomian Lokal

Perubahan globalisasi dan dinamika ekonomi, pertumbuhan ekonomi telah menjadi salah satu fokus utama bagi banyak negara, termasuk Indonesia. Diharapkan bahwa pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dapat memberikan manfaat, salah satunya adalah distribusi pendapatan yang lebih merata di seluruh lapisan masyarakat. Pertumbuhan ekonomi mengindikasikan adanya peningkatan aktivitas ekonomi yang berdampak pada bertambahnya jumlah tenaga kerja dan output produksi di suatu wilayah, serta peningkatan kesejahteraan individu (Kumala, 2021). Pertumbuhan ekonomi memegang peranan krusial dalam perekonomian suatu negara karena menjadi salah satu indikator utama kemajuan atau pencapaian. Sebagai tolok ukur keberhasilan pembangunan, pertumbuhan ekonomi merefleksikan tingkat kesejahteraan dan kemajuan suatu perekonomian yang diukur melalui perubahan output nasional. Analisis perubahan output dalam perekonomian ini termasuk dalam kajian ekonomi jangka pendek. Lebih lanjut, pertumbuhan ekonomi menunjukkan sejauh mana kegiatan ekonomi mampu mendongkrak pendapatan masyarakat dalam periode waktu tertentu. Dengan adanya

pertumbuhan ekonomi, diharapkan terjadi peningkatan pendapatan bagi masyarakat sebagai pemilik faktor produksi Untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi, dibutuhkan kemajuan serta kestabilan di berbagai sektor dan aspek kehidupan (Suhada, D.I., Rahmadani, D., Rambe, M., Fattah, M.A., Hasibuan, P.F., Siagian, S., Wulandari, 2022).

UMKM

Pembangunan ekonomi yang melibatkan partisipasi masyarakat secara luas sebagai pelaku usaha adalah komitmen pemerintah dalam upaya pembangunan ekonomi saat ini. Salah satu cara untuk mengembangkan ekonomi ini dapat diakomodasi dengan kehadiran pelaku usaha yang berukuran mikro, kecil, dan menengah (Desa, 2024). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan krusial dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data dari Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja di berbagai sektor ekonomi (Rahmad Hidayat, 2022). Sebagai sektor yang memiliki fleksibilitas tinggi dalam menyesuaikan diri dengan dinamika pasar dan kebutuhan masyarakat, UMKM berfungsi sebagai motor penggerak utama dalam pembangunan ekonomi di tingkat lokal sekaligus memperkokoh perekonomian nasional. Selain berkontribusi dalam penciptaan lapangan kerja, UMKM juga berperan penting dalam pemerataan ekonomi, khususnya di wilayah yang kurang tersentuh oleh investasi besar. Dengan memberdayakan UMKM, potensi sumber daya lokal dioptimalkan secara lebih efektif, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh (Harahap & Iskandar, 2024).

Ekonomi Digital

Konsep ekonomi digital pertama kali diperkenalkan oleh Don Tapscott dalam bukunya yang berjudul *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. Dalam karya tersebut, Tapscott menjelaskan bahwa ekonomi digital, yang juga dikenal sebagai ekonomi baru, ditandai oleh pemanfaatan informasi digital secara eksklusif. Namun, ekonomi digital tidak hanya terbatas pada aktivitas di pasar online saja. Secara lebih luas, ekonomi digital menggambarkan perilaku manusia dalam memilih cara memenuhi kebutuhan mereka yang beragam hanya dengan menggunakan perangkat digital, seperti jari-jemari pada layar sentuh. Selain itu, ekonomi digital mencakup seluruh kegiatan manusia yang berkaitan dengan produksi, konsumsi, dan distribusi barang maupun jasa melalui teknologi digital. Dengan demikian, manusia kini tidak perlu lagi mendatangi pasar secara fisik, karena dengan bantuan smartphone, berbagai produk dapat langsung diantarkan ke rumah sesuai dengan kebutuhan mereka (Permana & Puspitaningsih, 2021).

