

Dampak Adopsi E-Commerce dan Kualitas Infrastruktur Digital terhadap Pemberdayaan Rumah Tangga UMKM Kecamatan Cermee Kabupaten Bondowoso

Zainul Abidin¹, Moh Hamzah²

^{1,2} Program Studi Ekonomi, Universitas Nurul Jadid, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh adopsi e-commerce dan kualitas infrastruktur digital terhadap pemberdayaan rumah tangga UMKM di Kecamatan Cermee, Kabupaten Bondowoso. Transformasi digital menjadi keniscayaan bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang, namun kesenjangan akses digital di wilayah pedesaan masih menjadi tantangan signifikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei eksplanatori. Sampel penelitian sebanyak 217 pelaku UMKM yang ditentukan melalui teknik *proportional stratified random sampling* dari 15 desa di Kecamatan Cermee. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert 5 poin yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi e-commerce dan kualitas infrastruktur digital secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemberdayaan rumah tangga UMKM ($R^2 = 0,523$; $F = 47,382$; $p < 0,05$). Adopsi e-commerce memiliki pengaruh yang lebih dominan ($\beta = 0,412$) dibandingkan kualitas infrastruktur digital ($\beta = 0,298$). Platform yang paling banyak digunakan adalah WhatsApp Business (67,3%), diikuti Shopee (41,9%) dan Facebook Marketplace (28,6%). Penelitian ini juga mengungkap bahwa literasi digital memoderasi hubungan antara adopsi e-commerce dan pemberdayaan UMKM, di mana responden dengan literasi digital tinggi mengalami peningkatan pendapatan rata-rata 23,7% dibandingkan kelompok literasi rendah yang hanya 6,2%. Temuan ini mengindikasikan bahwa efektivitas adopsi e-commerce sangat ditentukan oleh kapabilitas digital pelaku usaha. Penelitian ini merekomendasikan perlunya strategi terpadu yang mencakup pemerataan infrastruktur digital, penguatan literasi digital berkelanjutan, pendampingan komunitas, serta kebijakan afirmatif untuk mendorong partisipasi aktif seluruh lapisan pelaku UMKM di wilayah pedesaan.

Kata Kunci: Adopsi E-Commerce, Infrastruktur Digital, Kesejahteraan Rumah Tangga UMKM

Abstract

This study aims to analyze the influence of e-commerce adoption and digital infrastructure quality on the empowerment of MSME households in Cermee Sub-district, Bondowoso Regency. Digital transformation has become a necessity for MSMEs to survive and thrive, yet digital access disparities in rural areas remain a significant challenge. This research employs a quantitative approach with an explanatory survey design. The sample consisted of 217 MSME actors determined through proportional stratified random sampling technique from 15 villages in Cermee Sub-district. Data collection was conducted using a questionnaire with a 5-point Likert scale that had been tested for validity and reliability. Data analysis utilized descriptive statistics, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis with SPSS assistance. The results indicate that both e-commerce adoption and digital infrastructure quality partially and simultaneously have a positive and significant influence on MSME household empowerment ($R^2 = 0.523$; $F = 47.382$; $p < 0.05$). E-commerce adoption has a more dominant influence ($\beta = 0.412$) compared to digital infrastructure

quality ($\beta = 0.298$). The most widely used platform is WhatsApp Business (67.3%), followed by Shopee (41.9%) and Facebook Marketplace (28.6%). This study also reveals that digital literacy moderates the relationship between e-commerce adoption and MSME empowerment, where respondents with high digital literacy experienced an average income increase of 23.7% compared to the low literacy group which only achieved 6.2%. These findings indicate that the effectiveness of e-commerce adoption is largely determined by the digital capabilities of business actors. This study recommends the need for an integrated strategy encompassing equitable digital infrastructure distribution, continuous digital literacy strengthening, community mentoring, and affirmative policies to encourage active participation from all MSME actors in rural areas.

