

**PENGARUH INVESTASI DIGITAL TERHADAP
PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM DI INDONESIA**

TUGAS AKHIR

*Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Program Studi Ekonomi Pembangunan*



Oleh :

Nama : Aliya Fernanda Pratiwi
NPM : 2005180029
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Konsentrasi : Riset Ekonomi dan Bisnis

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Muchtar Basri No. 3 Tel. (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR

Panitia Ujian Strata -I Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidang yang diselenggarakan pada hari Jumat, 14 Maret 2025, pukul 09.00 WIB sampai dengan selesai. Setelah mendengar, melihat, memperhatikan, menimbang :

MEMUTUSKAN

NAMA : ALIYA FERNANDA PRATIWI
N P M : 2005180029
PROGRAM STUDI : EKONOMI PEMBANGUNAN
JUDUL TUGAS AKHIR : PENGARUH INVESTASI DIGITAL TERHADAP
PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM DI INDONESIA

DINYATAKAN : (A) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*

Tim Penguji

Penguji I

(Dra. ROSWITA HAFNI, M.Si.)

Penguji II

(SRI ENDANG RAHAYU, S.E., M.Si.)

Pembimbing

(HASTINA FEBRIATY, S.E., M.Si.)

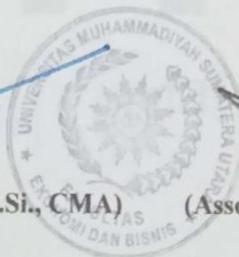
Panitia Ujian

Ketua

(Dr. H. JANURI, S.E., M.M., M.Si., CMA)

Sekretaris

(Assoc. Prof. Dr. ADE GUNAWAN, S.E., M.Si.)





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR ini disusun oleh :

NAMA LENGKAP : ALIYA FERNANDA PRATIWI
N.P.M : 2005180029
PROGRAM STUDI : EKONOMI PEMBANGUNAN
ALAMAT RUMAH : PASAR 7 TENGAH
Judul Tugas Akhir : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
INVESTASI DIGITAL DI INDONESIA

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan
Tugas Akhir.

Medan, 12 Januari 2025

Pembimbing Skripsi

HASTINA FEBRIATY, S.E., M.Si

Diketahui/Disetujui

Oleh:

Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, S.E., M.Si

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU



Dr. H. JANURI, S.E., M.M., M.Si., CMA.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Jl. Kapten Muchtar Basri No.3 (061) 6624567 Medan 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Aliya Fernanda Pratiwi
 N.P.M : 2005180029
 Program Studi : Ekonomi Pembangunan
 Alamat Rumah : Pasar 7 Tengah
 Judul Tugas Akhir : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Investasi Digital di Indonesia

Tanggal	Deskripsi Bimbingan Tugas Akhir	Paraf	Keterangan
16 Jan 2025	- perbaiki format penulisan - tambahkan kurva dan teori di bab II - tambahkan identifikasi masalah - tambahkan Rumusan Masalah - perbaiki kerangka konseptual.	<i>[Signature]</i>	
21 Jan 2025	- tambahkan teori di bab II - perbaiki format penulisan - tambahkan tabel di bab I - perbaiki pembahasan di bab 4	<i>[Signature]</i>	
6 Feb 2025	- tambahkan Data penelitian - tambahkan kurva di bab II - tambahkan pembahasan penelitian sebelumnya - tambahkan kerangka konseptual	<i>[Signature]</i>	
14 Feb 2025	ACC Sidang.	<i>[Signature]</i>	

Diketahui Oleh
 Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan

[Signature]

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, S.E., M.Si

Medan, Februari 2024
 Disetujui Oleh:
 Dosen Pembimbing

[Signature]

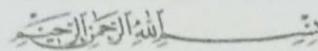
HASTINA FEBRIANTY, S.E., M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR



Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Aliya Fernanda Pratiwi

NPM : 2005180029

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Dengan ini menyatakan bawah tugas akhir saya yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Investasi Digital di Indonesia”** adalah bersifat asli (*original*), bukan hasil menyadur secara mutlak hasil karya orang lain.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yang Menyatakan



Aliya Fernanda Pratiwi

ABSTRAK

PENGARUH INVESTASI DIGITAL TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM DI INDONESIA

Aliya Fernanda Pratiwi

2005180029

Program studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Muhammadiyah Sumatera Utara

E-mail : aliyafernanda2@gmail.com

Dari Data Kostondium sentral Efek Indonesia (KSEI), pada bulan Mei 2022, jumlah investor di pasar modal mencapai sebanyak 8,85 juta atau lebih tepatnya 8. 859. 468 individu. Angka tersebut menunjukkan peningkatan sebesar 18,28% dibandingkan dengan kelompok usia 30 tahun hingga 60 tahun. Jika dilihat berdasarkan nilai aset, investasi dikuasai oleh mereka yang berusia di atas 60 tahun, yang meskipun hanya berkontribusi 2,7% dalam jumlah, tetapi nilai asetnya mencapai 539 triliun. Selain itu, para investor yang bekerja sebagai pegawai baik swasta maupun negeri banyak berkolaborasi dengan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam pemasaran produk dan jasa. Teknologi berperan penting dalam mempercepat kemajuan UMKM agar dapat bersaing di tingkat global. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif berbentuk angka atau bilangan yang bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan teori-teori yang sudah ada. Berdasarkan hasil regresi linear berganda yang telah dilakukan ternyata berpengaruh tidak signifikan positif dikarenakan nilai dari t-statisticnya sebesar 0.045636, serta nilai probabilitasnya 0.9640 (0.05). Maka dapat disimpulkan nilai investasi digital berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap pendapatan UMKM. Berdasarkan hasil regresi linear berganda yang telah dilakukan ternyata berpengaruh signifikan positif dikarenakan nilai dari t-statisticnya sebesar 9.966207, serta nilai probabilitasnya 0.0000 (0.05). Maka dapat disimpulkan nilai konsumsi digital (KD) berpengaruh signifikan dan positif terhadap UMKM. Berdasarkan hasil regresi linear berganda yang telah dilakukan ternyata berpengaruh signifikan negatif dikarenakan nilai dari t-statisticnya sebesar -3.160923, serta nilai probabilitasnya 0.0047 (0.05). Maka dapat disimpulkan nilai produk domestik bruto (PDB) berpengaruh signifikan dan negatif terhadap UMKM. 1. Investasi digital ternyata berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap umkm, investasi digital yang memeberikan akses pasar yang lebih luas bagi pelaku UMKM, karena hal ini dapat membantu meningkatkan daya saing di pasar global.

Kata kunci : Investasi Digital, E-commerce, PDB, UMKM

ABSTRACT

PENGARUH INVESTASI DIGITAL TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM DI INDONESIA

Aliya Fernanda Pratiwi

2005180029

Program studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Muhammadiyah Sumatera Utara

E-mail : aliyafernanda2@gmail.com

From the Central Securities Depository of Indonesia (KSEI) Data, in May 2022, the number of investors in the capital market reached 8.85 million or more precisely 8,859,468 individuals. This figure shows an increase of 18.28% compared to the age group of 30 to 60 years. When viewed based on asset value, investment is dominated by those over 60 years old, who although only contribute 2.7% in number, the value of their assets reaches 539 trillion. In addition, investors who work as employees both private and state-owned collaborate a lot with Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in marketing products and services. Technology plays an important role in accelerating the progress of MSMEs so that they can compete globally. This research is a type of quantitative descriptive research. Quantitative descriptive research in the form of numbers or figures that aims to test hypotheses using existing theories. Based on the results of multiple linear regression that has been carried out, it turns out to have an insignificant positive effect because the value of the t-statistic is 0.045636, and the probability value is 0.9640 (0.05). So it can be concluded that the value of digital investment has an insignificant and positive effect on MSME income. Based on the results of multiple linear regression that has been carried out, it turns out to have a significant positive effect because the value of the t-statistic is 9.966207, and the probability value is 0.0000 (0.05). So it can be concluded that the value of digital consumption (KD) has a significant and positive effect on MSMEs. Based on the results of multiple linear regression that has been carried out, it turns out to have a significant negative effect because the value of the t-statistic is -3.160923, and the probability value is 0.0047 (0.05). So it can be concluded that the value of gross domestic product (GDP) has a significant and negative effect on MSMEs. 1. Digital investment has a positive and insignificant effect on MSMEs, digital investment that provides wider market access for MSMEs, because this can help increase competitiveness in the global market.

Keywords: Digital Investment, E-commerce, PDB, UMKM

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT. yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, yang dimana telah memberikan kesehatan, kesempatan, serta kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul **“Pengaruh Investasi Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Indonesia”**.

Skripsi ini merupakan kewajibab yang harus penulis selesaikan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana Ekonomi Pembangunan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan studi pustaka, dalam upaya mengungkapkan pengaruh investasi digital terhadap peningkatan pendapatan umkm di indonesia.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan saran dari semua pihak. Penulis menyampaikan ucapan hormat dan terimakasih kepada :

1. Kepada kedua orang tua saya, mamak dan bapak yang telah banyak memberikan dukungan, semangat, dan membantu baik dari materi maupun doa yang tulus sehingga adek bisa melewati segala proses baik suka maupun duka yang dijalani.
2. Teruntuk kakak saya Dita Febiyan Pratiwi, yang telah banyak mendukung serta membantu saya baik dari segi materi maupun nonmateri dalam pengerjaan skripsi saya ini.

3. Untuk diri saya sendiri Aliya Fernanda Pratiwi, terimakasih sudah bertahan sampai detik ini, dan menyelesaikan segalanya.
4. Kepada bapak Prof. Dr. H. Agussani, MAP, sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Kepada Bapak Januri,S.E.,M.M.,M.Si sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.
6. Kepada Ibu Prawidya Hariani RS,S.E.,M.Si sebagai Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan UMSU.
7. Kepada Ibu Dra. Roswita Hafni,M.Si sebagai Sekretaris Program Studi Ekonomi Pembangunan UMSU.
8. Kepada Ibu Hastina Febriaty,S.E.,M.Si sebagai Pembimbing saya yang telah banyak membantu, mendukung, serta memberikan arahannya kepada saya sampai saya bisa menyelesaikan skripsi saya ini.
9. Kepada Bapak/Ibu Dosen Ekonomi Pembangunan yang telah membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat kepada saya.
10. Seluruh staf Biro Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu penulis dalam pengurusan berkas-berkas yang dibutuhkan.
11. Kepada keluarga besar,teman dekat dan persepupuan saya yang selalu memberikan dukungannya kepada saya.
12. Teman-teman tersayang dan tercinta saya, Irham, Febry, Mushir, Firza dan terkusus Dwi Rizky Anggun Ramadhani terimakasih sudah berjuang bareng saya, banyak suka duka yang kita lewati dan terimakasih sudah bertahan sampai detik ini.

13. Dan teman online saya FH yang selalu mengingatkan serta mendukung saya dalam pengerjaan skripsi saya ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih banyak kekurangan dengan terbatasnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritikan dan saran yang membangun dari semua pihak. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan kontribusi yang positif serta menambahkan referensi bagi yang membutuhkan.

