

SKRIPSI

**PENGARUH PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP PENDAPATAN PELAKU UMKM PADA KAFE
DI TANJUNG SELOR**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian
Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1 Ekonomi (S.E)**



OLEH :

YUSRAN

NPM : 202142003

**PROGRAM STUDI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KALTARA
TANJUNG SELOR
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Dan Inovasi
Produk Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Pada Kafe
Di Tanjung Selor
Nama Mahasiswa : Yusran
NPM : 202142003
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Pembangunan

Tim Penguji Skripsi:
Pembimbing

Mahmud Al Amrie, S.E. M.Pd
NIDN: 11. 040469.01

Penguji I

Penguji II

Nurus Soimah, S. Pd., M.Ec.Dev
NIDN: 11.150490.01

Suud Ema Fauziah, SE., SH., M.HP., MM
NIDN: 11.100876.01

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Pembangunan

Dewi Qomariah Imelda, S.E., M.M.
NIDN: 11.050573.02

Nurus Soimah, S. Pd., M.Ec.Dev
NIDN: 11.150490.01

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul:

**PENGARUH PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP PENDAPATAN PELAKU UMKM PADA KAFE
DI TANJUNG SELOR**

Disusun oleh Yusran. NPM: 202142003

Telah disetujui dan dipertahankan didepan Dewan Penguji
pada tanggal 17 Juli 2025

TIM PENGUJI

Penguji 1 : Mahmud Al Amrie, S.E. M.Pd
NIDN: 11.050573.02

Penguji 2 : Nurus Soimah, S. Pd., M.Ec.Dev
NIDN : 11.150490.01

Penguji 3 : Suud Ema Fauziah, SE., SH., M.HP., MM
NIDN: 11.100876.01

Universitas Kaltara
Program Sarjana
Ketua Jurusan

Universitas Kaltara
Program Sarjana
Dekan Fakultas Ekonomi

Nurus Soimah, S. Pd., M.Ec.Dev
NIDN: 11.150490.01

Dewi Qomariah Imelda, S.E., M.M. Ak
NIDN: 11.050573.02

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dan Gelar Sarjana atas nama saya dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Tanjung Selor, 21 Juli 2025
Mahasiswa

YUSRAN

RIWAYAT HIDUP

Yusran lahir pada tanggal 3 Maret 2003 di Long Beluah. Merupakan putra keempat dari Bapak Jafar dan Ibu Siti Bariah. Memulai pendidikan tingkat dasar di Sekolah Dasar (SD) Negeri 006 Tanjung Palas Barat dan lulus pada tahun 2015. Pada tahun yang sama melanjutkan lagi Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 1 Tanjung Palas Barat dan lulus pada tahun 2018. Selanjutnya pada tahun yang sama melanjutkan lagi Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Tanjung Palas Barat dan berhasil menyelesaikan studi pada tahun 2021. Melanjutkan Pendidikan Akademis pada tahun 2021 pada Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara Tanjung Selor dengan memilih jurusan Pembangunan.

Tanjung Selor, 21 Juli 2025

Mahasiswa

Yusran

HALAMAN PERSEMBAHAN

Ungkapan hati yang paling dalam sebagai rasa bersyukur dan terima kasihku

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang luar biasa dan dukungan serta doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu dengan rasa bangga dan bahagia saya ucapkan rasa syukur dan terima kasih saya kepada :

Ayahanda ku tersayang Jafar dan Ibunda ku tercinta Siti Bariah yang tak henti-hentinya selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dan cintanya kepadaku, yang selalu memberikan semangat untuk mewujudkan cita-citaku, serta yang telah mendidik dan mengajarkan untuk selalu hidup dengan sabar dan jujur.

Saudaraku tercinta Hijrah dan Sucianur yang telah memberikan Doa terbaik dan dukungan. Buat Dosen Pembimbing ku Tersayang Bapak Mahmud Al Amrie, S.E. M.Pd. yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan dan motivasi kepadaku dalam menyelesaikan Skripsi ini, serta Dosen-Dosen lain yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan kepadaku sampai saat ini.

Buat para teman (Sobirin Yorim Novianti dan Reng) yang mendukung dan menyemangati dalam menyelesaikan skripsi ini.

Serta teman-teman mahasiswa Angkatan 2021 Jurusan Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara. Terimakasih untuk semangat yang selalu kalian berikan, dan semoga kita semua sukses.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya. Karena, berkat-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL DAN INOVASI PRODUK TERHADAP PENDAPATAN UMKM PADA KAFE DI TANJUNG SELOR”**, yang dimana skripsi disusun sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Skripsi penelitian ini disusun atas kerjasama dan berkat bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengungkapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Didi Ardiansyah, S.T.P., M.M selaku Rektor Universitas Kaltara.
2. Ibu Dewi Qomariah Imelda, S.E., M.M. Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara.
3. Ibu Nurus Soimah, S. Pd., M.Ec.Dev selaku Ketua Jurusan Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara.
4. Bapak Mahmud Al Amrie, S.E. M.Pd_seluaku Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan dan bimbingan serta petunjuk-petunjuk yang berguna kepada penulis guna menyempurnakan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara yang telah memberikan bantuan fasilitas selama penulis mengikuti pendidikan.

6. Orang tua tercinta dan juga saudara-saudara tersayang yang telah membimbing dan memotivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas kasih sayang, doa, nasehat, kesabaran dan semangat yang luar biasa.
7. Para teman (Luky Yorim Novianti dan Reng) serta teman-teman mahasiswa Angkatan 2021 Jurusan Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara. Terimakasih untuk semangat yang selalu kalian berikan, dan semoga kita semua sukses.
8. Seluruh responden yang telah membantu mengisi kuesioner yang diberikan oleh peneliti. Semoga bantuan yang diberikan oleh semua pihak mendapat balasan dari Allah SWT.
9. Dan semua pihak yang telah membantu penulis, yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Penulis sangat menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini dan jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dalam penulisan skripsi ini. Dan akhirnya tiada untaian kata yang pantas dan berharga kecuali ucapan Alhamdulillah Rabbil 'Alaamiin atas Rahmat dan karunia Allah Subhanahu Wata'ala.

Tanjung Selor, 21 Juli 2025

Yusran

ABSTRAK

Yusran, Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan UMKM Pada Kafe Di Tanjung Selor Mahasiswa Berkuliah di Universitas Kaltara di bawah Bimbingan Bapak Mahmud Al Amrie, S.E. M.Pd.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan UMKM Pada Kafe Di Tanjung Selor. Metode yang digunakan penelitian ini adalah Metode Kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelaku Usaha UMKM pada kafe Di Tanjung Selor. Jumlah responden yang diteliti adalah 30 responden. pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah *regresi linear berganda*, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan koefisien determinasi, dan alat yang digunakan untuk megolah data pada penelitian ini adalah SPSS versi 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Terdapat pengaruh positif tapi tidak signifikan Perkembangan Ekonomi Digital terhadap Pendapatan pelaku usaha kafe di Tanjung Selor. (2) Terdapat pengaruh positif tapi tidak signifikan Inovasi Produk terhadap Pendapatan pelaku usaha kafe di Tanjung Selor. (3) Terdapat pengaruh secara Simultan Perkembangan Ekonomi Digital dan Inovasi Produk terhadap Pendapatan pada kafe di Tanjung Selor.

Kata Kunci : Ekonomi Digital, Inovasi Produk, Pendapatan UMKM

ABSTRACT

Yusran, The Influence of Digital Economic Development and Product Innovation on the Revenue of MSMEs in Cafes in Tanjung Selor. Student studying at the University of North Kalimantan under the guidance of Mr. Mahmud Al Amrie, S.E., M.Pd.

The purpose of this study was to determine the influence of digital economic development and product innovation on the revenue of MSMEs in cafes in Tanjung Selor. The method used in this study was quantitative. The population in this study were MSMEs operating in cafes in Tanjung Selor. The number of respondents was 30. Data collection was carried out by distributing questionnaires. The analytical techniques used were multiple linear regression, classical assumption tests, hypothesis tests, and coefficient of determination. The tool used to process the data was SPSS version 23.

The results of this study indicate that: (1) There is a positive but insignificant influence of digital economic development on the revenue of cafe businesses in Tanjung Selor. (2) There is a positive but insignificant influence of product innovation on the revenue of cafe businesses in Tanjung Selor. (3) There is a simultaneous influence of the development of the digital economy and product innovation on income at cafes in Tanjung Selor.

Keywords: Digital Economy, Product Innovation, MSME Income

DAFTAR ISI

Halaman:

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
RIWAYAT HIDUP	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Pembatasan Masalah.....	12

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Ekonomi Digital.....	13
2.1.1.2 Konsep Ekonomi Digital.....	15
2.1.1.3 Indikator Ekonomi Digital	18
2.1.1.4 Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia.....	20
2.1.1.5 Perkembangan Ekonomi Digital Dalam Usaha	22
2.1.2 Inovasi Produk.....	23

2.1.2.1	Pengertian Inovasi Produk.....	23
2.1.4.2	Kategori Inovasi Produk.....	24
2.1.4.3	Indikator Inovasi Produk	25
2.1.3	Pendapatan	26
2.1.3.1	Pengertian Pendapatan.....	26
2.1.3.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan	28
2.1.5.3	Indikator Pendapatan.....	30
2.1.4	Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	31
2.1.4.1	Pengertian UMKM	31
2.1.4.2	Kriteria UMKM	33
2.1.4.3	Peranan UMKM Bagi Perekonomian	36
2.1.4.1	Permasalahan Yang Di Hadapi Pada UMKM	39
2.1.5	Pengertian Kafe	41
2.1.6	Karakteristik Umum Kafe	42
2.2	Penelitian Terdahulu.....	43
2.3	Hubungan Antar Variabel	49
2.3.1	Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Secara Parsial Terhadap Pendapatan.....	49
2.3.2	Pengaruh Inovasi Produk Secara Parsial Terhadap Pendapatan	51
2.3.3	Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Dan Inovasi Produk Secara Simultan Terhadap Pendapatan.....	52
2.4	Kerangka Konseptual.....	52

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian	54
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	54
3.3	Populasi dan Sampel.....	55
3.4	Sumber Data.....	57
3.5	Metode Pengumpulan Data	57
3.6	Definisi Operasionalisasi Variabel	59

3.7	Instrumen Penelitian	61
3.7.1	Uji Validitas	61
3.7.2	Uji Reliabilitas	63
3.8	Metode Analisis Data.....	64
3.8.1	Uji Asumsi Klasik	64
3.8.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
3.8.3	Uji Hipotesis	68

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	71
4.2	Karakteristik Responden.....	77
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78
4.3	Uji Instrumen Penelitian	79
4.3.1	Uji Validitas.....	79
4.3.2	Uji Reliabilitas	81
4.4	Deskripsi Variabel Penelitian.....	82
4.4.1	Deskripsi Variabel Perkembangan Ekonomi Digital.....	83
4.4.2	Deskripsi Variabel Inovasi Produk.....	85
4.4.3	Deskripsi Variabel Pendapatan	87
4.5	Uji Asumsi Klasik	89
4.5.1	Uji Normalitas	89
4.5.2	Uji Multikolinearitas.....	91
4.5.3	Uji Heterokedastisitas	92
4.6	Uji Regresi Linear Berganda.....	94
4.7	Uji Hipotesis.....	95
4.7.1	Uji Parsial (Uji T)	95
4.7.2	Uji Simultan (Uji F).....	97
4.7.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	98
4.8	Pembahasan.....	99
4.8.1	Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Secara	

Parsial Terhadap Pendapatan	100
4.8.2 Pengaruh Inovasi Produk Secara Parsial Terhadap Pendapatan	102
4.8.3 Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital dan Inovasi Produk Secara Simultan Terhadap Pendapatan.....	104
4.8.4 Koefisien Determinasi (R^2)	105
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran	108
 DAFTAR PUSTAKA	110
 LAMPIRAN	119

DAFTAR TABEL

Halaman:

Tabel 2.1 Kerangka Konseptual	53
Tabel 3.1 Rencana Jadwal Kegiatan Penelitian Skripsi Tahun 2025	55
Tabel 3.2 Indikator Variabel Penelitian	60
Tabel 4.1 Data Beberapa Kafe di Tanjung Selor	73
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	77
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Instrumen	80
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	82
Tabel 4.6 Tabel Nilai dan Predikat	83
Tabel 4.7 Jawaban Responden mengenai Perkembangan Ekonomi Digital (X1). 84	
Tabel 4.8 Jawaban Responden mengenai Inovasi Produk (X2).....	86
Tabel 4.9 Jawaban Responden mengenai Pendapatan (Y)	87
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	91
Tabel 4.11 Hasil Uji Glesjer	93
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	94
Tabel 4.13 Hasil Uji T	96
Tabel 4.14 Hasil Uji F	97
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	99

DAFTAR GAMBAR

Halaman:

Gambar 4.1 Kafe-Kafe Di Tanjung Selor	72
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Variabel Perkembangan Ekonomi Digital (X1)	89
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Variabel Inovasi Produk (X2)	90
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Variabel Pendapatan (Y).....	90
Gambar 4.5 Uji Heterokedastisitas.....	92
Gambar 4.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	106

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era revolusi industri 4.0 telah menjadi sebuah perubahan besar dalam sektor industri. Hal tersebut dikarenakan di era digital ini produksi dapat ditingkatkan akibat permintaan dan penawaran masyarakat akibat perkembangan teknologi. Selain dalam proses produksi revolusi industri juga berdampak pada seluruh rantai nilai industri. Hal tersebut akhirnya berdampak terhadap perubahan model bisnis yang berbasis digital guna mendapatkan kualitas produk yang baik dengan efektif dan efisien (Amalia, 2019).

Perkembangan digitalisasi telah menciptakan terobosan baru di bidang ekonomi, yaitu dalam interaksi bisnis ke bisnis, bisnis ke pelanggan. Persaingan UMKM yang semakin ketat dalam hal Ekonomi Digital sudah menjadi nyata dengan semakin berkembangnya teknologi, oleh sebab itu para UMKM harus benar-benar memperhatikan fenomena tersebut serta mengetahui dan menguasai digital marketing yang berhubungan dengan Ekonomi Digital. Digitalisasi membuat pengusaha lebih mudah memperkenalkan produk/merek dan memasarkan produknya. Jika dulu sulit mencari pemasok, kini hampir semua barang mudah ditemukan di platform perdagangan elektronik (Syikin, 2020).

Di era serba digital sekarang, pelaku UMKM di daerah seperti Tanjung Selor juga mulai hadapi tantangan baru. Tapi kenyataannya, nggak

semua pelaku usaha siap untuk masuk ke dunia digital. Menurut Setiawan dan Fitria (2022), salah satu hambatan utama buat UMKM itu bukan cuma soal niat, tapi lebih ke literasi digital yang masih rendah dan fasilitas yang belum mendukung. Khususnya di Tanjung Selor sendiri, hal kayak gini masih sering ditemui, terutama di UMKM yang modalnya terbatas dan belum pernah ikut pelatihan digital. Akhirnya, mereka cuma bisa jualan secara konvensional, padahal peluang pasar di online itu gede banget.

Digitalisasi menjadi kebutuhan penting bagi UMKM agar dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Perkembangan teknologi digital akan memudahkan para pelaku bisnis terutama pelaku UMKM dalam menekan biaya produksi dan promosi (Husnurrosyidah, 2019), UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) perlu mempersiapkan diri dalam menghadapi digitalisasi ekonomi. Saat ini, teknologi informasi dan komunikasi, serta digitalisasi, memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian.

Dalam mengemas dan memasarkan produk, digitalisasi telah mempermudah dan mempercepat distribusi informasi. Teknologi informasi juga telah merambah ke individu melalui penggunaan gadget dan aplikasi mobile. Dalam sektor perbankan juga terjadi kerja sama antara perbankan dan bidang teknologi informasi untuk membangun sistem informasi perbankan yang memudahkan proses transaksi. Itu sebabnya, masyarakat saat ini semakin menjadi masyarakat digital karena pengaruh perkembangan teknologi digital.

Secara khusus, bagi UMKM, langkah-langkah penting yang dapat dilakukan dalam menghadapi digitalisasi ekonomi adalah:

- 1). Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang teknologi digital. UMKM perlu mengikuti perkembangan terkini dalam teknologi digital dan memahami bagaimana teknologi tersebut dapat diterapkan dalam bisnis mereka.
- 2). Mengadopsi atau memperbarui teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas. UMKM perlu memanfaatkan teknologi digital, seperti penggunaan aplikasi mobile, website bisnis, media sosial, dan platform e-commerce untuk memasarkan produk mereka, meningkatkan efisiensi operasional, dan mencapai pasar yang lebih luas.
- 3). Meningkatkan kualitas SDM (Sumber Daya Manusia). UMKM perlu melatih karyawan mereka atau bekerja sama dengan institusi pendidikan atau lembaga pelatihan untuk meningkatkan keahlian dan pengetahuan tentang teknologi digital. Dengan memiliki SDM yang terampil dalam bidang teknologi digital, UMKM dapat secara efektif menghadapi digitalisasi ekonomi.
- 4). Membangun kemitraan dan kolaborasi. UMKM perlu bekerja sama dengan pihak lain, seperti institusi keuangan, pemerintah, atau pakar teknologi, untuk mendapatkan dukungan dan pengetahuan dalam menghadapi digitalisasi ekonomi. Dengan mempersiapkan diri dan mengadopsi teknologi digital, UMKM dapat tetap bersaing dalam era digitalisasi ekonomi dan meraih peluang yang lebih besar.

Dalam era digital yang pesat saat ini dapat mendorong entrepreneurship untuk membuka wirausaha dengan mudah dengan berbagai keuntungan dan kemudahan yang di dapatkan. oleh sebab itu diperlukan strategi yang tepat agar transformasi digital berhasil. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan percepatan digitalisasi UMKM dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2017, tercatat sekitar 3,79 juta pelaku UMKM telah memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk. Lalu Jumlah ini meningkat menjadi 17,25 juta pada Februari 2022, kemudian 20,5 juta pada Oktober 2022, dan mencapai 25,5 juta UMKM yang go-digital pada Juli 2024. Sehingga lonjakan ini menegaskan bahwa transformasi digital bukan sekadar tren, tetapi juga telah menjadi dorongan utama pembangunan ekonomi mikro di Indonesia (Kemenkop UKM, 2024).

Dan dalam temuan ini menguatkan urgensi kajian terhadap pemanfaatan ekonomi digital dalam konteks lokal, terutama di Kota Tanjung Selor Kabupaten Bulungan, sebagai wilayah yang mulai berkembang secara ekonomi melalui sektor UMKM berbasis gaya hidup, seperti usaha kafe. Menurut Arianto (2024), UMKM berperan krusial dalam membangun perekonomian lokal yang inklusif, namun banyak pelaku usaha di daerah belum terhubung secara maksimal ke ekosistem digital akibat keterbatasan infrastruktur dan literasi teknologi. Hal ini menjadi tantangan nyata bagi pelaku usaha berbasis gaya hidup seperti kafe, yang menuntut kreativitas tinggi dan adaptasi cepat terhadap perilaku konsumen digital.

Menurut Ikhlaszul dan Satria (2023) mengatakan bahwa digitalisasi sektor UMKM turut berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, menjadikannya sebagai komponen penting dalam strategi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penting untuk melihat sejauh mana pemanfaatan teknologi digital berdampak pada pendapatan pelaku UMKM di daerah. sebagai wilayah yang mulai berkembang secara ekonomi melalui sektor UMKM berbasis gaya hidup, seperti usaha kafe.

Menurut Ikhlaszul dan Satria (2023) mengatakan juga bahwa digitalisasi sektor UMKM berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional melalui strategi komunikasi digital dan pemanfaatan teknologi, yang menjadi bagian penting dalam kerangka pembangunan ekonomi. Hal ini semakin menegaskan pentingnya mengkaji sejauh mana pengaruh ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan pelaku UMKM di daerah. Perkembangan kafe di kota ini mencerminkan adanya peluang pertumbuhan ekonomi mikro yang erat kaitannya dengan preferensi generasi muda, Teknologi, dan Inovasi.

Transformasi digital telah menjadi pendorong utama perubahan dalam struktur ekonomi dan pola bisnis di era modern. Teknologi seperti internet, artificial intelligence (AI), e-commerce, big data, hingga blockchain tidak hanya menciptakan efisiensi dan inovasi dalam proses usaha, tetapi juga mempercepat pertumbuhan ekonomi melalui perluasan pasar, otomatisasi operasional, dan peningkatan produktivitas (Najah et al., 2024). Dalam

konteks ekonomi pembangunan, transformasi ini mendorong terciptanya ekosistem bisnis digital yang mampu menjangkau wilayah lebih luas dan memberikan peluang pertumbuhan bagi pelaku usaha skala kecil.

Selain digitalisasi, inovasi produk juga menjadi pendorong utama dalam menciptakan keberlanjutan dan peningkatan pendapatan UMKM. Dalam konteks ini, menurut Widiyanto et al. (2021) menunjukkan bahwa Inovasi Produk, bersama dengan harga dan promosi, memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat.

Dengan penemuan ini maka memperkuat asumsi bahwa kemampuan pelaku UMKM dalam berinovasi bukan hanya memengaruhi daya saing, tetapi juga berdampak nyata terhadap penguatan ekonomi lokal. Artinya, upaya mengembangkan produk baik dari segi desain, kemasan, hingga cita rasa memiliki peran penting dalam mendorong Pendapatan Pelaku Usaha, khususnya pada sektor-sektor berbasis kreativitas seperti pada kafe dan kuliner di daerah Tanjung Selor Kabupaten Bulungan.

Putriana (2022) bilang kalau pemberdayaan UMKM itu bisa jadi strategi utama untuk mengurangi kemiskinan, apalagi di tingkat lokal. Kalau diterapkan di Kota Tanjung Selor, pendekatannya bisa dimulai dari pelatihan buat pelaku UMKM, Terus juga bisa nambah jumlah pendamping di tiap kelurahan atau desa supaya UMKM yang dibina bisa makin mandiri dan berkembang. Selain itu, dinas terkait juga bisa nyusun program pakai metode SWOT, biar tahu apa kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang

dihadapi UMKM lokal. Dari situ, strategi yang dibentuk lebih pas sasaran, terutama buat ningkatin kapasitas SDM dan akses ke modal usaha.

Salah satu faktor penting untuk memberi peran dalam pertumbuhan ekonomi adalah sektor usaha Mikro kecil menengah atau biasa disebut UMKM. Perannya Khusus diberikan kepada UMKM: Secara numerik besar, Sosialisasi di semua sektor ekonomi karena potensi penyerapan Tenaga kerja yang cukup banyak. Hasil produksi yang dihasilkan merupakan produk yang sangat dibutuhkan masyarakat dengan harga yang terjangkau.(Nurlinda & Fathimah, 2019).

Sesuai teori dari A. Lewis (suplai tenaga kerja tak terbatas), kondisi kelebihan tenaga kerja di pedesaan akan menciptakan arus migrasi terus-menerus dari perdesaan ke perkotaan. Apabila kegiatan-kegiatan ekonomi perkotaan tidak mampu menyerap para pendatang tersebut, jumlah pengangguran akan meningkat, dan akan muncul banyak masalah sosial di perkotaan. Karena itu, kegiatan-kegiatan non pertanian diperdesaan, terutama industri, diharapkan bisa berfungsi sebagai sumber penyerapan kelebihan penawaran tenaga kerja sektor pertanian, sehingga bisa membatasi arus migrasi ke perkotaan.(Tambunan, 2012:2).

