

## PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI BERBASIS E-COMMERCE DI ERA PANDEMI COVID-19 TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA KECIL DAN MENENGAH

Megawati Syahril

Universitas Jendral Achmad Yani Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

Email korespondensi: megawati.syahril@gmail.com

### Riwayat Artikel:

Diterima:

3 Oktober 2022

Direvisi:

14 Desember 2022

Disetujui:

31 Desember 2022

### Klasifikasi JEL:

M31

### Kata kunci:

*e-commerce*; pemasaran; teknologi informasi; usaha mikro kecil menengah

### Keywords:

*e-commerce*; information technology; marketing; small medium enterprises

### Cara mensitasi:

Syahril, M. (2022). Pemanfaatan Teknologi Informasi Berbasis E-Commerce di Era Pandemi Covid-19 Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 8(2), 243 – 250. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v8i2.6165>



### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi penerapan dan pemanfaatan Teknologi Informasi yang berbasis *e-commerce* di era pandemi Covid-19 sebagai salah satu sarana untuk memasarkan produk-produk dari UMKM dari daerah Kabupaten Sleman, DIY. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, secara jumlah unit, UMKM memiliki pangsa pasar sebesar 99,99% (62.9 juta unit) dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia. Sementara itu, *e-commerce* sering disebut sebagai salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dengan adanya pandemi Covid-19, UMKM dituntut untuk beradaptasi terhadap perubahan, baik dari pemasaran, maupun proses jual beli. *E-commerce* adalah salah satu cara untuk meningkatkan daya saing, memperbesar pemasaran produk, dan pengembangan UMKM itu sendiri. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada 30 UMKM yang ada di Kabupaten Sleman, DIY. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan perhitungan regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS 20.0 untuk melihat pengaruh tidak langsung antara satu variable dengan variable lainnya.

### ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the significancy of Information Technology within *e-commerce* in term of its usage and practice during Covid-19 pandemic era as one of the mediums to promote many products from SMEs industry in Kabupaten Sleman, DIY. Based on the data from the Ministry of Cooperatives and SMEs of The Republic of Indonesia, SMEs gain 99,99% of its market share (62.9 million units) of the total amount of Indonesian entrepreneurs. Meanwhile, *e-commerce* has been said as one of the stimulant factors of economic growth in Indonesia. This pandemic force most of all SMEs to adapt the situation, in term of marketing as well as buy and sell process. *E-commerce* can be used to increase the competitiveness, enlarging the market products and expansion itself. The method of this research has been done by distributing the questionnaire to 30 SMEs in Kabupaten Sleman, DIY. The author uses SPSS 20.0 to analyze by using 'Simple Linear Regression' to find the indirect influence between one variable to the other variable

## PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang terjadi sejak akhir tahun 2019 hingga kini April 2021 yang dimulai dari Wuhan, Republik Rakyat Tiongkok, hingga ke penjuru dunia, dimana sebanyak 210 negara terpapar Covid-19. Hal ini berdampak ke banyak sektor, salah satunya adalah sektor UMKM. UMKM sudah menjadi bagian hidup dari masyarakat Indonesia. Aktivitas sehari-hari kita tidak lepas dengan berbagai barang dan jasa hasil pelaku UMKM, terutama di era digital saat ini, kegiatan UMKM tidak hanya dilakukan secara konvensional, namun sudah mulai merambah ke dunia pemasaran online. Walau namanya mengandung kata kecil (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), namun si kecil ini ternyata memiliki kontribusi yang krusial dan sangat besar bagi perekonomian Indonesia secara makro. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, secara jumlah unit, UMKM memiliki pangsa pasar sebesar 99,99% (62.9 juta unit) dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia. Hal ini berbanding terbalik dengan usaha besar, yang hanya memiliki pangsa pasar sebesar 0,01% atau sekitar 5400 unit. Serapan Usaha Mikro adalah 107,2 juta tenaga kerja, hal ini sangat besar jumlahnya, mencapai 89,2%, sementara itu serapan untuk Usaha Kecil sebesar 5,7 juta (4,74%), dan Usaha Menengah 3,73 juta (3,11%), sementara itu, Usaha Besar menyerap tenaga kerja sekitar 3,58 juta jiwa<sup>2</sup>. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa UMKM secara gabungan, menyerap 97% tenaga kerja nasional, sementara Usaha Besar hanya mampu menyerap sekitar 3% dari total tenaga kerja nasional. Berdasarkan data tersebut, UMKM jelas memiliki pengaruh besar terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia, maka jika UMKM bermasalah, hal ini akan menjadikan terhambatnya pertumbuhan ekonomi di negara ini, serta bisa berimbas ke efek meningkatnya tingkat pengangguran dan kemiskinan.