Keywords: E-Commerce Adoption, Digital Infrastructure, MSME Empowerment,

Copyright © 2026 **Zainul Abidin**

*Corresponding author :

Email Address : zainulabidinabidin81@gmail.com

PENDAHULUAN

Transformasi ekonomi di Negara Indonesia terus mengalami perkembangan seiring meningkatnya pemanfaatan teknologi digital, sehingga hal tersebut menimbulkan tantangan baru pada zaman sekarang. *E-commerce* sangat berpotensi meningkatkan pendapatan usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta kesejahteraan rumah tangga UMKM. (Selly Silviawati et al., 2025) Sehingga menjadi terobosan baru untuk memudahkan pelaku usaha mengakses pasar, layanan, akses informasi, pengurangan biaya transaksi serta menambahkan peluang kerja masyarakat. Kecamatan Cerme menjadi wilayah dengan aktivitas UMKM yang cukup beranekaragam seperti, pertanian, perdagangan, serta industri pengolahan. Oleh sebab itu, memiliki potensi besar untuk membentuk dan mengembangkan ekonomi lokal. Namun, berjalannya sistem *e-commerce* kurang merata, akibatnya banyak pelaku UMKM yang masih tidak bisa mengoperasikan atau menggunakan teknologi seperti handphone dan komputer serta infrastruktur digital seperti jaringan tidak tersalurkan secara menyeluruh, khususnya dimasyarakat pelosok desa yang saat ini tidak bisa mengakses jaringan dengan normal. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) saat ini menghadapi tantangan utama pada transformasi pemasaran akibat pergeseran perilaku konsumen ke kanal digital.

Namun, banyak UMKM masih belum mampu mengoptimalkan digital marketing secara terukur mulai dari konsistensi produksi konten, kualitas katalog/etalase di marketplace, hingga pengelolaan komunikasi pelanggan yang cepat dan responsif sehingga peluang konversi penjualan dan pembelian ulang sering hilang. (Yaqin et al., 2025) Survei terkait *e-commerce* 2025 yang dilaksanakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia meliputi 38 provinsi serta 365 kabupaten/kota dengan jumlah sampel 40.335 usaha. Survei ini mempunyai tujuan untuk memperoleh gambaran mengenai perkembangan usaha *e-commerce*. Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur pada tahun 2024, mengatakan bahwsanya jumlah UMKM di Jawa Timur sebanyak 1.153.576 unit. (Kurniyanto et al., 2025) Demikian jumlah UMKM Kabupaten Bondowoso dalam data UMKM pada tahun 2024 mencapai 46.348, meliputi 4 sektor yaitu pertanian, perdagangan, industri pengolahan dan jasa. (Marketing et al., 2024) Faktor penting seperti pendidikan, pengalaman usaha, dan kualitas produk juga mempunyai dampak dalam meningkatkan UMKM.

Maka dari itu, pelaku umkm harus bisa menambah Tingkat pengetahuan, sehingga bisa menimbulkan produktivitas usahanya secara jangka panjang. Dari analisis penelitian terdahulu banyak rumah tangga UMKM yang terus mempunyai tantangan dikarenakan kurangnya pemahaman terhadap mengelola keuangan dengan akses ke transaksi digital, *e-commerce*, dan layanan keuangan berbasis online. (Putu et al., 2025) Sehingga, pelaku UMKM harus diberikan pelatihan khusus dalam mengoperasikan media sosial, sehingga dapat menambah pengetahuan serta

menumbuhkan kesejahteraan rumah tangga UMKM. Penelitian Febrianty, kualitas infrastruktur digital merupakan sebagai landasan tentang pendukung serta sistem komputasi yang berfungsi untuk menghubungkan orang dalam organisasi, dan institusi di seluruh dunia.(Supa, 2023) Demikian penelitian Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) tahun 2024, persentase penduduk yang mengakses internet mencapai 72,78 persen. Meningkat secara konsisten dibanding tahun-tahun sebelumnya, dimana pada 2021-2023 hanya sebesar 62,10 persen. Penelitian indeks masyarakat digital Indonesia (IMDI) tahun 2023, mencatat skor nasional pada aspek infrastruktur digital sebesar 43,18, yang menunjukkan bahwa Indonesia masih dalam tahap awal digitalisasi, khususnya di wilayah pedesaan.(Koswara, 2024)

