



Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan UMKM Kota Serang dengan Literasi Digital sebagai Variabel Moderasi

Herman Wijaya¹, Lulu Nailufaroh²

^{1,2} Universitas Serang Raya

¹unsera.herman@gmail.com, ²nailufarohlulu@gmail.com

Info Artikel

Sejarah artikel:

Diterima 14 September 2022

Disetujui 22 Oktober 2022

Diterbitkan 25 November 2022

Kata kunci:

Ekonomi digital; Pendapatan

UMKM; Literasi digital;

Variabel moderasi;

Pertumbuhan ekonomi

Keywords :

Digital Economy, Income,

Small Medium Enterprise,

Digital Literacy

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu penggerak dalam pembangunan dan perumbuhan ekonomi di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Ekonomi digital terhadap pendapatan UMKM di Kota Serang dengan literasi digital sebagai variabel moderator. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan sampel yang digunakan adalah pelaku UMKM yang terdaftar sebagai anggota di “Rumah Kreatif BUMN” di Kota Serang dan menggunakan media internet dalam kegiatan usahanya baik dalam kegiatan promosi atau bertransaksi. Jumlah sampel sebagai Responden dari penelitian ini berjumlah sebanyak 338 responden, Alat analisis yang digunakan adalah Smart PLS versi 3.0. Hasil dari Penelitian ini membuktikan bahwa ekonomi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di kota Serang. Serta peran dari literasi digital signifikan dalam memoderasi hubungan kedua variabel tersebut. Sehingga mengindikasikan bahwa pendapatan UMKM akan semakin bertambah bila literasi digital dimaksimalkan.

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises are one of the drivers of development and economic growth in Indonesia. This study aims to examine the influence of the digital economy on the income of Small Medium Enterprise Business in the city of Serang with digital literacy as a moderating variabel. Descriptive qualitative method is the method that I use in this research with the sample used is people who are registered as members of the “Rumah Kreatif BUMN” in Serang City and use internet media in their business activities both in promotional activities or transactions. The number of samples as respondents from this study amounted to 338 respondents. The analytical tool used was Smart PLS version 3.0. The results of this study prove that the digital economy has a positive and significant effect on the income of Small Medium Enterprise business in the city of Serang. And the role of digital literacy is significant in moderating the relationship between the two variabels. This indicates that the income of Small Medium Enterprise Business will increase if digital literacy is maximized.



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Program Studi Akuntansi, Institut Koperasi Indonesia. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY NC (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu penggerak dalam pembangunan dan perumbuhan ekonomi di Indonesia (Halim, 2020). UMKM merupakan solusi bagi masalah pengangguran yang ada di Indonesia karena membuka kesempatan kerja dan secara otomatis membuka pendapatan bagi Masyarakat Indonesia (Burhan, 2022). UMKM di Indonesia berperan penting dalam hal menciptakan lapangan pekerja. Dengan jumlah penduduk Indonesia yang sangat banyak, usaha yang berskala besar tidak mampu menyerap keseluruhan para pencari kerja, karena Usaha besar didasarkan pada kelompok padat modal, sedangkan UMKM didasarkan pada padat karya sehingga kebutuhan akan SDM cukup banyak (Arifudin et al., 2020). Banyaknya aktivitas yang dilakukan masyarakat Indonesia melalui internet membuka peluang bagi dunia usaha Indonesia. Salah satu kegunaan internet adalah untuk menjangkau pasar yang lebih luas dalam hal penjualan barang dan jasa yang dihasilkan oleh usaha mikro dan kecil (Harahap, 2013). Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dipraktikkan hampir disetiap aspek kehidupan manusia. Penggunaan Internet mendorong pertumbuhan sumber ekonomi baru yang dikenal sebagai ekonomi digital. Hal ini dapat menjelaskan bagaimana Internet mengubah cara orang melakukan bisnis. Informasi tentang ekonomi kuno dan fisik, sedangkan informasi pada era ekonomi digital berbentuk digital. Ekonomi digital hadir dan menjadi

jawaban atas dicanangkannya ekonomi digital oleh Pemerintah sebagai program pembangunan nasional. Melalui program tersebut UMKM mendapat fasilitas untuk bersaing dalam skala nasional bahkan global. Hingga beberapa platform *e-commerce* mulai bermunculan sejalan dengan dicanangkannya UMKM Go Online (Sara & Fitriyani, 2020).

