

Peranan Ekonomi Digital pada E-Commerce dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM (Studi Kasus UMKM Fashion di Sangatta)

Selly Swandari^{1*}, Akbar Lufi Zulfikar², Nurfiza Widayati³, Muhammad Awaluddin⁴, Priskila Angel⁵

¹⁻⁵Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman Samarinda, Jl. Kuaru Gunung Kelua, Kec. Samarinda Ulu, Kota Samarinda, Prov. Kalimantan Timur
E-mail: Sellyswandari@feb.unmul.ac.id

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4822>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 23 Nov 2025

Revised: 05 Dec 2025

Accepted: 30 Dec 2025

Kata Kunci:

Ekonomi Digital, E-Commerce, UKM, Pendapatan, Shopee

Keywords:

Digital Economy, E-Commerce, SMEs, Income, Shopee

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran ekonomi digital dalam e-commerce dalam meningkatkan pendapatan UMKM, khususnya di sektor fesyen, dengan studi kasus UMKM fesyen di Sangatta. Menggunakan metode penelitian kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara dengan pemilik UMKM yang menjual produk fesyen di platform e-commerce Shopee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi e-commerce, khususnya melalui Shopee, berdampak positif terhadap pendapatan UMKM. Sebagian besar informan melaporkan peningkatan penjualan produk yang signifikan setelah bergabung dengan Shopee, dengan persentase peningkatan berkisar antara 20% hingga 80%. Hal ini menunjukkan bahwa e-commerce memainkan peran penting dalam memperluas pasar UMKM dan meningkatkan pendapatan mereka, sejalan dengan kemajuan teknologi digital yang memfasilitasi transaksi jual beli online. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya penggunaan fitur Shopee, seperti gratis ongkir dan promosi lainnya, dalam menarik perhatian konsumen dan mendorong peningkatan penjualan.

This study aims to analyze the role of digital economy in e-commerce in increasing the income of SMEs, particularly in the fashion sector, with a case study on fashion SMEs in Sangatta. Using a qualitative research method, data was collected through interviews with SME owners selling fashion products on the Shopee e-commerce platform. The results indicate that the implementation of e-commerce, especially through Shopee, has a positive impact on SME income. Most informants reported a significant increase in product sales after joining Shopee, with percentage increases ranging from 20% to 80%. This shows that e-commerce plays an important role in expanding the market for SMEs and boosting their income, in line with the advancement of digital technology that facilitates online buying and selling transactions. The study also highlights the importance of using Shopee features, such as free shipping and other promotions, in attracting consumer attention and driving increased sales.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Selly Swandari, et al (2025). Peranan Ekonomi Digital pada E-Commerce dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM (Studi Kasus UMKM Fashion di Sangatta), 4(3) 16631-16636. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4822>

PENDAHULUAN

Memasuki revolusi industri 4.0, teknologi digital telah menjadi salah satu pilar utama yang dibutuhkan oleh para pelaku industri untuk mengembangkan lini usaha mereka. Kehadiran industri 4.0 membuktikan bahwa perkembangan sektor industri tidak dapat terlepas dari kemajuan teknologi. Perkembangan teknologi yang pesat beriringan dengan sektor industri ini memberikan dampak positif pada perekonomian suatu negara, termasuk Indonesia. Teknologi digital menjadi kunci dalam mendorong perekonomian menuju era ekonomi digital. Era ini sebenarnya telah dimulai sejak tahun

1980-an, dengan penggunaan personal computer (PC) dan internet untuk efisiensi bisnis, yang menjadi awal dari perkembangan e-commerce. Seiring dengan kemajuan teknologi, ekonomi digital terus berkembang, memasuki era baru yang ditandai dengan hadirnya mobile technology, akses internet tanpa batas, serta teknologi cloud yang semakin mendominasi.

Para ahli ekonomi digital, seperti Tapscott (1998), menjelaskan bahwa ekonomi digital adalah sistem ekonomi yang mengandalkan informasi dengan berbagai akses yang memudahkan pemrosesan data dan komunikasi. Fenomena ini mendorong terciptanya banyak bisnis baru, termasuk pemanfaatan teknologi digital dalam transaksi perdagangan. Dengan kemajuan teknologi digital, banyak perusahaan dan negara-negara di dunia mulai mengembangkan kebijakan untuk mendukung perdagangan digital yang berpotensi meningkatkan ekonomi nasional. Indonesia, sebagai negara dengan perkembangan ekonomi digital yang pesat, menjadi salah satu contoh negara yang mencatatkan perkembangan tercepat dalam mengadopsi ekonomi digital, sebagaimana dilaporkan oleh McKinsey (2019).