Medan, 11 Februari 2025

Aliya Fernanda Pratiwi
2005180029

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR GRAFIK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pertumbuhan Ekonomi.....	9
2.1.2 Pendapatan Nasional	10
2.1.3 Pendapatan Perkapita	11
2.1.4 Teori Investasi.....	12
2.1.5 Teori Ekonomi Digital	12
2.1.6 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	13
2.1.7 E-Commerce	14
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kerangka Berpikir Konseptual	16
2.3.1 Kerangka Analisis Penelitian	16
2.3.2 Kerangka Konseptual Analisis Faktor	17
2.4 Hipotesis.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1. Jenis Penelitian.....	18
3.2 Definisi Operasional	18

3.3. Tempat dan Waktu Penelitian.....	19
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	20
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.6. Teknik Analisis Data.....	20
3.6.1 Analisis Ekonomi Deskriptif.....	21
3.7 Analisis Faktor.....	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Gambaran Umum Indonesia	29
4.1.1 Kondisi Geografis Indonesia.....	29
4.1.2 Kondisi Demografi Indonesia	30
4.1.3 Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia.....	31
4.2 Analisis Pembahasan Tujuan Penelitian	33
4.2.1 Perkembangan Investasi Digital di Indonesia	33
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	35
4.3.1 Hasil Analisis Regresi	36
4.3.2 Uji Statistik.....	38
4.4 Pembahasan	41
BAB V PENUTUP	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	46

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peneliatian Terdahulu	14
Tabel 3.2 Definisi Operasional	18
Tabel 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	35
Tabel 4.3 Hasil Uji Autokorelasi	35
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolonearitas.....	36
Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi OLS	36
Tabel 4.6 Hasil Uji t.....	38
Tabel 4.7 Hasil Uji F.....	41
Tabel Data Mentah	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3.1 Kerangka Analisis.....	16
Gambar 2.3.1 Kerangka Konseptual.....	17
Gambar 3.1 Uji t-hitung	25
Gambar 3.2 Uji f-hitung	26

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Kontribusi UMKM Terhadap PDB Indonesia Tahun 2023	2
Grafik 1.2 Distribusi Tenaga Kerja di Indonesia 2023	3
Grafik 1.3 Prediksi Angka Pengguna E-commerce	4
Grafik 1.4 E-commerce dengan Pengunjung Bulanan Tertinggi.....	5
Grafik 4.1 Jumlah Penduduk Indonesia.....	31

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pengembangan investor di pasar modal semakin meningkat, namun investor yang berpotensi dijadikan pengusaha masih terbatas (14,27%). Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan kemampuan dana lebih, dapat memanfaatkan investasi pasar modal untuk mengoptimalkan manajemen modal usahanya. (Sari et al., 2023)

Dari Data Kostondium sentral Efek Indonesia (KSEI), pada bulan Mei 2022, jumlah investor di pasar modal mencapai sebanyak 8,85 juta atau lebih tepatnya 8. 859. 468 individu. Angka tersebut menunjukkan peningkatan sebesar 18,28% dibandingkan dengan kelompok usia 30 tahun hingga 60 tahun. Jika dilihat berdasarkan nilai aset, investasi dikuasai oleh mereka yang berusia di atas 60 tahun, yang meskipun hanya berkontribusi 2,7% dalam jumlah, tetapi nilai asetnya mencapai 539 triliun. Selain itu, para investor yang bekerja sebagai pegawai baik swasta maupun negeri banyak berkolaborasi dengan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam pemasaran produk dan jasa. Teknologi berperan penting dalam mempercepat kemajuan UMKM agar dapat bersaing di tingkat global. (Nugraheni & Mahardhika, 2023).

Investasi adalah katalitis utama yang menjembatani ekonomi digital, *e-commerce* dan infrastruktur. Dengan investasi yang tepat, sektor ini dapat berkembang secara sinergis menciptakan peluang ekonomi baru, mendorong inovasi, dan meningkatkan inklus digital. Pemerintah, sektor swasta, dan investor harus bekerja sama untuk menciptakan lingkungan investasi yang kondusif, sehingga digital dapat mencapai potensi maksimal.

Dalam bayangan dunia duit digital yang ikut majunya zaman serta menyatu bareng bidang ekonomi, semua harap adanya cara tukar duit yang makin gampang, terlindungi serta kekinian, barang-barang yang ada kini juga bisa dibidang fintech contohnya kayak sistem bayaran, simpanan, atur duit, cari info duit, kirim duit, jual beli saham, serta utangan. (Syam'ani & Mahmud, 2024).

Di dunia duit digital, aplikasi dompet macam gopay, ovo, dana, dan linkaja makin ngetren saja. Makin banyak transaksi online karena qris ada di lebih 30 juta toko di indonesia. Aplikasi investasi model baru, bibit, ajaib, dan bareksa makin dikenal anak muda zaman sekarang.

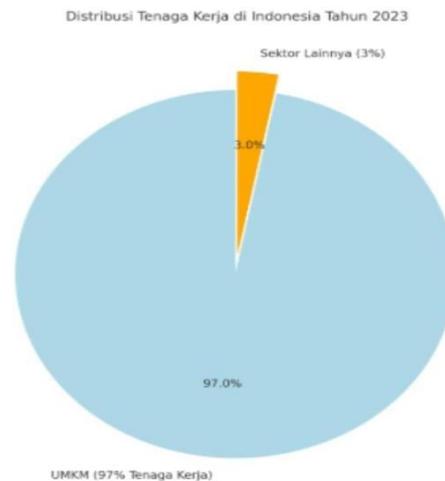
Dan di ranah ini, UMKM seperti fondasi penting ekonomi bangsa, termasuk di Indonesia tercinta. UMKM juga bagaikan pemain kunci dalam pacuan pertumbuhan harta, membuka pintu kerja, dan merapatkan jurang kaya-miskin. Kata data dari kantor Kemenkop UKM yang terpercaya, UMKM menyumbang lebih dari separuh PDB kita dan memberi makan lebih dari 90% pekerja di Indonesia.



Grafik 1.1 Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia Tahun 2023

Dalam hal tersebut Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di indonesia memiliki peran krusial dalam perekonomian nasional. Berdasarkan data dari kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2023 jumlah UMKM mencapai

sekitar 66 juta unit, berkontribusi 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Setara dengan Rp9.580 triliun, dan menyerap sekitar 117 juta tenaga kerja atau 97% dari total tenaga kerja nasional.



Grafik 1.2 Distribusi Tenaga Kerja di Indonesia Tahun 2023

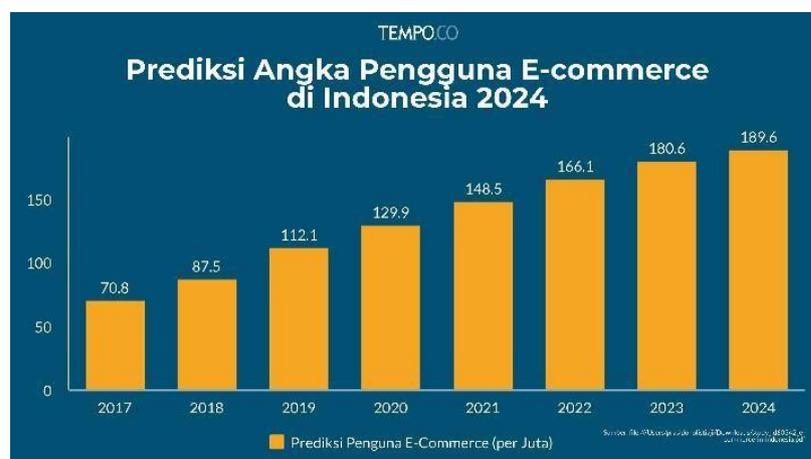
Dari definisi UMKM diatur berdasarkan beberapa kriteria seperti jumlah tenaga kerja, aset dan omset tahunan. Usaha mikro ini biasanya memiliki aset maksimal Rp50 juta hingga Rp300 juta pertahun, sementara usaha kecil memiliki aset antara Rp50 juta hingga Rp500 juta dengan omset tahunan hingga Rp2,5 miliar. Adapun usaha menengah memiliki aset hingga Rp10 miliar dan omset tahunan hingga Rp50 miliar.

Dengan adanya teknologi digital, UMKM dapat mengotomatisasi berbagai proses bisnis, seperti manajemen investasi, sistem pembayaran, dan layanan pelanggan. Hal ini dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan produktivitas. Dan dengan memulai strategi pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial, seo, dan iklan digital, UMKM dapat mempromosikan produk atau jasa mereka dengan biaya yang lebih terjangkau dibandingkan metode konvensional. Selain itu, pemasaran digital juga memungkinkan UMKM

memanfaatkan data konsumen untuk memahami kebutuhan pasar secara lebih baik.

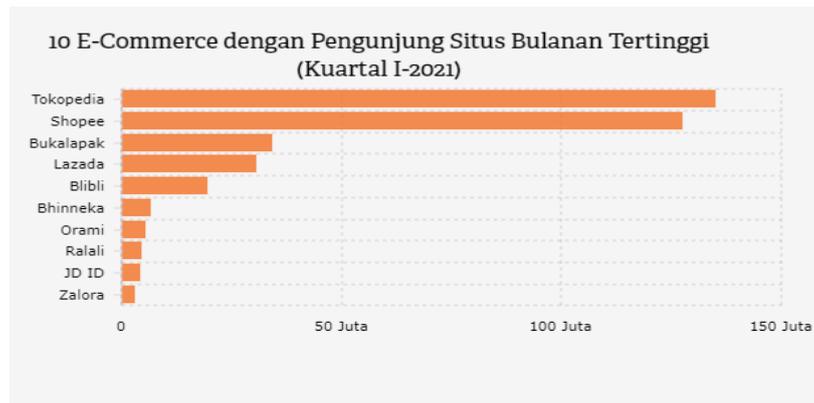
Lewat hadirnya alat digital, bisnis kecil jadi gampang berkreasi. Mereka bisa bikin barang baru, buat barang makin bagus, atau kasih layanan keren pakai aplikasi. Perubahan digital ini kasih kesempatan bisnis kecil saingan dengan pabrik gede. Terutama soal cepat menyesuaikan diri dan keluwesan. Dengan pakai alat digital, bisnis kecil bisa tawarin pengalaman yang lebih mantap, cepat tanggap, dan khusus buat pelanggan.

Makanya, pihak berwenang, badan usaha, dan orang-orang dalam memberi kursus, bantuan uang, dan sokongan lain sangat penting untuk memicu UMKM agar bersatu dalam dunia ekonomi digital. Lalu dengan memakai cara digital, UMKM bisa mempercepat perubahan mereka menjadi pemain ekonomi yang kuat, kreatif, dan bisa bersaing di zaman digital. Dalam soal ini toko online, atau penjual barang elektronik, menunjukkan kegiatan jual beli barang dan jasa lewat wadah digital. Di Indonesia, bagian ini sudah merasakan kenaikan yang besar dalam beberapa tahun belakangan ini.