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah dan Kementerian Komunikasi dan Informatika terus meningkatkan jumlah pelaku UMKM agar dapat menjual barangnya secara *online* bekerja sama dengan *e-commerce* dengan program 8 Juta UMKM Go Online, sehingga pemerintah berharap dapat mempercepat digitalisasi UMKM di Indonesia (Burhan, 2022). Namun sayangnya, literasi digital di Indonesia masih sangat rendah. Indonesia menempati urutan ke 10 negara terbawah terkait kemampuan literasi digital berdasarkan Survei *Programme for International Student Assessment* (PISA) 2018 (Sukamta, 2022). Fakta lainnya adalah Banten merupakan pengguna transaksi online terendah ke 2 di pulau Jawa, hal ini dikarenakan dikarenakan pola perilaku masyarakat, tingkat edukasi masyarakat, dan jumlah penduduk Provinsi Banten yang cukup besar,” (Redaksi, 2022). Provinsi Banten yang merupakan salah satu provinsi termuda di Indonesia jumlah UMKM menurut data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Banten tercatat 157.599 (BPS, 2022). Kota Serang, sebagai ibukota provinsi Banten, belum mendapatkan posisi yang terbaik dalam hal jumlah UMKM, jumlahnya jauh tertinggal dari kabupaten Lebak atau kabupaten Tangerang. Perkembangan UKM nya pun masih relatif lambat. Berikut di tampilkan tabel jumlah UMKM di tiap tiap kota dan kabupaten yang berada di provinsi Banten;

Tabel 1 Jumlah UMKM

No	Kabupaten/Kota	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah	Jumlah UMKM
1	Kabupaten Lebak	49.498	825	15	50.338
2	Kabupaten Tangerang	41.155	0	0	41.155
3	Kabupaten Serang	22.667	3.958	284	26.909
4	Kota Tangerang	11.079	633	34	11.746
5	Kota Cilegon	6.446	100	0	6.546
6	Kota Serang	6.495	3.595	222	10.321
7	Kota Tangerang Selatan	7.094	2.488	0	9.582
8	Kabupaten Pandeglang	900	100	2	1.002
TOTAL					157.599

Sumber : Data BPS Provinsi Banten diakses tahun 2022

Ekonomi digital merupakan kegiatan usaha yang nyata dimana teknologi dan platform digital merupakan kunci utama dalam meningkatkan produktifitas, meminimalkan konsumsi bahan dan sumber daya serta dapat meningkatkan kualitas barang (Akaev et al., 2018). Salah satu kegiatan ekonomi digital yang berkembang di Kota Serang saat ini yaitu penggunaan media sosial berbasis internet atau biasa dikenal dengan Bisnis online. Dimana para pelaku usaha UMKM di Kota Serang mempromosikan produk mereka melalui internet sebagai alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat, dengan adanya media sosial dan market place maka pengusaha UMKM dapat juga memanfaatkan *smartphone* yang dimiliki sebagai alat untuk mempromosikan produknya agar dapat dikenal oleh masyarakat luas. Banyak di media sosial dan market place sekarang seperti yang sering kita lihat salah satunya pada aplikasi Facebook, Instagram atau twitter dan marketplace seperti buka lapak, Blibli.com, shopee adalah tempat para wirausaha untuk mempromosikan produknya baik dari hal makanan, fashion dan lain-lain.

Di era ekonomi digital ini, yang menjadi hambatan adalah masih rendahnya keterampilan sumber daya manusia dalam penggunaan teknologi informasi karena lemahnya literasi digital (Suwarni et al., 2019). Penelitian sebelumnya berfokus hanya pada Variabel pendapatan, Kebaharuan dan urgensi dari penelitian ini adalah menambahkan Literasi digital sebagai variabel *moderating* yang merupakan aspek penting bagi peneliti agar mengetahui apakah literasi digital dapat memperkuat atau memperlemah variabel Ekonomi digital dalam meningkatkan pendapatan para pelaku usaha. Penelitian yang dilakukan oleh (Ramadani & Syariati, 2020) menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan

signifikan perkembangan ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku UMKM. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Gustina et al., 2022) dan (Gede et al., 2014) menyatakan bahwa ekonomi digital yang diprosikan menggunakan *ecommerce* sebagai media penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha. Sehingga berdasarkan uraian diatas maka penulis ingin melakukan penelitian dengan tujuan untuk menguji pengaruh Ekonomi digital terhadap pendapatan UMKM di Kota Serang dengan literasi digital sebagai variabel moderator.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, serta populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM yang berada di kota serang. Dalam pengambilan sampelnya penelitian ini menggunakan metode Nonprobability sampling, yaitu teknik pengumpulan sampel tanpa memberikan kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi yang dipilih untuk bisa menjadi sample (Sugiyono, 2016) Sedangkan dalam penentuan sampelnya penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sample dengan adanya pertimbangan tertentu (Muvidah & Andriani, 2022). Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampelnya adalah (1) Pelaku Usaha yang tergabung kedalam anggota Rumah BUMN Serang (2) Memiliki Omzet dibawah 4,8 milyar rupiah (3) Menggunakan media internet, media sosial atau *e-commerce* sebagai media penjualan. Menurut data sampel di Rumah BUMN Serang sesuai dengan kriteria yang telah di tentukan adalah sebanyak 338 anggota, sehingga dalam penelitian ini akan disebar Kuesioner kepada seluruh responden yang terdapat di Rumah BUMN Serang. Skala likert digunakan dalam katagori point, yakni; sangat tidak setuju (STS) dengan sekor skor 1; tidak setuju (TS) dengan sekor skor 2; netral (N) dengan sekor skor 3; setuju (S) dengan sekor skor 4 dan sangat setuju (SS) dengan sekor skor 5.

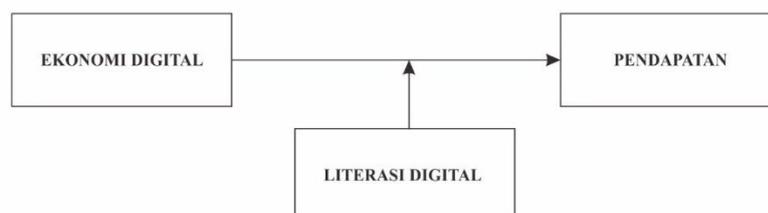
Analisis Data

Dari penelitian ini kemudian data diolah dengan menggunakan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS). PLS adalah suatu Teknik statistika multivariant yaitu teknik dengan membandingkan variabel exogen berganda dengan variabel endogen (Abdillah, W., 2015). PLS tidak didasarkan oleh banyak asumsi sehingga menjadi metode analisis yang powerfull (Ghozali, 2015). Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan software SmartPLS 3.0. Dilakukannya teknik analisis dengan SEM-PLS terdiri dari dua model pengujian yaitu model struktural (*Inner Model*) dan model pengukuran (*Outer Model*).

Model pengukuran atau *Outer Model* yaitu menggambarkan hubungan blok indikator dengan variabel latennya. Model struktural atau *Inner Model* yaitu suatu model yang menggambarkan hubungan kausalitas yang dibangun berdasarkan substansi teori antar variabel laten . Pengujian Outer model digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reabilitas instrumen. Pada Uji Validitas terdapat uji validitas konstruk dengan melihat nilai loading factor, dan uji validitas deskriminan dilihat dari nilai cross loading atau akar AVE dan korelasi variabel laten. Pada uji reabilitas dapat diukur dengan melihat nilai *cronbach' alpha* dan *composite reliability*. Sedangkan untuk Inner Model dievaluasi menggunakan nilai R-Square. Dan untuk uji hipotesis penelitian dapat dilihat dari nilai path *coefficient*, T-statistik, dan nilai total effect.

Kerangka Penelitian dan Hipotesis

Dalam penelitian ini yang berkaitan tentang Ekonomi Digital, Pendapatan UMKM Dengan Literasi Digital penulis merumuskan kerangka berpikir pada gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka penelitian

Dari kerangka pemikiran yang terdapat pada gambar 1, dapat di lihat bahwa variabel X adalah ekonomi digital dan variabel Y adalah Pendapatan. Selanjutnya antara variabel ekonomi digital dan variabel pendapatan di moderasi oleh variabel literasi digital, sehingga dari kerangka penelitian di atas, dapat di bentuk beberapa hipotesis, antara lain:

Pengaruh Ekonomi digital terhadap pendapatan pada pelaku UMKM di kota Serang

Ekonomi digital merupakan kegiatan transaksi jual beli yang menggunakan teknologi sebagai media untuk bertemunya penjual dan pembeli Pada umumnya menggunakan internet sebagai media dalam proses bertransaksi (Syikin et al., 2020). Ekonomi digital merupakan fenomena yang sedang hangat di perbincangkan dan menjadi primadona saat ini. Ekonomi digital memberikan kemudahan bagi seluruh semua pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan melalui pemasaran produk baik di marketplace, media sosial dan market lain dengan menggunakan internet sebagai media penjualan . Hal tersebut dapat dilakukan oleh semua pelaku usaha, khususnya industri mikro dan kecil yang dapat meningkatkan pendapatannya yang ada di kota serang. Sehingga dalam penelitian ini di arahkan kepada hipotesis berikut;

H1: Ekonomi digital berpengaruh terhadap pendapatan pelaku UMKM di kota Serang

Pengaruh Literasi digital sebagai variabel moderator antara pengaruh ekonomi digital terhadap pendapatan pada pelaku UMKM di kota Serang

Literasi digital sebagai kemampuan untuk memahami informasi, dan yang lebih penting untuk mengevaluasi dan mengintegrasikan informasi dalam berbagai format yang dapat diberikan oleh komputer (Gilster 2011), kemampuan para pelaku UMKM dalam literasi digital meliputi komponen dalam memahami dan menggunakan aplikasi sebagai media untuk melakukan pemasaran online, dengan tujuan untuk meningkatkan keuntungan usaha yang sedang di laksanakan. melalui literasi digital, pelaku UMKM tidak hanya menggunakan media digital untuk kegiatan bisnisnya saja, namun mensinergikan dalam kegiatan sehari-hari, termasuk di dalamnya kegiatan promosi atau pemasaran secara online agar dapat memberikan dampak yang positif terhadap perkembangan bisnisnya. pemahaman dalam penggunaan media sosial sebagai media promosi, atau pemahaman dalam menjual barang di marketplace akan berdampak baik terhadap peningkatan penjualan. Dari penjelasan teori diatas, literasi digital diperkirakan akan memperkuat pengaruh ekonomi digital dan pendapatan, sehingga hipotesis yang di ajukan dalam penelitian ini adalah;

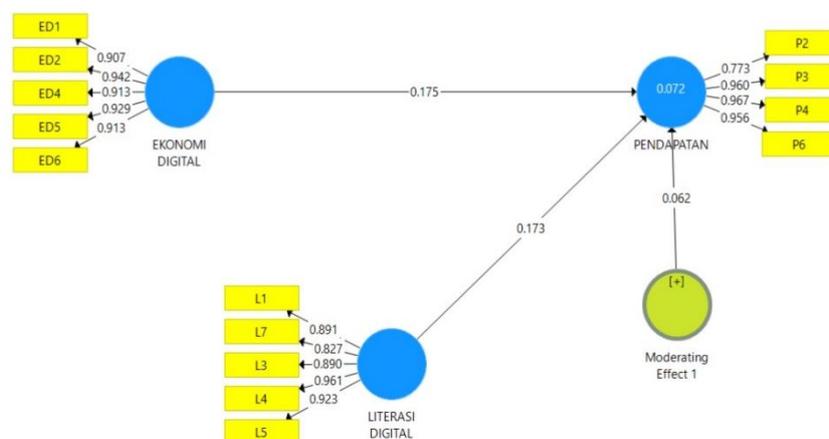
H2: Literasi digital memperkuat pengaruh ekonomi digital terhadap pendapatan pada pelaku UMKM di kota Serang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Model Pengukuran (Outer Model)

Uji Validitas

Uji validaitas data terdiri dari dua tahap pengujian yaitu uji validitas konvergen dan uji validitas deskriminan, dari hasil pengujian pada penelitian ini akan dijelaskan dalam gambar dan tabel dibawah ini



Gambar 2. Outer Model

Uji validitas convergent

Uji validitas konvergen pada model pengukuran dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan loading factor. Dalam model ini nilai loading factor untuk masing masing indikator harus di atas 0,7 Nilai loading factor dalam penelitian ini dilihat pada tabel 1 nilai *loading factor* dibawah ini.