Peningkatan ekonomi digital di Indonesia terlihat jelas dalam peningkatan jumlah pengguna internet dan transaksi e-commerce. Menurut data Kementerian Komunikasi dan Informatika (2022), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2022 telah mencapai 204,7 juta orang, yang semakin memperkuat peran internet sebagai media komunikasi, penyedia informasi, dan sarana promosi, khususnya untuk sektor bisnis atau ekonomi digital. Riset terbaru yang dirilis oleh Google, Temasek, dan Bain & Company dalam studi "Economy SEA 2022" memprediksi bahwa nilai ekonomi digital Indonesia akan mencapai USD 77 miliar pada 2022, dengan kontribusi e-commerce sebesar USD 59 miliar yang diperkirakan akan meningkat menjadi USD 95 miliar pada 2025.

Shopee, sebagai salah satu platform e-commerce terbesar di Asia Tenggara, turut berkontribusi dalam perkembangan ekonomi digital di Indonesia. Shopee menyediakan berbagai fitur yang memudahkan transaksi jual beli secara online, memungkinkan pengguna untuk membeli produk dan jasa dengan lebih mudah. Dengan lebih dari 170 juta pengguna aktif dan 131,3 juta pengunjung per bulan pada kuartal II 2022 (iPrice, 2022), Shopee telah membuktikan kemampuannya dalam mendominasi pasar e-commerce Indonesia, memberikan peluang besar bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnis mereka.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, khususnya sektor fashion, merupakan bagian penting dalam perekonomian nasional. UMKM memiliki peran strategis dalam menyerap tenaga kerja, meningkatkan PDB, dan menciptakan lapangan kerja baru. Dengan dukungan teknologi digital, UMKM di sektor fashion, seperti pakaian perempuan dan hijab, semakin berkembang. E-commerce, khususnya Shopee, menjadi alternatif bagi pelaku UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan mereka. Shopee menawarkan berbagai fitur seperti gratis ongkir, promo, serta kemudahan komunikasi antara penjual dan pembeli, yang mendorong peningkatan transaksi.

Namun, meskipun banyak peluang yang diberikan oleh e-commerce, banyak UMKM di sektor fashion yang masih mengalami kendala dalam berinovasi dan memasarkan produk mereka. Beberapa pelaku UMKM belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan inovasi produk dan pemasaran yang lebih kreatif. Dengan demikian, penting untuk meneliti bagaimana peran ekonomi digital, melalui e-commerce Shopee, dapat meningkatkan pendapatan UMKM, terutama di sektor fashion, dan bagaimana para pelaku UMKM dapat memanfaatkan platform digital untuk mengembangkan usaha mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran ekonomi digital dalam meningkatkan pendapatan UMKM sektor fashion melalui platform e-commerce Shopee. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan menggali bagaimana penggunaan Shopee dapat memberikan dampak positif pada peningkatan penjualan dan pengembangan usaha UMKM, khususnya di daerah Sangatta.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara terstruktur dengan pelaku UMKM fashion yang menggunakan Shopee. Wawancara ini menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan untuk memastikan relevansi dan kelengkapan data yang dikumpulkan. Data sekunder diperoleh dari sumber pustaka, laporan Badan Pusat Statistik, dan publikasi resmi pemerintah yang relevan dengan topik penelitian ini.

Analisis data dilakukan menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan analitik.