Salah satu daerah yang terkena imbas pandemi Covid-19 adalah Kabupaten Sleman, DIY. Para pelaku UMKM akhirnya mau tidak mau mulai beradaptasi dengan perkembangan Teknologi Informasi, dikarenakan mulai berubahnya tren pembelian sejak adanya pandemi. Jual beli secara online mulai menjamur, hal ini merupakan efek dari perubahan sejak pandemi terjadi. Para pelaku UMKM mau tidak mau harus mengadopsi teknologi informasi dan komunikasi dan akhirnya banyak yang sukses mengelola bisnisnya dan banyak juga yang masih belum bisa memanfaatkannya dengan baik. Para pelaku UMKM sadar bahwa teknologi berperan penting terhadap pertumbuhan dan pengelolaan bisnis UMKM. Penelitian juga menunjukkan bahwa teknologi sangat berpengaruh signifikan terhadap pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UNCTAD, 2002; Ozigbo & Ezeaku, 2009). Selain itu, Chandler dalam Ningtyas PK (2015) mengemukakan bahwa sebuah perusahaan merupakan organisasi yang sangat dinamis sehingga memerlukan penyesuaian-penyesuaian untuk dapat bersaing, salah satunya adalah dengan memanfaatkan *e-commerce*.

Salah satu hasil perkembangan teknologi adalah semakin berseminya dunia *e-commerce* yang memberikan kemudahan bertransaksi jual beli tanpa harus mendatangi atau memiliki bangunan fisik toko atau pusat perbelanjaan. Secara definisi, *e-commerce (electronic commerce)* pada umumnya adalah segala kegiatan perdagangan yang dilakukan secara daring, yang meliputi berbagai macam aktivitas usaha (Perbankan, Perdagangan, Investasi, dll) yang dilakukan melalui media jaringan elektronik atau yang saat ini kita kenal dengan sebutan internet. Disrupsi oleh *e-commerce* telah merubah banyak tatanan tradisional dalam melakukan aktivitas usaha.). Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, secara jumlah unit, UMKM memiliki pangsa pasar sebesar 99,99% (62.9 juta unit) dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* sudah menjadi bagian hidup seluruh masyarakat Indonesia. Kebutuhan primer pangan dan kesehatan selalu dibutuhkan masyarakat, sementara itu sektor *e-commerce* mengalami kenaikan yang cukup *significant* dikarenakan aturan social and *physical distancing* yang diterapkan pemerintah DIY, sehingga masyarakat mulai mengurangi

intensitas keluar rumah dan menjadikan alternatif belanja *online* sebagai sarana pemenuhan kebutuhan harian. Kabupaten Sleman adalah salah satu Kabupaten di Propinsi DIY yang memiliki jumlah UMKM cukup besar. Menurut data dari pemerintah Kabupaten Sleman, terdapat sejumlah 68.382 unit UMKM yang terbagi menjadi; 67.435 unit UMKM Mikro, 915 unit UMKM Kecil, dan 32 unit UMKM Menengah. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Sleman, modal dan asset dari UMKM-UMKM tersebut mencapai Rp. 1.904 triliun. dan memiliki total omset sekitar 4,2 triliun. Potensi UMKM di Kabupaten Sleman sangat besar, selain dari transaksi, juga dari penyerapan tenaga kerja, terbukti sebanyak 82.182 tenaga kerja yang mampu diserap dalam UMKM tersebut. Dapat disimpulkan bahwa jika UMKM mengalami keterpurukan atau tidak berkembang, maka akan berdampak ke dalam stabilitas ekonomi di Indonesia pada umumnya dan Kabupaten Sleman itu sendiri pada khususnya.

Pada umumnya, perkembangan sebuah bisnis ataupun usaha, memiliki pola yang cukup sederhana, yaitu dimulai dari sebuah usaha yang relative kecil dengan pelayanan terbatas serta area yang kecil jangkauannya, kemudian semakin berkembang baik dari varian produk atau jasa yang ditawarkan, jangkauan pelayanan, dan juga area yang semakin luas, misalkan dengan penambahan berbagai macam cabang usaha atau toko. Menurut Donald L. Kirkpatrick dalam buku Adam I. Indra Wijaya, (2000), yang dimaksud dengan Perkembangan usaha adalah "Suatu proses yang bertahap-tahap, yang sistematis untuk meningkatkan pengetahuan, ketrampilan sikap, prestasi kerja orang-orang yang memegang tanggung jawab manajerial usaha, secara umum pengembangan manajerial dikenal sebagai usaha untuk meningkatkan prestasi dan juga pertumbuhan organisasi". Sementara itu dalam kaitannya dengan pengembangan sektor UMKM di Indonesia, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah menjelaskan bahwa pengembangan UMKM dilakukan oleh berbagai pihak, yakni; Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, serta Masyarakat untuk memberdayakan UMKM melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pelatihan, dan bantuan lainnya. Jika UMKM semakin berkembang, maka banyak bidang lain yang akan memetik hasil positifnya, salah satunya adalah penyerapan tenaga kerja Indonesia. Hal ini berdampak langsung terhadap menurunnya angka pengangguran di Indonesia.