Tabel 2 Nilai Loading Factor

Indikator	Ekonomi Digital	Pendapatan	Literasi Digital	Moderating Effect 1
ED1	0,907			
ED2	0,942			
ED4	0,913			
ED5	0,929			
ED6	0,913			
P2		0,773		
P3		0,960		
P4		0,967		
P6		0,956		
L1			0,891	
L7			0,827	
L3			0,890	
L4			0,961	
L5			0,923	
ED * L				0,852

Sumber: Output Smart PLS 3.0

Dari data yang terlihat pada table 1 Nilai loading Factor, di dapatkan bahwa Variabel ED1, ED2, ED4, ED5, ED6, memiliki nilai >0,7 sehingga dapat dikatakan indikator Ekonomi Digital memenuhi syarat *validitas convergent*. Berikutnya adalah variabel P2,P3,P4 dan P6 memiliki nilai loading factor >0.7 , dapat disimpulkan bahwa indikator Pendapatan memenuhi syarat validitas convergent. Variabel moderating yaitu L1,L3,L4,L5 dan L7 memiliki nilai loading factor yang sama baiknya seperti kedua indikator sebelumnya yakni >0,7 yang artinya Literasi Digital memenuhi syarat *validitas convergent*. Sehingga dapat dikatakan bahwa keseluruhan pernyataan dari indikator yang di ajukan kepada para anggota Rumah BUMN Serang dapat di fahamai oleh responden dengan cara yang sama seperti yang dimaksud oleh peneliti.

Uji validitas diskriminan

Uji validitas diskriminan pada model pengukuran ini dapat dinilai dengan membandingkan akar dari AVE suatu konstruk harus memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi antar variabel laten. Perbandingan nilai tersebut dapat dilihat pada tabel 3 :

Tabel 3 Nilai Akar AVE

Fornell-Larcker Criterion

Variabel	Ekonomi Digital	Literasi Digital	Efek Moderasi	Pendapatan
Ekonomi Digital	0,921			
Literasi Digital	0,037	0,900		
Efek Moderasi	0,017	0,227	1,000	
Pendapatan	0,180	0,195	0,104	0,917

Sumber: Output Smart PLS 3.0

Dari tabel 3 diatas dapat dilihat bahwa nilai dari akar AVE lebih besar dari nilai koefisien dengan variabel lainnya. Maka dari itu dapat dikatakan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini memiliki validitas yang baik.

Uji Reabilitas

Suatu tingkat konsistensi internal alat ukur dapat diukur dengan menggunakan uji reabilitas. Uji reabilitas dalam PLS dapat menggunakan dua metode, yaitu dengan melihat nilai *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*. Apabila nilai *Cronbach's alpha* > 0,7 dan nilai dari *Composite reliability* > 0,7 maka konstruk tersebut dapat dikatakan reliabel . Dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4 dibawah ini

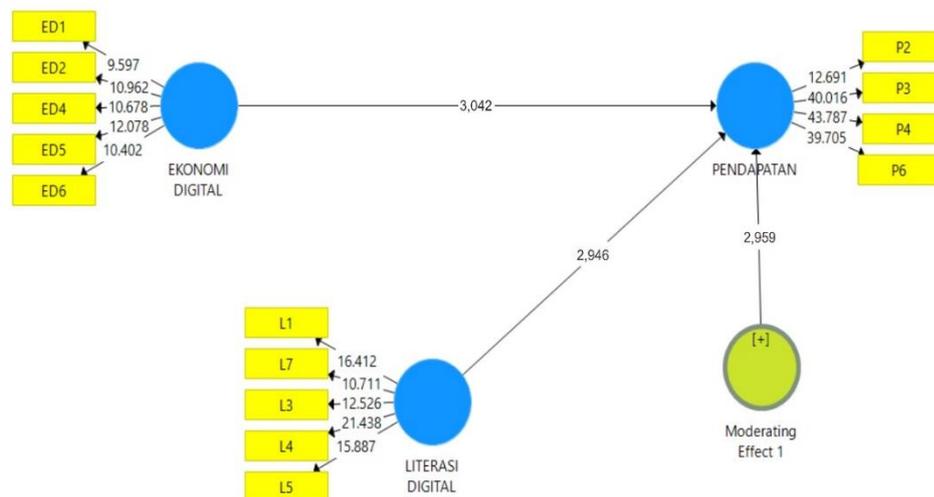
Tabel 4 Nilai Cronbach's alpha dan Composite reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	(AVE)
EKONOMI DIGITAL	0,957	1,001	0,966	0,848
LITERASI DIGITAL	0,943	1,013	0,955	0,810
EFEK MODERASI	1,000	1,000	1,000	1,000
PENDAPATAN	0,934	0,934	0,955	0,841

Sumber: Output Smart PLS 3.0

Dari tabel 4 diatas, menunjukkan bahwa konstruk dalam penelitian ini yaitu Pengetahuan perpajakan (X1), Digitalisasi Perpajakan (X2), Kepercayaan pada otoritas pajak (Y) dan *voluntary tax compliance* (Z) memiliki nilai *Cronbach's alpha* diatas 0,6 dan nilai *Composite reliability* diatas 0,7 sehingga dapat dikatakan bahwa pengukur yang dipakai dalam penelitian ini memiliki reabilitas yang baik.