Pengembangan UMKM dalam memasuki industri yang ada di kabupaten bulungan ini, tidak dapat dipisahkan dari teknologi. Teknologi di gunakan tidak hanya dalam pemasaran tetapi juga dalam proses lainnya seperti produksi dan keuangan. Oleh Karena itu, pelaku usaha perlu mempersiapkan diri dalam mengadopsi teknologi. Sebaik apapun teknologi

jika sumber daya manusia yang akan menggunakan tidak siap maka tidak akan berhasil Chalimi, A. N. F., Herdinawati, S., & Asadi, A. (2021).

Dan masyarakat yang ada di bulungan khusus nya pelaku UMKM wajib mempelajari dengan baik dengan perkembangan teknologi digitalisasi, harus menyesuaikan dengan era teknologi sekarang. Dan harus siap dengan era sekarang dan dengan perkembangan digitalisasi ini maka sangat lah mudah bagi pelaku UMKM dalam memanfaatkan untuk berinovasi produk yang ada di usaha mereka khusus nya penjualan pada kafe yang ada di kota Tanjung Selor Kabupaten Bulungan, ditambah lagi dengan era anak muda sekarang yang sangat suka dengan nongkrong atau duduk santai di kafe tentunya hal ini sangat bermanfaat bagi pelaku usaha dengan membuat Inovasi baru terhadap Produk mereka.

Dengan melihat realitas tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh perkembangan ekonomi digital dan inovasi produk terhadap pendapatan pelaku UMKM, khususnya pada sektor kafe di Kabupaten Bulungan. Fokus ini dipilih karena UMKM kafe menjadi salah satu bentuk usaha yang berkembang pesat di daerah, dan berpotensi besar menjadi motor ekonomi lokal apabila didukung oleh transformasi digital dan inovasi yang berkelanjutan.

Kafe pada umumnya merupakan suatu usaha dibidang makanan dan minuman yang di kelola secara simple oleh si pelaku usaha dengan menawarkan tingkat pelayanan yang baik secara menyeluruh dan ramah. Dalam hal ini kafe ternyata tempat untuk tempat bersantai, kafe juga banyak

memberikan manfaat bagi para pengunjung yang datang diantaranya adalah sebagai tempat untuk menghilangkan suatu kebosanan dan untuk bersenang senang, atau untuk melakukan pertemuan, bahkan ada yang melakukan sebuah pekerjaan freelance, dikarenakan pelanggan bisa menuangkan suasana santai dan asik dalam melakukan aktivitas nya. Serta dapat memberikan suatu kenyamanan bagi para pengunjung dari suasana yang disediakan oleh kafe tersebut.

Dan seperti yang kita tahu bahwa semua kafe di kota Tanjung Selor Kabupaten Bulungan, menggunakan ekonomi digital seperti Instagram, Whatsapp, dan Facebook untuk memposting usaha kafenya. Dengan memanfaatkan teknologi ekonomi digital (Instagram Whatsapp dan Facebook) ternyata sangat lah berpengaruh untuk dapat menarik perhatian/minat masyarakat yang ada di kota tanjung selor untuk mencari tahu atau penasaran dengan tempat usaha kafe itu sendiri. sehingga masyarakat/pengunjung di kafe pun semakin bertambah/meningkat istilah nya dengan melihat postingan yang ada di akun sosial media, si pelaku usaha dapat membantu para pelanngan untuk memudahkan mencari tahu nama kafe, lokasi, beserta menu-menu yang ada di kafe.

Tetapi di balik usaha kafe ini tidak lah semulus seperti yang kita bayangkan. Dalam beberapa tahun ini, ada beberapa kafe yang sudah tidak beroperasi lagi atau sudah tidak ramai lagi pengunjungnya, disebabkan karena ada beberapa permasalahan yang kerap kali terjadi diantaranya, pertama pemilik usaha kafe di tanjung selor rata-rata memiliki keluhan kesah yang

hampir sama semua, mengenai pelanggan mereka yang kadang sepi dan kadang ramai, otomatis ini akan berpengaruh terhadap Pendapatan.

Permasalahan yang kedua adalah adanya persaingan antara kafe kafe lain yang kian mulai banyak di bangun. Permasalahan ketiga yaitu ada beberapa kafe yang sudah memanfaatkan teknologi digital, dengan menggunakan sosial media namun jarang mengiklankan kafanya di akun sosial media (kurang *update*). Selanjutnya permasalahan yang keempat menu-menu yang disediakan masih sangat kurang/hanya itu-itulah saja tidak ada penambahan, Sehingga membuat para pelanggan kurang tertarik untuk berkunjung dikarenakan merasa kebosanan karena tidak adanya perubahan atau sebuah Inovasi.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Pada Kafe di Tanjung Selor Kabupaten Bulungan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat disusun rumusan masalah dari penelitian ini, yaitu:

1. Apakah Perkembangan Ekonomi Digital berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kafe di Tanjung Selor?
2. Apakah Inovasi Produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kafe di Tanjung Selor?

3. Apakah Perkembangan Ekonomi Digital dan Inovasi Produk berpengaruh secara simultan terhadap Pendapatan UMKM di kafe Tanjung Selor?

1.3 Tujuan

Mengacu pada permasalahan yang ada maka tujuan yang hendak di capai atau di tinjau dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah Perkembangan Ekonomi Digital berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap pada kafe di Tanjung Selor.
2. Untuk mengetahui apakah Inovasi Produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap pada kafe di Tanjung Selor.
3. Untuk mengetahui apakah Perkembangan Ekonomi Digital dan Inovasi Produk berpengaruh secara simultan terhadap Pendapatan UMKM di kafe Tanjung Selor?

1.4 Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

2 Secara Teoritis

Penambahan wawasan, pemahaman dan pengetahuan serta sebagai pengembangan penulis mengenai ilmu yang diperoleh selama proses perkuliahan khususnya mengenai keputusan pemilik usaha kafe.

3 Secara Praktis

- a. Memberikan ide-ide baru bagi pengusaha kafe khususnya mengenai Perkembangan Ekonomi Digital Dan Inovasi Produk Terhadap

Pendapatan Pelaku UMKM sehingga perusahaan kafe diharapkan dapat berkembang lebih baik lagi kedepannya.

- b. Sebagai bahan acuan dan menjadi bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini hanya membahas mengenai Perkembangan Ekonomi Digital Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM pada kafe di Tanjung Selor.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Ekonomi Digital

Pengertian Ekonomi digital merupakan sistem ekonomi yang berbasis pada pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam seluruh proses produksi hingga konsumsi. Dalam ekonomi digital, kegiatan ekonomi tidak lagi bersifat konvensional, melainkan bergantung pada infrastruktur digital seperti internet, perangkat lunak, dan teknologi seluler untuk menunjang aktivitas bisnis dan transaksi ekonomi. Teknologi digital juga memungkinkan efisiensi, transparansi, serta perluasan jangkauan pasar secara lebih cepat dan luas (OECD, 2019; Kominfo RI, 2020).

Menurut Nasution, (2020) menjelaskan bahwa keberhasilan pengembangan ekonomi digital sangat dipengaruhi oleh kesiapan sumber daya manusia, infrastruktur teknologi, dan tingkat literasi digital pelaku ekonomi. Dalam konteks pembangunan ekonomi daerah, digitalisasi menjadi peluang untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi UMKM. Namun, jika tidak diiringi dengan peningkatan kapasitas dan dukungan kebijakan, maka digitalisasi justru berisiko menciptakan kesenjangan digital yang memperlambat pertumbuhan inklusif dan berkelanjutan.

Menurut World Bank (2021), ekonomi digital adalah ekosistem teknologi yang mendorong efisiensi, perluasan pasar, dan inklusivitas

ekonomi, terutama di negara berkembang. Digitalisasi dianggap mampu memperkuat UMKM melalui akses terhadap teknologi, pasar, dan sistem keuangan digital, asalkan didukung oleh infrastruktur dan literasi digital yang memadai.

Menurut En carta Dictionary (dalam Ana Fauziah 2017) , ekonomi digital memiliki pengertian transaksi bisnis yang ada di internet. Ekonomi digital juga berarti, penggunaan teknologi informasi secara luas meliputi pemanfaatan software, hardware, aplikasi, serta telekomunikasi pada setiap aspek perekonomian. Adapun manfaat dari Ekonomi digital yaitu:

1. Mudahnya Aktivitas Jual Beli Barang Dan Jasa

Inovasi yang dilakukan oleh pelaku ekonomi digital membuat masyarakat memiliki banyak platform untuk melakukan aktivitas jual beli. Bagi penjual, keberadaan platform tersebut memudahkan mereka mencari konsumen. Sedangkan bagi pembeli, kemudahan tersebut bisa dirasakan saat ingin mencari barang yang jarang ditemukan di toko konvensional.

2. Pengembangan Ukm Di Indonesia

Keberadaan ekonomi digital dipercaya dapat menjembatangi kebutuhan masyarakat dan menggerakkan berbagai sektor usaha, salah satunya adalah ukm. Jika pada pasar konvensional ukm sulit mendapatkan kesempatan untuk berkembang. Melalui ekonomi digital, mereka dapat berinteraksi langsung dengan konsumen melalui *E-commerce* yang saat ini sedang menjamur.

2.1.1.2 Konsep Ekonomi Digital

Konsep ekonomi digital merujuk pada kegiatan ekonomi yang sangat memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), terutama internet dan perangkat digital, dalam seluruh rantai nilai ekonomi. Menyatakan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan efisiensi operasional UMKM hingga sekitar 45%, terutama dalam pengelolaan persediaan dan interaksi pelanggan, meskipun memerlukan dukungan literasi dan infrastruktur Mendrofa et al. (2023).

Konsep ekonomi digital pertama kali diperkenalkan oleh Tapscott (1998) yang dikutip menurut Suwarni, Sedyastuti, dan Mirza (2019). Ia menjelaskan bahwa ekonomi digital merupakan suatu sistem sosio-politik dan ekonomi yang memiliki karakteristik sebagai ruang kecerdasan (*intelligent space*), yang meliputi kemampuan dalam mengakses informasi, mengelola instrumen digital, serta memproses dan mengkomunikasikan informasi secara efisien. Komponen utama ekonomi digital yang pertama kali berhasil diidentifikasi meliputi: industri teknologi informasi dan komunikasi (TIK), aktivitas e-commerce antar perusahaan maupun individu, distribusi digital barang dan jasa, serta dukungan sistem digital terhadap transaksi penjualan, khususnya yang memanfaatkan internet sebagai infrastruktur utama.

Sedangkan konsep ekonomi digital lainnya adalah digitalisasi informasi dan infrastruktur TIK Reedy, 2000 (dalam Suwarni, E., Sedyastuti, K., & Mirza, A.H. (2019)). Konsep ini sering digunakan

untuk menjelaskan dampak global teknologi informasi dan komunikasi, tidak hanya pada internet, tetapi juga pada bidang ekonomi. Konsep ini menjadi sebuah pandangan tentang interaksi antara perkembangan inovasi dan kemajuan teknologi dan dampaknya pada ekonomi makro maupun ekonomi mikro.

Berdasarkan menurut Nguyen dan Oliver (2023), menjelaskan bahwa ekonomi digital mencakup seluruh aktivitas ekonomi yang bergantung pada teknologi informasi dan konektivitas digital. Definisi ini memperluas pemikiran Menurut Mesenbourg (2001), bahwa dengan menambahkan dimensi modern seperti hyper-connectivity, Internet of Things (IoT), dan kecerdasan buatan (AI). Mereka mengelompokkan ekonomi digital ke dalam tiga fondasi utama, yaitu:

1 Infrastruktur Digital

Infrastruktur ini mencakup perangkat keras, jaringan internet, cloud computing, serta sumber daya manusia yang memiliki kemampuan digital. Elemen-elemen ini menjadi fondasi penting dalam mendukung transformasi digital di sektor ekonomi mana pun.

2 Model Bisnis Digital (E-Business)

Merujuk pada proses bisnis yang dilakukan secara digital, baik internal maupun eksternal, dengan memanfaatkan sistem teknologi informasi. Ini mencakup digitalisasi operasional seperti manajemen stok, promosi, dan pelayanan pelanggan.

3. E-Commerce

Berarti proses jual beli barang atau jasa yang dilakukan secara daring melalui platform digital, termasuk penggunaan sistem pembayaran digital. E-commerce menjadi salah satu bentuk nyata dari penerapan ekonomi digital dalam kehidupan sehari-hari.

Dan juga dapat menekankan bahwa istilah digital economy lahir dari aktivitas ekonomi yang muncul dari miliaran koneksi online—yang menghubungkan individu, bisnis, mesin, data, dan proses dengan teknologi sebagai penggerak utamanya Nguyen dan Oliver (2023).

Dan teori menurut Nguyen dan Oliver (2023), ini relevan dengan UMKM pada Kafe di Tanjung Selor.

Dalam konteks UMKM kafe di Tanjung Selor, ketiga fondasi ekonomi digital tersebut sangat relevan dan sudah mulai terlihat penerapannya. Beberapa contohnya adalah:

- a) Infrastruktur digital, seperti penggunaan perangkat kasir berbasis aplikasi, jaringan Wi-Fi, serta tenaga kerja yang sudah terbiasa dengan teknologi dasar seperti pemesanan daring dan promosi digital.
- b) E-Business dalam bentuk proses manajemen kafe yang dilakukan secara digital, misalnya pemesanan bahan baku melalui aplikasi, pengelolaan keuangan via software kasir, serta promosi produk melalui media sosial.

- c) E-Commerce, yaitu penyediaan layanan pemesanan online lewat aplikasi seperti GrabFood, GoFood, ShopeeFood, serta pembayaran menggunakan QRIS dan dompet digital.
- d) Dengan kerangka ini, penelitian akan menilai sejauh mana pemanfaatan ketiga komponen ekonomi digital tersebut dapat memengaruhi peningkatan pendapatan UMKM kafe di Tanjung Selor.

2.1.1.3 Indikator Ekonomi Digital

Berdasarkan Dalam presentasi berjudul 12 Karakteristik Ekonomi Digital, Hansah Darmawan (2023), menyajikan ulang kerangka dua belas karakteristik ekonomi digital seperti yang dikemukakan oleh Don Tapscott (1996), dengan penjabaran yang cukup sistematis dan terperinci sebagai berikut:

1. Knowledge

Pengetahuan sebagai aset utama ekonomi digital, didukung oleh kecerdasan buatan, sistem pakar, dan knowledge management.

2. Digitization

Transformasi informasi analog menjadi format digital untuk memperluas jangkauan dan efisiensi.

3. Virtualization

Operasional bisnis dapat berlangsung secara maya tanpa batasan fisik.

4. Molecularization

Struktur organisasi yang fleksibel dan adaptif berbasis tim-tim kecil.

5. Internetworking

Koneksi erat antar pelaku usaha, mitra, dan pelanggan melalui jaringan digital.

6. Disintermediation

Penghilangan peran perantara dalam transaksi bisnis, sehingga efisiensi meningkat.

7. Convergence

Integrasi komputasi, komunikasi, dan konten dalam satu kesatuan platform digital.

8. Innovation

Inovasi yang terus-menerus diperlukan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif.

9. Prosumption

Konsumen juga berperan sebagai produsen dalam platform digital (misalnya konten, review, custom order).

10. Immediacy

Kecepatan respon dan layanan secara *real-time* menjadi tuntutan utama konsumen digital.

11. Globalization

Pasar menjadi terbuka secara global tanpa hambatan geografis.

12. Discordance

Timbulnya kesenjangan digital (*digital divide*) dan perubahan budaya akibat percepatan teknologi.

Dan dalam teori menurut Hansah Darmawan (2023), yang mengutip ulang kerangka Don Tapscott (1996), ini sangat lah relevan untuk UMKM pada Kafe di Tanjung Selor. Karakteristik-karakteristik tersebut bisa dijadikan prinsip analisis dalam menilai tingkat transformasi digital UMKM pada kafe di Tanjung Selor. Misalnya, apakah kafe sudah memanfaatkan knowledge digital (data pelanggan), digitization menu, internetworking melalui kolaborasi dengan platform ojek online, serta mengantisipasi discordance lewat pelatihan literasi teknologi bagi karyawan.

2.1.1.4 Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia menunjukkan tren yang positif, meskipun masih menghadapi tantangan, berdasarkan laporan (Kompas 2023), dari sekitar 65 juta pelaku UMKM, baru 19 juta yang telah masuk ke dalam ekosistem digital. Angka ini menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM masih berjalan tetapi belum menyentuh seluruh pelaku usaha secara merata. Bahkan, digitalisasi yang terjadi selama ini masih sebatas menciptakan persaingan di antara pelaku usaha, belum sepenuhnya mendorong peningkatan kapasitas produksi atau perluasan akses pasar global.

Menurut Hidayat dan Santoso (2022), transformasi digital telah mengubah cara pelaku usaha memasarkan produk dan mengakses layanan. Pemasaran yang dulu bersifat konvensional kini bergeser ke platform digital, memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dan cepat.

Digitalisasi juga melahirkan berbagai layanan berbasis internet seperti e-commerce, e-government, e-education, hingga pembayaran digital. Perubahan ini menunjukkan bahwa teknologi menjadi kunci dalam meningkatkan efisiensi bisnis dan kualitas pelayanan, terutama bagi UMKM yang ingin berkembang di era Society 5.0.

Indonesia yang merupakan negara dengan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara diproyeksikan nilai transaksi ekonomi digitalnya bisa mencapai US\$ 133 miliar atau sekitar Rp 1826 triliun (Dwi Hadya Jayani, 2019).

Adanya kolaborasi antara pelaku jasa keuangan konvensional dan teknologi keuangan perlu dibangun untuk meningkatkan industri jasa keuangan nasional. Keberadaan pemerintah sangat penting agar dapat meningkatkan pemerataan akses, memajukan industri keuangan agar lebih efisien mempertahankan modal dan kegiatan produksi UMKM, dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia (dalam Naufal R. L. 2019).

2.1.1.5 Perkembangan Ekonomi Digital dalam Usaha

Menurut (Rijalus Sholihin & Ariyanto, 2018), berikut merupakan beberapa keunggulan penggunaan Sosial Media dalam menjalankan Usaha/Bisnis sebagai berikut:

1. Sosial Media menyediakan informasi mengenai umur, kegiatan hobi, lokasi atau yang lain yang dibutuhkan pengusaha dalam menentukan segmentasi pasar produk atau jasa yang ditawarkan.
2. Dapat diakses setiap saat terbatas waktu tanpa harus mengatur jam kerja layaknya para pelaku usaha pada umumnya.
3. Mampu menekan biaya serendah-rendahnya karena tidak perlu menyewa tempat dalam proses pemasaran, sebab sosial media pada umumnya menyediakan layanan secara gratis.
4. Mudah nya komunikasi yang dilakukan antara pengusaha dengan konsumen seperti chattingan atau obrolan, dari situ kita juga dapat mempunyai feedback atau umpan balik masukan atas produk atau jasa yang kita tawarkan.
5. Selalu terhubung dengan maksud tanpa harus berdiam diri di belakang meja, namun dapat dilakukan dalam aplikasi yang kapanpun dan dimanapun bisa terkoneksi selagi ada internet yang memadai.
6. Media promosi yang mudah diakses oleh semua kalangan, sehingga mampu menarik perhatian calon customer seperti penampilan gambar, sloga penawaran promo/diskon dan lain sebagainya.

2.1.2 Inovasi Produk

2.1.2.1 Pengertian Inovasi

Pengertian inovasi ini dalam konteks lebih luas bahwa inovasi yang berhasil mengandung arti tidak saja keberhasilan ekonomi melainkan juga keberhasilan sosial. Inovasi yang berhasil adalah Inovasi yang menciptakan nilai lebih besar untuk konsumen, untuk komunitas, dan lingkungan pada saat yang sama (Oktaviani, 2020).

Menurut Oktavia (2022) Inovasi merupakan teknik dalam mencari atau mengaplikasikan Produk yang telah ada menuju hal terbaru, atau menciptakan sesuatu yang benar-benar belum dasebelumnya. Konsep yang disebut baru ini berbeda dari produkproduk lain, karena sifatnya relative. Adapun pengertian Inovasi menurut para ahli yakni:

1. Menurut Isa et al. (2024),

Menurut Isa et al. (2024), kemampuan inovasi jadi kunci utama performa UMKM. Seperti hal nya di tengah perubahan pasar dan teknologi, Wirausahawan dengan entrepreneurial orientation yang mencakup kreativitas, kemampuan ambil risiko, dan adaptasi yang cenderung punya kemampuan inovasi yang lebih baik. Dan hasilnya? Usahanya jadi lebih tahan banting dan produktif. Singkatnya:

Kalau seseorang punya jiwa inovatif, produk dan strategi usahanya terus berkembang, makanya UMKM seperti kafe di

Tanjung Selor perlu ditanamkan orientasi kewirausahaan supaya tetap relevan dengan kebutuhan pasar UMKM khususnya di kafe.

2. Hills (2018)

Mendefinisikan Inovasi adalah sesuatu barang atau jasa yang dianggap belum pernah ada (baru) oleh seseorang atau kelompok.

3. Menurut Suryana (2018)

Inovasi merupakan penerapan dari kreativitas yang dikembangkan untuk tujuan memberikan solusi dari masalah dan melihat peluang bisnis untuk memperkaya hidup.

2.1.2.2 Kategori Inovasi Produk

Inovasi produk berkaitan erat dengan peluncuran Produk Salah satu bentuk dari inovasi produk adalah adanya produk baru. Produk baru meliputi Produk orisinil, produk yang disempurnakan, produk yang dimodifikasi dan merek baru yang dikembangkan melalui usaha riset dan pengembangan (Haryono dkk, 2017).

Menurut Haryono (2017), ada 5 kategori Produk baru, yang ada di bawah ini sebagai berikut:

1. Produk yang benar-benar baru, yaitu produk baru sebagai hasil dari inovasi yang menciptakan pasar baru.
2. Lini produk baru, yaitu produk baru yang memungkinkan perusahaan untuk memasuki pasar yang sebelumnya telah ada untuk pertama kali.

3. Tambahan dari lini produk yang sudah ada, misalnya bisa memberi tambahan pada ukuran bentuknya, isi yang berbeda dan sebagainya.
4. Penyempurnaan sebagai revisi terhadap produk yang sudah ada. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menambahkan ciri-ciri atau model baru, mengubah persyaratan/kebutuhan pemrosesan, dan mengubah unsur unsur Produk.
5. Repositioning Biaya adalah strategi pengembangan produk baru yang menghasilkan unjuk kerja (performance) yang sama dengan produk sebelumnya, namun dengan tingkat biaya yang lebih rendah.

2.1.2.3 Indikator Inovasi Produk

Kemampuan industri dalam menciptakan nilai dan juga mempertahankan keunggulan kompetitif tersebut sangatlah bergantung pada sebuah inovasi. Produk atau hal baru yang dipasarkan guna menjadi daya tarik atau preferensi pelanggan dianggap sebagai inovasi produk. Atas dasar tersebut, Menurut Putra dkk, (2017), adapun beberapa indikator inovasi produk yang di bawah ini sebagai berikut:

1. Kembangkan desain yang menarik

Mengembangkan desain yang menarik adalah untuk menciptakan pengalaman visual yang memikat dan memberikan dampak yang diinginkan, seperti meningkatkan brand awareness, meningkatkan penjualan, menyampaikan informasi dengan efektif, atau sekadar memberikan kesan positif terhadap suatu produk atau layanan.

2. Kembangkan kualitas produk yang baik

Mengembangkan kualitas produk yang baik merujuk pada proses meningkatkan atribut-atribut produk agar memenuhi atau melebihi harapan pelanggan serta standar kualitas yang diinginkan.