Ekonomi digital merupakan bagian dari ekonomi yang berfokus pada pemanfaatan dan pengembangan teknologi informasi serta komunikasi digital. Di kawasan Asia Tenggara, ekonomi digital mengalami pertumbuhan yang pesat berkat potensi pasar yang besar. Ada lima teknologi utama yang memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi digital di kawasan ini, yaitu internet seluler, big data, internet of things (IoT), otomatisasi berbasis pengetahuan, dan teknologi cloud. Ekonomi digital memungkinkan pelaksanaan transaksi bisnis tanpa harus bertatap muka secara langsung, yang menjadi solusi utama selama masa pandemi Covid-19. Justru, pandemi ini mempercepat perkembangan ekonomi digital secara signifikan. Pandemi Covid-19 telah

mengubah pola pikir dan interaksi sosial-ekonomi masyarakat, sehingga aktivitas dilakukan dengan cara baru yang mendukung penerapan protokol kesehatan. Transformasi digital menjadi faktor kunci yang menggantikan kebiasaan lama. Perekonomian global pun telah beradaptasi dengan melakukan digitalisasi secara masif. Berbagai platform digital hadir untuk memudahkan transaksi bisnis, seperti perdagangan melalui e-commerce. Pertumbuhan ekonomi digital juga berperan penting dalam meningkatkan produktivitas tenaga kerja di Indonesia, dengan menghubungkan pekerja dan penyedia layanan secara online yang lebih efisien dibandingkan metode konvensional. Menurut prediksi dari McKinsey, ekonomi digital di Indonesia berpotensi meningkatkan produktivitas hingga US\$ 120 miliar per tahun. Digitalisasi ini meliputi berbagai sektor, antara lain manufaktur dengan kontribusi sebesar US\$ 34 miliar, retail US\$ 24,5 miliar, transportasi US\$ 15,5 miliar, pertambangan US\$ 14,8 miliar, pertanian US\$ 11 miliar, media US\$ 7,9 miliar, kesehatan US\$ 6,6 miliar, sektor publik US\$ 4,8 miliar, dan keuangan sebesar US\$ 1,8 miliar (Prastyaningtyas et al., 2021).

E-Commerce

Perkembangan teknologi informasi saat ini sangat pesat, dan untuk memanfaatkan kemajuan ini dalam meningkatkan keunggulan perusahaan, diperlukan strategi yang bijak, terutama dalam hal pemasaran online, salah satunya melalui e-commerce. E-commerce merupakan perpaduan yang dinamis antara teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan dengan konsumen serta komunitas tertentu. Dalam konteks ini, terjadi pertukaran berbagai jenis barang dalam jumlah besar antara pengecer dan konsumen, disertai dengan transaksi elektronik yang melibatkan pengiriman produk dari pengecer ke konsumen melalui layanan transportasi antar wilayah. Dengan e-commerce, konsumen dapat mengakses sistem untuk mengetahui produk yang tersedia dan melakukan pembelian secara langsung tanpa harus mengantri atau mengunjungi lokasi usaha tersebut (Mulyani, 2021).

Kemajuan e-commerce berjalan seiring dengan perkembangan sektor bisnis secara umum. Platform ini berperan sebagai solusi penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan volume penjualan serta memperkuat daya saing pasar. Manfaat dari penggunaan e-commerce antara lain adalah kemudahan dalam melakukan transaksi, pengurangan biaya, peningkatan kualitas pengiriman, serta minimnya kesalahan yang disebabkan oleh faktor manusia. Semua hal ini berkontribusi pada preferensi konsumen untuk memilih e-commerce sebagai sarana berbelanja (Maria et al., 2024).

3. METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk menggali data dan informasi yang berkaitan dengan peran ekonomi digital yaitu e-commerce untuk meningkatkan daya saing UMKM Gula Kelapa dan apakah memberikan dampak bagi perekonomian di Kabupaten Banyumas. Pengumpulan data akan diambil melalui wawancara dan observasi langsung sebagai data primer, selanjutnya data sekunder berasal dari literatur studi pustaka, jurnal, artikel, buku dan data dinas terkait untuk menunjang serta mendukung data primer dalam menganalisis penelitian. Prosesnya meliputi persiapan (pemilihan subjek, perizinan, pertanyaan wawancara, dan alat yang dibutuhkan saat penelitian), tahap pengumpulan data, analisis data, interpretasi dan kesimpulan, serta pelaporan. Objek yang digunakan dalam penelitian adalah KUB Gula Kelapa Semut Organik di Desa Tapaganda Kecamatan Sumbang Kabupaten Banyumas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Di era Industri 5.0 saat ini, e-commerce telah menjadi salah satu teknologi kunci yang berperan penting dalam meningkatkan pendapatan bisnis. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi fokus utama dalam proses transformasi digital ini, yang mengubah cara mereka menjalankan operasional, berinteraksi dengan pelanggan, serta mengelola usaha secara menyeluruh. Pada bagian ini, akan dibahas secara mendalam mengenai dinamika UMKM yang memanfaatkan platform e-commerce sebagai alat untuk mendorong pertumbuhan sekaligus mempertahankan keberlanjutan ekonomi mereka. Hasil penelitian dan pembahasan dari judul “Peran Ekonomi digital dalam Perekonomian Lokal: Studi Kasus di KUB Gula Kelapa Semut Organik Desa Gandatapa” dapat dirangkum sebagai berikut: Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi ekonomi digital, khususnya e-commerce, belum memberikan pengaruh positif yang berarti terhadap pendapatan para pemilik usaha maupun petani yang terlibat dalam aktivitas bisnis tersebut. Selanjutnya, berikut adalah rangkuman pertanyaan dan jawaban hasil wawancara peneliti dengan para pelaku usaha.