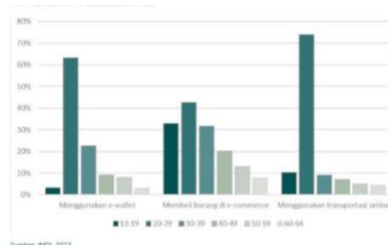
Teknologi digital sangat berdampak signifikan terhadap pertumbuhan UMKM, dari hal itu pelaku UMKM harus mengubah sistem bisnisnya ke bisnis secara online, karena dapat mempermudah dalam sektor pemasaran produk dan menambah pendapatan, alhasil kesejahteraan rumah tangga UMKM akan tercapai. Sehingga dengan demikian, berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan tema judul "Dampak adopsi *e-commerce* dan kualitas infrastruktur digital terhadap Tingkat kesejahteraan rumah tangga UMKM di Kecamatan Cerme" untuk mengetahui dampak serta pengaruh penggunaan *e-commerce* dan infrastruktur terhadap kesejahteraan rumah tangga di Kecamatan Cerme.

METODOLOGI

A. Adopsi E-commerce

Seiring perkembangan teknologi saat ini, setiap orang dapat berbelanja melalui berbagai platform *e-commerce*. *Electronic commerce (E-commerce)* yang berarti layanan terkait proses pembelian, penjualan, dan pemasaran produk yang dilakukan secara digital melalui sistem elektronik.(Prof.Dr.Elisabeth Siahaan, Se., 2023) *E-commerce* merupakan aplikasi e-bisnis serta didalamnya berkaitan dengan transaksi bisnis, yaitu: transfer dana secara elektronik, proses transaksi online dan pertukaran data elektronik.

Pada penelitian Mustafa mengatakan bahwasanya Perkembangan era-teknologi informasi, terutama dalam ranah *e-commerce*, telah menjadi kunci yang sangat signifikan terhadap cara bisnis dan interaksi pelanggan dengan produk dan layanan.(Agnes Monica et al., 2023) Menurut Penelitian Nurjaman dalam jurnal(Raaken Danendra A W et al., 2025) yang menyoroti peningkatan *e-commerce* sebagai solusi strategis bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerjanya. Melibatkan platform *e-commerce* memungkinkan UMKM mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi untuk menjangkau pasar global. *E-commerce* memudahkan pelaku usaha untuk mempunyai cakupan pasar semakin luas, tidak hanya sekedar membranding produk serta jasa, tetapi bisa menimbulkan akses untuk pengkolaborasian mitra bisnis, dan lowongan pekerjaan.(Wibowo, 2016)



Gambar 1 aktivitas ekonomi menggunakan platfom digital

Melihat indikator *e-commerce* yang sangat penting dan berdampak signifikan untuk setiap pelaku usaha dalam operasional atau penerapan *e-commerce* dalam suatu usahanya, meliputi:(Hula et al., 2025)

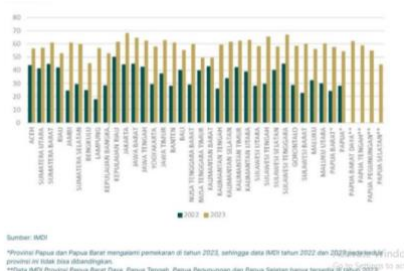
1. Kontrol akses dan keamanan (*Access Control and Security*): Perlindungan data, login, enkripsi, keamanan transaksi.