3. Pengembangan teknologi produk

Pengembangan teknologi produk merujuk pada proses meningkatkan fitur, kualitas, dan kinerja suatu produk melalui penerapan teknologi baru atau perbaikan pada teknologi yang sudah ada.

2.1.3 Pendapatan

2.1.3.1 Pengertian Pendapatan

Pendapatan adalah imbalan yang diterima baik berbentuk uang maupun barang yang dibayar oleh suatu organisasi baik perusahaan/majikan. Imbalan yang diterima dalam bentuk barang dinilai dengan harga setempat. Untuk pekerja yang berstatus buruh, bayaran atas tenaga yang dikeluarkan menggunakan istilah upah, sementara pekerja non buruh, yaitu individu yang berusaha sendiri dan pekerja bebas menggunakan istilah pendapatan (BPS, 2019).

Menurut Pertiwi (2018) pendapatan adalah kebutuhan dan keinginan tidak terbatas jumlahnya hanya saja kebutuhan dan keinginan tersebut dibatasi dengan jumlah pendapatan yang diterima oleh seseorang. Pendapatan yang diterima oleh masyarakat tentu berbeda antar

satu dengan yang lainnya hal ini disebabkan berbedanya jenis pekerjaan yang dilakukannya. Perbedaan pekerjaan tersebut dilatar belakangi oleh tingkat pendidikan, skill dan pengalaman dalam bekerja. Indikator tingkat kesejahteraan dalam masyarakat dapat diukur dengan pendapatan yang diterimanya. Peningkatan taraf hidup masyarakat dapat digambarkan dari kenaikan hasil *real income* perkapita, sedangkan taraf hidup tercermin dalam tingkat dan pola konsumsi yang meliputi unsur pangan, pemukiman, kesehatan, dan pendidikan untuk mempertahankan derajat manusia secara wajar.

Pendapatan adalah penghasilan yang diterima oleh individu/kelompok tanpa memberikan kegiatan apapun yang diterima oleh suatu negara (Sukirno, 2019). Pendapatan adalah semua tambahan yang diterima atau diperoleh atas tambahan kemampuan ekonomis baik yang berasal dari dalam negeri maupun dari luar negeri, yang digunakan untuk konsumsi serta menambah kekayaan wajib pajak bersangkutan dengan nama serta bentuk apapun (Mardiasmo, 2019).

Pendapatan adalah penjualan barang dan penyerahan jasa yang diukur dengan pembebanan yang dikenakan kepada pelanggan, penyewa untuk barang atau jasa yang disediakan. Pendapatan mencakup keuntungan dan penjualan atau pertukaran aktiva yang diperdagangkan (Riahl, 2017). Pendapatan secara garis besar terbagi menjadi tiga golongan di antaranya yaitu sebagai berikut (Aulia AR, 2018):

- a) Gaji dan Upah Imbalan, yang diperoleh setelah individu melakukan suatu kegiatan pekerjaan bagi suatu organisasi atau perusahaan yang diberikan dalam waktu satu hari, minggu atau perbulan.
- b) Pendapatan Usaha Nilai, total dari hasil produksi yang dikurangi dengan biaya biaya yang dibayar serta usaha tersebut milik sendiri atau usaha keluarga.
- c) Pendapatan Usaha Lain Pendapatan, yang diperoleh dari usaha lain tanpa perlu terlibat dalam kegiatan tersebut. Pendapatan usaha lain mencakup pendapatan yang diperoleh dari hasil menyewakan properti, bunga dari uang, sumbangan serta pendapatan pensiun.

2.1.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Berdasarkan teori-teori yang mendukung maka faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan khususnya pendapatan usaha adalah sebagai berikut:

1. Modal

Menurut Rosyadi (2017) Modal adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi untuk menambah output. Modal atau biaya adalah salah satu faktor yang sangat penting bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar.

2. Jam kerja

Tingkat pendapatan pedagang juga ditentukan oleh lamanya waktu koperasi atau jam kerja. Jam kerja merupakan lama waktu yang digunakan untuk menjalankan usaha, yang di mulai sejak persiapan sampai usaha tutup. Analisis jam kerja merupakan bagian dari teori ekonomi mikro, khususnya pada teori penawaran tenaga kerja yaitu tentang kesediaan individu untuk bekerja dengan harapan memperoleh penghasilan atau tidak bekerja dengan konsekuensi mengorbankan penghasilan yang seharusnya ia dapatkan. Jam kerja dalam penelitian ini adalah jumlah atau lamanya waktu yang dipergunakan untuk berdagang atau membuka usaha mereka untuk melayani konsumen setiap harinya Nicholas (dikutip dalam Setiana, 2016).

3. Jenis Barang

Dagang (Produk) Berbicara masalah barang dagangan pikiran orang akan tertuju pada suatu produk tertentu. Produk merupakan semua yang di dapat ditawarkan pada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau di konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pemakainya (Kotler dan Amstrong, 2020: 337).

Banyaknya jenis barang atau keragaman barang yang digelarkan oleh pedagang dapat menarik minat cabang calos konsumen untuk membeli, mempergunakan atau mengkonsumsi, karena dihadapkan

banyak pilihan. Menurut Kotler dan Kasmir (2006: 174) menyatakan pengertian produk dapat di jabarkan bahwa produk merupakan sesuatu, baik berupa barang maupun jasa, yang ditawarkan ke konsumen agar di perhatikan, dan dibeli oleh konsumen. Tujuan menawarkan produk ke pasar adalah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

4. Lama Usaha

Menurut Wenagama (2018) dalam menjalankan usaha perdagangan, lama usaha memegang peranan penting dalam proses melakukan usaha perdagangan. Lamanya suatu usaha dapat menciptakan pengalaman berusaha, melalui pengalaman pedagang secara langsung mengetahui selera yang diinginkan oleh relasi bisnis. Jangka waktu pembukaan usaha perdagangan mempengaruhi tingkat pendapatan, karena berpengaruh terhadap peningkatan produktivitas dan kinerja pedagang sehingga menambah efisien dan menekan biaya produksi.

2.1.3.3 Indikator Pendapatan

Indikator indikator peningkatan pendapatan menurut Fitroh (2019) meliputi beberapa antara lain yang ada dibawah ini:

1. Penghasilan yang diterima perbulan

Pendapatan yang diterima per bulan adalah jumlah uang yang diterima selama sebulan oleh setiap orang setelah melakukan pekerjaannya.

2. Pekerjaan

Pekerjaan adalah suatu kegiatan yang dilakukan setiap orang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

3. Beban keluarga yang ditanggung

Beban keluarga yang ditanggung adalah jumlah orang yang ada dalam rumah tangga.

2.1.4 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah dan Usaha Besar adalah pembagian dari jenis dunia usaha di Indonesia. yang di mana Penjelasan lebih lanjut secara definisi dari ke empat usaha tersebut yaitu usaha mikro adalah usaha milik perseorangan sementara usaha besar adalah usaha yang lebih besar daripada usaha menengah (Undang-Undang No. 20, 2008).

Dalam Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tersebut juga disebutkan bahwa keberadaan UMKM dan pengelolaannya oleh pemerintah dimaksudkan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan (Yanti et al., 2022).

2.1.4.1 Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Menurut Wahyuni dan Suryani (2020), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung ekonomi nasional karena tidak hanya berperan dalam penciptaan lapangan kerja, tetapi

juga berkontribusi besar dalam mengurangi kesenjangan sosial ekonomi serta memperkuat struktur ekonomi lokal.

Peran strategis ini menjadikan UMKM sebagai salah satu instrumen utama dalam mendorong pembangunan ekonomi yang lebih inklusif dan merata, terutama di wilayah-wilayah yang belum sepenuhnya terjangkau oleh sektor usaha besar. Dalam konteks ekonomi pembangunan, UMKM dipandang sebagai penggerak ekonomi kerakyatan yang mampu memperluas partisipasi masyarakat dalam aktivitas ekonomi produktif secara langsung.

Selain itu, UMKM dapat diartikan sebagai pertumbuhan kawasan pokok dalam rangka mempercepat pemulihan ekonomi dan mengakomodasi program prioritas serta pengembangan berbagai sektor dan potensi. Menurut Maslakhah (2017) mendefinisikan UMKM sebagai jenis bisnis yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia baik dari segi lapangan kerja yang diciptakan maupun jumlah usahanya.

Berdasarkan pengertian diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu unit usaha yang berperan signifikan dalam pengembangan dan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dengan adanya sektor UMKM, pengangguran akibat tenaga kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang. Tumbuhnya UMKM menjadikannya sebagai sumber pertumbuhan kesempatan kerja dan pendapatan. Dengan banyak

menyerap tenaga kerja berarti UMKM mempunyai peran strategis dalam upaya pemerintah dalam memerangi kemiskinan dan pengangguran.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang penting dalam pembangunan ekonomi nasional oleh karena itu, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan (Khoironi, 2021). Dalam krisis ekonomi yang terjadi di negara kita sejak beberapa waktu yang lalu dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya.

Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. Mengingat pengalaman yang telah dihadapi oleh Indonesia selama krisis kiranya tidak berlebihan apabila pengembangan sektor swasta difokuskan pada UMKM, terlebih lagi unit usaha ini seringkali terabaikan hanya karena hasil produksinya dalam skala kecil dan belum mampu bersaing dengan unit usaha lainnya (Supriyanto 2018).

2.1.4.2 Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Menurut UU No.11 (2020) Pelaksanaan kewenangan pemerintah daerah dalam layanan bantuan dan pendampingan hukum bagi UMKM secara umum sudah sesuai dengan Undang- Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja dan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan dan Pemberdayaan Koperasi

dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Tujuan dibuatnya UU Cipta Kerja adalah untuk menciptakan lapangan kerja seluas-luasnya bagi rakyat Indonesia secara merata, di seluruh wilayah NKRI.

Pemerintah telah menetapkan definisi UMKM dan kriterianya. Hal tersebut tertuang dalam UU Nomor 20/2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yaitu sebagai berikut:

1. Kriteria Usaha Mikro

Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Kriterianya yaitu:

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300 juta.
- c. Memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 1-4 orang.

2. Kriteria Usaha Kecil

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang

memenuhi kriteria usaha kecil yang dimaksud dalam UU tersebut.

Kriterianya yaitu antara lain yang ada di bawah ini:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50 juta sampai dengan paling banyak Rp 500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300 juta sampai dengan paling banyak Rp 2, 5 miliar.
- c. Memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 5-19 orang.

3. Kriteria Usaha Menengah

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Kriterianya yaitu:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta sampai dengan paling banyak Rp 10 miliar tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.5 miliar sampai dengan paling banyak Rp 50 miliar.

- c. Memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 20-99 orang.

UMKM memiliki posisi strategis dalam struktur perekonomian nasional, tidak hanya sebagai penyerap tenaga kerja dan kontributor terhadap PDB, tetapi juga sebagai instrumen penting dalam upaya pemerataan pendapatan dan pengentasan kemiskinan. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM (2021), pengembangan UMKM menjadi salah satu strategi utama pemerintah dalam memperkuat ekonomi rakyat karena sektor ini mampu menjangkau kelompok masyarakat akar rumput dan wilayah tertinggal yang belum tersentuh oleh investasi besar. Selain itu, UMKM juga dianggap sebagai solusi atas kesenjangan sosial ekonomi karena memiliki karakteristik berbasis komunitas dan mudah dikembangkan dengan pendekatan lokal.

2.1.4.3 Peranan UMKM Bagi Perekonomian

Secara fungsi, UMKM memiliki dua peran yaitu sebagai wadah inovasi dan yang kedua adalah sebagai wadah yang merencanakan. Selain itu UMKM juga memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan suatu bangsa juga sebagai penggagas, penggerak dan pengendali atau juga pemicu pembangunan social ekonomi dalam negara. Dari penjelasan di atas, secara spesifik dapat disimpulkan lagi beberapa manfaat UMKM (Sugiarti, 2019:22) yang diantaranya adalah:

a. Untuk Membuka Lapangan Pekerjaan

Adanya UMKM dikatakan dapat membuka lapangan pekerjaan secara luas bagi masyarakat dan tentunya juga akan menjadi cara untuk mengatasi pengangguran.

b. Menjadi Penyumbang Terbesar Nilai Produk Domestik Bruto

Secara khusus di negara kita, UMKM telah memberi andil untuk menyumbang pajak yang cukup besar. Data ini memperlihatkan bahwa UMKM sangat berperan dalam membantu pertumbuhan dan pembangunan ekonomi Indonesia.

c. Solusi Efektif Untuk Permasalahan Ekonomi Masyarakat Menengah

Ada suatu penelitian yang membuktikan bahwa perekonomian suatu negara akan tumbuh dan berkembang dikarenakan adanya inovasi dalam produksi dan ini ada pada UKM.

Peranan UMKM menjadi bagian yang diutamakan dalam setiap perencanaan tahapan pembangunan yang dikelola oleh dua departemen yaitu Departemen Perindustrian dan Perdagangan dan Departemen Koperasi dan UKM. Namun demikian usaha pengembangan yang dilaksanakan belum terlihat hasil yang memuaskan. Kenyataannya kemajuan UMKM masih sangat kecil dibandingkan dengan usaha besar. Kegiatan UMKM meliputi berbagai kegiatan ekonomi, namun sebagian besar berbentuk usaha kecil yang bergerak disektor pertanian. UMKM juga mempunyai peran yang penting dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena itu selain berperan dalam pertumbuhan

ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga juga berperan dalam pendistribusian hasil hasil pembangunan.

Menurut Khoiroini (2021) Kebijakan yang tepat untuk mendukung UMKM seperti yang ada di bawah ini sebsagai berikut:

a. Teknologi

Teknologi adalah penerapan pengetahuan, keterampilan, dan proses yang digunakan untuk merancang, membuat, dan mengoperasikan alat, mesin, sistem, dan teknik tertentu dalam rangka mencapai tujuan tertentu.

b. Struktur

Struktur merujuk pada organisasi, komposisi, atau susunan yang teratur dari bagian-bagian yang membentuk suatu keseluruhan.

c. Manajemen

Manajemen merujuk pada proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian, dan pengendalian sumber daya (manusia, keuangan, materi, dan waktu) dalam suatu organisasi atau entitas untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

d. Pelatihan

Pelatihan merujuk pada proses atau kegiatan yang dirancang untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, kemampuan, dan sikap individu atau kelompok dalam mencapai tujuan tertentu.

e. Pembiayaan

Pembiayaan merujuk pada proses penyediaan dana atau sumber daya keuangan untuk mendukung kegiatan, proyek, atau investasi tertentu.

f. Perizinan

Perizinan merujuk pada proses atau tindakan yang diperlukan untuk mendapatkan izin, persetujuan, atau lisensi resmi dari pihak berwenang atau lembaga pemerintah yang berwenang untuk melakukan kegiatan atau usaha tertentu.

2.1.4.4 Permasalahan yang Dihadapi pada UMKM

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM antara lain meliputi beberapa di antara lain yang ada di bawah ini (Nuraini, 2019).

1. Faktor Internal

- a. Kurangnya permodalan-permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha

Kurangnya permodalan UMKM karena pada umumnya usaha mikro kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup.

- b. Sumber daya manusia yang terbatas

Keterbatasan SDM usaha kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh pada manajemen pengelolaan usahanya sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang secara optimal.

c. Lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi usaha kecil

Jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi rendah maka produk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif.

2. Faktor Eksternal

Iklim usaha belum sepenuhnya kondusif dengan kebijaksanaan pemerintah untuk menumbuh kembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Terlihat dari masih terjadinya persaingan yang kurang sehat antara pengusaha-pengusaha kecil dan pengusaha besar.

a. Terbatasnya sarana dan prasarana usaha

Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki juga tidak cepat berkembang dan kurang mendukung kemajuan usaha

b. Terbatasnya akses pasar

Akses pasar akan menyebabkan produk yang dihasilkan tidak dapat dipasarkan secara kompetitif baik dipasar nasional maupun internasional.

c. Terbatasnya akses informasi

Selain akses pembiayaan UMKM juga menemui kesulitan dalam hal akses terhadap informasi. Minimnya informasi yang diketahui oleh UMKM sedikit banyak memberikan pengaruh terhadap kompetisi dari produk ataupun

jasa dari unit usaha UMKM dengan produk lain dalam hal kualitas. Efek dari hal ini adalah tidak mempunya produk dan jasa sebagai hasil dari UMKM untuk menembus pasar ekspor. Namun, di sisi lain, terdapat pula produk atau jasa yang berpotensi untuk bertarung di pasar internasional karena tidak memiliki jalur ataupun akses terhadap pasar tersebut, pada akhirnya hanya beredar di pasar domestik.

2.1.5 Pengertian Kafe

Menurut Maulidi (2017), pengertian Kafe adalah tempat untuk bersantai dan berbincang-bincang dimana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan. Kafe termasuk tipe restoran namun lebih mengutamakan suasana rileks, hiburan dan kenyamanan pengunjung sehingga menyediakan tempat duduk yang nyaman dan sedikit alunan musik. Para penikmat kopi dapat datang ke kafe dengan mudah dan menikmati secangkir kopi yang berkualitas.

Tentunya hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menciptakan produk minuman kopi yang mempunyai kualitas bagus sehingga akan berdampak kepada kepuasan konsumen. Sejalan dengan kebutuhan pelanggan yang sangat komplek dan tidak ada habisnya, kafe yang sebelumnya hanya menyediakan tempat untuk minum kopi dan teh secara cepat, kini juga mulai melengkapi fasilitas yang dapat membuat orang nyaman seperti *Wifi*, *Live Music*, colokan listrik, buku bacaan

hingga lengkap dengan desain interior yang nyaman sehingga menambah kenikmatan untuk bersantai.

Istilah kafe berasal dari bahasa Perancis yang secara harfiah artinya kopi, namun digunakan sebagai nama tempat dimana orang-orang berkumpul atau sekedar bersantai dan beraktivitas. Seiring perkembangan jaman, cafe bukan hanya menyediakan kopi, tetapi juga minuman lain serta makanan ringan. Kafe biasanya tidak menyediakan menu makanan utama namun hanya menyediakan minuman dan makanan ringan sebagai menu hidangan dan ada juga yang menyediakan hiburan bagi para pengunjung yang datang (Maulidi, 2017).

Menurut Jo Pan dalam Monique (2018) istilah ini muncul, pada abad ke 18 di Inggris, pertama kali masuk ke Eropa pada tahun 1669. Penyebaran Kafe di Eropa ini terjadi melalui perdagangan ke wilayah Italia. Yang kemudian pada tahun 1839 muncul Kafé Taria yang dikenal dalam bahasa Amerika untuk menyebutkan sebuah kedai kopi. Pada awalnya Kafe hanya berfungsi sebagai kedai kopi, namun sesuai dengan perkembangan jaman, Kafe ini telah memiliki banyak konsep, diantaranya sebagai tempat menikmati hidangan atau dinner.

2.1.6 Karakteristik Umum Kafe

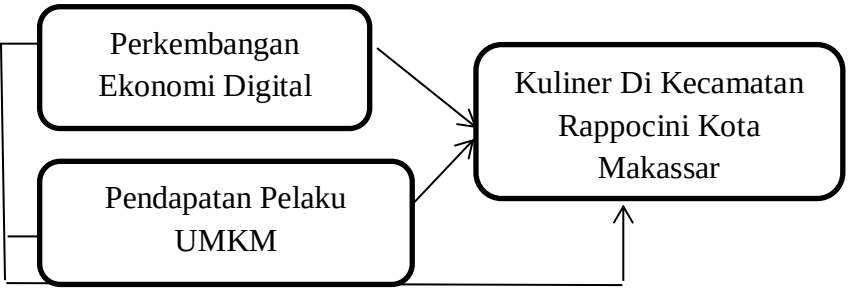
Kafe adalah sebuah tempat yang menyediakan minuman tertentu seperti kopi, teh, jus, kue, dan sebagainya. Kafe dapat lebih mudah ditemui di daerah perkotaan terutama di lokasi yang strategis yang sering dilalui orang, umumnya memiliki harga yang terjangkau. Kafe lebih kepada

tempat yang cenderung terlihat sebagai tempat yang bergengsi dengan interior dan eksteriornya yang mengagumkan. Sehingga kafe menjadi pilihan utama bagi para kalangan yang ingin menikmati kopi dengan fasilitas yang benar-benar bagus, tempat yang memiliki nama atau sudah dikenal secara umum, dan bagi yang ingin menikmati kopi dalam ketenangan, maka kafe merupakan pilihan yang tepat (Tia Aprilyana, 2017).

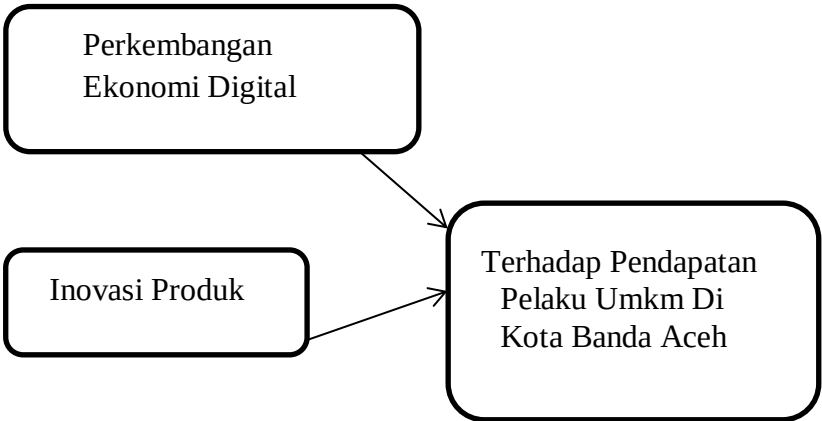
2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1	Nama Peneliti dan Tahun	Nursyakilah Syikin (2020)
	Judul Penelitian	Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Kuliner Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar
	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Kecamatan Rappocini Kota Makassar. Objek penelitian ini adalah Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar dan para UMKM yang berada di Kecamatan Rappocini.