## **KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Teknologi Informasi**

Pengertian Teknologi Informasi adalah suatu perancangan, implementasi, pengembangan, dukungan atau manajemen system informasi berbasis komputer, khususnya pada aplikasi perangkat keras (hardware) komputer dan perangkat lunak (software) komputer. Pengertian menurut para ahli diantaranya adalah: Teknologi Informasi adalah seperangkat alat yang membantu anda bekerja dengan informasi dan melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi (Haag dan Keen, 1996). Teknologi informasi adalah teknologi yang menggabungkan komputasi (komputer) dengan jalur komunikasi berkecepatan tinggi yang membawa data, suara dan video (Williams dan Sawyer, 2003). Teknologi Informasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, mengumumkan, menganalisis, dan/atau menyebarkan informasi (Undang- Undang RI Tentang ITE, 2008). Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa Teknologi Informasi adalah segala bentuk perkembangan yang terdiri dari hardware dan software untuk meningkatkan, mendukung, dan memudahkan kualitas informasi dengan cepat dan berkualitas.

### **E-commerce**

Electronic Commerce atau biasa dikenal dengan istilah *e-commerce*, tidak terlepas dari perkembangan teknologi informasi, salah satunya dengan perkembangan internet, beberapa pengertian e-commerce. Perdagangan elektronik atau yang disebut juga *e-commerce*, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan populer dari *e-commerce* adalah penggunaan

*internet* dan komputer dengan *browser Web* untuk membeli dan menjual produk. McLeod Pearson (2008). Jony Wong (2010) pengertian dari *electronic commerce* adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem *elektronik*. Seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau *internet*. Laudon dan Laudon (1998) *e-commerce* adalah suatu proses membeli dan menjual produk - produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. Media yang dapat digunakan dalam aktivitas *e-commerce* adalah world wide web internet.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, *e-commerce* dapat disimpulkan sebagai sebuah kegiatan dalam bidang perdagangan berupa transaksi jual, beli, order, pembayaran, dan pemasaran produk atau jasa yang dilakukan dengan memanfaatkan kecanggihan komputer serta sarana komunikasi elektronik digital melalui jaringan internet. Di Indonesia terdapat berbagai macam website *e-commerce* yang telah menjadi sarana dan prasarana penjual maupun pembeli dalam transaksi perniagaan. Menurut data dari [iprice.co.id](http://iprice.co.id), terdapat lebih dari 50 website *e-commerce* yang ada di Indonesia. Peneliti membatasi hanya memakai 5 website *e-commerce* dalam penelitian ini, yaitu: Tokopedia, Shopee,

### **Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

Sejak Maret 2020, terjadi perubahan cepat dan mendadak oleh masyarakat dan pemerintah DIY. Hal ini dimulai dengan surat edaran Dinas Pendidikan, Pemuda, dan Olahraga DIY Nomor 421/02280 tentang pembelajaran jarak jauh bagi anak sekolah dan diikuti ditutupnya beberapa objek wisata di DIY yang membuat turunnya jumlah turis yang datang ke Yogyakarta. Himbauan WFH (*Work from Home*) juga membuat berubahnya pola konsumsi masyarakat DIY. Salah satu sektor yang terkena dampak langsung adanya pandemi Covid-19 ini adalah sektor UMKM. UMKM yang bergantung terhadap ketersediaan bahan baku mulai mengalami masalah penyediaan barang dan distribusi barang ke konsumen (Amalia, 2020). Kabupaten Sleman adalah salah satu Kabupaten di Propinsi DIY yang memiliki jumlah UMKM cukup besar. Menurut data dari pemerintah Kabupaten Sleman, terdapat sejumlah 68.382 unit UMKM yang terbagi menjadi; 67.435 unit UMKM Mikro, 915 unit UMKM Kecil, dan 32 unit UMKM Menengah. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Sleman, modal dan asset dari UMKM-UMKM tersebut mencapai Rp. 1.904 triliun dan memiliki total omset sekitar 4,2 triliun. Potensi UMKM di Kabupaten Sleman sangat besar, selain dari transaksi, juga dari penyerapan tenaga kerja, terbukti sebanyak 82.182 tenaga kerja yang mampu diserap dalam UMKM tersebut.