2. Profil dan personalisasi (*Profiling and Personalizing*): Pengelolaan akun, data pelanggan, dan personalisasi layanan.
3. Manajemen pencarian (*Search Management*): Kemudahan mencari produk atau informasi di platform.
4. Manajemen katalog (*Catalog Management*): Pengelolaan data produk (deskripsi, harga, stok).
5. Manajemen konten (*Content Management*): Pengelolaan informasi/konten pada website/aplikasi.
6. Sistem pembayaran (*Payment*): Kemudahan, keamanan, dan variasi metode pembayaran.
7. Manajemen alur kerja (*Workflow Management*): Proses operasional transaksi (order, verifikasi, keputusan).
8. Pemberitahuan aktivitas (*Event Notification*): Notifikasi status pesanan, pembayaran, pengiriman.
9. Kolaborasi dan perdagangan (*Collaboration and Trading*): Interaksi penjual dan pembeli dan pengembangan komunitas Rating dan ulasan pelanggan.

B. Infrastruktur Digital

Infrastruktur digital sendiri sering dimaknai sebagai sebuah pondasi yang berfungsi untuk mendukung suatu sistem komputasi. Namun lebih dari itu, pembangunan infrastruktur digital adalah pengembangan infrastruktur berbasis teknologi informasi yang bertujuan untuk memberikan kemudahan, meningkat efektivitas, dan efisiensi waktu dalam melaksanakan berbagai kegiatan dan ekonomi digital. (Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, 2024)

Menurut teori Diffusion of Innovations (DOI) yang dikemukakan Rogers banyak dipakai untuk memahami bagaimana pelaku usaha mengadopsi *e-commerce*. Komponen infrastruktur digital meliputi beberapa hal yaitu, jaringan konektivitas, perangkat keras (*Hardware*), perangkat lunak (*software*), pusat data, keamanan digital, sumber daya manusia digital, regulasi dan ekosistem pendukung, semua itu dapat menjadi elemen yang sangat krusial untuk menunjang keberlangsungan sistem *e-commerce* pada sektor UMKM.



Gambar 2 *aktivitas ekonomi menggunakan platfom digital*

Menurut penelitian oleh Hilia Anriva, Mulyani dan Harahap dalam jurnal (Nurchoiriyah et al., 2025) menyatakan infrastruktur digital dapat berfungsi untuk penggunaan sistem informasi akuntansi serta *e-commerce* secara optimal memperbaiki efisiensi operasional, dan meningkatkan ketepatan data, menjadi faktor penyusunan laporan keuangan, pengambilan Keputusan, dan pemasaran produk, yang tepat dalam terorganisir.

C. Kesejahteraan Rumah Tangga UMKM

Kesejahteraan rumah tangga adalah seberapa tinggi tingkat kemampuan rumah tangga UMKM dalam menjalani dan memenuhi kebutuhan ekonomi dan sosial dasar. (DR. IR. FAROMAN SYARIEF, SE., 2022) Syafitri mendefinisikan bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai usaha yang didirikan dan dijalankan oleh individu/rumah tangga atau kelompok usaha kecil yang diukur berdasarkan omset yang dihasilkan. (Widiati & Azkia, 2023)

UMKM adalah bagian dari kegiatan ekonomi masyarakat kecil untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, serta usaha ini dikelola oleh perseorangan atau rumah tangga industri dan komersial perseorangan. Sebagaimana dikemukakan oleh Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, dan Sarwono,

UMKM memberikan dampak signifikan terhadap perekonomian nasional melalui penciptaan lapangan kerja, eksplorasi pasar, keterlibatan ekonomi lokal, dan kesejahteraan masyarakat. (Astuty et al., 2024) Indikator kesejahteraan rumah tangga umkm meliputi:

1. Pendapatan rumah tangga meningkat
UMKM berperan sebagai sumber pendapatan masyarakat, karena kesejahteraan dilihat dari peningkatan penghasilan keluarga pelaku UMKM.
2. Penurunan tingkat kemiskinan
UMKM berkontribusi pada pengurangan angka kemiskinan jika keluar dari kondisi miskin maka bisa dikatakan rumah tangga umkm sudah sejahtera.
3. Kesempatan kerja atau penyerapan tenaga kerja
UMKM menciptakan lapangan pekerjaan, indikator kesejahteraan dilihat dari adanya pekerjaan bagi anggota keluarga.
4. Pemenuhan kebutuhan hidup
UMKM menyediakan barang/jasa yang menjadi kebutuhan utama masyarakat, Kesejahteraan terlihat dari kemampuan rumah tangga memenuhi kebutuhan dasar.
5. Peningkatan kesejahteraan masyarakat secara umum
UMKM disebut mampu meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat, ini menunjukkan indikator umum seperti kualitas hidup yang lebih baik.

D. Dampak Adopsi E-commerce dan Kualitas Infrastruktur Digital terhadap Kesejahteraan Rumah Tangga UMKM

Dampak adopsi *e-commerce* dan kualitas infrastruktur digital yang baik menimbulkan dampak signifikan bagi pelaku UMKM rumah tangga, oleh sebab itu transformasi digital sangat dibutuhkan untuk mennggampangkan pelaksanaan dan berjalannya usaha. Suatu kontek pertumbuhan ekonomi lokal seperti UMKM, digitalisi menjadikan memungkinkan dalam pengumpulan dan analisis data secara real-time, memperbaiki proses bisnis, menciptakan peluang baru melalui platform online, dan aplikasi mobile. (Syafitri & Rahayu Indraswari, 2024)

Menurut pemikiran peneliti WL Hardilawati dalam jurnal (Veronica et al., n.d.) juga menekankan bahwa pelaku UMKM seharusnya mengadopsi konsep pemasaran digital dan media sosial untuk menjangkau konsumen secara langsung. Maka dari itu setiap pelaku UMKM mengubah sistem usahanya ke teknologi digital, untuk menambah jangkauan pemasaran serta hal itu juga bisa menambah pendapatan pelaku UMKM dan hal itu dapat menimbulkan kesejahteraan rumah tangga.

Dalam penelitian Andiana dan Sayuti dalam jurnal (Liniarti et al., 2025) pemanfaatan media sosial sebagai saluran pemasaran digital memungkinkan pelaku UMKM untuk menjangkau lebih banyak pelanggan potensial dan meningkatkan daya saing usaha mereka, sejalan dengan tren digitalisasi dalam dunia bisnis. Adanya penggunaan platform media sosial dalam sistem UMKM menimbulkan bertambahnya pelanggan serta meningkatnya daya saing dari setiap pengusaha, dengan tujuan dalam menambah kualitas dan kuantitas produk atau jasa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Dampak Adopsi E-Commerce terhadap Kesejahteraan UMKM

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (Uji t), variabel Adopsi ECommerce (X1) memiliki nilai t-hitung sebesar 11,144 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga H01 ditolak dan Ha1 diterima. Dengan demikian, Adopsi E-Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesejahteraan UMKM.

Menurut Penelitian Nurjaman yang menyoroti peningkatan *e-commerce* sebagai solusi strategis bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerjanya. Melibatkan platform *e-commerce* memungkinkan UMKM mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi untuk menjangkau pasar global. (Syafitri & Rahayu Indraswari, 2024) Hasil Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Vidya Fathimah menunjukkan bahwa adopsi *e-commerce* berpengaruh positif terhadap kesejahteraan rumah tangga UMKM. (Veronica et al., n.d.) Temuan tersebut memperkuat

hasil penelitian ini bahwa semakin tinggi adopsi e-commerce terhadap kesejahteraan UMKM. Dengan demikian, hasil ini menunjukkan bahwa adopsi e-commerce merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kesejahteraan UMKM, semakin tinggi adopsi e-commerce maka semakin tinggi pula Tingkat kesejahteraan UMKM.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat adopsi e-commerce yang dilakukan oleh pelaku UMKM, maka semakin tinggi pula tingkat kesejahteraan yang diperoleh. Pemanfaatan e-commerce memungkinkan pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan volume penjualan, mempercepat proses transaksi, serta memudahkan promosi produk kepada konsumen. Dengan adanya kemudahan tersebut, UMKM dapat meningkatkan pendapatan dan mengembangkan usahanya secara lebih efektif. Oleh karena itu, adopsi e-commerce menjadi salah satu faktor penting yang mampu mendorong peningkatan kesejahteraan UMKM.