Grafik 1.3 Prediksi Angka Pengguna *E-commerce* di Indonesia Tahn 2024

Data tersebut menunjukkan trend pertumbuhan *e-commerce* di indonesia, berdasarkan data *iprice insight*, ada beberapa platform *e-commerce* dengan jumlah kunjungan terbanyak di indonesia pada kuartal I-2021.



Grafik 1.4 *e-commerce* dengan Pengunjung situs Bulanan Tertinggi Kuartal 2021

Yang dimana tokopedia rata-rata 158,1 juta kunjungan perbulan, shopee rata-rata 134,4 juta perbulan bukalapak rata-rata 30,1 juta kunjungan perbulan, lazada rata-rata 27,95 juta kunjungan perbulan. Data ini mencerminkan domisili tokopedia dan shopee dalam pasar *e-commerce* indonesia. Dalam hal ini keterlibatan infrastruktur juga sebagai tulang punggung bagi kegiatan ekonomi digital dan *e-commerce*. Dengan adanya infrastruktur digital yang kuat, maka aktivitas ekonomi digital dapat berkembang dengan lebih cepat dan efisien, menciptakan peluang bagi pelaku usaha, konsumen, dan pemerintah untuk memanfaatkan ppotensi ekonomi digital secara maksimal. Investasi berkelanjutan dalam ekosistem *e-commerce* yang tangguh dan kompetitif.

Selain itu, ada ikatan erat dengan dunia maya, jual beli online, dan fondasi penting yang jadikan dana sebagai kunci utama majukan bidang ini. Dana punya andil wujudkan dan perkokoh relasi antara dunia maya, jual beli online, serta fondasi penting. Dana serta fondasi penting saat bangun ekonomi sangat urgen

untuk bentuk jaringan internet super cepat seperti, 4G, 5G, pusat data, serta teknologi hitung awan. Fondasi logistik, dana di gudang baru, kelompok pengantar paket serta sistem urus logistik sangat penting topang operasional jual beli online. Jaminan dunia maya, naiknya dana di bidang jaminan dunia maya bantu lindungi transaksi digital serta data pelanggan dari bahaya dunia maya. Serta tenaga dan transportasi, fondasi transportasi efisien serta tenaga cukup lancarkan gerakan ekonomi digital serta pengiriman barang di jual beli online.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka identifikasi masalah yang dijadikan bahan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan kemampuan pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital.
2. Penyebab rendahnya pendapatan UMKM di Indonesia karena adanya ekonomi digital.
3. Infrastruktur ekonomi digital yang belum merata, terutama di daerah pedesaan.

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi masalah yang akan di kaji sehingga lebih terfokus terhadap masalah-masalah yang ingin dipecahkan. Penelitian ini menitik beratkan kepada Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Investasi Digital di Indonesia.

1.4 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, rumusan masalah yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan investasi digital di Indonesia?

2. Faktor-faktor apa saja yang pengaruh investasi digital?

1.5 Tujuan Penelitian

Melalui penelitian ini, diharapkan mencapai tujuan-tujuan sebagai berikut:

1. Untuk melakukan deskripsi mengenai perkembangan investasi digital di indonesia.
2. Untuk melakukan estimasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi investasi digital di indonesia dengan adanya ekonomi digital.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini yang dapat di ambil manfaatnya oleh pihak-pihak yang di antaranya:

1.6.1 Manfaat Akademik

- a. Bagi peneliti:

Penulis berharap penelitian ini bisa memberikan sebuah masukan atau motivasi kepada peneliti selanjutnya, sehingga dapat mengembangkan penelitian ini, serta dapat menjadi nilai tambah dalam bidang keilmuan dan pendidikan serta dapat menjadi bahan kajian bagi penelitian lain dengan tema yang serupa.

- b. Bagi mahasiswa

Melatih mahasiswa untuk dapat mengurangi dan membahas suatu permasalahan secara ilmiah, teoritis, dan sistematis serta sebagai referensi bagi mahasiswa mengenai pembahasan terkait.

1.6.2 manfaat Non-akademik

- a. bagi pelaku UMKM dan Masyarakat:

manfaat penelitian bagi pelaku UMKM dan masyarakat di antaranya:

1. sebagai bahan masukan untuk mengambil keputusan.
2. Sebagai pertimbangan untuk mengembangkan usaha, khususnya terkait perilaku pelaku usaha dan modal usaha.
3. Memberikan gambaran faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen.
4. Membantu manajer perusahaan dalam pengambilan keputusan, khususnya terkait perilaku konsumen.
5. Membantu memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pertumbuhan Ekonomi

Ekonomi yang terus berkembang dan stabil dianggap penting, layaknya pondasi yang kuat untuk kehidupan yang sejahtera bagi masyarakat. Setiap tahun, populasi penduduk meningkat, sehingga kebutuhan dasar mereka juga harus dipenuhi, yang berarti ketersediaan uang pun harus meningkat seiring. Pertumbuhan ekonomi merujuk pada proses peningkatan kondisi ekonomi suatu negara yang bertujuan untuk meningkatkan keuntungan dalam jangka waktu tertentu. Hal ini juga dapat dikenali sebagai proses penentuan kapasitas produksi dari suatu komunitas ekonomi tertentu yang dimulai dari pendapatan nasional. Terutama dalam konteks negara berkembang, upaya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi sangat tergantung pada kinerja nasional. Meskipun pertumbuhan ini mengalami peningkatan, seringkali kualitasnya masih diragukan. (Febriaty et al., 2022).

Pada fase awal pembangunan ekonomi, intervensi pemerintah masih sangat dibutuhkan untuk mendorong pertumbuhan, sedangkan dalam tahap selanjutnya, kontribusi investasi swasta sudah jauh lebih dominan. Peran pemerintah tetap signifikan pada fase menengah, karena semakin banyaknya investasi swasta dapat menyebabkan kegagalan pasar yang mengharuskan pemerintah untuk menyediakan barang dan jasa publik dalam jumlah yang lebih banyak. (Safina & Rahayu, 2011)

Menurut Sadono Sukirno, 2008 pertumbuhan ekonomi mengindikasikan perkembangan dalam perekonomian yang meningkatkan jumlah barang dan jasa yang dihasilkan dalam masyarakat serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, untuk mengukur tingkat pertumbuhan ekonomi yang dicapai diperlukan perhitungan pendapatan nasional riil dengan menggunakan harga tetap yang berlaku pada tahun dasar yang telah ditentukan. Dengan demikian, pertumbuhan ekonomi berfungsi untuk mengevaluasi kemajuan dari perkembangan suatu ekonomi.

Teori Harrod-Domar (1946) dikenal sebagai teori pertumbuhan. Menurut teori ini, investasi tidak hanya mendorong munculnya permintaan, tetapi juga meningkatkan kapasitas produksi. Permintaan yang lebih tinggi dibutuhkan seiring dengan penambahan kapasitas produksi, agar tidak terjadi penurunan dalam hasil produksi. Apabila ada peningkatan kapasitas produksi namun tidak diiringi dengan permintaan yang memadai, maka akan terjadi surplus diikuti oleh penurunan produksi. (Hafni & Rozali, 2017).

Teori neoklasik keynes, dalam model pertumbuhan neoklasik, teknologi dan pengetahuan dianggap sebagai faktor yang tetap atau kurang berpengaruh. Akibatnya, peningkatan produktivitas tenaga kerja dan investasi tidak terjadi. Melihat kelemahan dari model neoklasik, muncullah model pertumbuhan ekonomi modern yang memasukkan aspek-aspek internal dan eksternal dalam proses pembangunan ekonomi.

2.1.2 Pendapatan Nasional

Pendapatan nasional merupakan salah satu ukuran penting untuk menilai tingkat kesejahteraan suatu negara. Sebagai negara yang sedang berkembang,

Indonesia juga memiliki Produk Domestik Bruto (PDB) yang cukup tinggi. Ekonomi Indonesia tumbuh di atas 5% selama tujuh tahun berturut-turut, meskipun ekonomi global melambat dan harga komoditas ekspor menurun. (Rifa'i et al., 2023).

Kontributor utama dalam ekonomi Indonesia adalah komponen pengeluaran konsumsi rumah tangga (PK-RT). Konsumsi rumah tangga ini adalah bagian terbesar dalam pendapatan nasional dan memiliki dampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Berbagai faktor yang mendorong konsumsi rumah tangga antara lain tingkat pendapatan, suku bunga, inflasi, serta harapan konsumen. Pada tahun 2022, kontribusi pengeluaran konsumsi rumah tangga Indonesia mencapai 51,87%, yang mencakup lebih dari setengah PDB dari sisi pengeluaran. Konsumsi rumah tangga di Indonesia masih terfokus pada kelompok masyarakat berpendapatan menengah ke atas. (Komariyah, 2024).

2.1.3 Pendapata Per Kapita

Menurut Sukirno, (2004) rata-rata pendapatan masyarakat di suatu negara atau wilayah dalam periode tertentu biasanya diukur selama satu tahun. Pendapatan per kapita dihitung dengan membagi total pendapatan daerah dengan jumlah penduduk. Angka yang seharusnya digunakan adalah total pendapatan regional dibagi dengan jumlah penduduk. Namun, seringkali angka ini tidak tersedia, sehingga digunakan angka total PDRB berdasarkan harga pasar yang dibagi dengan jumlah penduduk. Pendapatan per kapita dapat dihitung menggunakan harga saat ini atau harga tetap, sesuai dengan kebutuhan. Ukuran ini sering dianggap sebagai indikator kesejahteraan dan tingkat pembangunan di suatu negara atau daerah.

Menurut Adji, Wahyu, (2007) dan rekan-rekannya menyatakan bahwa pendapatan per kapita memiliki berbagai manfaat, seperti menjadi indikator kesejahteraan suatu negara, standar pertumbuhan kemakmuran, pedoman bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan ekonomi, serta perbandingan tingkat kemakmuran antarnegara.

2.1.4 Teori Investasi

Investasi merupakan salah satu ukuran pertumbuhan ekonomi di suatu wilayah. Investasi juga merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap perkembangan ekonomi dan kinerja kerja. Keberadaan investasi dapat memengaruhi proses produksi (output), yang diartikan sebagai hasil yang telah dihasilkan oleh manusia selama ini. (Safina & Rahayu, 2011).

Teori investasi neoklasik adalah pendekatan dalam teori investasi yang didasarkan pada prinsip-prinsip mikroekonomi. Teori ini berpendapat bahwa individu dan lembaga memiliki informasi yang cukup dan membuat keputusan investasi berdasarkan harapan imbal hasil serta tingkat risiko yang dapat diterima. Teori ini juga percaya bahwa pasar keuangan cenderung mencapai keseimbangan dan efisiensi, sehingga individu serta lembaga dapat mengambil keputusan investasi yang rasional dan ideal.

Teori investasi adalah cabang ilmu ekonomi yang mempelajari bagaimana individu dan lembaga membuat keputusan terkait investasi. Teori ini mempertimbangkan sejumlah faktor, termasuk tingkat suku bunga, inflasi, risiko, serta tingkat imbal hasil yang diharapkan dari berbagai pilihan investasi.