Pendekatan deskriptif bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi dalam pengembangan UMKM fashion melalui e-commerce. Proses analisis data mengikuti model analisis interaktif dari Miles dan Huberman, yang mencakup pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Bagian ini menggambarkan mengenai deskripsi data penelitian, khususnya yang berhubungan dengan informasi penelitian yaitu bagaimana peranan ekonomi digital pada e-commerce shopee dalam meningkatkan pendapatan umkm (studi kasus umkm fashion) di Sangatta. Selain itu juga akan dijelaskan terkait manfaat dalam penggunaan shopee untuk meningkatkan pendapatan. Dalam melakukan penelitian, peneliti pertama menemui pemilik UMKM yang memiliki toko di shopee. Peneliti menggali informasi mengenai rumusan masalah yang telah diangkat oleh peneliti maka dalam menggali data sesuai pedoman wawancara, peneliti menyelidiki tentang manfaat dalam penggunaannya. Agar terdeskripsi data hasil penelitian sesuai urutan pedoman wawancara, yakni sebagai berikut:

Peranan Ekonomi digital pada e-commerce shopee dalam meningkatkan pendapatan

Peran ekonomi digital yaitu mendorong pertumbuhan ekonomi dan menunjang sistem ekonomi adalah perdagangan online atau e-commerce. E-commerce adalah penjualan yang dilakukan melalui media elektronik. Kecepatan perkembangan teknologi, komunikasi, dan informasi serta e-commerce memungkinkan konsumen untuk membeli produk dan jasa secara online. E-commerce menurut E. Turban, et al. dalam Rizki, Dkk (2019), E-commerce atau electronic commerce merupakan perdagangan elektronik yang mencakup proses jual beli barang atau jasa, pertukaran produk, transfer dana, pelayanan serta informasi yang menggunakan jaringan komputer atau internet. Informan pertama yang merasakan peranan ekonomi digital pada e-commerce shopee:

“iya kak awalnya saya memasarkan produk saya lewat instgram dan peningkatannya sekitar 80% setelah menggunakan shopee” (Hasil wawancara).

Informan kedua yang merasakan peranan ekonomi digital pada e-commerce shopee:

“sementak keikutsertan saya menjual di shopee itu alhamdulillah meningkat, yaa karena saya juga baru bergabung di shopee baru beberapa bulan jadi peningkatannya baru 20%” (Hasil wawancara).

Informan ketiga yang merasakan peranan ekonomi digital pada e-commerce shopee:

“yah alhamdulillah ada lah soalnya awal-awal jualan cuma satu pesanan dalam seminggu lama kelamaan pendapatan juga naik kak menjadi 50% ketika kita konsisten dalam melakukan pemasaran” (Hasil wawancar).

Informan keempat yang merasakan peranan ekonomi digital pada e-commerce shopee:

“Tentu pasti setiap selesai posting atau Upload Story' baru ataupun Vidio di shopee dan semua sosial media otomatis akan meningkat pembelian, baik Costumer lama maupun costumer baru, dari kita target dari 50% mencapai setiap selesai posting itu mencapai 85%” (Hasil wawancara).

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan yaitu adanya e-commerce shopee memberikan hal positif bagi para umkm dalam memenuhi kebutuhan ekonomi karena dapat meningkatkan pendapatan serta keuntungan dengan mudah. Selain itu produk juga lebih di kenal oleh masyarakat seluruh indonesia. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada beberapa informan menghasilkan bahwa ekonomi digital ada e-commerce memiliki peranan dalam meningkatkan pendapatan UMKM walaupun peningkatan tersebut berbeda-beda dari segi % yang mereka dapatkan.

Berdasarkan wawancara hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa pada informan Nur Syafitri yang merupakan UMKM fashion pakaian perempuan yang sebelum menggunakan shopee pendapatannya hanya 10% saja, dengan perkembangan ekonomi digital melalui shopee bisa meningkat sehingga 20%. Sedangkan pada informan Khaeril Anwar yang juga UMKM fashion pakaian perempuan yang sebelum menggunakan shopee pendapatannya juga hanya 10% saja, dengan perkembangan ekonomi digital melalui shopee bisa meningkat sehingga 20% setelah menggunakan e-commerce

shopee. Sedangkan pada informan Hermiati yang juga UMKM fashion pakaian perempuan yang sebelum menggunakan shopee pendapatannya juga hanya 50% saja, dengan perkembangan ekonomi digital melalui shopee bisa meningkat sehingga 80% setelah menggunakan e-commerce shopee. Sedangkan pada informan Hasmono yang juga UMKM fashion hijab yang sebelum menggunakan shopee pendapatannya juga hanya 30% saja, dengan perkembangan ekonomi digital melalui shopee bisa meningkat sehingga 50% setelah menggunakan e-commerce shopee. Sedangkan pada informan munairah Ainun yang juga UMKM fashion hijab yang sebelum menggunakan shopee pendapatannya juga hanya 40% saja, dengan perkembangan ekonomi digital melalui shopee bisa meningkat sehingga 60% setelah menggunakan e-commerce shopee. Sedangkan pada informan Imawati yang juga UMKM fashion hijab yang sebelum menggunakan shopee pendapatannya juga hanya 5% saja, dengan perkembangan ekonomi digital melalui shopee bisa meningkat sehingga 10% setelah menggunakan e-commerce shopee.