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bolehkah Anda Jelaskan mengenai latar belakang terbentuknya usaha ini?	“Usaha kami dari awal sampai sekarang berbentuk KUB (Kelompok Usaha Bersama) yang berdiri pada bulan agustus 2019 dengan membawa visi misi maju dan sejahtera bersama para petani lokal”
2	Apakah berdirinya usaha ini memberikan dampak bagi perekonomian lokal?	“Sesuai dengan visi misi yang saya bawa, meskipun usaha ini masih tergolong baru pastinya memiliki dampak bagi ekonomi lokal karena mayoritas karyawan yang bekerja disini berasal dari masyarakat sekitar. Kita memberdayakan 200 penderes kelapa yang berasal dari beberapa wilayah. Untuk wilayah desa gandatapa sendiri terdapat 50 penderes dan selebihnya tersebar di wilayah cipari, wanareja, banjar panepen dan kebumen”
3	Inovasi apa yang sudah dilakukan untuk mengembangkan usaha anda? Jika sudah, apakah inovasi tersebut berpengaruh terhadap penjualan usaha?	“Berdirinya KUB ini kami anggap sebagai inovasi industri pengolahan gula kelapa yang sebelumnya penderes hanya membuat gula cetak dengan harga Rp 12.000/Kg dan sekarang berinovasi ke gula kelapa semut dengan harga yang lebih tinggi yaitu Rp 22.500/Kg-nya dari penderes. Kami sendiri menjual hasil gula kelapa semut yang sudah siap kirim dengan harga Rp 28.000/Kg. Tetapi kami belum melakukan inovasi produk, baik varian maupun kemasan, hanya tersedia produk kemasan 10kg tanpa lebel tapi sudah berbarcode wilayah karena fokus kami saat ini sebagai salah satu pemasok gula kelapa semut di CV HBM. Dan untuk dampaknya ya tadi, meningkatkan nilai jual dari nira yang dipanen oleh penderes”
4	Apakah kegiatan usaha anda sudah melakukan tranformasi kedalam ekonomi digital seperti	“Pemasaran kami belum melakukan penawaran produk melalui e-commerce karena masih mengandalkan hasil kerja sama dengan CV

	<p>penerapan <i>e-commerce</i> sebagai platfrom pemasaran produk? Jika belum apakah terdapat keinginan untuk menerapkan platfrom <i>e-commerce</i> sebagai media pemasaran produk anda?</p>	<p>HBM yang kemudian produk akan diekspor ke luar negeri dan keterbatasan waktu yang saya miliki juga menjadi alasan belum memiliki keinginan untuk menerapkan media pemasaran tersebut untuk pengembangan usaha ini”</p>
<p>5</p>	<p>Menurut anda, apakah <i>e-commerce</i> berpengaruh terhadap pendapatan usaha?</p>	<p>“menurut saya <i>e-commerce</i> memberikan resiko yang lumayan besar dan penjualannya juga tidak pasti jadi bagi saya sendiri adanya <i>e-commerce</i> saat ini belum memberikan dampak terhadap pendapatan usaha saya. Oleh karena itu, saya lebih memilih untuk bekerja sama dengan CV yang sudah memberikan pendapatan pasti yaitu penjualan mencapai 32 ton gula kelapa semut dengan harga Rp28.000/Kg-nya. Dan penjualan tersebut setiap bulannya sama karena memakai sistem PO.”</p>