### **Pengembangan Usaha UMKM**

Pada umumnya, perkembangan sebuah bisnis ataupun usaha, memiliki pola yang cukup sederhana, yaitu dimulai dari sebuah usaha yang relative kecil dengan pelayanan terbatas serta area yang kecil jangkauannya, kemudian semakin berkembang baik dari varian produk atau jasa yang ditawarkan, jangkauan pelayanan, dan juga area yang semakin luas, misalkan dengan penambahan berbagai macam cabang usaha atau toko. Menurut Donald L. Kirkpatrick dalam buku Adam I. Indra Wijaya, (2000), yang dimaksud dengan Perkembangan usaha adalah "Suatu proses yang bertahap-tahap, yang sistematis untuk meningkatkan pengetahuan, ketrampilan sikap, prestasi kerja orang-orang yang memegang tanggung jawab manajerial usaha, secara umum pengembangan manajerial dikenal sebagai usaha untuk meningkatkan prestasi dan juga pertumbuhan organisasi". Sementara itu dalam kaitannya dengan pengembangan sektor UMKM di Indonesia, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah menjelaskan bahwa pengembangan UMKM dilakukan oleh berbagai pihak, yakni; Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, serta Masyarakat untuk memberdayakan UMKM melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pelatihan, dan bantuan lainnya. Jika UMKM semakin berkembang, maka

banyak bidang lain yang akan memetim hasil positifnya, salah satunya adalah penyerapan tenaga kerja Indonesia. Hal ini berdampak langsung terhadap menurunnya angka pengangguran di Indonesia.

### METODE PENELITIAN

Subyek penelitian adalah para pemilik UMKM yang ada di wilayah Kabupaten Sleman, DIY. Sampel adalah Sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel untuk penelitian ini ada dengan metode 'purposive sampling', yaitu penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu (Siregar, 2014). Peneliti membatasi jumlah sampel yang akan diambil menjadi 30 UMKM dengan kriteria UMKM; sudah terdaftar di Dinas Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah Kabupaten Sleman, UMKM memiliki toko online di salah satu dari 5 platform *e-commerce* yang ada, dan berdiri minimal sudah 1 tahun. Penelitian ini menggunakan kuesiner di dalam pengumpulan data. Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data dan informasi yang memungkinkan untuk menganalisis, mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku dan juga karakteristik di dalam UMKM.

Teknik kuesioner dilaksanakan dengan menggunakan daftar pertanyaan bentuk tertutup untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data. Survey dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden pelaku UMKM di Kabupaten Sleman, DIY dan skala yang digunakan adalah 'Likert Scale'. Proses analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis pendekatan deskriptif kuantitatif menggunakan *Analisis Regresi*.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Analisis Deskriptif

Statistik Deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data yang telah terkumpul di dalam penelitian ini. Berikut nilai maksimum, nilai minimum, rata-rata, dan standard deviasi dari setiap variabel, seperti pada tabel berikut.

**Tabel 1. Hasil Uji Analisis Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
e-commerce	50	54	130	108,020	21,548
Pengembangan UMKM	50	8	20	16,420	3,308
Valid N (listwise)	50				

Dapat dilihat jumlah sampel, nilai rata-rata, nilai maksimum dan nilai standard deviasi pada setiap variabel. Pada tabel diatas menunjukkan pada variabel E-commerce, jawaban minimum responden sebesar 54 dan maksimum sebesar 130, dengan rata-rata (mean) jawaban sebesar 108,020 dan nilai standard deviasi 21.548. Sementara itu untuk variabel Pengembangan UMKM, jawaban minimum responden sebesar 8 dan maksimum sebesar 20, dengan rata-rata (mean) jawaban sebesar 16,42 dan nilai standard deviasi 3,308.

#### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal.

**Tabel 2. Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov**

	Unstandardized	Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,000
	Std.	1,127
		0,113

	Deviation	0,113
Most Extreme Differences	Absolute	-0,110
	Positive	0,800
	Negative	0,545
Kolmogorov-Smirnov Z		
Asymp. Sig. (2-tailed)		

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0.545. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual tersebut berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas pada model regresi (Ghozali, 2011). Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi diantara variabel independen.