2.1.5 Teori Ekonomi Digital

Ekonomi digital adalah konsep yang menekankan penggunaan teknologi digital sebagai elemen penting dalam produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa. Konsep ini diperkenalkan oleh Don Tapscott, seorang pengusaha dari Kanada, pada tahun 1997.

Dalam dunia e-commerce, banyak perubahan terjadi dalam cara belanja masyarakat di Indonesia. Platform seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee memungkinkan orang melakukan transaksi secara online, sehingga menghubungkan produsen lokal dengan pasar global. Hal ini menciptakan peluang bisnis baru, menurunkan tingkat pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di sisi lain, perusahaan fintech seperti GoPay dan OVO telah merubah cara penyelesaian transaksi keuangan. Mereka menawarkan layanan pembayaran digital, pinjaman online, serta investasi melalui aplikasi, yang mempercepat inklusi keuangan di Indonesia.

2.1.6 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Bisnis skala mini atau UMKM itu bagaikan tokoh penting di dunia ekonomi, terutama di negara yang lagi berkembang. UMKM ini punya banyak jenis usaha beda-beda, dari ukuran sampai jumlah pekerja dan hasil jualannya tiap tahun. Walau beda aturan ukuran di tiap negara, bisnis mikro itu yang paling imut aset dan duitnya, lalu bisnis kecil, barulah bisnis menengah. (Sujarweni, 2019).

Salah satu rintangan besar bagi UMKM ialah cara dapat uang dan pinjaman. Banyak UMKM susah dapat duit dari bank biasa karena tak punya jaminan kuat atau sejarah utang yang kurang. Sebab itu, banyak negara dan grup dunia buat banyak acara dan ide untuk bantu UMKM dapat uang, seperti pinjaman kecil, dana muter, dan bantuan ahli. (Sari et al., 2023).

Selain duit pinjaman, UMKM kerap susah masuk ke tempat jualan, teknologi baru, dan cari orang pintar. Biar gak gitu, pemerintah dan banyak tempat sering kasih sekolah gratis, bantu jualan, dan kasih teknologi biar UMKM makin jago saingan. Kalau dipikir baik-baik, UMKM itu penting banget buat bangun ekonomi dan masyarakat. Kalau dibantu dengan benar, UMKM bisa besar dan maju, bantu ekonomi tumbuh, bikin banyak kerjaan, dan bikin orang makin sejahtera.

2.1.7 *E-commerce*

Definisi *e-commerce* menurut Handayani, (2020) itu sebarin, jual, tawarin, beli barang dan jasa pakai alat canggih semacam jaringan komputer, tipi, www, dan internet lain. E-commerce juga pakai transfer duit digital, sistem atur stok barang otomatis, tukar data digital, dan sistem kumpul data otomatis. E-commerce seperti ruangan ajaib buat dagang daring (elektronik), kayak promosi, borong, juga urusan duit (bayar) yang kelar online atau lewat alat elektronik.

Menurut Akbar & Alam, (2020) e-commerce itu jual beli, serta promosi produk lewat sistem yang aneh. Contohnya televisi, radio, dan komputer atau jaringan internet. Bisnis terjadi di jaringan yang sifatnya elektronik semacam internet. Semua orang yang punya internet bisa ikut e-commerce.

Sedangkan pengertian *e-commerce* menurut Riswandi, (2019) ialah satu set yang unik dari ekonomi, aplikasi dan bisnis yang menyatukan pelanggan serta kelompok tertentu lewat transaksi aneh serta jual beli barang, jasa dan info via elektronik.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 penelitian terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Metode Estimasi	Variabel	Hasil Penelitian
1	Izatul Mutmainah (2023) “Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Daya Saing Usaha Konveksi Di Kota Bukit Tinggi Di Tinjau Menurut Ekonomi Syariah”	Deskriptif Kuantitatif	Ekonomi Digital, Daya Saing, Konvesi	penelitian ini menghasilkan persamaan regresi linear sederhana yang menunjukkan bahwa ekonommi digital berpengaruh terhadap usaha konveksi di bukit tinggi.
2	Romindo M Pasaribu dan Agnes Oktavia “Analisis Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Kota Medan”	<i>Explanatory</i> dan Kausalitas	Media Sosial, Media Pemasaran, Daya Saing, dan UMKM	Hasil penelitian menyatakan pemasaran media online berbasis aplikasi berpengaruh positif terhadap daya saing usaha adalah di terima.
3	Sodik Dwi Purnomo, Bagus Adhitya, dan Zumaeroh “Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Industri Mikro dan Kecil di Indonesia”	kuantitatif	Industri Mikro dan Kecil, Ekonomi Digital, <i>Training, partnership</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekonomi digital, <i>training</i> dan <i>partnership</i> berpengaruh signifikan positif terhadap industri mikro dan kecil (IMK)

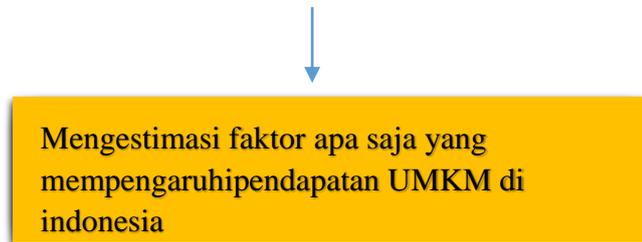
				di Indonesia.
4	Risaria Sihite “Analisis Pengaruh Pendapatan Per Kapita, Jumlah Konsumsi dan Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten/ Kota Provinsi Kalimantan Tengah”	Deskriptif Kuantitatif	Pendapatan Per Kapita, Jumlah Konsumsi, dan Pertumbuhan Ekonomi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan per kapita berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat di kabupaten/ kota provinsi kalimantan tengah. Jumlah konsumsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Dan pertumbuhan ekonomi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat di kabupaten/ kota provinsi kalimantan tengah.

2.3 Kerangka Berpikir Konseptual

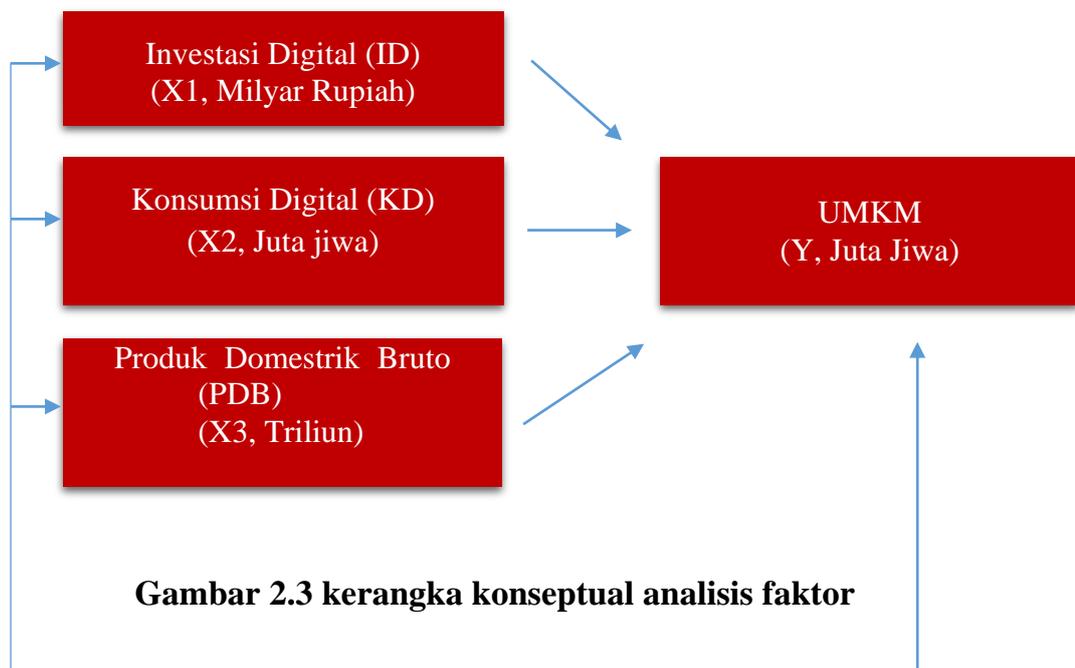
2.3.1 Kerangka Analisis Penelitian

Melakukan analisa secara deskriptif mengenai Pendapatan UMKM di indonesia

Gambar 2.2 kerangka analisa penelitian



2.3.2 Kerangka Konseptual Analisis Faktor



2.4 Hipotesis

Berdasarkan tujuan penelitian, landasan teori dan penelitian-penelitian terdahulu, maka hipotesis pada penelitian ini yaitu

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara investasi digital,

konsumsi digital, pdb dan umkm.

2. Investasi dalam teknologi digital dapat memperbaiki efisiensi kerja perusahaan dengan cara otomatisasi, digitalisasi langkah-langkah, dan penggunaan data. Seperti investasi digital, konsumsi digital, dan pdb.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif berbentuk angka atau bilangan yang bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan teori-teori yang sudah ada.

3.2 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu yang diberikan kepada variabel satu dengan variabel yang lain dapat dihubungkan sehingga penelitian dapat disesuaikan dengan data yang diinginkan. Adapun variabel yang terdapat dalam penelitian ini ialah: ketimpangan investasi digital, konsumsi digital, *e-commerce*, *pdb*, *umkm*.

Tabel 3.2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Sumber Data
Konsumsi Digital	Perkembangan teknologi digital yang telah mengubah pola konsumsi masyarakat	Kementerian Komunikasi dan Informasi https://data.kominfo.go.id Kataboks https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/5b9a6a4786148ca/berapa-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia Lokadata https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/jumlah-pengguna-internet-indonesia-1998-2017-1519030656 Kementerian Perdagangan Republik Indonesia https://satudata.kemendag.go.id

Produk Domestik Bruto (PDB)	Produk Domestik Bruto diukur sebagai jumlah nilai bruto dari semua unit produksi di dalam batas wilayah ekonomi suatu negara, ditambah pajak atas produk, dan dikurangi subsidi yang tidak termasuk dalam nilai <i>output</i> . PDB dapat dihitung melalui pendekatan: produksi, pengeluaran, dan pendapatan, serta dinyatakan dalam harga berlaku atau harga konstan untuk analisis pertumbuhan ekonomi.	Badan Pusat Statistik (BPS) https://www.bps.go.id
UMKM	UMKM adalah unit usaha yang dimiliki jumlah karyawan, nilai aset, dan omset tahunan tertentu, sebagaimana diatur dalam regulasi pemerintah, yang beroperasi secara mandiri atau dalam bentuk kemitraan, dengan fokus pada produksi barang atau jasa untuk pasar lokal maupun global.	Ukmindonesia.id https://ukmindonesia.id Ukmindonesia.id https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia#google_vignette
Investasi Digital	Investasi digital merujuk pada kegiatan menanamkan uang atau aset dalam instrumen keuangan yang ada di dunia digital melalui situs web dengan harapan untuk mendapatkan keuntungan atau peningkatan nilai aset.	UN trade&Development https://unctad.org/publication/world-investment-report-2023?utm_source=chatgpt.com Badan Pusat Statistik (BPS) https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzkzIzI=/realisasi-investasi-penanaman-modal-dalam-negeri-menurut-provinsi--investasi---milyar-rupiah-.html

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Medan Sumatera Utara.

b. Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dimulai pada bulan juli sampapi bulan september 2024.