Penelitian yang dilakukan melalui wawancara dengan UMKM Gula Kelapa Semut Organik di Desa Gandatapa didapatkan hasil bahwa denfan adanya ekonomi digital berupa penerapan *e-commerce* saat ini belum efektif berdampak pada pendapatan umkm dikarenakan penjuanalanan yang tidak pasti, berbeda dengan penelitian sebelumnya oleh (Gladys Yuliasianty, Nurhidayah, Nur Yesifa, Santika, & Halimah, 2023) yang berjudul “Pengaruh E-Commerce dalam peningkatan Usaha Mikroo Kecil Menengah (UMKM) di Kota Semarang” menjelaskan bahwa penerapan *e-commerce* memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pendapatan. Hal ini terlibat dari bertambahnya volume produksi dan jumlah pesanan yang diterima, sehingga UMKM mampu meningkatkan daya saing melalui inovasi dan kemudahan dalam melakukan promosi. Namun, Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Sadrakh Zefanya Putra, Shasabila Titanie Harianto, & Yabes Christian Matondang, 2023) berpendapat bahwa memanfaatkan *e-commerce* oleh pelaku UMKM dapat menimbulkan konsekuensi negatif, seperti semakin ketatnya persaingan akibat luasnya jangkauan *e-commerce*. Hasil wawancara ini juga memberikan pemahaman bahwa tidak semua UMKM saat ini dapat menerapkan *e-commerce*.

Secara tidak langsung keputusan UMKM dalam penerapan *e-commerce* sangat mempengaruhi pendapatan ekonomi lokal. Dalam kasus ini pemilik usaha tidak ingin mengambil resiko dari dampak negatif penerapan *e-commerce* karena dapat mempengaruhi penjualan dan pendapatan usaha yang saat ini sudah terbukti meningkatkan pendapatan ekonomi petani lokal. Penelitian (Vera Maria et al., 2024) menunjukkan peningkatan pendapatan pelaku UMKM memungkinkan mereka untuk dapat memenuhi kebutuhan pokoknya dengan lebih baik.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Pertumbuhan ekonomi menjadi faktor penting dalam pembangunan nasional, yang keberhasilannya dapat diukur melalui kenaikan Produk Domestik Bruto (PDB) serta peningkatan pendapatan masyarakat. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital dalam menciptakan lapangan kerja dan mempercepat pertumbuhan

ekonomi, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Meskipun kontribusi UMKM terhadap perekonomian sangat signifikan, mereka juga menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya inovasi dan keterbatasan dalam manajemen. Di Kabupaten Banyumas, UMKM menunjukkan ketahanan yang baik dalam menghadapi krisis, namun pandemi Covid-19 telah mendorong mereka untuk beradaptasi dengan e-commerce. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan e-commerce belum memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pendapatan UMKM, karena para pelaku usaha lebih cenderung mempertahankan model bisnis tradisional yang dianggap lebih aman dan stabil. Temuan ini menyoroti perlunya pendekatan yang lebih komprehensif dalam mengoptimalkan teknologi digital guna meningkatkan daya saing dan pendapatan UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan jurnal ini, termasuk mereka yang memberikan masukan dan kritik yang membangun. Selain itu, penulis juga berterima kasih kepada para narasumber yang telah berpartisipasi dalam wawancara dan memberikan informasi berharga yang memperkaya hasil penelitian ini. Ucapan terima kasih ini merupakan bentuk apresiasi penulis atas segala dukungan yang telah diterima, yang sangat membantu dalam menyelesaikan penelitian jurnal ini.

DAFTAR REFERENSI

- Afifah, H., Sumaya, P. S., Handayani, J., Hasibuan, R. R., Jember, U., Purbalingga, U. P., ... Purbalingga, U. P. (2024). *Peningkatan kemampuan digitalisasi pemasaran pada umkm gula semut kelapa di banyumas untuk meningkatkan daya saing di era digital*. 2(4), 25–33.
- Aftitah, F. N., K, J. L., Hasanah, K., Lailatul, N., Bina, U., & Informatika, S. (2025). *Pengaruh UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Pada Tahun 2023 Pemerintah mendukung UMKM melalui program seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), meskipun penyalurannya tahun 2023 belum memenuhi target. UMKM kini terus*. 3, 32–43.
- Ayem, S., Putri, F. K., Jannah, S. N., Hernindya, N. R., Yasinta, M., & Putri, S. (2024). *Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM: Tinjauan Literature Sistematis*. *LIABILITIES: Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 7(2), 35–43.
- Azhar, A. N., & Arofah, T. (2021). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keberlangsungan Umkm Di Kabupaten Banyumas Pada Masa Pandemi Covid-19*. *SAR (Soedirman Accounting Review): Journal of Accounting and Business*, 6(1), 37. <https://doi.org/10.20884/1.sar.2021.6.1.4063>
- Desa, M. (2024). *Bulletin of Community Engagement*. 4(2).
- Gladys Yuliasianty, D., Nurhidayah, A., Nur Yesifa, A., Santika, L., & Halimah, A. (2023). *Pengaruh E-commerce dalam Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Semarang*. *Jurnal Potensial*, 2(1), 1–9. Retrieved from <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/potensial>
- Harahap, P. N., & Iskandar, T. (2024). *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia Bank Syariah Indonesia Kota Medan*. *Jurnal El Rayyan: Jurnal Perbankan Syariah*, 3(1), 11–25.
- Kumala, S. L. (2021). *Journal of Economics and Regional Science P-Issn : 2776-2939 E-*