B. Pengaruh Kualitas Infrastruktur Digital terhadap Kesejahteraan UMKM

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (Uji t), variabel Kualitas Infrastruktur Digital (X2) memiliki nilai t-hitung sebesar 5,489 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga H02 ditolak dan Ha2 diterima. Dengan demikian, Kualitas Infrastruktur Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesejahteraan UMKM. Menurut penelitian oleh Hil Anriva, Mulyani dan Harahap menyatakan infrastruktur digital dapat berfungsi untuk penggunaan sistem informasi akuntansi serta *e-commerce* secara optimal memperbaiki efisiensi operasional, dan meningkatkan ketepatan data, menjadi faktor penyusunan laporan keuangan, pengambilan Keputusan, dan pemasaran produk, yang tepat dalam terorganisir. (Wibowo, 2016)

Hasil Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari Wuryanti Ayyumi Khusnul Khotimah, Muhammad Irfan Pratama menunjukkan bahwa kualitas infrastruktur digital berpengaruh positif terhadap kesejahteraan rumah tangga UMKM. [24] Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa semakin tinggi adopsi e-commerce terhadap kesejahteraan UMKM. Dengan demikian, hasil ini menunjukkan bahwa kualitas infrastruktur digital merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kesejahteraan UMKM, semakin tinggi kualitas infrastruktur digital maka semakin tinggi pula kesejahteraan UMKM.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas infrastruktur digital yang dimiliki dan dimanfaatkan oleh UMKM, maka semakin tinggi pula kesejahteraan UMKM. Infrastruktur digital yang memadai, seperti akses internet yang stabil, perangkat teknologi yang mendukung, sistem informasi yang baik, serta kemampuan sumber daya manusia dalam memanfaatkan teknologi digital, dapat meningkatkan efisiensi operasional usaha. Kondisi tersebut memungkinkan UMKM untuk menjalankan aktivitas bisnis secara lebih produktif dan kompetitif sehingga berdampak pada peningkatan kesejahteraan pelaku usaha.

C. Dampak Adopsi E-Commerce dan Kualitas Infrastruktur Digital secara Simultan terhadap Kesejahteraan UMKM

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan (Uji F), diperoleh nilai F-hitung sebesar 298,012 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H03 ditolak dan Ha3 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Adopsi E-Commerce dan Kualitas Infrastruktur Digital secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kesejahteraan UMKM.

Hasil Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh edya Diajeng Aryani, Nadia Adawi Hidayatunnisa, and Lalu Ibrohim Burhan menunjukkan bahwa adopsi e-commerce dan kualitas infrastruktur digital berpengaruh positif terhadap kesejahteraan rumah tangga UMKM. (Widiati & Azkia, 2023) Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa semakin tinggi adopsi e-commerce dan kualitas infrastruktur digital terhadap kesejahteraan UMKM. Dengan demikian, hasil ini menunjukkan bahwa adopsi e-commerce dan kualitas infrastruktur digital merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kesejahteraan UMKM, semakin tinggi adopsi e-commerce dan kualitas infrastruktur digital maka semakin tinggi pula kesejahteraan UMKM.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kesejahteraan UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh penerapan e-commerce saja, tetapi juga oleh dukungan infrastruktur digital yang memadai. Kedua variabel tersebut saling melengkapi dalam mendukung perkembangan usaha. Adopsi e-commerce akan berjalan lebih optimal apabila didukung oleh kualitas infrastruktur digital yang baik, sehingga UMKM mampu memanfaatkan teknologi secara maksimal dalam kegiatan usahanya. Oleh karena itu, kombinasi antara pemanfaatan e-commerce dan infrastruktur digital yang berkualitas dapat menjadi faktor penting dalam meningkatkan kesejahteraan UMKM. Teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi e-commerce. Hal ini dikarenakan pemilik UMKM merasa teknologi dapat mendukung serta membuat bisnis berjalan dengan sangat efisien. (Yaqin et al., 2025)