3.4 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah data skunder. Dimana data skunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung atau data yang sudah diolah, data skunder ini menggunakan data antar tempat atau suatu ruang (*cross section*) yang diambil dari keseluruhan provinsi di indonesia, sedangkan untuk data antar waktu (*time series*) di ambil dari pada waktu 1999-2023, dimana data ini merupakan data yang dikumpulkan dalam kurun waktu tertentu dari data yang merupakan gabungan dari *cross section* dan *time series* yang digunakan dalam penelitian ini di sebut data panel.

b. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari beberapa lembaga resmi seperti statista, badan pusan statistik (bps), lokadata dan sebagainya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi dengan mengambil data skunder dari satatista, un trade&development atau bps yaitu investasi digital, kominfo, kataboks dan lokadata yaitu konsumsi digital, kemendag yaitu *e-commerce*, bps yaitu pdb, serta ukmindonesia yaitu umkm.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Ekonomi Deskriptif

Metode analisis deskriptif merupakan suatu metode analisis sederhana yang dapat digunakan untuk menggambarkan kondisi observasi dengan menyajikan dalam bentuk tabel, grafik, maupun narasi dengan tujuan memudahkan pembaca dalam menafsirkan penelitian. Metode analisis deskriptif dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi investasi digital di Indonesia.

3.7 Analisis Model Ekonometrika

Penelitian ini mengenai faktor yang mempengaruhi investasi digital di Indonesia dengan menggunakan data *time series* dan *cross section* yaitu data kurun waktu 25 tahun (dari 1999 sampai 2023 di seluruh Indonesia). Regresi linear berganda adalah suatu persamaan yang menggambarkan hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas yang linear. (Roswita Hafni, 2004).

Andaikan suatu fungsi $Y=f(x_1)$, Dimana $I = 1,2,3,\dots,n$

$Y = f(x_1, x_2, x_3, \dots, x_i)$ maka persamaan regresi linear bergandanya adalah:

Y : Variabel terikat (UMKM)

X1 : Variabel bebas (Investasi Digital)

X2 : Variabel bebas (Konsumsi Digital)

X3 : Variabel bebas (PDB)

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 ID_t + \beta_2 KD_t + \beta_3 PDB_r + e$$

Dimana :

Y_t	= UMKM
ID_t	= Investasi Digital
KD_t	= Konsumsi Digital
PDB_t	= Produk Domestik Bruto
β_0	= Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	= Koefisien
t	= Unit Waktu (25 tahun)
e	= <i>term of error</i>

setelah model penelitian diestimasi maka akan diperoleh nilai dan besaran masing-masing parameter dalam model persamaan diatas. Nilai dari parameter positif dan negatif selanjutnya akan diperoleh untuk menguji hipotesis penelitian.

a. Metode Estimasi

Metode estimasi pada penelitian ini adalah untuk mengestimasi semua variabel yang diamati menggunakan data sekunder dalam waktu 25 tahun (dari tahun 1999 sampai 2023). Analisis trend dalam waktu tersebut dapat dianalisis dengan menggunakan metode kuadrat terkecil atau OLS (*Ordinary Least Square*) dalam bentuk regresi linear berganda (*multiple regression model*) yang disajikan lebih sederhana serta mudah dipahami.

b. Tahap Analisis

1. Uji Asumsi Klasik

Metode OLS mendapatkan nilai estimator yang diharapkan dapat memenuhi sifat estimasi OLS yang *BLUE* (*Blue Linear Unbiased Estimator*) dengan cara meminimumkan kuadrat simpangan setiap observasi dalam sampel. Secara singkat dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga asumsi dalam metode estimasi OLS yang harus dipenuhi:

1. Tidak ada masalah hubungan antara variabel independen dalam regresi berganda yang digunakan (tidak multikolinearitas).
2. Variabel-variabel yang konstanta (tidak heterokedastisitas).
3. Tidak ada hubungan variabel gangguan antara satu observasi dengan berikutnya (tidak ada autokorelasi).

a. Heterokedastisitas

Ghozali (2017:85) menyatakan uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji model regresi memiliki ketidaksamaan varians dari satu residual pengamatan ke pengamatan lainnya. Heteroskedastisitas muncul karena adanya varian pada variabel model regresi yang tidak sama. Sedangkan homoskedastisitas akan muncul apabila model regresi memiliki nilai yang sama. Model regresi yang diharapkan adalah residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya yang konstan atau homoskedastisitas atau tidak adanya heteroskedastisitas.

Uji heterokedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *breusch Pagan Godfrey* Uji dengan metode ini dilakukan dengan meregresikan variabel bebas terhadap nilai ρ_i yang diperoleh dari $\mu_1^2 \sigma^2$ dan nilai σ^2 diperoleh dari

$\sum_{i=1}^2 T$ di mana T adalah jumlah data. Masalah heteroskedastisitas muncul apabila nilai X^2 hitung $>$ X^2 tabel dengan $df=\alpha$. X^2 hitung diperoleh dari ESS^2 dengan ESS (Explained Sum of Square) = $R^2 \times TSS$ (Total Sum of Square). (Aditiya et al., 2023).

b. Autokorelasi

Ghozali (2017:121) menyatakan uji autokorelasi dilakukan untuk menguji adanya korelasi antara kesalahan pengganggu pada suatu periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya ($t-1$) pada model regresi linier. Uji ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antar serangkaian data observasi yang diurutkan menurut waktu dan ruang.

c. Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:71), uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk memastikan bahwa model regresi memiliki korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel independen yang digunakan. Apabila dalam model regresi yang diuji memiliki korelasi tinggi atau sempurna pada variabel bebas maka model regresi akan dinyatakan mengandung gejala multikolinear. Model regresi dinyatakan baik apabila tidak ada korelasi antar variabel.

2. Pengujian (Test diagnostik)

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu

variabel penjelasan secara individu dalam menerangkan variasi variabel terikat. (Gujarati, 2003).

Uji t dilakukan untuk melihat signifikan dari jumlah perusahaan digital di Indonesia. Dalam hal ini pengujian dilakukan adalah sebagai berikut:

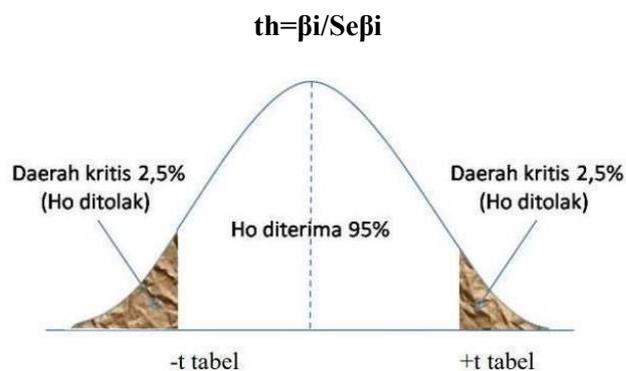
1. Rumusan Hipotesis

- Hipotesis H_0 : $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ (tidak ada hubungan yang signifikan antara masing-masing variabel investasi digital (ID), konsumsi digital (KD), dan produk domestik bruto (PDB)).
- Hipotesis H_a : $\beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$ (ada hubungan yang signifikan antara investasi digital (ID), konsumsi digital (KD), dan produk domestik bruto (PDB)).

2. Uji statistik yang digunakan adalah uji t. dimana t hitung adalah : Nilai t hitung akan dibandingkan dengan t tabel = $\pm t(\alpha/2, n-1)$

3. Kriteria uji :

Terima H_0 jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$, hal lain tolak H_0 atau dalam distribusi kurva normal t terhadap digambar sebagai berikut



Gambar 3.1 Uji t-hitung

4. Kesimpulan : sesuai kriteria uji maka terima H_0 atau tolak H_0 .

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pada model investasi digital, *e-commerce*, konsumsi digital, pdb, umkm secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap ketimpangan distribusi pendapatan. Dengan hal ini pengujian dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Perumusan Hipotesis

- Hipotesis H_0 : $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ (tidak ada hubungan yang signifikan secara serentak antara variabel konsumsi digital, konsumsi digital, dan pdb).
- Hipotesis H_a : $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 \neq 0$ (ada hubungan yang signifikan secara setentak antara variabel konsumsi digital, konsumsi digital, dan pdb).

2. Uji statistik yang digunakan adalah uji F, dimana F hitung adalah: **Fh**

$$R^2 / K1 (1 - R^2)(n - k)$$

Dimana :

K = Jumlah parameter yang diestimasi.

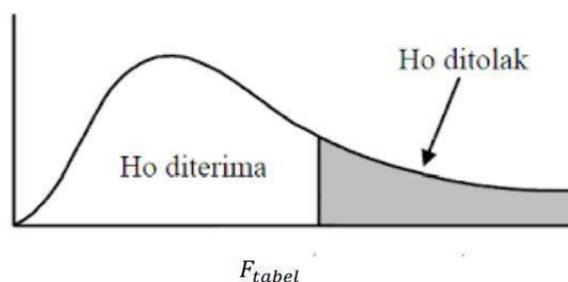
n = Jumlah data yang di observasi

nilai f hitung dibandingkan dengan f tabel = F (α , n-k-1) dengan derajat kesalahan $\alpha = 100\%$

1. Kriteria uji: terima jika H_0 jika F hitung < F tabel, hal lain tolak H_0 .

Adapun dalam distribusi kurva F dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 3.2 Uji f-hitung



2. Kesimpulan : terima atau tolak H_0 : memberikan kesimpulan sesuai kriteria uji maka terima H_0 .
3. Kriteria Uji : terima jika H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, hal lain tolak H_0 .
Atau dalam distribusi kurva F di atas.

3. Penafsiran

a. Korelasi (r)

Koefisien korelasi merupakan derajat kerataan antara variabel terikat dengan variabel bebas yang diamati. Koefisien korelasi biasanya dilambangkan dengan huruf r dimana bervariasi mulai -1 sampai $+1$, nilai -1 atau $+1$ menunjukkan gubungan yang kuat antar variabel-variabel tersebut, jika $r=0$, mengindikasikan tidak ada hubungan antara variabel-variabel tersebut. Sedangkan tanda $+$ (positif) dan $-$ (negatif) memberikan informasi mengenai arah dari hubungan antara variabel-variabel tersebut.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah suatu nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui kekuatan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat dalam persamaan regresi yang dihasilkan. Misalnya, nilai (R^2) dalam suatu persamaan regresi yang menunjukkan gubungan pengaruh (fungsional) antara variabel Y sebagai variabel dependen dan variabel X sebagai variabel independen, yang diperoleh dari hasil perhitungan tertentu adalah $0,85$. Ini artinya bahwa variabel Y yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang diperoleh adalah 85% sedangkan sisanya 15% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati atau berada diluar persamaan. (Roswita Hafni,2024).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Indonesia

4.1.1 Konsidi Geografis Indonesia

Berdasarkan letak geografisnya, kepulauan Indonesia di antara Benua Asia dan Benua Australia , serta di antara Samudera Hindia dan Samudera Pasifik. Dengan demikian, wilayah Indonesia berada pada posisi silang, yang mempunyai arti penting dalam kaitannya dengan iklim dan perekonomian. Secara astronomis, Indonesia terletak di antara 6° Lintang Utara dan 11° Lintang Selatan dan 95° - 141° Bujur Timur dan dilalui oleh garis ekuator atau garis khatulistiwa yang terletak pada garis lintang 0° .