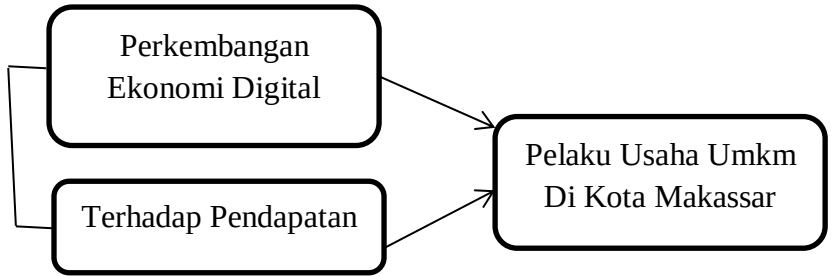
	Model	 <pre> graph LR A[Perkembangan Ekonomi Digital] --> D[Kuliner Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar] B[Pendapatan Pelaku UMKM] --> D </pre>
	Populasi dan Sampel	<p>Penelitian ini berlokasi di Kota Makassar tepatnya di Kecamatan Rappocini. Lokasi penelitian diambil karena merupakan salah satu kecamatan yang memiliki banyak UMKM kuliner seperti yang kita ketahui tepatnya di Aroepala food city Kecamatan Rappocini, ada berbagai macam usaha kuliner yang berjualan yang termasuk dalam industri kreatif.</p>
	Alat Analisis	Regresi linier berganda
	Hasil Penelitian	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara teori manfaat yang diperoleh oleh UMKM Kuliner Kecamatan Rappocini Kota Makassar adalah adanya peningkatan pendapatan terhadap Perkembangan Ekonomi Digital. Hasil wawancara yang telah dilakukan dengan responden yang menjadi sampel penelitian ini adalah hampir seluruh responden mengungkapkan bahwa dengan Perkembangan Ekonomi Digital kegiatan usahanya semakin lancar serta mempermudah proses penjualan, pemasaran dan dalam memproduksi suatu barang.</p>
	Yang dirujuk dalam penelitian ini	<p>Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm)</p>

Sumber : Nursyakilah Syikin (2020)

2	Nama Peneliti dan Tahun	Muhammad Farid (2024)
	Judul Penelitian	Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan Pelaku Umkm Di Kota Banda Aceh
	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital dan Inovasi Produk terhadap pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh.
	Model	 <pre> graph LR A[Perkembangan Ekonomi Digital] --> D[Terhadap Pendapatan Pelaku Umkm Di Kota Banda Aceh] B[Inovasi Produk] --> D </pre>
	Populasi dan Sampel	Teknik pengambilan sampel mengguna Teknik <i>Purposive Sampling</i> dengan jumlah 100 pelaku UMKM sebagai responden
	Alat Analisis	Regresi linier berganda
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Perkembangan Ekonomi Digital (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Pelaku UMKM, Inovasi Produk (X2) secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Pelaku UMKM. Secara simultan,

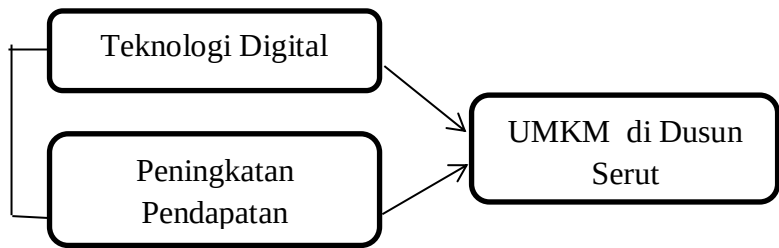
		Perkembangan Ekonomi Digital Dan Inovasi Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Pelaku UMKM.
	Yang dirujuk dalam penelitian ini	Perkembangan Ekonomi Digital Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan Pelaku Umkm

Sumber : Muhammad Farid (2024)

3	Nama Peneliti dan Tahun	Nurul Amalia Sari (2019)
	Judul Penelitian	Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Umkm Di Kota Makassar
	Tujuan Penelitian	Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana Perkembangan Ekonomi Digital dan faktor yang mempengaruhi Pendapatan Pelaku Usaha UMKM di Kota Makassar.
	Model	 <pre> graph LR A[Perkembangan Ekonomi Digital] --> D[Pelaku Usaha Umkm Di Kota Makassar] B[Terdapat Pendapatan] --> D </pre>
	Populasi dan Sampel	Informan dalam penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM di Kota Makassar yang berjumlah 96 wirausaha sebagai objek

		penelitian.
	Alat Analisis	Analisis Regresi Linier Sederhana
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh ekonomi digital secara persial yang positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM di Kota Makassar.
	Yang dirujuk dalam penelitian ini	Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Umkm

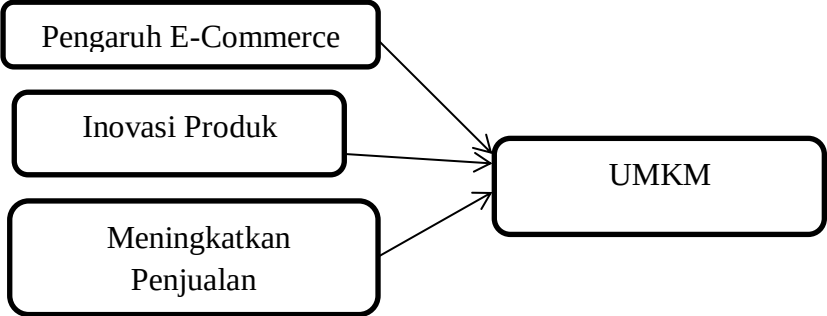
Sumber : Nurul Amalia Sari (2019)

4	Nama Peneliti dan Tahun	Indra Ibnu Nugroho (2024)
	Judul Penelitian	Pengaruh Teknologi Digital terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Dusun Serut
	Tujuan Penelitian	Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana penggunaan teknologi mutakhir berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Dusun Serut.
	Model	 <pre> graph LR A[Teknologi Digital] --> D[UMKM di Dusun Serut] B[Peningkatan Pendapatan] --> D </pre>

	Populasi dan Sampel	Informasi penelitian dikumpulkan. oleh ilmuwan itu sendiri dengan prosedur pemilihan sebagai persepsi dengan memanfaatkan polling observasi dengan menggunakan daftar kuesioner.
	Alat Analisis	Program SPSS Versi 16.0
	Hasil Penelitian	Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah Warga pelaku UMKM di Dusun Serut.Sampel penelitian menggunakan 27 responden.
	Yang dirujuk dalam penelitian ini	Pengaruh Teknologi Digital terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM

Sumber : Indra Ibnu Nugroho (2024)

5	Nama Peneliti dan Tahun	Niza Utami & Muhammad Syahbudi (2022).
	Judul Penelitian	Pengaruh E-Commerce dan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan UMKM (Studi Kasus: UMKM Kota Binjai).
	Tujuan Penelitian	Penelitian ini dilakukan pelaku UKM makanan ringan dan snack, di Kota Tangerang.

	Model	
	Populasi dan Sampel	Yang telah menerapkan e-commerce dan inovasi produk, diukur menggunakan kuesioner; jumlah pasti sampel tidak disebut secara eksplisit dalam abstrak, namun berasal dari populasi tersebut. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diuji validitas dan reliabilitas sebelum dianalisis dengan SPSS. Seluruh pelaku UMKM di Kota Binjai Pelaku UMKM
	Alat Analisis	Regresi linier berganda
	Hasil Penelitian	E-commerce (X1) dan inovasi produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan (Y) UMKM.
	Yang dirujuk dalam penelitian ini	Pengaruh E-Commerce dan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan UMKM (Studi Kasus: UMKM Kota Binjai).

Sumber : Niza Utami & Muhammad Syahbudi (2022).

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan

Sebagai salah satu penopang ekonomi di Indonesia, pelaku usaha mikro perlu melakukan sejumlah penyesuaian dan membangun salah satunya dengan cara Go Digital. Ekonomi digital merupakan pasar

yang dibentuk oleh teknologi digital yang memfasilitasi perdagangan barang dan jasa melalui internet. Apabila teknologi digital ini dimanfaatkan dengan baik oleh para Pelaku Usaha dalam memasarkan produknya melalui penggunaan Ecommerce, yang digunakan sebagai wadah untuk berjualan maka dapat meningkatkan pendapatan mereka. Manfaat nyata dari Interaksi antara kemajuan teknologi dan perkembangan inovasi inilah yang dapat berdampak kepada ekonomi makro maupun mikro (Zafira, 2021).

Hubungan Ekonomi Digital dengan Pendapatan usaha memiliki hubungan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha mikro. Semakin besar perkembangan Ekonomi Digital maka Pendapatan pelaku usaha di Kota Tanjung Selor semakin meningkat (Amalia, 2019). Selain itu hasil penelitian oleh Deloitte (2015) menyatakan bahwa Pendapatan Pelaku Usaha Mikro yang memasarkan bisnisnya secara online mengalami peningkatan dikarenakan pelaku usaha mikro yang memanfaatkan teknologi digital lebih mampu bersaing dan dapat memperluas pangsa pasar.

Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan telah di buktikan oleh peneliti terdahulu, yang di lakukan oleh Nurul Amalia Sari (2019), Nursyakilah Syikin (2020), yang menyatakan hasil penelitian Ekonomi Digital ini berpengaruh pada Pendapatan.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai jawaban sementara terhadap masalah penelitian ini yaitu:

H1 : Ada Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan secara persial dan signifikan pada kafe di Tanjung Selor

2.3.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Pendapatan

Inovasi produk merupakan pusat dari keberhasilan suatu bisnis. Di era perdagangan bebas dan persaingan global ini, memaksa setiap pelaku usaha siap menghadapi persaingan yang ketat. Dengan kata lain pelaku usaha harus mampu menawarkan suatu produk yang berbeda untuk menarik para pelanggan agar membelinya dan secara otomatis dapat meningkatkan pendapatan. Menurut Widiyanto dan Satrianto (2021) juga melakukan penelitian dalam kaitannya dengan Inovasi Dan Pendapatan UMKM, dalam penelitian yang dilakukan dengan jumlah 30 responden pelaku UMKM di kota Tanjung Selor diperoleh hasil bahwa Inovasi Produk berhubungan dan berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM.

Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Pendapatan telah di buktikan oleh peneliti terdahulu, yang di lakukan oleh Gregorius Widiyanto & Satrianto (2021), Putra dkk. (2017), yang menyatakan hasil penelitian Inovasi Produk ini berpengaruh pada Pendapatan.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai jawaban sementara terhadap masalah penelitian ini yaitu:

H2 : Ada Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Pendapatan secara persial dan signifikan pada kafe di Tanjung Selor

2.3.3 Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Dan Inovasi Produk Secara Simultan Terhadap Pendapatan

Hasil penelitian ini menurut Putri Debora Sitinjak & Syafrida Hafni Sahir (2025), menunjukkan bahwa baik inovasi produk maupun e-commerce memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap peningkatan pendapatan. Selain itu, secara simultan, kedua variabel tersebut juga terbukti bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di Tanjung Selor.

Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan di buktikan oleh peneliti terdahulu, yang dilakukan oleh Muhammad farid (2024), niza utami dan Muhammad syahbudi (2022), yang menyatakan hasil penelitian Perkembangan Ekonomi Digital Dan Inovasi Produk memberi Pengaruh Pada Pendapatan UMKM.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai jawaban sementara terhadap masalah penelitian ini yaitu:

H3 : Ada Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan UMKM secara simultan pada kafe di Tanjung Selor

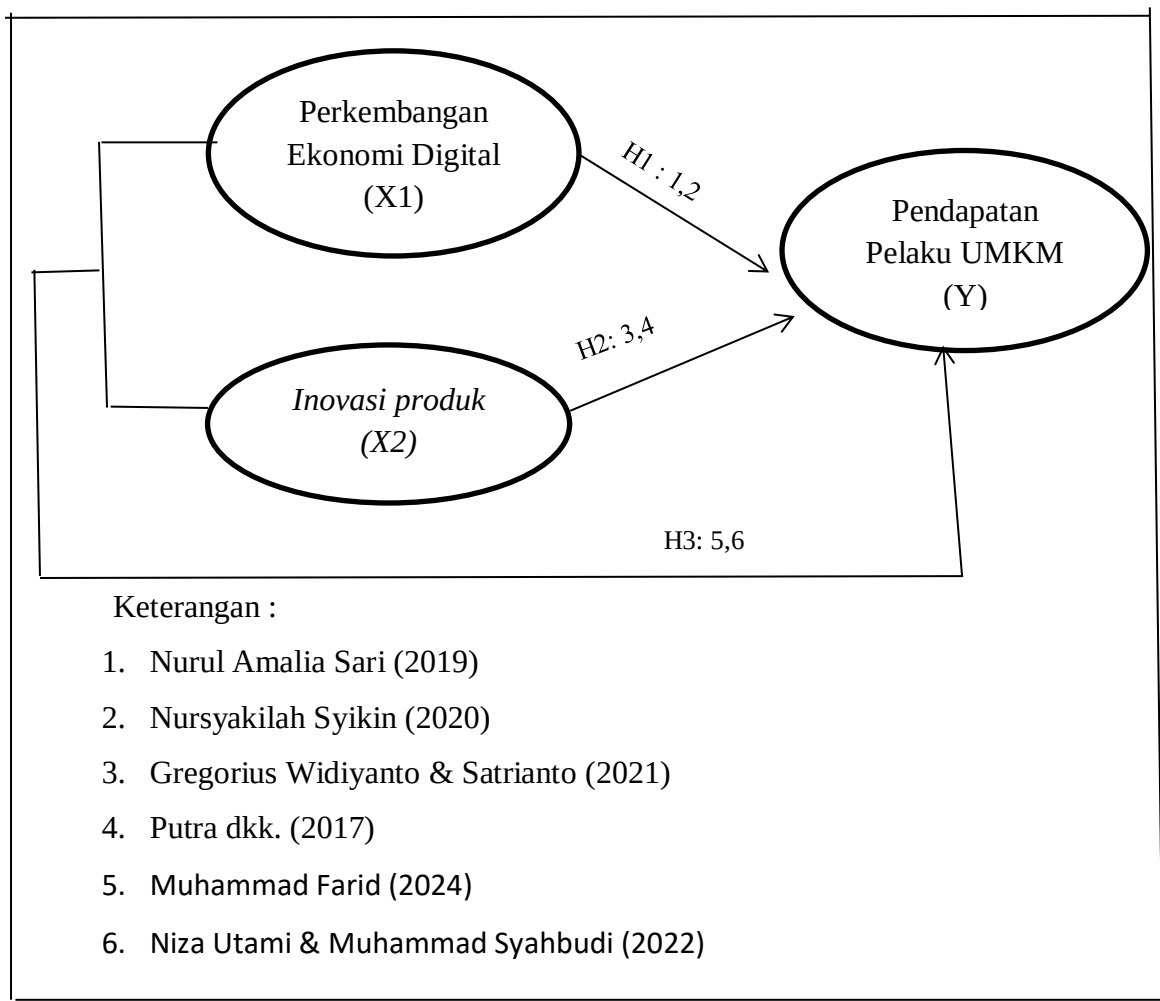
2.4 Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini dapat digambarkan kerangka konseptual yang menjelaskan bagaimana teori-teori dan hipotesis yang menghubungkan antara variabel bebas guna mengetahui pengaruhnya terhadap variabel

terikat. Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun sebuah kerangka pemikiran teoritis yang tersaji dalam gambar berikut.

Tabel 2.1

Kerangka Konseptual



Sumber : Dikembangkan untuk penelitian ini (2025)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif asosiatif yaitu penelitian untuk mengetahui hubungan antara dua variabel (atau lebih), di mana hubungan antara variabel dalam penelitian akan dianalisis dengan menggunakan ukuran-ukuran statistika yang relevan atas data tersebut untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2017).

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kafe yang ada di Tanjung Selor Kabupaten Bulungan Provinsi Kalimantan Utara. Waktu penelitian ini dilakukan selama 2 (dua) Bulan.

Jadwal pelaksanaan penelitian skripsi ini direncanakan sebagaimana tabel berikut ini:

Tabel 3.1
Rencana Jadwal Kegiatan Penelitian Skripsi
Tahun 2025

<div>Waktu</div> <div>Kegiatan</div>	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Observasi																				
Pengajuan Judul																				
Penyusunan Proposal																				
Seminar Proposal																				
Penyebaran Kuesioner																				
Analisis/ Pengelolahan Data																				
Bab 4 dan 5																				
Sidang Skripsi																				

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini (2025)

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2015:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah produsen maupun karyawan

yang mempunyai atau bekerja di kafe-kafe yang ada di Tanjung Selor yang populasinya tidak diketahui jumlah pastinya.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013:81). Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu dengan kriteria:

1. Pelaku usaha Kafe yang sudah pernah melakukan inovasi baru terhadap Produk di Kafe mereka yang ada di Tanjung Selor,
2. Pelaku usaha yang sudah berumur 24 tahun ke atas karena rata rata kebanyakan pelaku usaha yang mempunyai usaha kafe di mulai pada usia tersebut, dan dianggap sudah mampu menjawab pertanyaan pada kuesioner ini.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan ketentuan Roscoe yaitu sampel dalam penelitian ini minimal 10 kali dari jumlah indikator yang diteliti. Jadi, karena penelitian ini terdapat 12 indikator sehingga hasil yang didapat sebanyak $10 \times 12 = 120$, maka sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 120 responden (Sugiyono, 2010).

Namun karena keterbatasan kondisi di lapangan, peneliti mengambil 30 responden, yang tetap dianggap cukup untuk jenis penelitian skala kecil seperti ini, apalagi dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Jumlah ini tetap dianggap memadai untuk penelitian kuantitatif berskala kecil, sebagaimana Menurut Sugiyono (2010) bahwa jumlah

sampel minimal 30 responden sudah cukup untuk analisis deskriptif dan uji statistik sederhana.

3.4 Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari obyeknya menurut Supranto, dalam Danang Sunyoto, (2011:114). Sumber data primer adalah hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh peneliti. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini berupa data hasil pengisian kuesioner dari responden pada kafe-kafe yang ada di Tanjung Selor.

2. Data Sekunder

Data sekunder dapat diperoleh dari buku-buku atau Pustaka yang ada hubungannya dengan topik bahasan penelitian ini. Data sekunder dibutuhkan sebagai bahan acuan landasan teori dari telah Pustaka, menurut Supranto dalam Danang Sunyoyo, (2011:116). Data sekunder merupakan data yang didapat secara tidak langsung dari sumber informasi yang bukan diusahakan sendiri oleh peneliti. Sumber data sekunder adalah sumber-sumber seperti artikel, internet, jurnal, dan bacaan yang berhubungan dengan penelitian ini. Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini dari jurnal dan dari tempat penelitian (Kafe-Kafe di Tanjung Selor).

3.5 Metode Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2019) metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari

penelitian adalah mendapatkan data.

Metode Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan wawancara langsung dengan pihak yang dianggap perlu dan berhubungan dengan obyek penelitian. Dalam hal ini informasi atau keterangan diperoleh langsung dari responden atau informan dengan cara tatap muka dan bercakap-cakap.

2. Angket

Angket merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan secara tertulis kepada responden. Pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap jawaban pertanyaan mempunyai makna dalam menguji hipotesis. Data dikumpulkan dengan cara melakukan penyebaran kuesioner pada para responden. Hal ini bertujuan untuk memperoleh data dari jawaban responden yang menjadi objek penelitian. Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup dimana responden diminta untuk menyatakan atau menyampaikan tingkat kesetujuannya dengan menggunakan pengukuran *skala likert*.

Menurut Sugiyono (2015:93) “*Skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Adapun skor *skala likert* mencakup 1–4

dengan kualifikasi:

- 1) Jawaban Sangat Setuju diberi skor 4
- 2) Jawaban Setuju diberi skor 3
- 3) Jawaban Tidak Setuju diberi skor 2
- 4) Jawaban Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

3. Studi Pustaka

Yaitu metode pengumpulan data dengan menggunakan literatur dan jurnal yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.6 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiono (2019), definisi operasional variable adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Proses ini memuat tentang penentuan skala pengukuran dari masing-masing variable sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistika dapat dilakukan dengan benar. Variabel operasional dalam penelitian ini dibagi menjadi Perkembangan Ekonomi Digital (X1), inovasi produk (X2) sebagai variabel independen, Pendapatan Pelaku UMKM (Y) sebagai variabel dependen. Berikut tabel operasional variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3.2
Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Butir Pertanyaan
Perkembangan Ekonomi Digital (X1)	Berdasarkan dalam presentasi berjudul 12 Karakteristik Ekonomi Digital, Hansah Darmawan (2023), menyajikan ulang kerangka dua belas karakteristik ekonomi digital seperti yang dikemukakan oleh Don Tapscott (1996), dengan penjabaran yang cukup sistematis dan terperinci).	1. Pengetahuan (<i>Knowledge</i>) 2. Digitalisasi (<i>Digitization</i>) 3. Kerja Sama Internet (<i>Internetworking</i>) 4. Konvergensi (<i>Convergence</i>) 5. Globalisasi (<i>Globalization</i>) Hansah Darmawan (2023).	1-5
Inovasi produk (X2)	Inovasi produk merupakan cara untuk terus membangun dan mengembangkan organisasi yang dapat dicapai melalui introduksi teknologi baru, aplikasi baru dalam bentuk produk-produk baru organisasi perpaduan berbagai aspek inovasi tersebut pada gilirannya membentuk arena inovasi (Adijati, 2016).	1. Kembangkan desain yang menarik 2. Kembangkan kualitas produk yang baik 3. Pengembangan teknologi produk (Putra dkk, 2017).	1-3
Pendapatan Pelaku UMKM (Y)	Pendapatan adalah imbalan yang diterima baik berbentuk uang maupun barang yang dibayar oleh suatu organisasi baik perusahaan/majikan. Imbalan yang diterima dalam bentuk barang dinilai dengan harga setempat. Untuk pekerja yang berstatus buruh, bayaran atas tenaga yang dikeluarkan menggunakan istilah upah, sementara pekerja non	1 Penghasilan yang diterima perbulan 2 Pekerjaan 3 Beban keluarga yang ditanggung (Fitroh, 2019).	1-4

	buruh, yaitu individu yang berusaha sendiri dan pekerja bebas menggunakan istilah pendapatan (BPS, 2019).		
--	---	--	--

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini (2025)

3.7 Instrumen Penelitian

Menurut Purwanto (dalam Sukendra, 2020:1) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Kesalahan menggunakan alat ukur akan berakibat kesalahan dalam menilai atau menginterpretasi sebuah fakta empiris. Alat ukur dalam penelitian manajemen seringkali bersifat kontigensi, yaitu sangat tergantung dari fenomena sosial yang terus berubah dan situasi dan kondisinya relatif bisa berbeda-beda di setiap tempat penelitian. Oleh karena itu, memilih alat ukur harus sesuai dengan variabel, dimensi atau indikator, lingkungan sosial penelitian dan harus memenuhi syarat-syarat kehandalan (*reliability*) dan keabsahan (*validity*). Jika penggunaan instrumen penelitian tidak sesuai, tidak reliabel dan tidak valid, maka hasil penelitian patut untuk diragukan akurasi (Tontowi, 2016).

3.8.1 Uji Validitas

Validitas menurut Sukendra (2020:53) merupakan indeks yang menunjukkan bahwa alat ukur itu memberikan hasil yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran atau benar-benar mengukur apa yang hendak diukur. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, sehingga dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas menandakan sejauh mana

data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran validitas yang seharusnya. Sebelum digunakan instrumen penelitian harus memenuhi kriteria validitas logis dan validitas empiris.

Validitas logis dilakukan dengan cara memecah dan menyusun secara hati-hati, dari variabel menjadi dimensi-dimensi atau indikator-indikator, kemudian secara hati-hati membuat butir-butir pertanyaan yang relevan. Validitas empiris dilakukan dengan cara mengujikan instrumen pada sasaran penelitian. Jika hasilnya sesuai yang diharapkan, berarti *valid*.

Ada beberapa faktor kritis yang harus dicermati dalam menentukan apakah instrumen kuesioner memenuhi kriteria logis apa tidak, yaitu (Tontowi, 2016:98):

- a. Sebelum menyusun kuesioner, teliti kembali apakah indikatornya sudah tepat (bukan dimensi) dan secara spesifik hanya mengukur variabel yang dimaksud dan tidak mengandung unsur-unsur pengukuran pada variabel lain. Hubungan antara indikator dengan variabel tidak boleh memiliki hubungan kausalitas, sebab indikator merupakan tanda-tanda spesifik mengenai adanya variabel. Jadi tidak boleh mempunyai hubungan pengaruh. Jika indikatornya tidak tepat, hasilnya bisa bias.
- b. Responden yang menjawab harus memiliki pemahaman dan relevansi yang kuat dengan konsep penelitian dan memiliki hubungan keterikatan manajerial yang intens dengan objek penelitian. Jika tidak,

hasilnya menjadi tidak akurat dan bisa mencerminkan keadaan yang tidak sebenarnya.