Berdasarkan penjelasan diatas menunjukan bahwa setiap pelaku UMKM memperoleh pendapatan yang berbeda-beda. Hal ini dibuktikan oleh pendapatan fashion pada pakaian perempuan dan hijab, dimana Hijab yang merupakan fashion yang sering digunakan oleh para muslimah di Indonesia memiliki peningkatan yang signifikan sekitar 80% dibandingkan dengan pakaian perempuan yang merupakan salah satu fashion paling banyak diminati dan memiliki perkembangan sekitar 50% karena salah satu kebutuhan pada manusia untuk bisa tampil percaya diri.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan informan, peningkatan terjadi pada momen tertentu seperti tanggal cantik atau flash sale seperti 7.7 dan pada hari raya dibandingkan hari-hari biasa. Ini membuktikan bahwa ekonomi digital memiliki peran sangat signifikan dalam meningkatkan pendapatan umkm melalui e-commerce shopee.

Faktor sehingga e-commerce shopee bisa meningkatkan pendapatan

Perkembangan bisnis bagi para pelaku UMKM semakin maju terkhususnya pada pemasaran, sehingga harus mampu bersaing dalam memasarkan dan mempromosikan produknya melalui sosial media, Dalam melakukan pemasaran tentu saja kita ingin memperkenalkan produk kepada masyarakat, untuk itu maka perlu dilakukan promosi tidak hanya melalui shopee itu sendiri tetapi juga pada sosial media. Seperti pernyataan informan dibawah ini:

“pemasaran prodak dishopee itu bentuk pemasarannya ketika saya review prodak di instgram otomatis saya akan masukan link shopeenya sekalian untuk pelanggan-pelanggan langsung cekout saja terus kadang juga saya lakukan pemasarannya itu dia upload vidio dishopee karena sekarang shopee vitur upload vidio seperti tiktok dan mencantumkan keranjang kuning” (Hasil wawancara).

Selain itu melakukan pemasaran maka perlu adanya produk yang didesain dengan sedemikian rupa untuk agar menarik perhatian para costumer salah satunya vidio ataupun foto terbaik untuk ditampilkan pada e-commerce shopee, seperti pernyataan informan dibawah ini:

“Caranya seperti itu setiap ada barang baru pasti saya update, upload dan bikin konten ,yaitu sangat memenuhi syarat itu konten kenapa karena setiap ada konten baru membuat orang menonton yang tadi tidak suka lihat postingan-postingan jualan yang hanya upload selesai, orang biasa kayak lihat pakai musik kemudian orang itu suka musiknya pasti orang akan dengar itu sambil menonton otomatis itu akan mengundang daya tari orang untuk membeli jadi sangat Berpengaruh untuk membuat konten, update dan memasarkan sebanyak-banyaknya ke sosial media” (Hasil wawancara).

Hal sama juga dilakukan oleh informan dibawah ini, berikut pernyataanya:

“Menggunakan strategi sepertinya tetap berbentuk vidio reels kalau di instgram dan ada juga di shopee 22 nya ada fitur adsnya Cuma saya lebih sering gunain ads shopee karena lebih akurat dan menjangkau pembeli yang mencari produk yang sesuai dengan yang saya jual” (Hasil wawancara).

Berdasarkan hasil wawancara menunjukan bahwa dalam meningkatkan pendapatan tentunya harus melakukan strategi dalam memasarkan produk karena dengan strategi tersebut coustmer akan memiliki ketertarikan dalam membeli produk kita, selain itu ketika kita konsisten dalam melakukan promosi baik dari shopee itu sendiri maupun sosial media agar produk kita lebih terkenal baik dari dalam

Sulawesi maupun diluar pulau sulawesi. Dengan strategi pemasaran yang cerdas, dukungan teknologi yang kuat, dan fokus pada kepuasan pelanggan, Shopee berhasil menciptakan ekosistem e-commerce yang berkembang pesat di wilayah Asia Tenggara dan Taiwan. Semua ini berkontribusi pada meningkatkan pendapatan perusahaan dan penjual yang berpartisipasi dalam platformnya.