Wilayah Indonesia terletak pada posisi yang strategis dan menguntungkan karena beberapa alasan yaitu letak Indonesia di antara Benua Asia dan Benua Australia serta letak Indonesia berada di antara Samudera Pasifik dan Samudera Hindia. Indonesia sebagai titik persilangan kegiatan perekonomian dunia, antara perdagangan Negara-negara industri dan Megara-negara yang sedang berkembang. Misalnya antara Jepang, Korea, dan RRC dengan Negara=Negara di Asia, Afrika dan Eropa. Karena letak geografis Indonesia pula Indonesia mendapatkan pengaruh berbagai kebudayaan dan peradaban dunia.

Penampakan dari permukaan alam Indonesia ini terdiri dari daratan dan perairan dengan perbandingannya yakni 4:1 tampilan daratan sendiri yaitu juga meliputi pulau yang ukuran terbesarnya 786.000km (pulau Papua), hunung

dengan ketinggian yang paling tinggi ialah 4.884m (puncak jaya wijaya), sungai dengan ukuran yang paling panjang 1.143km (sungai kapuas), dan danau yang ukurannya paling luas 1.130km (danau toba). Hal-hal tersebut turut menjadikan indonesia merupakan negara dengan ukuran paling luas urutan ke 15 di dunia.

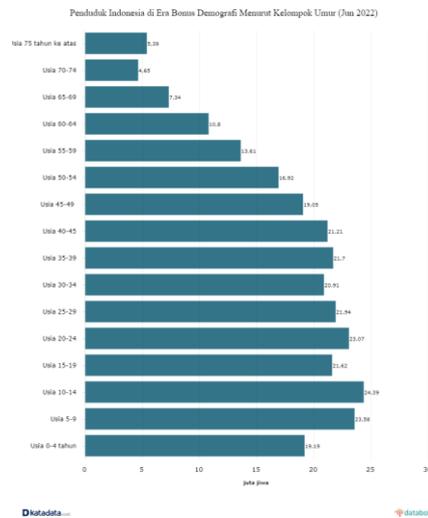
Indonesia merupakan Negara kepulauan yang paling besar di dunia. Indonesia juga memiliki posisi geografis yang dapat dikatakan unik dan menjadikannya sebagai Negara yang letaknya strategis. Hal tersebut bisa kita lihat dari posisi Negara Indonesia yang berada di antara dua samudera dan juga diapit oleh dua nemua serta memiliki perairan yang dijadikan sebagai salah satu jantung perdagangan internasional.

4.1.2 Kondisi Demografi indonesia

Indonesia pada tahun 2019-2021 memasuki era bonus demografi, di mana penduduk usia produkyif lebih banyak dibandingkan dengan usia tidak produktif. Jika bonus demografi ini dapat dikelola dengan baik oleh pemerintah, kondisi ini akan menjadi modal penting untuk membangun untuk menuju 100 tahun Indonesia merdeka pada 2045. Namun, jika tidak dikelola dengan baik dapat menjadi boomerang dan menjadi beban bagi Negara.

Berdasarkan data Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, jumlah penduduk Indonesia mencapai 275,36 juta pada Juni 2022. Dari jumlah tersebut, ada 190,83 juta jiwa (69,3%) penduduk Indonesia yang masuk kategori usia produktif (15-64 tahun). Terdapat pula 84,53 juta jiwa (30,7%) penduduk yang masuk kategori

usia tidak produktif.



Grafik 4.1 Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Kelompok Umur (Juni 2022)

Dalam grafik tersebut dapat terlihat bahwa usia anak muda atau dapat dikategorikan dalam usia produktif yaitu terdapat pada usia kisaran 15-49 tahun. Ada tiga kelompok urutan usia yang mendominasi paling besar sebagai usia produktif. Pada urutan pertama yaitu di dominasi oleh usia 20-24 tahun yaitu sebanyak 23,07 juta jiwa. Lalu pada urutan kedua yaitu usia 25-29 tahun sebanyak 21,94 juta jiwa dan yang terakhir pada usia 35-39 tahun yaitu sebanyak 21,7 juta jiwa. Dengan demikian banyak anak muda pada usia produktif tersebut memilih untuk mengembangkan usaha bisnis mereka, seperti usaha bisnis UMKM kuliner/makanan, *fashion*/busana, dan juga kosmetik/alat kecantikan. Saat ini banyak anak muda yang lebih kreatif dalam mengembangkan usaha bisnis UMKM mereka. Hal ini menjadi peluang besar untuk anak muda yang memiliki usaha bisnis UMKM untuk mengembangkan atau membuat suatu inovasi baru dalam pengembangan bisnis UMKM mereka.

4.1.3 Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir, didukung oleh meningkatnya akses internet, pengguna teknologi, serta adopsi digital di berbagai sektor.

Serta peningkatan infrastruktur digital yang dimana pemerataan akses internet yaitu program pemerintah seperti palapa ring dan inisiatif perluasan jaringan internet telah membantu menyediakan akses internet hingga ke daerah terpencil. Dan penetrasi smartphone yang meningkatnya jumlah pengguna smartphone mempermudah masyarakat mengakses layanan digital.

Pertumbuhan *e-commerce* juga sebagai *platform* besar seperti tokopedia, shopee, bukalapak, dan lazada menjadi pemain utama yang mendukung pertumbuhan *e-commerce*. Serta konsumsi digital yang menurut data, Indonesia memiliki jutaan pengguna aktif yang berbelanja secara online, dengan tren belanja meningkat terutama selama pandemic COVID-19. UMKM go digital juga banyak usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang mulai beralih ke platform digital untuk memperluas pasar mereka.

Ada juga ekonomi berbasis aplikasi yang dimana transportasi dan logistic seperti gojek dan grab menjadi contoh sukses layanan berbasis aplikasi yang mengintegrasikan transportasi, pengiriman makanan, dan layanan lainnya. Serta *fintech* layanan keuangan digital seperti ovo, dana, dan linkaja cukup mempermudah transaksi tanpa uang tunai (*cashless*), meningkatkan inklus keuangan.

Serta peran startup dan unicorn, Indonesia memiliki beberapa startup yang berstatus unicorn (valuasi > USD 1 miliar), seperti gojek, tokopedia,

bukalapak, dan traveloka. Keberhasilan startup ini menunjukkan potensi besar pasar digital di Indonesia. Sera investasi asing dan local terus mengalir ke sektor *startup*, membantu menciptakan lapangan kerja baru dan inovasi.

Dan dukungan pemerintah seperti regulasi pemerintah mendukung ekonomi digital melalui kebijakan seperti roadmap “Indonesia Digital 2024” yang bertujuan mempercepat transformasi digital. Dan Literasi digital program edukasi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang penggunaan teknologi dan keamanan digital. Serta Ekosistem digital, pembangunan ekosistem yang mendukung, termasuk intensif pajak untuk perusahaan.

Ekonomi digital di Indonesia juga di proyeksikan berkontribusi hingga USD 146 miliar pada tahun 2025, menjadikan Indonesia sebagai salah satu pemain utama dalam ekonomi digital di Asia Tenggara. Serta menjadi tren masa depan sebagai adopsi teknologi baru seperti 5G AI, dan *blockchain* akan semakin memperkuat ekonomi digital. Dan meningkatnya fokus pada keberlanjutan dan ekonomi hijau dalam konteks digital. Secara keseluruhan, Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi pusat ekonomi digital di kawasan Asia Tenggara, dengan kombinasi populasi muda yang adaptif terhadap teknologi, dukungan pemerintah, serta perkembangan infrastruktur.

4.2 Analisis Pembahasan Tujuan Penelitian

4.2.1 Perkembangan Investasi Digital di Indonesia

Investasi digital di Indonesia telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh pertumbuhan teknologi, meningkatnya penetrasi internet, dan perubahan pola pikir masyarakat terhadap investasi.

Investasi digital di Indonesia juga memberi dampak yang signifikan terhadap pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Peran teknologi finansial (*fintech*) dan *platform* investasi digital sangat mendukung akses UMKM terhadap pendanaan yang sebelumnya sulit diperoleh melalui jalur konvensional seperti.

Meningkatnya akses terhadap pendanaan platform seperti koinworks, amarnya, dan investree menjadi solusi bagi UMKM untuk mendapatkan pembiayaan tanpa harus melalui proses panjang seperti di bank tradisional. Skema pembiayaan ini menghubungkan UMKM dengan investor ritel yang bersedia memberikan modal dengan imbal hasil tertentu. Dan P2P lending membantu UMKM yang tidak memiliki agunan atau skor kredit yang baik untuk tetap mendapatkan modal usaha. Modal *crowdfunding* juga memungkinkan UMKM untuk menawarkan sebagian kecil ekuitas atau kepemilikan kepada investor. Dan platform seperti santara dan bizhare memungkinkan masyarakat untuk berinvestasi dalam UMKM dengan modal kecil.

Dukungan digitallisasi UMKM yang dimana investasi digital sering kali dengan program pelatihan atau literasi keuangan untuk UMKM seperti pelatihan tentang pengelolaan keuangan digital, akses ke alat teknologi untuk meningkatkan efisiensi bisnis, seperti aplikasi kasir digital atau platform pemasaran online, dan banyak *fintech* yang menyediakan pendanaan disertai dengan bantuan dalam meningkatkan manajemen bisnis UMKM. Pendanaan dari investasi digital UMKM juga digunakan untuk memperluas bisnis secara online melalui *e-commerce*, berinvestasi dalam teknologi seperti aplikasi atau

sistem manajemen investasi yang lebih canggih. Dengan akses modal yang lebih mudah, UMKM bisa meningkatkan daya saing mere, termasuk bersaing di pasar global.