- c. Pernyataan-pernyataan dalam kuesioner harus konsisten mengandung persepsi yang sejalan (positif atau negatif) dengan persepsi yang dibangun oleh variabel. Jika tidak konsisten hasil analisis bisa bertolak belakang dengan keadaan yang sesungguhnya.
- d. Pernyataan-pernyataan dalam kuesioner harus netral tidak menggiring responden untuk memberikan dukungan atau jawaban tertentu, tidak menjelaskan adanya hubungan antar variabel, dan harus mengandung satu pengukuran spesifik dari sebuah variabel.

Untuk mengetahui tingkat validitas sebuah instrument penelitian yang relatif mudah adalah dengan menggunakan alat analisis *Korelasi Pearson*, instrumen dikatakan valid apabila jika nilai *Korelasi Pearson* antara item dengan total item di atas 0.30, maka mengindikasikan instrumen tersebut valid (Tontowi, 2016-103).

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menurut Sukendra (2020:64) adalah ketepatan atau keakuratan dari suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran. Instrumen yang reliabel atau dapat dipercaya atau handal, akan dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Untuk mengetahui reliabilitas sebuah instrumen penelitian yang relatif mudah adalah dengan menggunakan *Alpha Cronbach*, Instrumen

dikatakan reliabel apabila jika nilai koefisien *Alpha Cronbach* di atas 0.60, maka mengindikasikan instrumen tersebut reliabel (Tontowi, 2016:103).

3.8. Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah suatu metode yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Dengan melihat kerangka pemikiran teoritis, maka teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan mengolah data statistika menggunakan bantuan program SPSS 25. SPSS (*statistical product and service solution*) for windows menurut Nofrizal (2019:154) adalah sebuah program komputer yang digunakan untuk membuat analisis statistika.

Adapun pengujian yang dilakukan dalam SPSS 25 meliputi Uji Asumsi Klasik, Analisis Linear Berganda, dan Uji Hipotesis.

3.8.1 Uji Asumsi Klasik

Menurut Sunjoyo, dkk (2013:54) uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi berganda yang berbasis *Ordinary Least Square* (OLS). Uji Asumsi klasik merupakan syarat yang harus dilakukan sebelum pengujian hipotesis. Dilakukannya pengujian ini untuk dapat memberikan kepastian agar koefisien tidak bias serta konsisten dan memiliki ketepatan dalam estimasi. Uji asumsi klasik dilakukan untuk menunjukkan bahwa pengujian yang dilakukan telah lolos dari normalitas data, multikolinearitas, dan

heteroskedastisitas sehingga pengujian dapat dilakukan ke analisis regresi linear.

Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas.

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal atau grafik *Normal Probability Plot*. Dasar pengambilan keputusannya menurut Ghozali (2016:154) adalah:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik *Normal Probability Plot* menunjukkan pola berdistribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas,
- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik *Normal Probability Plot* tidak menunjukkan data berdistribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016:103) uji multikolinearitas adalah melihat adanya atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel bebas dari suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel bebasnya maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya terganggu. Jadi tidak boleh ada korelasi yang tinggi antar variabel bebas. Kriteria pengambilan keputusan adalah:

- a. Jika nilai *Tolerance* $> 0,1$ dan *VIF* < 10 , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut.
- b. Jika nilai *Tolerance* $< 0,1$ dan *VIF* > 10 , maka terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut.

3. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134) uji ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah apabila tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika *varians* berbeda disebut heteroskedastisitas. Langkah untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat salah satunya dengan Uji Glesjer. Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai signifikansi dengan taraf signifikansi sebesar

0,05. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi, maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas dan begitu juga sebaliknya.

3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2017:275) regresi berganda adalah sebagai berikut: Analisis regresi linear berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan tiga atau lebih variabel, yang terdiri dari satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas. Rumus matematikanya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y : Variabel terikat (Pendapatan Pelaku UMKM)
- a : konstanta
- X₁ : Variabel Perkembangan Ekonomi Digital
- X₂ : Variabel Inovasi Produk
- β₁ : Koefisien Regresi Variabel Perkembangan Ekonomi Digital
- β₂ : Koefisien Regresi Variabel Inovasi Produk
- e : error

3.8.3 Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2016:97) Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t digunakan untuk dapat mengetahui apakah variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat dengan memperhatikan tingkat signifikansi yaitu 0,05. Selain nilai signifikansi, uji t juga dapat dilihat dari perbandingan nilai t hitung masing-masing koefisien regresi dengan t tabel (nilai kritis) sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan. Ketentuan menilai hasil hipotesis uji t adalah digunakan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $df = n - k$.

Kriteria pengujian:

- a. $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikansi $< 0,05$. H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
- b. $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau signifikansi $> 0,05$. H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

2. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Sugiyono (2014:257) Uji F adalah pengujian dalam model secara bersama-sama terhadap koefisien regresi. Pengujian ini

dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi, dengan memperhatikan tingkat signifikan yaitu 0,05.

Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Namun, jika nilai signifikan $> 0,05$, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Selain itu, tingkat signifikansi pada penelitian ini sebesar 5% dengan derajat pembilang $df(1) = k-1$ dan derajat penyebut $df(2) = n-k$ dengan n jumlah responden dan k adalah jumlah variabel. Uji F bisa juga dilakukan dengan bantuan *software* SPSS dan dapat dilihat pada table ANOVA dalam kolom sig.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2016:95) koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang lebih kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti

variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R Square* (R^2) pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai analisis data yang diperoleh dari hasil penelitian. Data yang akan diolah diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada para responden, dimana dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan UMKM Pada Kafe di Tanjung Selor.

Untuk mencapai tujuan tersebut, pada bab ini dikemukakan hasil penelitian, pengujian hipotesis, dan pembahasan dari hasil-hasil yang diperoleh. Data yang disajikan dan dianalisis ini merupakan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada para responden yang pernah berkunjung di kafe-kafe Tanjung Selor. Dalam melakukan analisis data ini, peneliti menggunakan bantuan program SPSS 23. Seluruh hasil dari perhitungan komputer akan dilampirkan pada halaman lampiran.

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada kafe yang ada di Tanjung Selor Kabupaten Bulungan Provinsi Kalimantan Utara. Dewasa ini semakin banyak kafe-kafe yang menjamur di Kota Tanjung Selor, terbukti dalam beberapa tahun ini banyak kafe yang muncul dan terus berkembang. Perkembangan ini dimulai sejak Tahun 2016. Seiring berjalannya waktu ternyata dari tahun ke tahun usaha kafe-kafe pun semakin bertambah/menjamur di kota Tanjung Selor. Tidak sedikit dari kehadiran kafe tersebut telah membawa konsep yang berbeda untuk menarik minat

pengunjung, seperti desain pada interior kafe ataupun produk yang di tawarkan, entah itu dalam bentuk makanan atau minuman.

Gambar 4.1
Kafe-kafe di Tanjung Selor



Dalam penelitian ini peneliti mengambil data kafe di Tanjung Selor yang biasa dikunjungi oleh masyarakat. Di bawah ini merupakan data beberapa kafe yang berada di Tanjung Selor:

Tabel 4.1**Data Beberapa Kafe di Tanjung Selor**

No	Nama Kafe	Alamat
1.	Fakultas Senja	Jl. Duku, Tanjung Selor
2.	Ms. Coffe	Jl. Langsung, Tanjung Selor
3.	Janji Jiwa	Jl. Mangga, Tanjung Selor
4.	Suasana Hati	Jl. Durian, Tanjung Selor
5.	Bean Laden	Jl. Rambutan, Tanjung Selor
6.	Epic	Jl. Durian, Tanjung Selor
7.	Caffe Sudut	Jl. Kolonel Haji Soetadji, Tanjung Selor
8.	Renis	Jl. Pinus, Tanjung Selor
9.	Miah'Kitchen	Jl. Semangka, Tanjung Selor
10.	Saat Seduh	Jl. Langsung, Tanjung Selor
11.	Cendana café and Resto	Jl. Duku, Tanjung Selor
12.	Seruyuk	Jl. Lembasung, Tanjung Selor
13.	Dulur Lanang Café	Jl. Langsung, Tanjung Selor
14.	Urban	Jl. Pahlawan, Tanjung Selor
15.	Coffesomnia	Jl. Kolonel Soetadji, Tanjung Selor
16.	Roadhouse Cafe	Jl. Katamso, Tanjung Selor
17.	Synonim	Sabanar Lama, Tanjung Selor
18.	Nara Coffe	Jl. Sengkawit, Tanjung Selor
19.	Connor	Jl. Mangga, Tanjung Selor

20.	Akaila Boss	Jl. Cempedak, Tanjung Selor
21.	Paddock Coffe Labolong	Jl. Rambutan, Tanjung Selor
22.	Labolong Coffe	Jl. Soetoyo, Tanjung Selor
23.	Florist and Cafe	Jl. Agatish, Tanjung Selor
24.	Coffe Worry	Jl. Nangka, Tanjung Selor
25.	Pasolle Café and Karaoke	Jl. Katamso, Tanjung Selor
26.	D’Kafetaria Coffe	Jl. Semangka, Tanjung Selor
27.	Gala Cafe	Jl. Cendana, Tanjung Selor
28.	Night Cafe	Jl. Gapensi, Tanjung Selor
29.	The Brother Coffe	Jl. Jeruk, Tanjung Selor
30.	Kawa Itom	Jl. Rmania, Tanjung Selor
31.	Ruang Temu Coffe	Jl. Semangka, Tanjung Selor
32.	Trust Me	Jl. Kolonel Soetadji, Tanjung Selor
33.	Kitaro	Jl. Keruing, Tanjung Selor
34.	Titik Labuh	Jl. Kolonel Soetadji, Tanjung Selor
35.	Café Lupis Resort	Jl. Tanjung Rumbia, Tanjung Selor
36.	Sarabba79	Jl. Jeruk, Tanjung Selor
37.	Dapoer Cendana 2	Jl. Sengkawit, Tanjung Selor
38.	Classic97	Jl. Skip I, Tanjung Selor
39.	Leppakkomai Cafe	Jl. Langsung, Tanjung Selor
40.	Esmud Resto and Cafe	Jl. Sengkawit, Tanjung Selor
41.	Let Me Eat	Jl. Sengkawit, Tanjung Selor

42.	Gogi Yok	Jl. Sengkawit, Tanjung Selor
43.	Kattara Kopi	Jl. Jelarai Raya, Tanjung Selor
44.	Kopi Lain Hati	Jl. Jenderal Sudirman, Tanjung Selor
45.	Nayanika Coffe	Jl. Rambutan, Tanjung Selor
46.	Red Baret Coffe	Jl. Gelatik, Tanjung Selor
47.	Cieva	Jl. Jelarai Raya, Tanjung Selor
48.	Jhonsen Coffe	Jl. Pinus, Tanjung Selor
49.	Siklus	Jl. Cendrawasih, Tanjung Selor
50.	Café 174N Space	Jl. Jenderal Sudirman, Tanjung Selor
51.	Our Coffe	Jl. Mangga, Tanjung Selor
52.	Symposium	Jl. D.I. Panjaitan, Tanjung Selor
53.	Taka Kopitiam	Jl. Durian, Tanjung Selor
54.	Twenty Two Coffe	Jl. Tanjung Rumbia, Tanjung Selor
55.	Café and Resto Attar Family	Jl. Nuri, Tanjung Selor
56.	Arion Coffe	Jl. MT. Haryono, Tanjung Selor
57.	Last Coffe	Jl. Binjai, Tanjung Selor
58.	Warmound Coffe	Jl. Binjai, Tanjung Selor
59.	Kaems Coffe	Jl. Sengkawit, Tanjung Selor
60.	Trust Me Jelarai	Jl. Jelarai Raya, Tanjung Selor
61.	MR. GHO	Jl. Katamso, Tanjung Selor
62.	Titik Koma	Jl. Katamso, Tanjung Selor
63.	Shanthai 88	Jl. Kedondong, Tanjung Selor

64.	Nauka space	Jl. Meranti, Tanjung Selor
65.	D'meleks Coffe	Jl. Durian, Tanjung Selor
66.	Verge	Jl. Jeruk, Tanjung Selor
67.	Ngemil	Jl. Cempedak, Tanjung Selor
68.	Takoe	Jl. Duku, Tanjung Selor
69.	Satu Tujuan	Jl. Sudirman, Tanjung Selor
70.	Minimize Coffe	Jl. Durian, Tanjung Selor
71.	D'klasik Cafe	Jl. Semangka, Tanjung Selor
72.	Mantra Kolektiva	Jl. Lembasung, Tanjung Selor
73.	Warkop Silaq Simpang	Jl. Ulin, Tanjung Selor
74.	Kopi Lain Hati	Jl. Soedirman Tanjung Selor
75.	Shofiah Amaliah / Kopipipoy	Jl. Mt. Hariyono, Tanjung Selor
76.	Jefri Muhammad Noor / Warkop Magala	Jl. Langsung, Tanjung Selor
77.	Borneo Café	Jl. Durian, Tanjung Selor
78.	Grit Coffee	Jl. Durian, Tanjung Selor
79.	Ewako Kopinongkrong	Jl. Durian, Tanjung Selor
80.	Little Sweet Coffe & Donuts	Jl. Durian, Tanjung Selor

Sumber: Hasil Penelitian 2025

Berdasarkan data beberapa kafe yang berada di Kabupaten Bulungan tersebut, ternyata yang ramai/ yang sering di kunjungi oleh masyarakat hanya beberapa kafe saja. Dengan alasan produk yang diberikan oleh kafe tersebut sangat enak, varian produk yang menarik, tempat yang tenang dan nyaman, ramai, pelayanannya ramah, harga terjangkau, suasana adem,

fasilitas lengkap, tempat yang strategis dan estetik, view nya bagus untuk tempat berfoto, dan lain sebagainya. Waktu kunjungan yang dilakukan pelanggan pada kafe-kafe tersebut dalam seminggu ada yang sekali kunjungan, 2 kali, 2-3 kali, 3 kali, 4 kali, 5 kali, dan ada juga yang hampir setiap hari.

4.2 Karakteristik Responden

Jumlah responden yang dianalisis dalam penelitian ini berjumlah 30 responden. Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran instrumen penelitian yang berupa kuisioner hingga diperoleh karakteristik responden yang dibagi berdasarkan jenis kelamin, usia..

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok laki-laki dan perempuan. Hasil analisis data ini diperoleh presentase responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.2
Jenis kelamin

Keterangan	Jumlah	Persentase
Laki-laki	23	76.67%
Perempuan	7	23.33%
Total	30	100%

Sumber : Data diolah 2025

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden dibedakan menjadi dua kategori yaitu laki-laki dan perempuan. Pengumpulan data

yang dilakukan menghasilkan data responden laki-laki sebanyak 23 orang atau 76.67% dan perempuan sebanyak 7 orang atau 23.33%. Dengan demikian, responden terbanyak adalah laki-laki sebanyak 23 orang atau 76.67%.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia, terdiri atas tiga kelompok, yaitu kelompok < 25 tahun, 25-31 tahun dan > 40 tahun. Hasil analisis data ini diperoleh presentase responden berdasarkan usia sebagai berikut:

Tabel 4.3
Usia

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
≤ 25 tahun	7	23.33%
26–30 tahun	13	43.33%
31–40 tahun	8	26.67%
> 40 tahun	2	6.67%
Total	30	100%

Sumber : Data diolah 2025

Berdasarkan table 4.3 dapat diketahui bahwa responden dibedakan menjadi empat kategori yaitu 25 tahun, 26-30 tahun, 31-40 tahun dan > 40 tahun. Dari hasil analisis deskriptif di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah mereka dengan usia 26-30 tahun sebesar 13 responden atau 43.33%.

4.3 Uji Instrumen Penelitian

Menurut Purwanto (dalam Sukendra, 2020:1) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Kesalahan menggunakan alat ukur akan berakibat kesalahan dalam menilai atau menginterpretasi sebuah fakta empiris. Alat ukur dalam penelitian manajemen seringkali bersifat kontigensi, yaitu sangat tergantung dari fenomena sosial yang terus berubah dan situasi dan kondisinya relatif bisa berbeda-beda di setiap tempat penelitian.

Oleh karena itu, memilih alat ukur harus sesuai dengan variabel, Dimensi atau indikator, Lingkungan sosial penelitian dan harus memenuhi syarat-syarat kehandalan (*reliability*) dan keabsahan (*validity*). Jika penggunaan instrumen penelitian tidak sesuai, Tidak reliabel dan tidak valid, Maka hasil penelitian patut untuk diragukan akurasinya (Tontowi, 2016).

4.3.1 Uji Validitas

Validitas menurut Sukendra (2020:53) merupakan indeks yang menunjukkan bahwa alat ukur itu memberikan hasil yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran atau benar-benar mengukur apa yang hendak diukur. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, sehingga dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas menandakan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran validitas yang seharusnya. Sebelum digunakan instrumen penelitian harus memenuhi kriteria validitas logis dan validitas empiris.

Validitas logis dilakukan dengan cara memecah dan menyusun secara hati-hati, dari variabel menjadi dimensi-dimensi atau Indikator-indikator, kemudian secara hati-hati membuat butir-butir pertanyaan yang relevan. Validitas empiris dilakukan dengan cara mengujikan instrumen pada sasaran penelitian. Jika hasilnya sesuai yang diharapkan, berarti *valid*.

Instumen dikatakan valid apabila jika nilai korelasi Pearson antara item dengan total item diatas 0,30 maka mengindikasikan instumen tersebut valid (Tontowi, 2016).

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Instrumen

No	Variabel	Item pernyataan	Korelasi Person	Keterangan
1.	Perkembangan Ekonomi DIgital	X1.1	0.730	Valid
		X1.2	0.873	Valid
		X1.3	0.687	Valid
		X1.4	0.812	Valid
		X1.5	0.557	Valid
2.	<i>Inovasi Produk</i>	X2.1	0.776	Valid
		X2.2	0.771	Valid
		X2.3	0.844	Valid
3.	Pendapatan	Y.1	0.772	Valid
		Y.2	0.801	Valid
		Y.3	0.803	Valid
		Y.4	0.877	Valid

Sumber : Data Primer diolah melalui SPSS versi 23, 2025

Berdasarkan tabel 4.4 diatas yang merupakan hasil olah data melalui SPSS versi 23, bahwa seluruh instrumen dari semua variabel independen yaitu Perkembangan Ekonomi Digital (X1), Inovasi Produk (X2), dan

variable dependen Pendapatan (Y) pada kafe-kafe di Tanjung Selor di nyatakan valid, Karena nilai korelasi *pearson* diatas 0,3.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat kestabilan dan konsistensi dari responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang disusun dalam suatu bentuk angket. Hasil uji ini akan mencerminkan dapat atau tidaknya suatu instrument penelitian dipercaya, berdasarkan tingkat ketetapan dan kemantapan suatu alat ukur. Uji reliabilitas ini digunakan untuk mengungkapkan suatu data penelitian yang dapat dipercaya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dilapangan.

Uji reliabilitas ini menggunakan rumus Alpha Cronbach dengan menggunakan bantuan SPSS versi 23. Jika nilai yang dihasilkan adalah $> 0,6$ maka konsistensi instrument data dianggap reliabel atau diterima begitupun sebaliknya apabila nilai yang dihasilkan $< 0,6$ maka konsistensi dari instrument data dianggap tidak reliabel atau tidak diterima (Tontowi, 2016:103).

Adapun tingkat reliabilitas variabel Perkembangan Ekonomi Digital (X1), Inovasi Produk (X2), dan variabel Pendapatan (Y) pada kafe-kafe di Tanjung Selor, berdasarkan output SPSS versi 23 dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	Perkembangan Ekonomi Digital	0,746	Reliabel / diterima
2.	<i>Inovasi Produk</i>	0,666	Reliabel / diterima
3.	Pendapatan	0,826	Reliabel / diterima

Sumber : Data Primer diolah melalui SPSS versi 23,2025

Berdasarkan tabel 4.5 diatas hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai *Cronbach Alpha* yang di atas 0.6, sehingga dapat dikatakan bahwa semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel atau diterima selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

4.4 Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini diukur dengan instrumen kuesioner dengan pertanyaan tertutup menggunakan empat pilihan jawaban yaitu; Sangat Tidak Setuju (skor 1), Tidak Setuju (skor 2), Setuju (skor 3), dan Sangat Setuju (skor 4). Tujuan dari deskripsi variabel penelitian yang merupakan bagian dari analisis statistika deskriptif adalah untuk mengetahui distribusi frekuensi jawaban responden terhadap kuesioner yang dibagikan dan menggambarkan secara mendalam mengenai variabel Perkembangan Ekonomi Digital (X1), Inovasi Produk (X2), dan Pendapatan (Y) yang dianalisis dalam penelitian ini. Distribusi frekuensi tersebut diperoleh dari hasil tabulasi skor

jawaban responden. Adapun kriteria rata-rata penilaian responden pada tabel di bawah ini tabel 4.6 adalah sebagai berikut (Tontowi, 2016)

Tabel 4.6 Tabel Nilai dan Predikat

Nilai	Kualifikasi
3.26 – 4.00	Sangat Baik
2.51 – 3.25	Baik
1.76 – 2.50	Cukup
1.00 – 1.75	Kurang

Sumber : (Tontowi, 2016)

4.4.1 Deskripsi Variabel Perkembangan Ekonomi Digital (X1)

Pada variabel Perkembangan Ekonomi Digital (X1) terdiri 5 indikator yaitu Pengetahuan (X1.1), Digitalisasi (X1.2), Kerja Sama Internet (X1.3), dan Konvergensi (X1.4) Globalisasi (X1.5). Hasil distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel ini disajikan sebagaimana Tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7**Jawaban Responden mengenai Perkembangan Ekonomi Digital (X1)**

No	Pernyataan Perkembangan Ekonomi Digital (X1)	Skor	Tanggapan Responden				Jumlah	Rata Rata
			SS	S	TS	STS		
1.	X1.1	Jumlah	22	8	-	-	30	3.73
		%	0,73	0,26	-	-	120	
2.	X1.2	Jumlah	18	12	-	-	30	3.60
		%	0,60	0,40	-	-	120	
3.	X1.3	Jumlah	22	8	-	-	30	3.73
		%	0,73	0,26	-	-	120	
4.	X1.4	Jumlah	23	7	-	-	30	3.76
		%	0,76	0,23	-	-	120	
5.	X1.5	Jumlah	8	16	6	-	30	3.06
		%	0,26	0,53	0,20	-	120	
Skor Rata Rata								3.58

Sumber: Data diolah, 2025 (lampiran 3)

Dari tabel di atas dapat diketahui indikator pertama tentang Pengetahuan (X1.1), didominasi oleh jawaban Sangat Setuju dengan jumlah 22 responden atau 0,73%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon Sangat Setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 3.73 dan dikatakan variabel (X1.1) ini Sangat Baik.

Pada indikator kedua tentang Digitalisasi (X1.2), didominasi oleh jawaban sangat setuju dengan jumlah 18 responden atau 60.0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon 3.60 dan dikatakan variabel (X1.2) ini Baik.

Pada indikator ketiga tentang Kerja Sama Internet (X1.3), didominasi oleh jawaban sangat setuju dengan jumlah 22 responden atau 73.33%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan

respon sangat setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 3.73 dan dikatakan variabel (X1.3) ini Baik.

Pada indikator keempat tentang Konvergensi (X1.4), didominasi oleh jawaban sangat setuju dengan jumlah 23 responden atau 3.76%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 3.76 dan dikatakan variabel (X1.4) ini Baik.

Pada indikator kelima tentang Globalisasi (X1.5), didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 16 responden atau 53.33%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon Setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 3.06 dan dikatakan variabel (X1.5) Baik.