Model Struktural (Inner Model)



Gambar 3 Inner Model

Sumber: Output Smart PLS 3.0

Koefisien Determinasi (R-Square)

Model struktural dalam PLS dapat dilakukan evaluasi menggunakan koefisien determinasi (R-Square). Dari besarnya nilai R-Square yang dijelaskan pada variabel endogen yang baik > 0,33 (Hakim et al., 2017). Dalam penelitian ini nilai R-Square dapat dilihat pada tabel 5 dibawah ini.

Tabel 5 Nilai R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Pendapatan	0,672	0,644

Sumber: Output Smart PLS 3.0

Dari tabel 5 diatas dapat dijelaskan bahwa nilai *R-Square* konstruk *Pendapatan* sebesar 0.672 yang artinya bahwa Ekonomi digital (y) mampu menjelaskan konstruk *Pendapatan* (y) sebesar 67 % yang mana sisannya sebesar 33 % dijelaskan oleh variabel diluar model yang diajukan.

Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis pada output Smart PLS yaitu dengan cara membandingkan nilai *T-statistik* dan *T-Tabel*. Jadi apabila nilai *T-statistik* lebih tinggi dari *T-Tabel* berarti hipotesis penelitian dapat didukung dengan tingkat keyakinan 95% (alpha 5%) maka nilai *T-tabel* untuk hipotesis *two-tailed* adalah $> 1,96$ (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Apabila penelitian memiliki nilai *P-Values* $< 0,05$ maka hipotesis tersebut didukung (Rachmawan et al., 2020). Hasil pengujian hipotesis penelitian ini dapat dilihat pada tabel 6 dibawah ini:

Tabel 6 Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
Ekonomi Digital -> Pendapatan	0,175	0,182	0,057	3,042	0,002
Literasi Digital - > Pendapatan	0,173	0,179	0,059	2,946	0,003
Efek Moderasi -> Pendapatan	0,162	0,153	0,072	2,959	0,001

Dilihat dari tabel 6 diatas hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah menguji pengaruh Ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku UMKM di kota serang. Dari hasil pengujian menggunakan software SmartPLS 3.0 didapatkan nilai t statistic $3,042 > 0,67521$ (T table) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002. Maka penelitian variabel ekonomi digital berpengaruh positif terhadap *Pendapatan*. Variabel moderasi dari penelitian ini adalah literasi digital. didapatkan nilai t statistik adalah $2.959 > 0,67521$ (T table) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001. Maka penelitian variabel ekonomi digital terhadap *Pendapatan* dapat diperkuat oleh variabel literasi digital. Ketersediaan teknologi yang semakin luas dan cepat, dengan di dukung literasi digital oleh para pelakunya akan semakin meningkatkan efektifitas ekonomi digital itu sendiri (Yohanes, 2021). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Zahro, 2019) dimana terdapat dampak positif kemampuan pemasaran online terhadap penjualan dan dampak positif intensitas mengikuti forum di media sosial dengan laba bersih dalam satu tahun..

KESIMPULAN

Setelah dilakukan uji hipotesis diatas dapat disimpulkan bahwa, Ekonomi digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Pendapatan* Pelaku UMKM di Kota Serang. Dalam menentukan sebuah keberhasilan suatu usaha, diperlukan pengetahuan mengenai ekonomi digital sehingga dalam kegiatan usahanya, dapat meningkatkan pendapatan yang berjalan ke arah yang lebih baik, sehingga usaha nya tersebut dapat sustainable karena factor digital ekonomi tersebut, apalagi saat ini teknologi digital sedang berkembang sangat pesat dan menjadi kunci utama dalam menarik pelanggan dalam mempromosikan produk. Pemasaran menjadi salah satu masalah utama UMKM dalam kegiatan usahanya, minimnya informasi terhadap pasar menjadikan UMKM ini sulit meningkatkan penjualannya. Sehingga dengan adanya perkembangan ekonomi digital memungkinkan proses pemasaran para pelaku UMKM terjadi secara efektif dan efisien sehingga memungkinkan tingkat penjualan yang tinggi dan peluang besar untuk memiliki pendapatan yang tinggi. Pada literasi digital