Selain itu, berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh persamaan regresi $Y = -1,200 + 0,382X_1 + 0,279X_2 + e$. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa variabel Adopsi ECommerce dan Kualitas Infrastruktur Digital memiliki arah pengaruh yang positif terhadap Kesejahteraan UMKM. Di antara kedua variabel tersebut, Adopsi ECommerce memiliki pengaruh yang lebih dominan karena memiliki nilai koefisien regresi yang lebih besar, yaitu 0,382 dibandingkan dengan Kualitas Infrastruktur Digital sebesar 0,279.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh adopsi ecommerce dan kualitas infrastruktur digital terhadap kesejahteraan rumah tangga UMKM, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Adopsi *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan rumah tangga UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi pemanfaatan e-commerce oleh pelaku UMKM, Variabel Adopsi E-Commerce (X_1) memiliki nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,382, dengan nilai t -hitung sebesar 11,144 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa Adopsi E-Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesejahteraan UMKM.
2. Kualitas infrastruktur digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan rumah tangga UMKM. Variabel Kualitas Infrastruktur Digital (X_2) memiliki nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,279, dengan nilai t -hitung sebesar 5,489 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Infrastruktur Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesejahteraan UMKM.
3. Adopsi e-commerce dan kualitas infrastruktur digital secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan rumah tangga UMKM. Berdasarkan hasil analisis uji F (simultan) yang dilakukan menggunakan aplikasi SPSS, diperoleh nilai F -hitung sebesar 298,012 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$). Oleh karena itu, H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima, yang menunjukkan bahwa variabel Adopsi E-Commerce (X_1) dan Kualitas Infrastruktur Digital (X_2) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kesejahteraan UMKM (Y).
4. Dengan demikian hasil dari uji regresi linier berganda, dapat disimpulkan bahwa variabel Adopsi E-Commerce (X_1) dan Kualitas Infrastruktur Digital (X_2) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kesejahteraan UMKM (Y). Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa Adopsi ECommerce dan Kualitas Infrastruktur Digital berpengaruh secara simultan terhadap Kesejahteraan UMKM diterima. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,733 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan dalam model, kemampuan variabel adopsi e-commerce dan kualitas infrastruktur digital dalam menjelaskan variabel kesejahteraan rumah tangga UMKM tetap tinggi, yaitu sebesar 73,3%.

Referensi :