Dari hasil jawaban secara keseluruhan pada Perkembangan Ekonomi Digital rata – rata jawaban responden pada lima indikator berkisar antara 3.06 hingga 3.73 dengan rata-rata secara keseluruhan 3.58. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden mengenai Perkembangan melalui Ekonomi Digital pada kafe-kafe di Tanjung Selor pada kriteria baik.

4.4.2 Deskripsi Variabel Inovasi Produk (X2)

Pada variabel Inovasi Produk (X2) terdiri 3 indikator yaitu Kembangkan Desain Yang Menarik (X2.1), Kembangkan Kualitas Produk Yang Baik (X2.2), Pengembangan Teknologi Produk (X2.3). Hasil distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel ini disajikan sebagaimana Tabel 4.10 berikut.

Tabel 4.8
Jawaban Responden mengenai Inovasi Produk (X2)

No	Inovasi Produk (X2)	Skor	Tanggapan Responden				Jumlah	Rata Rata
			SS	S	TS	STS		
1.	X2.1	Jumlah	20	10	-	-	30	3.66
		%	66,67	33,33	-	-	120	
2.	X2.2	Jumlah	25	5	-	-	30	3.83
		%	83,33	16,67	-	-	120	
3.	X2.3	Jumlah	14	11	5	-	30	3.30
		%	46,67	36,67	0.16	-	120	
Skor Rata Rata								3.60

Sumber: Data diolah, 2025 (lampiran 3)

Dari tabel di atas dapat diketahui indikator pertama tentang Desain Yang Menarik (X2.1), didominasi oleh jawaban sangat setuju dengan jumlah 20 responden atau 66,67%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon Sangat Setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 3.66 dan dikatakan variabel (X2.1) ini Baik.

Pada indikator kedua tentang Kembangkan Kualitas Produk Yang Baik (X2.2), didominasi oleh jawaban sangat setuju dengan jumlah 25 responden atau 83.33%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 3.83 dan dikatakan variabel (X2.2) ini Baik.

Pada indikator ketiga tentang Pengembangan Teknologi Produk (X2.3), didominasi oleh jawaban sangat setuju dengan jumlah 14 responden atau 46.67%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 3.30 dan dikatakan variabel (X2.3) ini Baik.

Dari hasil jawaban secara keseluruhan pada variabel Inovasi Produk rata-rata jawaban responden pada Tiga indikator berkisar antara 3.30 hingga 3.66 dengan rata-rata secara keseluruhan 3.60. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden mengenai promosi melalui Inovasi Produk pada kafe di Tanjung Selor pada kriteria Baik.

4.4.3 Deskripsi Variabel Pendapatan (Y)

Pada variabel Pendapatan (Y) terdiri 4 indikator yaitu Penghasilan Yang Diterima Perbulan (Y.1), Penghasilan Yang Diterima Perbulan (Y.2), Pekerjaan (Y.3), dan Beban Keluarga Yang Ditanggung (Y.4). Hasil distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel ini disajikan sebagaimana Tabel 4.11 berikut.

Tabel 4.9
Jawaban Responden mengenai Pendapatan (Y)

No	Pendapatan (Y)	Skor	Tanggapan Responden				Jumlah	Rata Rata
			SS	S	TS	STS		
1.	Y1	Jumlah	16	14	-	-	30	3.53
		%	53,33	46,67	-	-	120	
2.	Y2	Jumlah	7	17	6	-	30	3.03
		%	23,33	56,67	0,2	-	120	
3.	Y3	Jumlah	14	15	1	-	30	3.43
		%	46,67	50,00	0,03	-	120	
4	Y4	Jumlah	9	18	3	-	30	3.20
		%	30,00	60,00	0,1	-	120	
Skor Rata Rata								3.33

Sumber: Data diolah, 2025 (lampiran 3)

Pada tabel di atas kita dapat ketahui indikator pertama tentang Penghasilan Yang Diterima Perbulan (Y.1), didominasi oleh jawaban sangat setuju dengan jumlah 16 responden atau 53.33 %. Hal ini menunjukkan

bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 3.53 dan dikatakan variabel (Y.1) ini Baik.

Pada indikator kedua tentang Penghasilan Yang Diterima Perbulan (Y.2), didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 17 responden atau 56.67%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 3.03 dan dikatakan variabel (Y.2) ini Baik.

Pada indikator ketiga tentang Pekerjaan (Y.3), didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 15 responden atau 50.0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 3.43 dan dikatakan variabel (Y.3) ini Baik.

Pada indikator keempat tentang Beban Keluarga Yang Ditanggung (Y.4), didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 18 responden atau 60.0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 3.20 dan dikatakan variabel (Y.4) ini Baik.

Dari hasil jawaban secara keseluruhan pada variabel Pendapatan (Y) rata-rata jawaban responden pada empat indikator berkisar antara 3.20 hingga 3.53 dengan rata-rata secara keseluruhan 3.33. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden mengenai Pendapatan pada kafe di Tanjung Selor pada kriteria yang Baik.

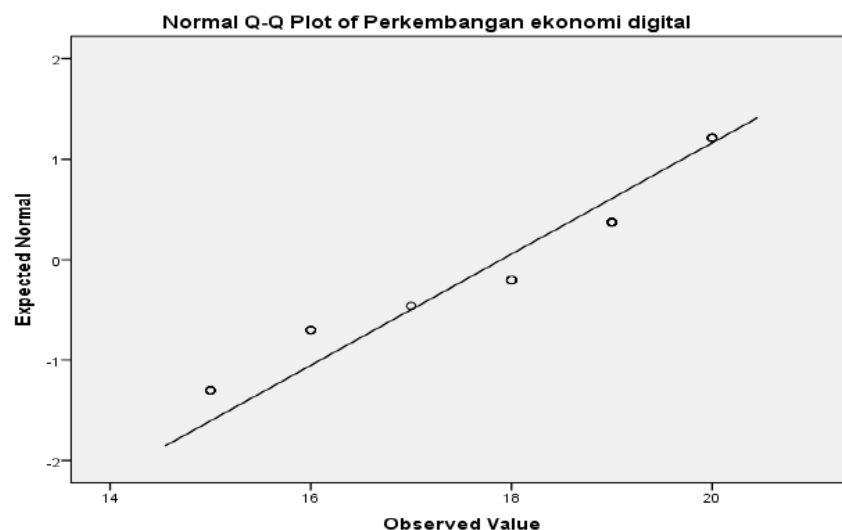
4.5. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan Analisis data untuk mencari pengaruh antara variabel yang dipakai untuk penelitian dilakukan uji Asumsi Klasik yaitu uji Normalitas, uji Multikolinieritas, dan uji Heteroskedastisitas. Pelaksanaan uji Asumsi Klasik dilakukan dengan SPSS.

4.5.1 Uji Normalitas

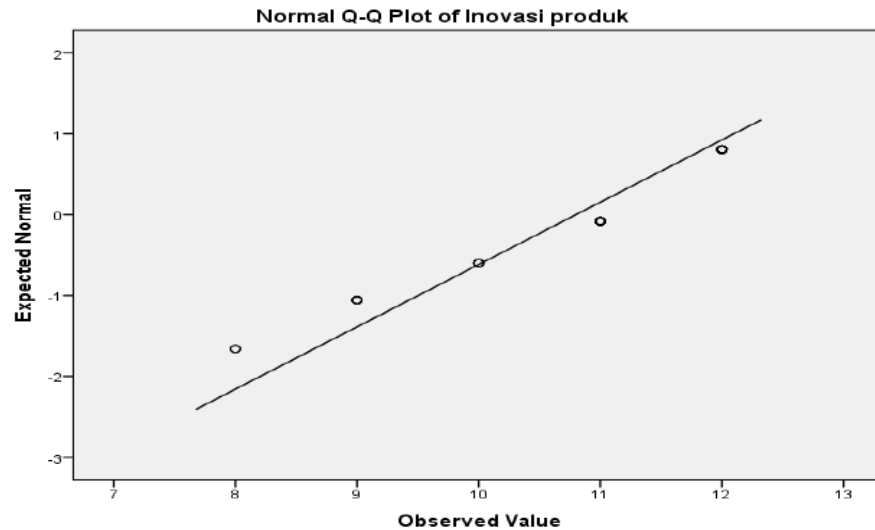
Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui data variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, metode yang digunakan yaitu Normal P-P Plot. Ketentuannya adalah jika titik-titik masih berada disekitar garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa residual menyebar normal.

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas Variabel Perkembangan Ekonomi Digital (X1)



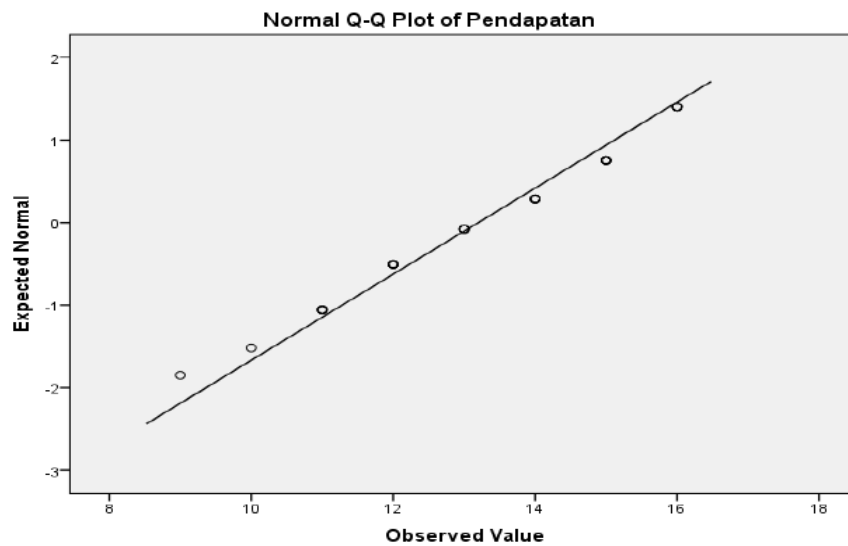
Sumber : Data Primer diolah melalui SPSS versi 23, 2025

Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas Variabel Inovasi Produk (X2)



Sumber : Data Primer diolah melalui SPSS versi 23, 2025

Gambar 4.4
Hasil Uji Normalitas Variabel Pendapatan (Y)



Sumber : Data Primer diolah melalui SPSS versi 23, 2025

Dari grafik P-P plot diatas terlihat bahwa sebaran data memusat pada titik rata-rata dan medium atau nilai P-P terletak digaris diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memiliki penyebaran

dan terdistribusi normal. Dengan normalnya data penelitian ini maka penelitian ini dapat diteruskan.

4.5.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2016:103) uji multikolinieritas adalah melihat adanya atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel bebas dari suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel bebasnya maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya terganggu. Jadi tidak boleh ada korelasi yang tinggi antar variabel bebas. Kriteria Pendapatan adalah:

- a. Jika nilai *Tolerance* $> 0,1$ dan *VIF* < 10 , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut
- b. Jika nilai *Tolerance* $< 0,1$ dan *VIF* > 10 , maka terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut. Berikut hasil uji Multikolinieritas:

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		<i>Tolerance</i>	VIF
1	(Constant)		
	PED	0,849	1,178
	IPDK	0,849	1,178

Sumber : Data Primer diolah, 2025

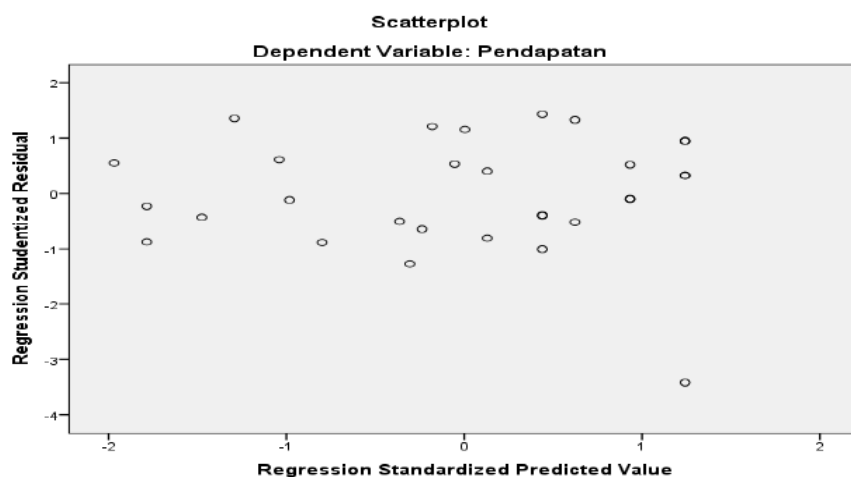
Berdasarkan tabel 4.11 diatas, diketahui bahwa nilai *Tolerance* semua variable independent yaitu Perkembangan Ekonomi Digital (X1) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,849 dan VIF 1,178, Inovasi Produk (X2) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,849 dan VIF 1,178. Maka dapat disimpulkan bahwa

tidak terjadi Multikolonearitas dalam model ini karena seluruh nilai *Tolerance* > 0,1 dan atau nilai VIF < 10.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134) uji ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah apabila tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika *varians* berbeda disebut heteroskedastisitas. Langkah untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat salah satunya dengan Uji *Glesjer*. Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai signifikansi dengan taraf signifikansi sebesar 0,05. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi, maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas dan begitu juga sebaliknya. Berikut hasil uji heteroskedastisitas:

Gambar 4.5
Uji Heterokedastisitas



Sumber : Data Primer diolah melalui SPSS versi 23, 2025

Jika di lihat pada Gambar 4.5 grafik *Scatterplot* dapat terlihat bahwa hasil grafik *Scatterplot* menunjukkan data tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Data tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat heterokedastisitas. Dan dalam menegaskan untuk hasil uji heterokedastisitas diatas maka peneliti melakukan uji *Glesjer* dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Uji *Glesjer*

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.420	2.108		
	PED	-.028	.114	-.050	.808
	IPDK	.200	.159	.255	.220

Sumber : Data Primer diolah 2025

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai sig pada semua variabel independent tidak sama, dimana nilai sig Perkembangan Ekonomi Digital (X1) sebesar 0,808 dan nilai sig variabel Inovasi Produk (X2) sebesar 0,220 Maka dapat kita simpulkan bahwa nilai-nilai yang di peroleh seluruh variabel telah memenuhi syarat statistik bahwa nilai signifikan dalam uji ini harus diatas 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengandung adanya heterokedastisitas.

4.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah salah satu bentuk analisis regresi linear dimana variabel bebasnya lebih dari satu. Adapun tujuan dari analisis regresi linear berganda ini adalah mengetahui seberapa besar pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel tidak bebas dan juga dapat meramalkan nilai variabel tidak bebas apabila seluruh variabel bebas sudah diketahui nilainya. Berikut hasil yang diperoleh dari proses penghitungan tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,008	3,452		,582	,566
	PED	,319	,187	,300	1,704	,100
	IPDK	,508	,261	,343	1,948	,062

Sumber : Data Primer diolah 2025

Berdasarkan pada tabel diatas, hasil perolehan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 3,574 + 0,362 X_1 + 0,373 X_2 + e$$

Dari data diatas dapat dijelaskan bahwa:

- Konstanta a dari persamaan regresi linear adalah sebesar 2,008, yang berarti apabila variabel Perkembangan Ekonomi Digital (X1) dan Inovasi

Produk (X2) berada pada nilai nol (0), maka Pendapatan pelaku UMKM (Y) diperkirakan sebesar 2,008 satuan.

- b. Nilai koefisien regresi dari variabel Perkembangan Ekonomi Digital (X1) adalah sebesar 0,319, yang menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan maka pada Perkembangan Ekonomi Digital, maka pendapatan UMKM akan mengalami kenaikan sebesar 0,319 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- c. Nilai koefisien regresi dari variabel Inovasi Produk (X2) adalah sebesar 0,508, yang berarti apabila Inovasi Produk mengalami peningkatan satuan, maka akan terjadi kenaikan pendapatan UMKM sebesar 0,508, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

4.7 Hasil Uji Hipotesis

4.7.1 Uji Parsial (Uji T)

Menurut Ghozali (2016:97) Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t digunakan untuk dapat mengetahui apakah variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat dengan memperhatikan tingkat signifikansi yaitu 0,05. Selain nilai signifikansi, uji t juga dapat dilihat dari perbandingan nilai t hitung masing-masing koefisien regresi dengan t tabel (nilai kritis) sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan. Ketentuan menilai hasil hipotesis uji t adalah digunakan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $df = n - k$.

Kriteria pengujian:

- a. $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikansi $< 0,05$. H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
- b. $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau signifikansi $> 0,05$. H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

Hasil uji t dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.13
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,008	3,452		,582	,566
	PED	,319	,187	,300	1,704	,100
	IPDK	,508	,261	,343	1,948	,062

Sumber : Data Primer diolah, 2025

Hasil uji t dari tabel 4.13 diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Uji Hipotesis Perkembangan Ekonomi Digital (X1)

Berdasarkan output regresi, nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Perkembangan Ekonomi Digital terhadap Pendapatan UMKM adalah 0,100, lebih besar dari 0,05. Nilai t hitung sebesar 1,704, sedangkan t tabel pada $\alpha = 0,05$ dan $df = 27$ adalah 2.052. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1.704 < 2.052$), Maka dapat disimpulkan bahwa Perkembangan Ekonomi Digital berpengaruh positif tetapi tidak signifikan secara parsial terhadap Pendapatan UMKM.

2. Uji Hipotesis Inovasi Produk (X2)

Nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Inovasi Produk adalah sebesar 0,062, yang juga lebih besar dari 0,05. Nilai t hitung sebesar 1,948, masih di bawah t tabel sebesar 2,052. Karena $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ ($1.948 < 2.052$), maka dapat disimpulkan bahwa Inovasi Produk juga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan secara parsial terhadap Pendapatan UMKM.

4.7.2 Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk menguji secara bersama-sama ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dengan menggunakan uji F. Pedoman yang digunakan apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka tidak ada pengaruh signifikan atau H_0 diterima dan H_a ditolak dan apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka ada pengaruh signifikan atau H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil menunjukkan sebagai berikut :

Tabel 4.14
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30,761	2	15,381	5.461	0.010 ^b
	Residual	76,039	27	2,816		
	Total	106,800	29			

a. Dependent Variable: Pendapatan

b. Predictors: (Constant), PED, IPDK

Sumber : Data Primer diolah, 2025

Pada tabel 4.14 yang merupakan tabel Anova diatas, diperoleh nilai probabilitas (Sig) sebesar 0.010^b. Karena nilai Sig < 0,05 (0.010^b < 0,05), maka keputusannya adalah Ho ditolak dan Ha diterima. Kesimpulannya signifikan artinya bahwa Perkembangan Ekonomi Digital dan Inovasi Produk secara bersama-sama atau simultan berpengaruh Signifikan terhadap Pendapatan.

Adapun cara lain untuk melihat uji F ini dapat dilihat dengan membandingkan antara F hitung dengan F tabel, dari output tersebut kita telah mengetahui nilai F hitung yaitu 5.461, selanjutnya mencari nilai F tabel dengan melihat distribusi F tabel pada signifikansi 5% atau 0,05 dengan rumus : $k; n-k$ dimana k adalah jumlah variabel independen yaitu, 2 (Perkembangan Ekonomi Digital dan Inovasi Produk) sedangkan n adalah jumlah keseluruhan responden yaitu 30 orang. Maka nilai sesuai rumus adalah 2; 30-2 sehingga didapatkan nilai 3.35. Selanjutnya membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Yaitu dapat disimpulkan bahwa F hitung > F tabel (5.461 > 3.35), Yang artinya Perkembangan Ekonomi Digital dan Inovasi Produk secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Pendapatan.

4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk menentukan proporsi atau presentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Yaitu dengan analisis yang digunakan adalah regresi berganda, maka yang digunakan adalah *Adjusted R Square*. Hasil perhitungan *Adjusted R*

dapat dilihat pada *output Model Summary*. Pada kolom *Adjusted R²* dapat diketahui berapa presentase yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) :

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.537 ^a	.288	.235	1,678

a. Predictors: (Constant), PED ,IPDK

Sumber : Data Primer diolah 2025

Berdasarkan pada Tabel 4.15 dapat dilihat hasil analisis regresi linear berganda yang menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,235 atau 28,8%. Artinya, variabel Perkembangan Ekonomi Digital (X1) dan Inovasi Produk (X2) secara simultan dapat menjelaskan perubahan variabel Pendapatan pelaku UMKM (Y) sebesar 28,8%.

Sementara itu, sisanya sebesar 71,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, seperti akses permodalan, kualitas sumber daya manusia (SDM), strategi promosi, hingga dukungan infrastruktur dalam usaha. Nilai R Square ini termasuk dalam kategori cukup rendah, namun masih dapat diterima, khususnya dalam konteks penelitian sosial, Ekonomi yang memang umumnya dipengaruhi oleh banyak faktor eksternal lainnya (Sugiyono, 2017; Ghozali, 2018).

4.8 Pembahasan

Dalam rangka pembahasan memberikan informasi mengenai Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital (X1) dan Inovasi Produk (X2) terhadap Pendapatan (Y), Maka peneliti telah melaksanakan penelitian tersebut melalui 30 responden. Dalam penelitian tersebut dilaksanakan Peneliti untuk menjawab permasalahan dengan judul “Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Pada Kafe di Tanjung Selor”. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dan data yang telah diolah oleh peneliti menggunakan bantuan program SPSS versi 23. Hasil yang diperoleh sebagai berikut:

4.8.1 Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Secara Parsial Terhadap Pendapatan

Dari hasil analisis deskriptif, diketahui bahwa nilai rata-rata tertinggi pada variabel Perkembangan Ekonomi Digital (X1) terdapat pada indikator Konvergensi (X1.4), yaitu “Dengan memanfaatkan platform digital dapat membantu saya menginformasikan kepada konsumen terkait dengan harga promo ataupun diskon dan sejenisnya”, dengan skor rata-rata 3,76. Sebanyak 76,67% responden menyatakan Sangat Setuju terhadap pernyataan ini.

Sementara itu, indikator dengan rata-rata terendah adalah Globalisasi (X1.5), yaitu “Produk saya bisa dibeli oleh pelanggan dari berbagai daerah”, dengan skor rata-rata 3,06. Ini menandakan bahwa meskipun pelaku

UMKM sudah mulai masuk ke ekosistem digital, dengan daya jangkau pasar mereka secara nasional masih terbatas.

Secara keseluruhan, nilai rata-rata variabel X1 sebesar 3,58, yang menunjukkan bahwa pemanfaatan ekonomi digital oleh pelaku UMKM di kota Tanjung Selor, Kabupaten Bulungan termasuk dalam kategori baik. Responden terlihat cukup familiar dengan aspek transaksi digital (Digitization), QRIS dan mobile banking (Internetworking), serta media sosial sebagai alat promosi (Convergence). Namun jika yang saya perhatikan bahwa dari sisi pemahaman strategis (Knowledge) dan ekspansi pasar (Globalization), pemanfaatannya masih dalam tahap yang awal.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda parsial (uji t), diperoleh nilai koefisien B sebesar 0,319 untuk variabel Perkembangan Ekonomi Digital, dengan nilai t hitung sebesar 1,704 dan nilai signifikansi sebesar 0,100. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, maka secara statistik variabel ini tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pendapatan UMKM kafe di Tanjung Selor.

Namun dengan demikian, nilai koefisien regresi yang positif (0,319) menunjukkan bahwa arah hubungan tetap sejalan secara praktis. Artinya, semakin tinggi tingkat pemanfaatan ekonomi digital, maka pendapatan UMKM juga cenderung ikut meningkat, walaupun belum signifikan secara statistik.