4.3 Uji Asumsi Klasik

a. Heterokedastisitas

Tabel 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey			
Null hypothesis: Homoskedasticity			
F-statistic	0.105094	Prob. F(3,21)	0.9562
Obs*R-squared	0.369785	Prob. Chi-Square(3)	0.9464
Scaled explained SS	0.192865	Prob. Chi-Square(3)	0.9787

Sumber: Eviews12 dan diolah

Dari hasil regresi heterokedastisitas di atas dengan nilai *probability Obs*R-squared* sebesar 0.369785 (>0.05), maka dapat disimpulkan uji asumsi heteroskedastisitas sudah terpenuhi atau lolos uji heteroskedastisitas.

b. Autokorelasi

Tabel 4.3 Hasil Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:			
Null hypothesis: No serial correlation at up to 2 lags			
F-statistic	11.32243	Prob. F(2,19)	0.0006
Obs*R-squared	13.59403	Prob. Chi-Square(2)	0.0011

Sumber: Eviews12 dan diolah

Pada uji autokorelasi ini dapat dilihat bahwasannya nilai *probability Obs*R-squared* sebesar 13.59403 (>0.05) artinya model yang digunakan sudah

terbebas dari masalah autokorelasi.

c. Multikolinearitas

Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors
Date: 05/15/25 Time: 21:01
Sample: 1999 2023
Included observations: 25

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	0.943308	2.369022	NA
ID	2.53E-06	1.555747	1.076640
KD	0.000221	6.599488	3.083149
PDB	0.001737	5.670412	2.952518

Sumber: Eviews12 dan diolah

Diketahui nilai VIF pada setiap variabel independen yaitu Investasi Digital (ID), Konsumsi Digital (KD), dan Produk Domestik Bruto (PDB) (< dari 10.00) maka dapat disimpulkan bahwa uji multikolinearitas sudah terpenuhi atau sudah lolos uji multikolinearitas.

4.3.1 Hasil Analisis Regresi

a. Hasil Regresi *Ordinary Least Square* (OLS)

Tabel 4.5 Hasil Regresi *Ordinary Least Square* (OLS)

Dependent Variable: UMKM
 Method: Least Squares
 Date: 05/15/25 Time: 20:58
 Sample: 1999 2023
 Included observations: 25

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	45.54516	0.971240	46.89381	0.0000
ID	7.26E-05	0.001591	0.045636	0.9640
KD	0.147995	0.014850	9.966207	0.0000
PDB	-0.131724	0.041673	-3.160923	0.0047
R-squared	0.896615	Mean dependent var		54.06960
Adjusted R-squared	0.881845	S.D. dependent var		9.178810
S.E. of regression	3.155093	Akaike info criterion		5.281560
Sum squared resid	209.0469	Schwarz criterion		5.476580
Log likelihood	-62.01950	Hannan-Quinn criter.		5.335650
F-statistic	60.70776	Durbin-Watson stat		0.612688
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Eviews dan diolah

Dari hasil regresi di atas yaitu terdapat variable Investasi Digital (ID), Konsumsi Digital (KD), dan Produk Domestik Bruto (PDB) yang memiliki nilai probability (<1%, 5%, 10% dan 15%) yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen Y UMKM. Pada hasil regres di atas memiliki nilai *Adjusted R-square* 0.881845 yang memiliki arti kemampuan variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen sebesar 99% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penellitian.

b. Interpretasi Model

$$\underline{UMKM = 45.54516 + 7.26E-05ID + 0.147995KD - 0.131724PDB}$$

- Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 45.54516 maka bisa diartikan bahwa variabel independen naik satu satuan secara rata, maka variabel dependen akan menurun sebesar 45.54516
- Dari hasil regresi, nilai koefisien untuk variabel investasi digital adalah 7.26E-05 dimana variabel tersebut berpengaruh tidak

signifikan terhadap umkm. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung = 0.045636 dan nilai probability sebesar 0.9640 (di atas $\alpha = 5\%$ atau 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara investasi digital dengan umkm adalah positif dan tidak signifikan. Sehingga dapat dikatakan bahwa jika nilai investasi digital mengalami kenaikan maka umkm akan mengalami penurunan Oleh sebab itu variabel investasi digital terbukti berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap umkm, maka hipotesis (H_1) diterima dan (H_a) ditolak.

- Dari hasil regresi, nilai koefisien untuk variabel konsumsi digital adalah 0.147995 dimana variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap umkm. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung = 9.966207 dan nilai probability sebesar 0.0000 (di bawah $\alpha = 5\%$ atau 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara konsumsi digital dengan umkm adalah positif dan signifikan. Sehingga dapat dikatakan bahwa jika nilai konsumsi digital mengalami kenaikan maka umkm akan mengalami penurunan Oleh sebab itu variabel konsumsi digital terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap umkm, maka hipotesis (H_2) diterima dan (H_a) ditolak.
- Dari hasil regresi, nilai koefisien untuk variabel produk domestik bruto adalah -0.131724 dimana variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap umkm. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung = -3.160923 dan nilai probability sebesar 0.0047 (di dibawah $\alpha = 5\%$ atau 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara produk domestik bruto dengan umkm adalah negatif dan signifikan. Sehingga

dapat dikatakan bahwa jika nilai produk domestik bruto mengalami kenaikan maka umkm akan mengalami penurunan Oleh sebab itu variabel produk domestik bruto terbukti berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap umkm, maka hipotesis (H_3) diterima dan (H_a) ditolak.

4.3.2 Uji Statistik

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji-t statistic dilakukan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel secara individu atau masing-masing dalam menjelaskan variabel terikat.

Tabel 4.6 hasil

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	45.54516	0.971240	46.89381	0.0000
ID	7.26E-05	0.001591	0.045636	0.9640
KD	0.147995	0.014850	9.966207	0.0000
PDB	-0.131724	0.041673	-3.160923	0.0047

Uji t

Sumber: Eviews dan diolah

1. Dari hasil regresi, nilai koefisien untuk variabel investasi digital adalah 7.26E-05 dimana variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap umkm. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung = 0.045636 dan nilai probability sebesar 0.9640 (di atas $\alpha = 5\%$ atau 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara investasi digital dengan umkm adalah positif dan tidak signifikan. Sehingga dapat dikatakan bahwa jika nilai investasi digital mengalami kenaikan maka umkm akan mengalami penurunan Oleh sebab itu variabel investasi digital terbukti berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap umkm, maka hipotesis (H_1)

diterima dan (H_a) ditolak.

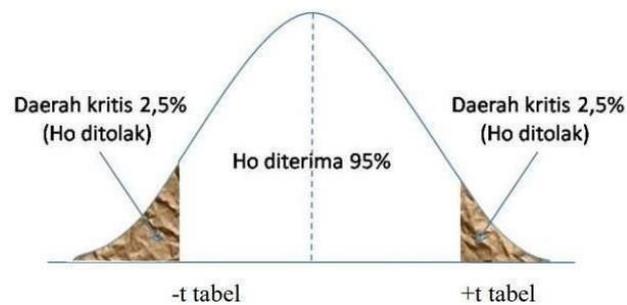
2. Dari hasil regresi, nilai koefisien untuk variabel konsumsi digital adalah 0.147995 dimana variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap umkm. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung = 9.966207 dan nilai probability sebesar 0.0000 (di bawah $\alpha = 5\%$ atau 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara konsumsi digital dengan umkm adalah positif dan signifikan. Sehingga dapat dikatakan bahwa jika nilai konsumsi digital mengalami kenaikan maka umkm akan mengalami penurunan Oleh sebab itu variabel konsumsi digital terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap umkm, maka hipotesis (H_2) diterima dan (H_a) ditolak.
3. Dari hasil regresi, nilai koefisien untuk variabel produk domestik bruto adalah -0.131724 dimana variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap umkm. Hal ini ditunjukkan dengan nilai thitung = -3.160923 dan nilai probability sebesar 0.0047 (di bawah $\alpha = 5\%$ atau 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara produk domestik bruto dengan umkm adalah negatif dan signifikan. Sehingga dapat dikatakan bahwa jika nilai produk domestik bruto mengalami kenaikan maka umkm akan mengalami penurunan Oleh sebab itu variabel produk domestik bruto terbukti berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap umkm, maka hipotesis (H_3) diterima dan (H_a) ditolak.

Uji t dilakukan untuk melihat signifikan dari investasi digital (ID), konsumsi digital (KD), dan produk domestik bruto (PDB) terhadap pendapatan umkm di Indonesia.

- Hipotesis H_0 : $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ (tidak ada hubungan yang

signifikan antara masing-masing variabel investasi digital (ID), konsumsi digital (KD), dan produk domestik bruto (PDB).

- Hipotesis $H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$ (ada hubungan yang signifikan antara investasi digital (ID), konsumsi digital (KD), dan produk domestik bruto (PDB)).



Gambar 4.1 Hasil Uji t

Terima H_0 jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$

Hal lain tolak H_0 atau dalam distribusi kurva normal t terdapat

digambarkan sebagai berikut. Maka sesuai kriteria uji maka terima H_0 atau tolak H_0 .

b. Uji simultan (Uji F)

Tabel 4.7 Hasil Uji

F

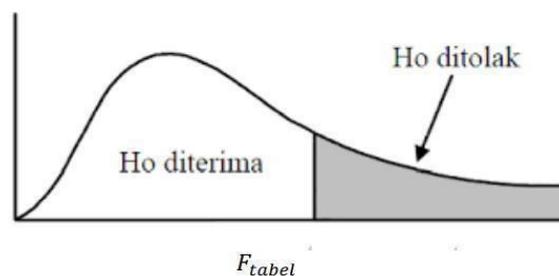
R-squared	0.896615
Adjusted R-squared	0.881845
S.E. of regression	3.155093
Sum squared resid	209.0469
Log likelihood	-62.01950
F-statistic	60.70776
Prob(F-statistic)	0.000000

Sumber: Eviews dan diolah

Dari hasil regresi variabel independen (X) yaitu investasi digital (ID), Konsumsi Digital (KD), dan Produk Domestik Bruto (PDB), terhadap variabel dependen (Y) UMKM. Dengan nilai *F-statistic* 60.70776, dan nilai *probability*

sebesar 0.000000 (<0.05), maka dapat disimpulkan variabel independen (X) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen (Y).

Uji F digunakan untuk mengetahui pada model investasi digital (ID), Konsumsi Digital (KD), dan Produk Domestik Bruto (PDB), secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap ketimpangan distribusi Pendapatan.



Gambar 4.2 Hasil Uji f

- Hipotesis $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ (tidak ada hubungan yang signifikan secara serentak antara variabel investasi digital (ID), konsumsi digital (KD), dan produk domestik bruto (PDB)).
- Hipotesis $H_a : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 \neq 0$ (ada hubungan yang signifikan secara serentak variabel investasi digital (ID), konsumsi digital (KD), dan produk domestik bruto (PDB)).

4.4 Pembahasan

a. Pengaruh Investasi Digital (ID) Terhadap UMKM

Berdasarkan hasil regresi linear berganda yang telah dilakukan ternyata berpengaruh tidak signifikan positif dikarenakan nilai dari *t-statistic*nya sebesar 0.045636, serta nilai probabilitasnya 0.9640 (>0.05). Maka dapat disimpulkan nilai investasi digital berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap pendapatan UMKM. Hal ini ditunjukkan oleh nilai probabilitas yang lebih besar

dari tingkat signifikan yang di tetapkan. Hal ini bisa saja terjadi dikarenakan oleh beberapa faktor, termasuk keterbatasan kemampuan digital, kurangnya pemahaman tentang pemasaran digital, dan tantangan dalam implementasi teknologi.