- Agnes Monica, Fauzia, Y., & Achmad. (2023). Literature Review: Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Pada Produk E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 29(2), 78–89.
- Astuty, D. A., Maharani, P. N., Triany, M., Pratama, A. A., Amanda, C. A., Tarigan, H. S., & Azri, N. I. (2024). Upaya inovatif peningkatan ekonomi lokal melalui optimalisasi umkm opak di desa paya bengkuang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(4), 5258–5266.
- Ayyumi Khusnul Khotimah, Muhammad Irfan Pratama, L. W. (2026). *Jurnal bisnis dan manajemen (jbm)*. 22(2).
- DR. IR. FAROMAN SYARIEF, SE., M. (2022). *BUKU Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah* (Vol. 20, Issue 2).
- Hula, P. A., Ibrahim, M., & Abdul, E. M. (2025). Pengaruh Digital Marketing dan E-Commerce terhadap Customer Loyalty pada Barokah Shop Gorontalo. *Jurnal Simki Economic*, 8(1), 202–212. <https://doi.org/10.29407/jse.v8i1.1117>
- Koswara, A. (2024). Digitalisasi Ekonomi di Pedesaan: Mengkaji Kesenjangan Infrastruktur Digital di Indonesia. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 5(3), 180. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v5i3.3407>
- Kurniyanto, I. R., Destiarni, R. P., Zulkhaeriyah, Z., Arifiyanti, N., Husna, H. M., Qoiroh, S. N., Amalia, L., Rahmania, H. K., & Saroh, N. M. (2025). UMKM Melek Aturan: Pendampingan Intensif Legalitas Usaha UMKM di Desa Parseh Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 9(3), 673–681. <https://doi.org/10.29407/ja.v9i3.23816>
- Liniarti, S., Nasution, R., & Nugraha, Y. T. (2025). Digitalisasi aplikasi berbasis web dan e-commerce untuk peningkatan pendapatan kelompok UMKM. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 1294(4), 1294–1304. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v6i4.24167>
- Marketing, S., Regency, B., Wibowo, N. S., Sugiartono, E., & Atmadji, S. J. (2024). *Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan E-Content Development Dan Strategic Marketing Communication Dalam Upaya Digitalisasi Ekonomi Bagi UMKM Batik Tamanan Kabupaten Bondowoso*. 9(3), 439–443.
- Nurchoiriyah, A. P., Sofia, E., Beri, F., & Djasuli, M. (2025). Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi). *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 14(03), 1066–1076. <https://doi.org/10.31959/jm.v14ix.2983>
- Prof.Dr.Elisabeth Siahaan, Se., M. ec. (2023). *BUKU DIGITAL MARKETING DAN E- COMMERCE* (Issue December 2024).
- Putu, N., Rahayu, W., Putri, I. A., Haninun, , Mega, S. A., & Rahmawati, A. (2025). PEMBERDAYAAN UMKM WANITA MELALUI DIGITALISASI DAN LITERASI KEUANGAN DI ERA EKONOMI DIGITAL. In *Jurnal Pengabdian UMKM* (Vol. 4). <https://jpu.ubl.ac.id/index.php/jpu>
- Raaken Danendra A W, Silvana Purbawanti, & Zella Fathona Aska. (2025). Peran E-Commerce dalam Meningkatkan Peluang bagi UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 2(1), 103–109. <https://doi.org/10.61132/jeap.v2i1.794>
- Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, I. I. J. (2024). *Buku Monograf Ekonomi Digital* (Vol. 2).
- Selly Silviawati, Eka Satria Wibawa, Nindi Anggi Wardani, Sri Wahyuning, & Ita Noviana. (2025). Peran E-Commerce dalam Transformasi Digital UMKM Indonesia: Sebuah Kajian Literatur. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 3(4), 159–175. <https://doi.org/10.54066/jrime.v3i4.3551>
- Supa, F. B. (2023). *INFRASTRUKTUR DIGITAL INDONESIA : MENINGKATKAN PERTUMBUHAN EKONOMI DAN KESEJAHTERAAN*. 1–6.
- Syafitri, W., & Rahayu Indraswari, C. (2024). *Pelatihan Akses Finansial Teknologi: Akselerasi Permodalan Digital Umkm di Desa Kebobang, Kec. Wonosari, Kab. Malang*. 6, 77–87.
- Veronica, D., Putra, A., Jambi, U. M., Enterprises, M., District, B., Baki, K., & Mikro, U. (n.d.). *Strategi Implementasi E-Commerce Untuk Umkm*. 1(2), 131–138.
- Wibowo, E. A. (2016). Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Proses Bisnis. *Equilibiria*, 1(1), 95–108.
- Widiati, S., & Azkia, L. I. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Dan Peran Sertifikasi Halal Produk Pangan Lokal Umkm Dalam Menunjang Ketahanan Pangan Tingkat Rumah Tangga. *Sebatik*, 27(1), 398–406. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i1.2275>
- Yaqin, M. A., Khairi, M., Febri, R., & Pradani, E. (2025). *Optimalisasi Digital Marketing dan E-Commerce Berbasis Notifikasi untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Kampoenk Snack Probolinggo*. 6(4), 1153–1172.