Pembahasan

Peranan ekonomi digital pada e-commerce shopee terhadap umkm memiliki peran sangat membantu para pelaku umkm dalam menjalankan usahanya khususnya pada umkm Fashion. Perkembangan ekonomi digital yang semakin pesat menjadikan masyarakat untuk memanfaatkan digital, salah satunya shopee yang berhasil didirikan oleh salah satu perusahaan yang berada di singapura hingga pada tahun 2015 shopee berhasil masuk di indonesia. Adanya shopee tentu adalah suatu kesyukuran karena para masyarkat khususnya UMKM memanfaatkan ini untuk memajukan perekonomian apalagi setelah covid 19. shopee yang setiap tahunnya memiliki pengembangan yang signifikan dari jumlah pengguna dan tokoh yang ada pada e-commerce ini.

E-commerce Shopee berusaha meningkatkan kualitas serta pelayanan terbaik bagi setiap penggunanya. Shopee dengan berbagai fiturnya seperti diskon dan gratis ongkir menjadikan shopee menjadi e-commerce no satu di indonesia. Oleh karena itu, para pengguna khususnya para umkm fashion pakaian dan hijab memanfaatkan fitur tersebut dengan menjual produk. Karena shopee yang bisa diakses kapan saja dan dimana saja menjadikan para costumer bisa belanja kapan saja serta memilih barang yang ia sukai, Seperti, Fitur Gratis Ongkir dimanfaatkan oleh UMKM dengan adanya fitur Voucher Gratis Ongkir, coustmer hanya perlu membayar sejumlah harga produk yang dipesan.

Dari pernyataan informan membuktikan bahwa peranan e-commerce shopee sangat berpengaruh terhadap pendapatan UMKM, dengan pendapatan tersebut dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari bahkan kebutuhan lainnya. Selain itu dengan pengaruh tersebut semakin banyak orang juga untuk menggunakan shopee, yang tadinya hanya pengguna biasa karena terinspirasi dengan pengaruh-pengaruh positif otomatis orang juga akan ikut berjualan di shopee.

Keberadan e-commerce shopee benar-benar mempermudah costumer dalam berbelanja kebutuhan karena shopee yang menyediakan semua kebutuhan masyarakat mulai fashion, makanan, alat rumah tangga dan lain sebagainya serta fitur-fitur yang ada tersedia di shopee yang mudah dipahami UMKM dalam berjualan akan mampu bersaing dengan baik dan menciptakan ide-ide atau inovasi serta kreatif dalam mengamati proses pemasaran yang ada dishopee.

Perkembangan pemasaran harus mengikuti gaya pasaran yang terjadi sekarang dalam membuka usaha agar tidak ketinggalan zaman dan orang-orang juga sehingga orang-orang menarik, sehingga ia membeli produk yang ia sukai khususnya pada fashion pakaian perempuan dan hijab. Selain itu e-commerce ini dapat membantu perekonomian dengan melakukan penjualan dan pemasaran secara konsisten yaitu dengan pemanfaatan salah satu fitur terbaru dari shopee dengan membuat konten lalu menyematkan keranjang pada konten akan lebih mudah para custmer untuk membeli produk karena konten yang diberikan menarik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peranan ekonomi yang strategis dalam meningkatkan pendapatan umkm fashion di Sangatta hal ini relevan dengan fakta yang telah di temukan oleh peneliti, walaupun belum semua orang bisa berjualan pada e-commerce shopee tetapi mampu dibuktikan oleh sebagian orang karena dampak dari penggunaan e-commerce ini. Hasil penelitian ini

Sejalan dengan penelitian Muhammad Ikhsan, Muhammad Hasan (2020) dengan hasil penelitian yang menghasilkan bahwa dampak dengan adanya penggunaan E-Commerce yaitu, toko yang dapat diakses 24 jam, memberikan keamanan dan kemudahan dalam proses tranksaksi, mempermudah promosi sehingga dapat membantu komunikasi lebih cepat dengan pelanggan dan dapat mengakses pasar global serta dapat memuaskan pelanggan dan tentunya dapat meningkatkan omzet.