Hasil observasi penelitian ini sejalan dan memperkuat dari temuan dari Nurul Amalia Sari (2019), Nursyakilah Syikin (2020), Tambunan (2019) yang

menyatakan bahwa Perkembangan Ekonomi Digital memiliki pengaruh yang positif terhadap Pendapatan.

Dengan demikian, meskipun secara statistik belum signifikan, ekonomi digital tetap menjadi instrumen penting yang ke depannya dapat mendorong peningkatan pendapatan UMKM. Untuk itu, perlu ada pendampingan dan pelatihan lanjutan agar digitalisasi benar-benar mampu menyentuh inti usaha dan membawa dampak ekonomi yang lebih besar bagi pelaku UMKM kafe di Tanjung Selor.

4.8.2 Pengaruh Inovasi Produk Secara Parsial terhadap Pendapatan

Dari hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa nilai rata-rata tertinggi pada variabel Inovasi Produk adalah indikator "Kembangkan Kualitas Produk yang Baik" (X2.2), yaitu "Saya selalu berupaya untuk mengembangkan produk yang dijual agar lebih berkualitas dan banyak pilihan". Rata-rata skor indikator ini mencapai 3,83, dan sebanyak 83,33% responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut.

Sementara itu, untuk variabel Pendapatan, indikator tertinggi adalah Y.4 Beban Keluarga yang Ditanggung, dengan 60,0% responden menyatakan sangat setuju. Ini menunjukkan bahwa pengaruh ekonomi terhadap kebutuhan rumah tangga masih menjadi perhatian utama bagi pelaku UMKM.

Rata-rata skor keseluruhan variabel Inovasi Produk (X2) adalah 3,60, yang berada pada kategori Baik. Hal ini memperlihatkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM kafe di Tanjung Selor sudah mulai menerapkan bentuk Inovasi, baik dari segi desain, kualitas, maupun tren produk.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diketahui bahwa Inovasi Produk memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.508. Artinya, setiap peningkatan satu satuan dalam Inovasi Produk akan diikuti dengan peningkatan Pendapatan pelaku UMKM kafe sebesar 0.508 satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap tetap. Koefisien yang positif ini menunjukkan hubungan searah dan linear, yaitu semakin tinggi inovasi, semakin besar pula potensi peningkatan pendapatan.

Meskipun demikian, hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 1.948 dengan nilai signifikansi 0,062 ($> 0,05$). Maka, secara statistik, Inovasi Produk belum berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Pendapatan UMKM kafe. Namun demikian, arah hubungan tetap positif, dan secara praktis tetap memberikan dampak yang mendukung peningkatan penghasilan.

Hasil ini sejalan dan juga memperkuat temuan dari Kotler dan Keller (2016), Tambunan (2019), Utami & Haryono (2020), Sitinjak & Sahir (2025), Gregorius Widiyanto & Satrianto (2021), Putra dkk. (2017), Euis Rosidah et al. (2023,) serta yang menyatakan bahwa Inovasi Produk memberi pengaruh positif terhadap Pendapatan UMKM, khususnya di sektor kafe dan makanan.

Berdasarkan observasi awal peneliti di lapangan, pelaku UMKM kafe di Tanjung Selor sebagian besar telah melakukan inovasi seperti menciptakan menu baru, mempercantik penyajian, dan menggunakan kemasan menarik. Pengamatan menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh

terhadap pendapatan, terutama bagi kafe yang secara konsisten menyegarkan menu dan menyesuaikan dengan tren pasar.

Secara umum, Inovasi Produk sudah mulai diterapkan oleh pelaku UMKM di sektor kafe di Tanjung Selor, dan menunjukkan pengaruh positif terhadap peningkatan Pendapatan. Meskipun pengaruhnya belum maksimal, karena masih ada tantangan seperti terbatasnya modal dan minimnya ide promosi, inovasi tetap menjadi elemen penting dalam pengembangan usaha dan peningkatan kesejahteraan pelaku UMKM.

4.8.3 Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital dan Inovasi Produk secara Simultan terhadap Pendapatan UMKM

Dari hasil uji statistik (Uji F), diperoleh nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,010. Karena nilai $\text{Sig} < 0,05$ ($0,010 < 0,05$), maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya signifikan, artinya bahwa Perkembangan Ekonomi Digital dan Inovasi Produk secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan.

Adapun cara lain untuk melihat uji F ini dapat dilihat dengan membandingkan antara F hitung dengan F tabel, dari output tersebut kita telah mengetahui nilai F hitung yaitu 5,461, selanjutnya mencari nilai F tabel dengan melihat distribusi F tabel pada signifikansi 5% atau 0,05 dengan rumus: $k; n-k$, di mana k adalah jumlah variabel independen yaitu 2 (Perkembangan Ekonomi Digital dan Inovasi Produk) sedangkan n adalah jumlah keseluruhan responden yaitu 30 orang.

Maka nilai sesuai rumus adalah $2; 30-2$, sehingga didapatkan nilai 3,35. Selanjutnya membandingkan nilai F hitung dengan F tabel, yaitu dapat disimpulkan bahwa $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ ($5,461 > 3,35$), yang artinya Perkembangan Ekonomi Digital dan Inovasi Produk secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Pendapatan.

4.8.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil analisis variabel independen terhadap variabel dependen menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,235. Artinya, pendapatan UMKM kafe dapat dijelaskan oleh variabel Perkembangan Ekonomi Digital dan Inovasi Produk sebesar 23,5%.

Sedangkan sisanya yaitu sebesar 76,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini, seperti faktor lokasi usaha, strategi promosi, harga bahan baku, maupun kondisi persaingan usaha.

Nilai ini memang belum terlalu besar, tetapi termasuk dalam kategori cukup baik, terutama untuk penelitian bidang Sosial Ekonomi, di mana banyak faktor eksternal yang sulit dikontrol namun sangat berpengaruh pada Pendapatan pelaku UMKM (Sugiyono, 2017; Ghozali, 2018).

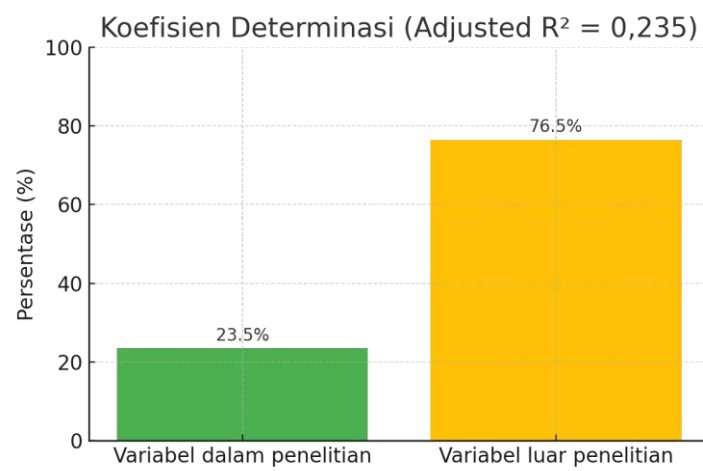
Adjusted R Square lebih layak digunakan karena penelitian ini melibatkan lebih dari satu variabel bebas dan jumlah responden terbatas (30 UMKM kafe di Tanjung Selor).

Dengan demikian, meskipun kontribusi variabel X_1 dan X_2 terhadap Y belum dominan, tetap menunjukkan bahwa arah hubungan secara

simultan sudah terbentuk, dan ini menjadi dasar kuat bagi pengembangan strategi digitalisasi dan inovasi produk ke depan.

Berikut pada tabel 4.

Gambar 4.6
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)



Gambar 4.1 Diagram Koefisien Determinasi Pendapatan UMKM (2025)

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital dan Inovasi Produk terhadap Pendapatan UMKM pada Kafe di Tanjung Selor, Responden pada penelitian ini berjumlah 30 pelaku UMKM, Kemudian telah di analisa, maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Perkembangan Ekonomi Digital (X1) secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Pendapatan UMKM di kota Tanjung Selor, namun belum signifikan secara statistik. Hal ini dapat disebabkan oleh adopsi teknologi yang belum merata, rendahnya Literasi Digital pelaku UMKM, serta keterbatasan Infrastruktur dan Pendampingan. Selain itu, pengaruh variabel lain seperti Inovasi Produk juga cenderung lebih dominan dalam model ini.
2. Inovasi Produk (X2) juga berpengaruh positif namun tidak signifikan secara parsial terhadap Pendapatan UMKM. Khususnya di kota Tanjung Selor, meskipun tidak signifikan secara statistik. Hal ini terjadi karena Inovasi yang diterapkan masih bersifat dasar dan belum sepenuhnya menyesuaikan dengan kebutuhan pasar. Selain itu, keterbatasan modal, minimnya riset pasar, dan kurangnya pembaruan Produk secara berkelanjutan membuat dampaknya terhadap pendapatan belum terlalu kuat secara statistik.

3. Secara simultan, Perkembangan Ekonomi Digital dan Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan UMKM kafe. Ini menunjukkan bahwa ketika kedua faktor ini digabungkan, dampaknya terhadap pendapatan UMKM menjadi lebih kuat dan berarti secara statistik.

5.2 Saran

1. Bagi Akademisi

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, diharapkan penelitian ini selanjutnya untuk melakukan riset dengan lebih memperdalam lagi pada tiap variabel penelitian, terutama bagian indikator pada variabel. Selain itu, diharapkan untuk penelitian selanjutnya menggunakan sampel yang lebih banyak dari penelitian ini, sehingga data yang dihasilkan akan lebih baik lagi.

2. Bagi Pelaku UMKM Kafe

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, terkait Inovasi Produk meskipun dalam penelitian ini pengaruh positif namun tidak signifikan secara parsial terhadap Pendapatan UMKM. Namun penting juga untuk terus melakukan inovasi produk secara berkala agar tetap relevan dengan tren dan selera pasar, misalnya dengan menciptakan menu khas atau konsep unik yang membedakan dengan usaha sejenis.

3. Bagi Universitas

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, diharapkan teruntuk mata kuliah yang berhubungan dengan UMKM supaya lebih memperdalam lagi materi mengenai cara memanfaatkan Teknologi Digitalisasi dan Inovasi Produk agar bisa mendorong lebih banyak mahasiswa untuk meneliti topik-topik

UMKM dalam era Digitalisasi di daerah, karena sektor ini sangat relevan dengan pembangunan ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- N. A. Sari. 2021. "Pengaruh perkembangan ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM di Kota Makassar," *Dinamika: Jurnal STIES TEKOM*, vol. 3, no. 1, pp. 45–53.
- N. Syikin. 2020. "Pengaruh perkembangan ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) kuliner di Kecamatan Rappocini," [Online]. Available: <https://repository.unibos.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/5441/2020%20NURSYAKILAH%20SYIKIN%204516011005.pdf>
- R. Setiawan and A. Fitria. 2022. "Digitalisasi dan transformasi UMKM di Kota Parepare," *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Daerah*, vol. 14, no. 2, pp. 89–104, [Online]. Available: <https://id.scribd.com/document/865016257/Digitalisasi-dan-Transformasi-UMKM>
- Husnurrosyidah. 2019. "E-Marketplace UMKM menghadapi revolusi industri 4.0 dalam perspektif Islam," *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, vol. 7, no. 2, pp. 224–239, [Online]. Available: <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i2.6571>
- R. L. Hasanah, D. N. Kholifah, and D. P. Alamsyah. n.d. "Pengaruh modal, tingkat pendidikan dan teknologi terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Purbalingga," *Jurnal Kinerja*, vol. 17, no. 2, pp. 2020–2305, [Online]. Available: <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>
- Kemenkop UKM. 2024. "Laporan capaian kinerja triwulan III tahun 2024 Deputi Bidang Koordinasi Ekonomi Digital, Ketenagakerjaan, dan UMKM," [Online]. Available : https://kinerja.ekon.go.id/perencanaan/download/narasi_kinerja_tw3-1660-2024-hiZfu.pdf
- B. Arianto. 2024. "Strategi pengembangan UMKM berbasis digital," [Online]. Available: https://www.academia.edu/126255820/Strategi_Pengembangan_UMKM_Berbasis_Digita
- I. Ammar and D. Satria. 2023. "Digitalisasi sektor UMKM dan dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia," *Journal of Development Economic and Social Studies*, vol. 2, no. 4, pp. 1–15, [Online]. Available: <https://doi.org/10.21776/jdess.2023.02.4.01>
- D. S. Najah, R. N. Hidayat, M. Ikaningtyas, M. R. N. Z. Ryan, and S. Indira. 2024. "Peran teknologi dalam transformasi ekonomi dan bisnis di era

- digital,” *Jurnal Ilmiah Research Student*, vol. 1, no. 5, [Online]. Available: <https://doi.org/10.61722/jirs.v1i5.1174>
- D. Putriana. 2022. “Penanggulangan kemiskinan melalui strategi pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Cilegon,” *Jurnal Niara*, vol. 16, no. 3, pp. 45–52, [Online]. Available: <https://pdfs.semanticscholar.org/8986/f0ec6a64fbf5d73cb954c9949c94431ac2a5.pdf>
- N. Nurlinda and V. Fathimah. 2019. “DeterminAN adopsi e-commerce dan dampaknya pada kinerja UMKM,” *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, vol. 7, no. 3, pp. 445–464.
- T. H. Tambunan. 2012. *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- N. Fuad Chalimi, A. C., S. Herdinawati, P. Studi Akuntansi, and S. Tinggi Ilmu Ekonomi Gempol. 2021. “Faktor kemajuan teknologi dan sumber daya manusia terhadap peningkatan pendapatan UMKM era revolusi 4.0,” *Jurnal Reviu Ekonomi dan Finansial*, vol. 9, no. 2, pp. 129–134, [Online]. Available: <https://doi.org/10.33366/ref.v9i2.2758>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. 2020. *Laporan Tahunan Aptika 2020*. Jakarta: Kominfo RI, [Online]. Available: https://eppid.komdigi.go.id/attachments/.../2_35_LAPTAH-APTIKA-2020.pdf
- Organisation for Economic Co-operation and Development. 2019. *Measuring the digital transformation: A roadmap for the future*. OECD Publishing, [Online]. Available: <https://doi.org/10.1787/9789264311992-en>
- R. A. Nasution, D. Arnita, and D. F. Azzahra. 2021. “Digital readiness and acceptance of mobile advertising,” *Australasian Marketing Journal*, vol. 29, no. 1, pp. 95–103, [Online]. Available: <https://doi.org/10.1177/1839334921998555>
- World Bank. 2021. *The Digital Transformation of SMEs in Developing Countries*. The World Bank Group, [Online]. Available: <https://www.worldbank.org/>
- A. Fauziah. 2017. “Konsep ekonomi digital menurut En Carta Dictionary,” dalam *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, vol. 3, no. 2, pp. 12–20.
- L. Mendrofa, D. Arifin, and R. Surbakti. 2023. “Pengaruh digitalisasi terhadap efisiensi UMKM di Indonesia,” *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, vol. 10, no. 1, pp. 45–55.
- D. Tapscott. 1998. *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. Dikutip dalam E. Suwarni, K. Sedyastuti, dan A.

- H. Mirza. 2019. "Analisis Ekonomi Digital dalam Perspektif Transformasi Teknologi," *Jurnal Teknologi dan Ekonomi*, vol. 4, no. 1, pp. 35–47.
- Nguyen, O. and Oliver, J. 2023. "Digital economy and its components: A brief overview and recommendations," *International Journal of Digital Innovation*, vol. 5, no. 2, pp. 77–89.
- H. Darmawan. 2023. "12 Karakteristik Ekonomi Digital: Adaptasi dari Don Tapscott," *Presentasi Ekonomi Digital Indonesia*, [Online]. Available: <https://ekon.go.id>
- Kompas.id. 2023. "Digitalisasi UMKM belum menyentuh semua pelaku," *Kompas.id*, 21 September 2023, [Online]. Available: <https://www.kompas.id/>
- Hidayat, R. dan Santoso, B. 2022. "Transformasi digital dan strategi pemasaran UMKM," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, vol. 14, no. 3, pp. 221–234.
- D. H. Jayani. 2019. "Ekonomi digital Indonesia diprediksi tembus Rp1.826 triliun," *Databoks Katadata*, [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/>
- N. R. L. Naufal. 2019. "Peran fintech dalam pengembangan UMKM," *Jurnal Keuangan dan Teknologi*, vol. 6, no. 2, pp. 91–102.
- R. Sholihin dan T. Ariyanto. 2018. "Pengaruh media sosial dalam pengembangan UMKM," *Jurnal Manajemen Bisnis*, vol. 7, no. 1, pp. 58–67.
- N. Amalia. 2019. "Digitalisasi dan perubahan pola konsumsi masyarakat," *Jurnal Sosial dan Ekonomi Digital*, vol. 3, no. 2, pp. 105–115.
- A. Oktaviani. 2020. "Inovasi sosial dan ekonomi dalam konteks keberlanjutan UMKM," *Jurnal Ekonomi Sosial*, vol. 6, no. 1, pp. 41–52.
- D. Oktavia. 2022. "Pentingnya inovasi dalam produk kreatif," *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, vol. 4, no. 3, pp. 88–95.
- M. Isa, R. Sulistiowati, dan H. Ramdani. 2024. "Entrepreneurial orientation dan inovasi pada UMKM," *Jurnal Riset Ekonomi Terapan*, vol. 9, no. 1, pp. 23–34.
- G. Hills. 2018. "Makna inovasi dalam perspektif konsumen," *Jurnal Inovasi dan Teknologi*, vol. 5, no. 2, pp. 99–106.
- A. Suryana. 2018. *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausaha Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.

- Haryono et al. 2017. "Kategori inovasi produk dan strategi pengembangan," *Jurnal Pemasaran*, vol. 11, no. 2, pp. 112–125.
- F. Putra, S. Rahmawati, dan D. Andika. 2017. "Indikator inovasi produk UMKM," *Jurnal Ekonomi Kreatif*, vol. 8, no. 1, pp. 70–78.
- BPS. 2019. *Pendapatan Rata-Rata Rumah Tangga Indonesia Tahun 2019*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Pertiwi, N. D. 2018. "Hubungan pendapatan dengan konsumsi rumah tangga," *Jurnal Ekonomi Mikro*, vol. 5, no. 3, pp. 47–59.
- S. Sukirno. 2019. *Ekonomi Mikro: Teori Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mardiasmo. 2019. *Perpajakan Edisi Revisi 2019*. Yogyakarta: Andi Offset.
- A. Riahl. 2017. "Jenis pendapatan dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumsi," *Jurnal Perilaku Ekonomi*, vol. 6, no. 1, pp. 33–44.
- A. Aulia. 2018. "Pengaruh struktur pendapatan terhadap kesejahteraan," *Jurnal Sosial Ekonomi Nasional*, vol. 4, no. 1, pp. 12–20.
- M. Rosyadi. 2017. "Peran modal dalam usaha kecil menengah," *Jurnal Manajemen UMKM*, vol. 3, no. 2, pp. 22–31.
- Setiana. 2016. "Jam kerja dan pengaruhnya terhadap produktivitas usaha," *Jurnal Produktivitas Ekonomi*, vol. 5, no. 2, pp. 75–83.
- P. Kotler dan G. Armstrong. 2020. *Principles of Marketing*. Edisi 17. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler dan Kasmir. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Wenagama. 2018. "Lama usaha dan pendapatan usaha mikro," *Jurnal Ekonomi Kerakyatan*, vol. 9, no. 1, pp. 19–30.
- Fitroh, A. 2019. "Indikator pengukuran pendapatan rumah tangga," *Jurnal Ekonomi Sosial*, vol. 6, no. 2, pp. 123–132.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- E. Wahyuni dan R. Suryani. 2020. "Peran strategis UMKM dalam pembangunan ekonomi," *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, vol. 9, no. 2, pp. 50–60.
- Maslahah, L. 2017. "UMKM sebagai fondasi perekonomian daerah," *Jurnal Ilmu Ekonomi Regional*, vol. 5, no. 1, pp. 31–42.
- R. Khoironi. 2021. "Strategi pengembangan UMKM di masa krisis," *Jurnal Manajemen dan Kebijakan Publik*, vol. 11, no. 1, pp. 101–113.

- Supriyanto, H. 2018. "Ketahanan UMKM saat krisis ekonomi," *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Lokal*, vol. 7, no. 2, pp. 77–85.
- UU Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja dan PP No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan UMKM.
- Kementerian Koperasi dan UKM. 2021. "Data UMKM dan Strategi Pengembangan," [Online]. Available: <https://www.kemenkopukm.go.id/>
- Sugiarti, D. 2019. *Peran UMKM dalam Ekonomi Lokal*. Bandung: Alfabeta.
- Nuraini, M. 2019. "Permasalahan utama pada UMKM dan solusinya," *Jurnal Ekonomi Mikro dan Makro*, vol. 5, no. 3, pp. 120–131.
- Maulidi, M. 2017. "Konsep dan fungsi kafe dalam masyarakat urban," *Jurnal Pariwisata dan Kuliner*, vol. 6, no. 2, pp. 60–68.
- Monique. 2018. "Sejarah dan perkembangan konsep kafe," *Jurnal Sejarah Budaya*, vol. 4, no. 1, pp. 11–20.
- T. Aprilyana. 2017. "Karakteristik umum kafe di daerah perkotaan," *Jurnal Arsitektur dan Ruang Publik*, vol. 5, no. 3, pp. 90–97.
- A. Zafira. 2021. "Pengaruh ekonomi digital, modal dan tingkat pendidikan terhadap pendapatan usaha (Studi pada usaha mikro di Kota Tangerang)," Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, [Online]. Available: <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/56788>
- N. Amalia. 2019. "Pengaruh perkembangan ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kota Makassar," Skripsi Sarjana, Universitas Negeri Makassar, [Online]. Available: <https://eprints.unm.ac.id/14768/>
- Deloitte. 2015. *Digitalizing SMEs to Boost Competitiveness*. Deloitte Southeast Asia, [Online]. Available: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cn/Documents/technology-media-telecommunications/deloitte-cn-tmt-deloitte-launches-technology-empowered-digital-trade-in-asia-pacific-report-en-211214.pdf>
- G. Widiyanto, H. Satrianto, dan F.P.P. Wibowo. 2021. "Pengaruh inovasi produk, harga, dan promosi terhadap penambahan pendapatan ekonomi masyarakat di Kota Tangerang (Studi Kasus Peran UMKM pembuatan makanan ringan dan snack)," *eCo-Buss*, vol. 3, no. 3, pp. 120–130, [Online]. Available: <https://doi.org/10.32877/eb.v3i3.208>
- R. P. D. Sitinjak dan S. H. Sahir, Pengaruh inovasi produk dan penerapan e-commerce terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Desa Tanjung Rejo, Medan, *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, vol.