di dapatkan hasil yang searah dengan Variabel Ekonomi digital yakni berpengaruh positif dan signifikan. Dalam penelitian ini, variabel literasi digital menjadi variabel moderating dalam hubungan antara Ekonomi digital dan Pendapatan pada pelaku UMKM di kota Serang. Semakin baik literasi digital maka akan memperkuat hubungan antara ekonomi digital dan pendapatan. Literasi digital adalah sebuah keterampilan yang sangat penting seperti seorang supir yang membutuhkan surat izin mengemudi, bahkan bisa dikatakan ini adalah keterampilan untuk bertahan hidup. Sebagai pelaku usaha dengan kategori UMKM pun, perlu memiliki kecakapan dalam literasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., dan J. (2015). *Partial Least Square (PLS) : Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (Yogyakarta). Andi.
- Akaev, A., Rudskoi, A., & Devezas, T. (2018). Digital economy and the models of income distribution in the society. *SHS Web of Conferences*, 44(18), 00005. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20184400005>
- Arifudin, O., Wahrudin, U., Rusmana, F. D., & Tanjung, R. (2020). Pendampingan UMKM Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Dan Hasil Penjualan Opak Makanan Khas Jawa Barat. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(2), 313–322. <https://doi.org/10.22437/jkam.v4i2.10560>
- BPS. (2022). *Jumlah UMKM di Provinsi Banten*. [https://Statistik.Bantenprov.Go. Id](https://Statistik.Bantenprov.Go.Id).
- Burhan, F. (2022). “Transaksi E-Commerce Naik 400%, Kominfo Latih 2.500 UMKM Jualan Online.” https://Kominfo.Go.Id/Content/Detail/30110/Transaksi-e-Commerce-Naik-400-Kominfo-Latih-2500-Umkm-Jualan-Online/0/Sorotan_media.
- Gede, I. D., Mahariana, P., & Ramantha, I. W. (2014). *Pengaruh kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional terhadap manajemen laba*. 3, 688–699.
- Ghozali, I. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip.
- Gustina, L., Novita, W., & Triadi, Y. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(1), 152–161. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v4i1.392>
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172.
- Harahap, S. (2013). *Analisa Kritis atas Laporan Keuangan*. PT RajaGrafindo Persada.
- Muvidah, A. R., & Andriani, S. (2022). Pengaruh pengetahuan dan digitalisasi perpajakan terhadap voluntary tax compliance di mediasi kepercayaan pada industri kecil menengah Jawa Timur. *Fair Value*, 4(11), 5084–5093.
- Ramadani, D. F., & Syariati, A. (2020). Ekonomi Digital dan Persaingan Usaha sebagai Pendorong Pendapatan UMKM di Kota Makassar. *ICOR: Journal of Regional Economics*, 1(1), 24–33.
- Redaksi. (2022). Transaksi e-Commerce Banten Terendah Kedua di Pulau Jawa. *Radarbanten*.
- Sara, K. D., & Fitriyani, F. (2020). Peran Kewirausahaan Dan E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Perspektif Islam. *Jurnal EMA*, 5(2), 66–77. <https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.53>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sukamta. (2022). Budaya Literasi Digital di Indonesia Masih Rendah, Inilah Penyebabnya. <https://Respons.Id>.
- Suwarni, E., Sedyastuti, K., Mirza, A. H., & Darma, U. B. (2019). Peluang Dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro Pada Era Ekonomi Digital. *Ikraith Ekonomika. IKRAITH EKONOMIKA*, 2(3), 29–34.

- Syikin, N., Mane, A., & Jafar, S. (2020). Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner di Kecamatan Rappocini Kota Makassar. *Universitas Bosowa Makassar*, 6(005), 219–230.
- Yohanes, B. 21. (2021). Analisis Tingkat Literasi Digital Dan Penerapan E-Commerce Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Semarang. *JEMAP: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 4(1), 145–162.
- Zahro. (2019). Kemampuan Literasi digital untuk meningkatkan keuntungan usaha pada kalangan pelaku usaha skala kecil di kota surabaya. *Jurnal UNAIR*.