SIMPULAN

Ekonomi digital pada e-commerce shopee sangat berperan dalam meningkatkan pendapatan UMKM. Dengan perkembangan ekonomi digital mampu menciptakan e-commerce shopee sebagai situs berbelanja online, melalui shopee para pengguna awalnya hanya pengguna biasa tetapi seiring berkembangnya zaman satu per satu memulai berbisnis dengan menggunakan shopee. Para UMKM mulai memasarkan produknya yang tadinya harus datang langsung ketokoh untuk bisa produk yang akan

dibeli atau berbelanja offline sekarang hanya melalui handphone saja kita bisa memilih barang tanpa harus ketokoh atau berbelanja online. Selain itu fitur-fitur yang tersedia pada shopee menjadikan shopee sebagai e-commerce no satu di indonesia karena mudah dipahami, banyak promo setiap bulanya, gratis ongkir, metode pembayaran yang mudah serta semua jasa pengiriman tersedia di shopee. Selain itu jangkauan pasar shopee yang lebih luas sehingga produk lebih dikenal oleh masyarakat. Hal itu menjadikan para UMKM dapat meningkatkan pendapatannya terkhususnya UMKM Fashion dengan pemanfaatan fitur-fitur tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak yang sudah berkontribusi dalam pelaksanaan pengabdian dan penyusunan artikel ini.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik Kutai Timur Tahun 2024
- Budiarta, K., Ginting, S. O., & Simarmata, J. (2020). *Ekonomi dan Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Data Dinas Koperasi dan UMKM Sangatta Tahun 2024
- Dola Asmita, E. E. (2019). Perilaku Konsumtif Mahasiswi dalam Mengikuti Trend Fashion Masa Kini (Studi Kasus Mahasiswi Sosiologi FIS UNP). *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, 92
- Gustina, L. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 157-158.
- Haekal, M. K., Syahrul, B. N. S., Zen, H. R., Zaka, G. A. Y., Sari, D. P., Abizah, D., ... & Zulfikar, A. L. (2025). Digitalisasi Keuangan dan Manajemen Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Muara Badak Ulu Kecamatan Muara Badak. *Aksi Kita: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(5), 1050-1061.
- Hutabarat, D. F. (2021). Peran Penggunaan E-Commerce Shopee Terhadap. Srikpsi, 5-4. <https://aptika.kominfo.go.id/2021/07/menkominfo-ekonomi-digital-indonesia-diprojektorkan-capaian-1-796-triliun-rupiah-pada-2024/> diakses 13 November 2021
- Insani, F. (2021). Analisis E-Commerce Sebagai Ekonomi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Kota Medan. *Srikpsi*, 27-31.
- Kharisma, R. W. (2021). Peran Ekonomi Digital Sebagai Pendorong Peningkatan Serapan Tenaga Kerja Dan Pendapatan Umkm Di Kota Makassar. *Srikpsi*, 13-15.
- Kumala, S. L. (2021). Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia. *Journal Of Economics And Regional Science*, 110-111.
- Nila Dwi Aprilia, D. (2021). Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pertahanan*, 248.
- Panorama, M. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Idea.
- Rahmawati, D. (2021). E-Commerce Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Indonesia (Analisis Immanuel Wallerstein). *Proceedings*, 50.
- Rony, M. (2021). Pengaruh Hedonic Shopping Motives, Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trunojoyo). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 395.
- Saputra, M. A. (2019). Eksistensi Umkm Pada Era Market Place (Studi Kasus Pasar Tanah Abang). *Srikpsi Universitas Hidayatullah Jakarta*, 19.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta Cv.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta Cv.
- Sulaiman, P. Y. (2022). Upaya Presiden Joko Widodo Menjadikan Indonesia Sebagai Negara Ekonomi Digital Di Asia Tenggara. *Journal Of Education, Humaniora And Social Sciences (Jehss)*, 1227.
- Tapscott. (1995). *The Digital Economy, Promise In The Age Of Networked Intelligence*. Mcgraw, New York.
- Wijayanti, N. W. (2021). Pelatihan Bisnis Online Menggunakan Aplikasi Shopee. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 206-215.
- Yusuf, M. (2022). Pengaruh Electronic Commerce (E-Commerce) Terhadap. *Jurnal Akuntansi Stei*, 20.