- 5, no. 3, Art. no. 1908, 2025. [Online]. Tersedia: <https://doi.org/10.47065/jtear.v5i3.1908>
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Edisi Revisi, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Cetakan ke-26. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Edisi ke-3. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- D. Sunyoto. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- D. Sunyoto. 2013. Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- I. K. Sukendra dan I. K. S. Atmaja. 2020. Instrumen Penelitian. Lumajang: Mahameru Press. [Online]. Tersedia: <https://idr.uin-antasari.ac.id/23416/>
- P. Purwanto, A. Husain, dan I. Colledge. 2018. Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah. Magelang: Staial Press. [Online]. Tersedia: <https://id.scribd.com/document/589245793/1-Buku-Instrumen-Penelitian>
- Tontowi. 2016. Membangun Jiwa Entrepreneur Sukses. Malang: UB Press. Dikutip dalam penelitian tentang pentingnya validitas dan reliabilitas alat ukur. [Online]. Tersedia: <https://repository.upi.edu/49886/>
- I. K. Sukendra dan I. K. S. Atmaja. 2020. Instrumen Penelitian. Lumajang: Mahameru Press. [Online]. Tersedia: <https://idr.uin-antasari.ac.id/23416/>
- Tontowi. 2016. Membangun Jiwa Entrepreneur Sukses. Malang: UB Press. Dikutip dalam pembahasan validitas logis, empiris, dan koefisien Alpha Cronbach $\geq 0,60$. [Online]. Tersedia: <https://repository.upi.edu/49886/>
- Nofrizal. 2019. SPSS untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, dan Ekonomi. Pekanbaru: Lembaga Literasi Dayak. [Online]. Tersedia: <https://repository.uir.ac.id/8280/>

- A. Sunjoyo, B. Santoso, dan C. Wijaya. 2013. Uji Asumsi Klasik dalam Regresi Linier Berganda Berbasis OLS. Bandung: Remaja Rosdakarya. [Online]. Tersedia: https://repository.maranatha.edu/23106/5/1351045_Chapter3.pdf
- I. Ghozali. 2016. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23, Edisi ke-8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. [Online]. Tersedia: <https://eprints.umk.ac.id/8801/7/DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>
- A. Sunjoyo, B. Santoso, dan C. Wijaya. 2013. Aplikasi SPSS untuk SMART Riset. Bandung: Alfabeta. [Online]. Tersedia: <https://repository.maranatha.edu/23106/>
- I. Ghozali. 2016. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23, Edisi ke-8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. [Online]. Tersedia: <https://digilib.ub.ac.id/opac/detail-opac?id=74257>
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Cetakan ke-26. Bandung: Alfabeta.
- I. Ghozali. 2016. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23, Edisi ke-8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. [Online]. Tersedia: <https://digilib.ub.ac.id/opac/detail-opac?id=74257>
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Cetakan ke-19. Bandung: Alfabeta. [Online]. Tersedia: <http://opac.lib.um.ac.id/?id=55072>
- Ghozali. 2016. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23, Edisi ke-8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. [Online]. Tersedia: <https://digilib.ub.ac.id/opac/detail-opac?id=74257>
- P. Kotler and K. L. Keller. 2016. **Marketing Management**, 15th ed. Jakarta: Erlangga.
- T. H. Tambunan. 2019. **UMKM di Era Digital: Inovasi dan Strategi Pengembangan**. Jakarta: LP3ES.
- N. Utami and H. Haryono. 2020. "Inovasi Produk dan Pendapatan UMKM: Studi di Kabupaten X," **Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia**, vol. 12, no. 2, pp. 45–60.
- R. P. D. Sitinjak and S. Sahir. 2025. "Pengaruh Inovasi Produk dan E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM," **Jurnal Trends Economics and Accounting Research**, vol. 5, no. 3, pp. 260–267, doi:10.47065/jtear.v5i3.1908.
- G. Widiyanto, H. Satrianto, and F. P. P. Wibowo. 2021. "Pengaruh Inovasi Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi

Masyarakat di Kota Tangerang,” **eCo-Buss**, vol. 3, no. 3, pp. 120–130, doi:10.32877/eb.v3i3.208.

- E. Rosidah, D. Desiana, T. Rustendi, R. Rahman, N. J. A. Aziz, and R. Sugiarti. 2023. “Inovasi Produk Unggulan: Mengolah Kulit Manggis Menjadi Kopi Berkualitas,” **Jurnal Pengabdian ...**, [Online]. Tersedia: <https://repository.unsil.ac.id/...> (akses 2025).

DOKUMENTASI



Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

ANGKET

**PENGARUH PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP PENDAPATAN PELAKU UMKM PADA KAFE
DI KABUPATEN BULUNGAN**

Kepada Yth,
Bapak/Ibu, Saudara/i Responden
Di Tempat
Hal : Pengisian Kuesioner

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi di Universitas Kaltara pada Jurusan Pembangunan, dengan ini saya bermaksud mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan Pelaku Umkm Pada Kafedi Kabupaten Bulungan”.

Maka dengan ini, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/i Responden untuk berkenan mengisi kuesioner ini sesuai dengan keadaan sebenarnya sebagai data yang akan dipergunakan dalam penelitian. Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu, Saudara/i Responden yang turut berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Yusran
NIM 202142003

1. Identitas Responden

(Beri tanda √ pada kotak jawaban)

1. Nama :
2. Alamat :
3. No. Hp :
4. Usia : Tahun
5. Jenis Kelamin : ☐ Perempuan ☐ Laki-laki
6. Pendidikan terakhir : ☐ SMP
☐ SMA
☐ Diploma
☐ Sarjana
7. Nama Usaha :
8. Bidang Usaha : ☐ Kuliner
☐ Fashion
☐ Kecantikan
9. Alamat Usaha :
10. Lama Usaha : ☐ 2-4 Tahun
☐ 5-7 Tahun
☐ 8-10 Tahun
☐ > 11 Tahun
11. Omset Perbulan : ☐ Rp. 1.000.000 s/d Rp. 5.999.000
☐ Rp. 6.000.000 s/d Rp. 15.999.000
☐ Rp. 16.00.000 s/d Rp. 29.999.000
☐ > Rp. 30.000.000

KUISIIONER PENELITIAN

1. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silahkan Anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia.

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

2. Draft Pertanyaan Keputusan Pembelian**a) Perkembangan Ekonomi Digital (X₁)**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
Pengetahuan (<i>Knowledge</i>)					
1.	Saya mengenal internet dalam kehidupan sehari hari dan internet menciptakan kesempatan baru dalam mengembangkan usaha				
Digitalisasi (<i>Digitization</i>)					
2.	Saya memanfaatkan internet untuk bertransaksi dengan pelanggan				
Kerja Sama Internet (Internetworking)					
3.	Saya memanfaatkan koneksi internet sebagai alat pembayaran melalui <i>mobile banking</i> atau QRIS				
Konvergensi (<i>Convergence</i>)					
4.	Dengan memanfaatkan platform digital dapat membantu saya menginformasikan kepada				

	konsumen terkait dengan harga promo ataupun diskon dan sejenisnya				
Globalisasi (<i>Globalization</i>)					
5.	Produk saya bisa dibeli oleh pelanggan dari berbagai daerah				

b). Inovasi Produk (X₂)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
Kembangkan Desain Yang Menarik					
1.	Saya melakukan perubahan desain terhadap produk saya dengan menghasilkan produk-produk yang unik sehingga memunculkan banyak pilihan pada pembeli				
Kembangkan Kualitas Produk Yang Baik					
2.	Saya selalu berupaya untuk mengembangkan produk yang dijual agar lebih berkualitas dan banyak pilihan				
Pengembangan Teknologi Produk					
3.	Produk baru yang kami diciptakan menyesuaikan dengan <i>trend</i> yang sedang <i>hits</i>				

c.) Pendapatan (Y)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
Penghasilan Yang Diterima Perbulan					
1.	Pendapatan dari hasil UMKM yang diperoleh dapat mencukupi kebutuhan sehari-hari.				
2.	Pendapatan yang saya peroleh setiap bulannya meningkat				
Pekerjaan					
3.	Pekerjaan ini menjadikan sumber pendapatan buat kami				
Beban Keluarga Yang Ditanggung					
4.	Penghasilan yang saya terima mampu menjamin kesejahteraan keluarga				

TABULASI DATA PENELITIAN

Perkembangan Ekonomi Digital X1

No. Responden	Jawaban Responden Mengenai X1					Total
1	4	3	3	3	3	16
2	4	4	4	4	3	19
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	3	19
6	3	3	3	4	3	16
7	4	4	4	4	4	20
8	3	3	3	4	3	16
9	4	3	4	4	3	18
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	4	20
12	4	4	4	4	3	19
13	4	4	4	4	3	19
14	4	4	3	4	3	18
15	4	4	4	4	2	18
16	4	4	4	4	4	20
17	4	4	4	4	3	19
18	3	3	3	3	3	15
19	4	4	4	4	3	19
20	3	3	4	4	4	18
21	4	4	4	4	3	19
22	4	4	4	4	3	19
23	3	3	4	3	2	15
24	4	3	4	4	2	17
25	4	4	4	4	3	19
26	3	3	4	3	2	15
27	4	4	4	4	2	18
28	3	3	3	3	4	16
29	4	3	3	3	2	15
30	3	3	3	3	3	15

Inovasi Produk (X2)

No. Responden	Jawaban Responden Mengenai X2			Total
1	3	3	2	8
2	4	4	4	12
3	4	4	4	12
4	3	3	3	9
5	4	4	4	12
6	3	4	2	9
7	4	4	4	12
8	4	4	2	10
9	4	4	3	11
10	4	4	4	12
11	4	4	4	12
12	4	4	3	11
13	4	4	2	10
14	3	4	3	10
15	4	4	4	12
16	4	4	4	12
17	4	4	4	12
18	4	4	4	12
19	3	3	2	8
20	3	4	4	11
21	4	4	3	11
22	4	4	3	11
23	3	3	3	9
24	4	4	3	11
25	3	4	4	11
26	4	4	3	11
27	4	4	4	12
28	4	4	4	12
29	3	4	3	10
30	3	3	3	9

Pendapatan (Y)

No. Respond en	PENDAPATAN (Y)				Total
1	3	3	3	3	12
2	4	3	4	4	15
3	4	4	4	4	16
4	3	3	3	3	12
5	4	3	4	3	14
6	3	2	3	3	11
7	3	2	2	2	9
8	3	3	3	3	12
9	4	4	3	3	14
10	4	4	3	4	15
11	4	4	4	4	16
12	4	2	4	3	13
13	4	3	4	3	14
14	3	3	3	3	12
15	4	4	4	4	16
16	4	3	4	4	15
17	4	3	4	3	14
18	3	3	3	2	11
19	4	3	3	3	13
20	3	3	3	3	12
21	3	3	3	3	12
22	4	3	3	3	13
23	3	2	3	2	10
24	4	3	4	4	15
25	4	4	4	4	16
26	3	2	3	3	11
27	3	3	4	3	13
28	3	4	4	4	15
29	4	3	4	3	14
30	3	2	3	3	11

2. Variabel Inovasi Produk (X2)

CORRELATIONS

/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.632**	.384*	.776**
	Sig. (2-tailed)		.000	.036	.000
	N	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.632**	1	.425*	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000		.019	.000
	N	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.384*	.425*	1	.844**
	Sig. (2-tailed)	.036	.019		.000
	N	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.776**	.771**	.844**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).					

b. Uji *Reliability*

1. Variabel Perkembangan Ekonomi Digital (X1)

```
RELIABILITY
/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
```

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,746	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	14,17	2,282	,575	,682
X1.2	14,30	1,941	,775	,600
X1.3	14,17	2,351	,517	,702
X1.4	14,13	2,189	,701	,644
X1.5	14,83	2,351	,206	,858

2. Variabel Inovasi Produk (X2)

RELIABILITY

/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

/SUMMARY=TOTAL.

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	30	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,666	3

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	7,13	,947	,542	,510
X2.2	6,97	1,068	,602	,517
X2.3	7,50	,603	,444	,762

1. Variabel Pendapatan (Y)

RELIABILITY

/VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

/SUMMARY=TOTAL.

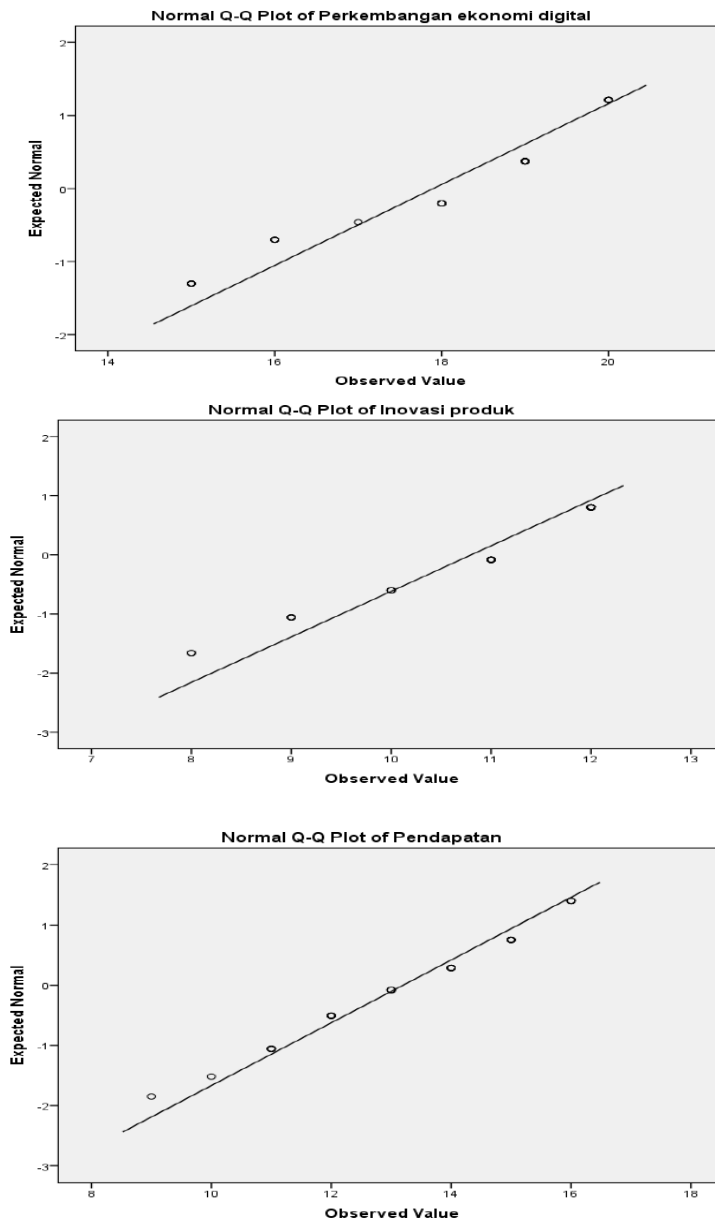
Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	30	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,826	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	9,67	2,437	,624	,797
Y.2	10,17	2,075	,603	,811
Y.3	9,77	2,254	,648	,783
Y.4	10,00	2,000	,759	,729

Uji Asumsi Klasik

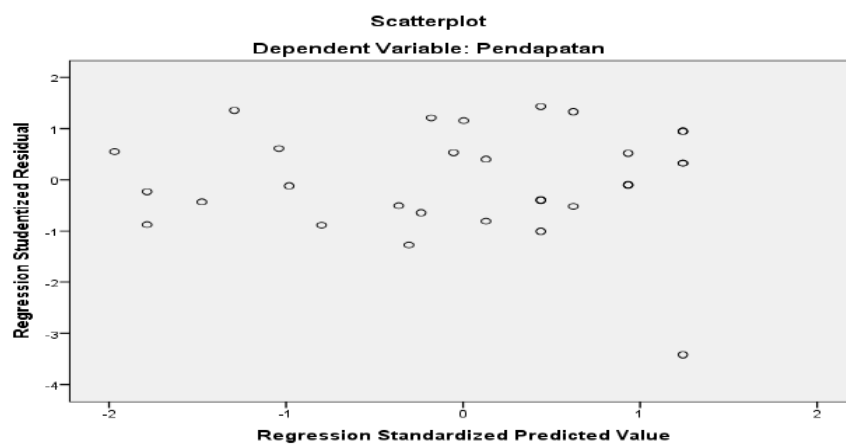
1. Normalitas



2. Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,008	3,452		,582	,566		
	PED	,319	,187	,300	1,704	,100	,849	1,178
	IPDK	,508	,261	,343	1,948	,062	,849	1,178
a. Dependent Variable: Pendapatan								

3. Heterokedastisitas



Lampiran 3. Deskriptip Variabel

1. Deskriptip Variabel Perkembangan Ekonomi Digital

Statistics						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
N	Valid	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3,73	3,60	3,73	3,77	3,07
Median		4,00	4,00	4,00	4,00	3,00
Mode		4	4	4	4	3
Sum		112	108	112	113	92

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	26,7	26,7	26,7
	4	22	73,3	73,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	12	40,0	40,0	40,0
	4	18	60,0	60,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	26,7	26,7	26,7
	4	22	73,3	73,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	23,3	23,3	23,3
	4	23	76,7	76,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X1.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	20,0	20,0	20,0
	3	16	53,3	53,3	73,3
	4	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

2. Deskriptip Variabel Inovasi Produk

Statistics				
		X2.1	X2.2	X2.3
N	Valid	30	30	30
	Missing	0	0	0
Mean		3,67	3,83	3,30
Median		4,00	4,00	3,00
Mode		4	4	4
Sum		110	115	99

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	10	33,3	33,3	33,3
	4	20	66,7	66,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	16,7	16,7	16,7
	4	25	83,3	83,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	16,7	16,7	16,7
	3	11	36,7	36,7	53,3
	4	14	46,7	46,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

3. Deskriptif Variabel Pendapatan

Statistics					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4
N	Valid	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0
Mean		3,53	3,03	3,43	3,20
Median		4,00	3,00	3,00	3,00
Mode		4	3	3	3
Sum		106	91	103	96

Y.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	14	46,7	46,7	46,7
	4	16	53,3	53,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Y.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	20,0	20,0	20,0
	3	17	56,7	56,7	76,7
	4	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Y.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	3,3	3,3	3,3
	3	15	50,0	50,0	53,3
	4	14	46,7	46,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Y.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	10,0	10,0	10,0
	3	18	60,0	60,0	70,0
	4	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	30	3	4	3,73	,450
X1.2	30	3	4	3,60	,498
X1.3	30	3	4	3,73	,450
X1.4	30	3	4	3,77	,430
X1.5	30	2	4	3,07	,691
X2.1	30	3	4	3,67	,479
X2.2	30	3	4	3,83	,379
X2.3	30	2	4	3,30	,750
Y.1	30	3	4	3,53	,507
Y.2	30	2	4	3,03	,669
Y.3	30	2	4	3,43	,568
Y.4	30	2	4	3,20	,610
Valid N (listwise)	30				

Lampiran 4. UJI REGRESI

```
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X1 X2
/SAVE RESID.
```

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	IPDK, PED ^b		Enter
a. Dependent Variable: Pendapatan			
b. All requested variables entered.			

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.537 ^a	.288	.235	1,678

a. Predictors: (Constant), PED, IPDK

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30,761	2	15,381	5,461	.010 ^b
	Residual	76,039	27	2,816		
	Total	106,800	29			
a. Dependent Variable: Pendapatan						
b. Predictors: (Constant), Inovasi produk, Perkembangan ekonomi digital						

Lampiran 5. Distribusi Nilai R_{tabel}, T_{tabel}, F_{tabel}

Distribusi Nilai r_{tabel} Signifikansi 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
N	5%	1%	N	5%	1%
3	0.997	0.999	27	0.374	0.478
4	0.950	0.980	28	0.361	0.463
5	0.878	0.959	29	0.349	0.449
6	0.811	0.917	30	0.339	0.436
7	0.754	0.882	31	0.329	0.423
8	0.707	0.850	32	0.320	0.412
9	0.666	0.821	33	0.312	0.402
10	0.632	0.796	34	0.304	0.392
11	0.602	0.773	35	0.297	0.382
12	0.576	0.754	36	0.291	0.373
13	0.553	0.735	37	0.285	0.365
14	0.532	0.717	38	0.279	0.356
15	0.514	0.703	39	0.273	0.349
16	0.497	0.690	40	0.268	0.342
17	0.482	0.675	41	0.264	0.336
18	0.468	0.661	42	0.259	0.329
19	0.456	0.649	43	0.254	0.323
20	0.444	0.638	44	0.250	0.317
21	0.433	0.623	45	0.246	0.311
22	0.423	0.612	46	0.242	0.306
23	0.413	0.602	47	0.238	0.301
24	0.404	0.592	48	0.234	0.296
25	0.396	0.583	49	0.231	0.291
26	0.388	0.575	50	0.227	0.286

Distribusi Nilai t tabel

d.f	t _{0.10}	t _{0.05}	t _{0.025}	t _{0.01}	t _{0.005}
1	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750

Dari "Table of Percentage Points of the t-Distribution." Biometrika, Vol. 32. (1941), p. 300. Reproduced by permission of the Biometrika Trustess.

Distribution Nilai Tabel $F_{0,05}$
Degrees of freedom for Nominator

Degrees of freedom for Denominator		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	15	20	24	30	∞
	1	161.45	199.50	215.71	224.58	230.16	233.99	236.77	238.88	240.54	241.88	243.91	245.95	248.01	249.05	250.10	254.00
	2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.41	19.43	19.45	19.45	19.46	19.50
	3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.74	8.70	8.66	8.64	8.62	8.53
	4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.91	5.86	5.80	5.77	5.75	5.63
	5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.68	4.62	4.56	4.53	4.50	4.37
	6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.20	4.14	4.09	4.05	3.99	3.93	3.86	3.83	3.79	3.67
	7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.98	3.87	3.79	3.72	3.67	3.63	3.57	3.51	3.44	3.41	3.37	3.23
	8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.70	3.59	3.51	3.44	3.39	3.35	3.29	3.23	3.16	3.13	3.09	2.93
	9	5.12	4.26	3.87	3.64	3.50	3.39	3.31	3.24	3.19	3.15	3.09	3.03	2.96	2.93	2.89	2.71
	10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.91	2.85	2.77	2.74	2.70	2.54
	11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.21	3.10	3.02	2.95	2.90	2.86	2.79	2.73	2.65	2.62	2.58	2.42
	12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.92	2.85	2.80	2.76	2.69	2.63	2.55	2.52	2.48	2.30
	13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.91	2.83	2.76	2.70	2.66	2.59	2.53	2.45	2.42	2.38	2.21
	14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.84	2.76	2.69	2.63	2.59	2.52	2.46	2.38	2.35	2.31	2.13
	15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.78	2.70	2.63	2.57	2.53	2.46	2.40	2.32	2.29	2.25	2.07
	16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.73	2.65	2.58	2.52	2.48	2.41	2.35	2.27	2.24	2.20	2.01
	17	4.45	3.59	3.20	2.97	2.81	2.69	2.61	2.54	2.47	2.43	2.36	2.30	2.22	2.19	2.15	1.96
	18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.65	2.57	2.50	2.43	2.39	2.32	2.26	2.18	2.15	2.11	1.92
	19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.62	2.53	2.46	2.39	2.35	2.28	2.22	2.14	2.11	2.07	1.88
	20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.59	2.51	2.44	2.37	2.32	2.25	2.19	2.11	2.08	2.04	1.84
	21	4.32	3.46	3.07	2.84	2.69	2.56	2.48	2.41	2.34	2.30	2.22	2.16	2.08	2.05	2.01	1.81
	22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.54	2.46	2.38	2.32	2.27	2.20	2.14	2.06	2.03	1.99	1.78
	23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.52	2.43	2.36	2.29	2.25	2.17	2.11	2.03	2.00	1.96	1.76
	24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.50	2.41	2.34	2.27	2.23	2.15	2.09	2.01	1.98	1.94	1.73
	25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.48	2.39	2.32	2.25	2.20	2.13	2.07	1.99	1.96	1.92	1.71
	30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.41	2.32	2.25	2.18	2.14	2.06	2.00	1.92	1.89	1.85	1.69
	∞	3.84	3.00	2.60	2.37	2.21	2.10	2.01	1.94	1.88	1.83	1.75	1.67	1.57	1.52	1.46	1.00