- Issn : 2776-3196. *Journal of Economics and Regional Science*, 1(2), 109–117.
- Lastri, W. A., & Anis, A. (2020). Pengaruh E-Commerce, Inflasi dan Nilai Tukar Tukar Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*, 2(2), 25. <https://doi.org/10.24036/jkep.v2i2.12638>
- Maria, V., Nicodemus Gunawan, S., Faradiva, N. I., Agustiani, H., Ramadhan, D. C., Salamah, F., ... Jaya, K. C. (2024). Peran E-Commerce dalam Meningkatkan Akses Pasar bagi Produk UMKM Lokal di Kota Serang Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. *Journal of Management and Social Sciences (JIMAS)*, 3(2), 155–164. Retrieved from <https://doi.org/10.55606/jimas.v3i2.1206>
- Mulyani, Y. S. (2021). E-Commerce Solusi Pemasaran UMKM Dalam Mengembangkan Industri Pariwisata Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus UMKM di Kota Tasikmalaya). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(2), 131–141. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i2.11293>
- Nabila, H. N., Chaidir, T., & Suprpti, I. A. P. (2022). Analisis Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Tahun 2017-2021. *Jurnal Konstanta*, 1(2), 50–63. <https://doi.org/10.29303/konstanta.v1i2.362>
- Nasional, E. (2022). 3) 1,2,3. 3(6), 6707–6714.
- Permana, T., & Puspitaningsih, A. (2021). Studi Ekonomi Digital Di Indonesia. *Jurnal Simki Economic*, 4(2), 161–170. <https://doi.org/10.29407/jse.v4i2.111>
- Prastyaningtyas, E. W., Aprilia, N. D., Waluyo, S. D., Saragih, H. J. R., Pertahanan, E., Pertahanan, F. M., ... Suryaningtyas, C. D. (2021). Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia (the Development of Indonesia ' S Digital Economy). *Jurnal Lentera Bisnis*, 1(2), 245–259. Retrieved from <http://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/8375>
- Putri, A. A., Aryazeta, A. A., Fu'ad, Z., Ismikarimah, Devi, Y., & Kurniati, E. (2024). Neraca TEORI-TEORI PERTUMBUHAN DAN PEMBANGUNAN EKONOMI. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 182–192. Retrieved from <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>
- Sadrakh Zefanya Putra, Shasabila Titanie Harianto, & Yabes Christian Matondang. (2023). Analisis Pengaruh E-Commerce: Studi Literatur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(2), 119–131. <https://doi.org/10.55606/juisik.v3i2.494>
- Suhada, D.I., Rahmadani, D., Rambe, M., Fattah, M.A., Hasibuan, P.F., Siagian, S., Wulandari, S. (2022). EFEKTIVITAS PARA PELAKU EKONOMI DALAM MENUNJANG PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(<https://ejournal.stpmataram.ac.id/JIP/issue/view/41>). Retrieved from <https://ejournal.stpmataram.ac.id/JIP/article/view/1315>
- Vera Maria, Annisa Fitriyani, Fitriyani, Bagus Ridho Hikmawan, Shahnaz Mawaria, Muhamad Ridho Wajdi, & Tabina Nasywa Nur Fatma. (2024). Peranan Umkm Di Kecamatan Cibeber, Kota Cilegon Terhadap Pendapatan Dan Tingkat Kesejahteraan Para Pelaku Umkm. *Student Scientific Creativity Journal*, 2(3), 52–64. <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v2i3.3149>
- Wahyuningtyas, A. D., Sasana, H., & Sugiarti, R. R. (2019). Analysis of the Influence of Digital Economic Development on Economic Growth in Indonesia Year 1996-2019. *Directory Journal of Economic*, 3(1), 269–281.
- Zikri, H. (2024). Transformasi Ekonomi Digital untuk Meningkatkan Produktivitas dan Daya Saing UMKM di Indonesia 1. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 02(01), 16–25. Retrieved from <https://jurnal.stisummulayman.ac.id/gosejes/article/view/206>