**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	0,830	0,831		0,998	0,323		
1 e-commerce	0,144	0,008	0,940	19,113	0,000	1,000	1,000

Tabel Uji Multikolinearitas menunjukkan bahwa data pada penelitian ini tidak memiliki masalah multikolinearitas, dikarenakan pada masing-masing variabel menunjukkan bahwa VIF pada variabel tersebut lebih kecil dari 10 dan nilai Tolerancinya lebih besar dari 0.10. Dimana itu nilai variabel E-commerce memiliki nilai VIF sebesar 1.000.

### Uji Output Regression Model Summary

Output pada tabel berikut menjelaskan tentang nilai korelasi ganda (R), koefisien determinasi (R Square), koefisien determinasi yang disesuaikan (Adjusted R Square) dan ukuran kesalahan prediksi (Std Error of the estimate). Model summary disini bisa diperoleh informasi tentang besarnya pengaruh dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengaruh tersebut disimbolkan dengan R (korelasi).

**Tabel 4. Hasil Uji Regresi**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,830	0,831		0,998	0,323
1 e-commerce	0,114	0,008	0,940	19,113	0,000

Dengan demikian, maka persamaan regresi untuk model dalam penelitian ini adaah sebagai berikut.

$$Y = 0,830 + 0,1441 X_1 \quad (1)$$

Ada pengaruh secara parsial dari variabel E-commerce terhadap keputusan pembelian karena nilai sig.  $0,000 < 0,05$ . Nilai koefisien E-commerce sebesar 0.144 yang bernilai positif artinya pada saat adanya kenaikan pemanfaatan Teknologi Informasi berbasis E-commerce maka terjadi kenaikan pada Pengembangan UMKM.

#### Uji Statistik F

Uji F menunjukkan apakah semua variable independent yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variable dependen. Hasil dari Uji Statistik F adalah sebagai berikut.

**Tabel 5. Hasil Uji F**

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	473,909	1	473,909	365,302	0,000 <sup>b</sup>
1	Residual	62,271	48	1,297		
	Total	536,180	49			

Hasil pengujian secara simultan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa variabel E-commerce mempengaruhi Pengembangan UMKM. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000.

#### Uji T

Tujuan Uji T adalah untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individu dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Hasil dari Uji T adalah sebagai berikut.

**Tabel 6. Hasil Uji T**

Model	R	RSquare	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.940	.884	.881	1.139
	a			

Dari hasil di atas, dapat dilihat bahwa angka koefisien korelasi ( R ) adalah sebesar 0.940. Hal ini berarti, bahwa hubungan antar variable independent dan dependen sangat kuat. Sementara itu, besarnya koefisien determinasi (Adjusted R Square) adalah sebesar 0.884. Hal ini menunjukkan bahwa Pengembangan UMKM dipengaruhi oleh pemanfaatan Teknologi Informasi berbasis E-Commerce sebesar 88.1%, sedangkan sebagian besar sisanya sebesar 11.9 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan olah data, penulis memperoleh kesimpulan dari penelitian Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Berbasis E-Commerce di Era Pandemi Covid-19 terhadap Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah, dalam hal ini penelitian merupakan studi kasus UMKM di Kabupaten Sleman, DIY, bahwa 88.1% Pengembangan UMKM di Kabupaten Sleman, DIY, dipengaruhi oleh pengaruh pemanfaatan teknologi informasi, dalam hal ini e-commerce yang ada di berbagai macam platform belanja. Sedangkan sisanya sebesar 11.9% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model yang ada.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Haag, L., & S. Smey. (2000). *A Survey of Internet Use by Teachers in Three Urban Connecticut Schools*. School Lib.Media Quarterly 25.
- Laudon, Kenneth C, dkk. (2007). *Sistem Informasi Manajemen Edisi 10 Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat
- Nacrowi, D.N & Usman, H. (2008). *Penggunaan Teknik Ekonometrik*. Jakarta: Raja Grafindo
- Ningtyas, P, K., Sunarko, B, Jaryono. (2015). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Adopsi E Commerce dan Pengaruhnya terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Performance*, 21(1).
- Ozigbo, N. C & Ezeaku, P. 2009. Adoption of Information and Communication Technologies to the Development of Small and Medium Scale Enterprises (SMEs) in Africa. *Journal of Business and Administrative Studies*, 1(1), 1-20
- Pemerintah Pusat. (2008). Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.
- Siregar, S. (2014). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Rajawali Pers.
- TRakhmansyah, A., Musadieg & Susilo, H. (2014). *Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja (Studi pada Karyawan PT. PLN Area Madiun)*. 2014. *Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(1), 1 – 15.
- Varmaat, Shelly, C. (2007). *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental Edisi 3*. Jakarta: Salemba Infotek
- Wong, J. (2010). *Internet Marketing for Beginners*. Jakarta: Elex Media Komputindo.