Sejalan dengan Marthen Lanteng (2024) Berkas perkembangan teknologi yang semakin pesat dan canggih, teknologi sangat berpengaruh terhadap segala bidang, termasuk dalam bidang bisnis. Banyak umkm yang masih menghadapi hambatan dalam mengimplementasikan teknologi digital, baik dalam hal pemahaman maupun aksesibilitas. Kondisi ini mengakibatkan kesulitan dalam memanfaatkan peluang digital untuk meningkatkan penghasilan.

b. Pengaruh Konsumsi Digital (KD) Terhadap UMKM

Berdasarkan hasil regresi linear berganda yang telah dilakukan ternyata berpengaruh signifikan positif dikarenakan nilai dari *t-statistic*nya sebesar 9.966207, serta nilai probabilitasnya 0.0000 (<0.05). Maka dapat disimpulkan nilai konsumsi digital (KD) berpengaruh signifikan dan positif terhadap UMKM. Hal ini ditunjukkan oleh nilai probabilitas yang lebih kecil dari tingkat signifikan yang di tetapkan. Hal ini bisa saja terjadi karena adanya ketimpangan digital seperti perbedaan akses dan penggunaan teknologi digital, dapat menghambat pemerataan manfaat teknologi bagi seluruh masyarakat. Hal ini berarti, meskipun ada konsumsi digital di beberapa kelompok, dan tidak semua orang bisa memanfaatkan teknologi ini untuk berinvestasi secara efektif.

Teori uses and gratifications adalah teori komunikasi yang menjelaskan bagaimana khalayak memilih dan menggunakan media untuk memenuhi

kebutuhan mereka. *Teori Uses and Gratifications* mengeksplorasi cara pengguna media memanfaatkan konten untuk memenuhi kebutuhannya. Teori ini berakar pada gagasan bahwa konsumsi media didorong oleh keinginan untuk memuaskan kebutuhan tertentu (O'Sullivan et al., 1983).

c. Pengaruh Produk Domestik Bruto Terhadap UMKM

Berdasarkan hasil regresi linear berganda yang telah dilakukan ternyata berpengaruh signifikan negatif dikarenakan nilai dari *t-statistic*nya sebesar -3.160923, serta nilai probabilitasnya 0.0047 (<0.05). Maka dapat disimpulkan nilai produk domestik bruto (PDB) berpengaruh signifikan dan negatif terhadap UMKM. Hal ini ditunjukkan oleh nilai probabilitas yang lebih kecil dari tingkat signifikan yang ditetapkan. Hal ini bisa saja terjadi dikarenakan pertumbuhan ekonomi melambat.

PDB merupakan faktor yang berpengaruh terhadap perubahan harga saham. Estimasi PDB menjadi penentu berkembangnya suatu perekonomian, PDB berasal dari total barang konsumsi dan bukan termasuk barang modal. (Asih dan Akbar., 2016)

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Investasi digital ternyata berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap umkm, investasi digital yang memeberikan akses pasar yang lebih luas bagi pelaku UMKM, karena hal ini dapat membantu meningkatkan daya saing di pasar global.
2. Serta dalam Peningkatan konsumsi digital (seperti penggunaan internet, aplikasi digital, media sosial, dan *e-commerce*) menciptakan permintaan yang lebih tinggi bagi bisnis untuk berinvestasi dalam teknologi digital. Konsumsi digital yang semakin tinggi mendorong lebih banyak investasi digital, karena bisnis dan pemerintah berusaha untuk memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang. Sebaliknya, investasi digital yang lebih besar memungkinkan masyarakat untuk mengakses dan mengonsumsi teknologi digital lebih mudah. Oleh karena itu, konsumsi digital dan investasi digital saling memperkuat dan menciptakan siklus pertumbuhan yang berkelanjutan dalam ekonomi digital.
3. Secara analisis deskriptif produk domestik bruto ternyata negatif berpengaruh secara signifikan terhadap umkm. Karena PDB merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perubahan

harga saham, hal ini disebabkan oleh PDB yang mencerminkan tingkat pertumbuhan ekonomi suatu negara.

4. Secara analisis ekonomi deskriptif menjelaskan hubungan antara Investasi Digital dengan UMKM berpengaruh hanya saja tidak secara signifikan. UMKM dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung memiliki sumber daya untuk berinvestasi dalam teknologi digital.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Diharapkan bagi pemerintah agar lebih memperhatikan para pelaku umkm.
Terutama pada kalangan ibu-ibu yang banyak sekali kita jumpai sebagai pelaku umkm, dan bisa memberikan bantuan berupa pelatihan bagaimana agar para pelaku umkm sekarang ini bisa mengikuti perkembangan ekonomi digital ini.
2. Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat membahas variabel-variabel lain sebagai faktor yang dapat mempengaruhi variabel dependen tersebut yang tidak teliti dalam penelitian ini dan diharapkan juga peneliti selanjutnya, dapat menambahkan jumlah indicator yang dia anggap penting pada setiap variabel yang digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Febriaty, H., Rahayu, S. E., & Nasution, E. Y. (2022). Peran Inklusi Keuangan dalam Mengatasi Ketimpangan Pendapatan di Indonesia. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 125–135. <https://doi.org/10.33059/jseb.v13i1.3297>
- Hafni, R., & Rozali, A. (2017). Analisis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (umkm) terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia. *Ilmu Ekonomi Dan Studin Pembangunan*, 15(2), 77–96. http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan/article/view/1034/pdf_58
- Komariyah, K. (2024). *Analisis Determinan Pendapatan Nasional Indonesia*. Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.
- Nugraheni, T., & Mahardhika, A. S. (2023). Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Investasi Digital pada Investor Milenial Melalui Pendekatan Theory of Planned Behavior. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 213–222. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1767>
- Rifa'i, A., Purwoharyono, D., Selyna, D., & Utami, E. A. (2023). Perkembangan Ekonomi Indonesia dan Dunia. *Kementerian PPN/Bappenas*, 7(1).
- Roswita Hafni, 2024. *Statistika Ekonomi*, Medan : Perdana Publishing
- Safina, L., & Rahayu, S. E. (2011). Analisis Pengaruh Investasi Pemerintah dan Swasta Terhadap Penciptaan Kesempatan Kerja di Sumatera Utara. *JURNAL MANAJEMEN Dan BISNIS*, 11(1), 1–11. <http://www.movie-times.tv/study/statistics/5198/>
- Sari, A. W., Purwanto, B., & Viana, E. D. (2023). Literasi keuangan dan faktor yang memengaruhi minat pelaku umkm berinvestasi di pasar modal: analisis theory of

planned behavior. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(3).

<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i3.279>

Sri Endang Rahayu, 2020. *Perekonomian Indonesia*, Medan : Perdana Publishing.

Sujarweni, V. W. (2019). Akuntansi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah. In *Ak.*

Syam'ani, M., & Mahmud, Y. (2024). Peranan Platform Digital Investasi Dalam

Mengubah Mekanisme Transaksi Di Pasar Modal Syariah Indonesia. *Muttaqien;*

Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies, 5(1), 63–74.

<https://doi.org/10.52593/mtq.05.1.05>

Lampiran Data Mentah

Tahun	ID	EC	KD	UMKM	PDB
1999	1,8	0,6	1	37,91	41,92
2000	4,5	1,0	1,9	39,78	45,14
2001	2,9	1,2	4,2	39,96	0,36
2002	145	1,5	4,5	41,94	0,45
2003	597	1,9	8	43,46	0,48
2004	1,8	2,2	11,2	44,77	0,05
2005	8,3	2,6	16	47,01	0,57
2006	20,78	3,1	20	49,02	0,55
2007	34,87	3,5	20	50,14	0,63
2008	2036	3,6	25	51,4	0,06
2009	37,79	4,1	30	52,76	0,46
2010	60,62	4,6	42	53,82	0,62
2011	76	5,1	55	55,2	0,62
2012	92,18	5,6	63	56,53	0,06
2013	128,15	6,1	82	57,89	0,56
2014	156,12	6,6	88	56,2	41,92
2015	179,46	7,5	89	59,26	45,14
2016	216,23	8,2	3,26	61,65	48
2017	262,35	70,8	3,68	62,92	51,9
2018	328,6	87,5	3,94	64,19	53,4
2019	386,49	112,1	4,3	65,47	55,4
2020	413,53	129,9	4,65	64	52
2021	447,06	148,5	4,95	65,46	57,5
2022	552,76	166,1	5,22	65	61,3
2023	674,92	180,6	5,37	66	65



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Barri No. 3, Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERMOHONAN JUDUL PENELITIAN

No. Agenda: 4025/JDL/SKR/MAN/FEB/UMSU/25/8/2024

Kepada Yth
Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di Medan

Medan, 25/8/2024

Dengan hormat

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Aliya Fernanda Pratiwi
NPM : 2005180029
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Konsentrasi : Riset Ekonomi dan Bisnis

Dalam rangka proses penyusunan skripsi, saya bermohon untuk mengajukan judul penelitian berikut ini.

Identifikasi Masalah : 1. Investasi tiktok terhadap Tokopedia mempengaruhi pendapatan UMKM di kota medan
2. Pengaruh investasi tiktok ke Tokopedia

Rencana Judul : 1. Pengaruh Investasi Tiktok Terhadap Tokopedia Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm
Dikota Medan
2. Persaingan Pasar Online Tiktok Dan Tokopedia
3. Tingkat Kepuasan Penggunaan Tiktok Dan Tokopedia

Objek/Lokasi Penelitian : Pasar Sentral

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya
Pemohon

(Aliya Fernanda Pratiwi)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Husri No. 3, Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERSETUJUAN JUDUL PENELITIAN

Nomor Agenda: 4025/JDI/SKR/MAN/FEB/UMSU/25/8/2024

Nama Mahasiswa : Aliya Fernanda Pratiwi
NPM : 2005180029
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Konsentrasi : Riset Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Pengajuan Judul : 25/8/2024
Nama Dosen Pembimbing^{**} : *Hastina Febrianty, S.E., M.Si*

Judul Disetujui^{***)} : *Pengaruh Investasi Tiktok Terhadap Tokopedia Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM di Kota Medan.*

Disahkan oleh
Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan

[Signature]
(Dr. Pratiyda Hariani RS., SE., M.Si)

Medan, *25 Juli 2024*

Dosen Pembimbing

[Signature]
(.....)

Keterangan:

*): Diri oleh Pimpinan Program Studi

**): Diri oleh Dosen Pembimbing

Setelah dituliskan oleh Pihak dan Dosen pembimbing, scan/foto dan uploadlah tembaran ini-2 ini pada form online "Upload Pengajuan Judul Skripsi"



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SKUBAN-PT/Ak.Pgg/PTM/2024

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<http://feb.umsu.ac.id> feb@umsu.ac.id [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#)

**PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA**

NOMOR : 668 / TGS / IL3-AU / UMSU-05 / F / 2025

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, berdasarkan Persetujuan permohonan judul penelitian Tugas Akhir / Jurnal dari Ketua / Sekretaris :

Program Studi : **Ekonomi Pembangunan**
pada Tanggal : **19 Oktober 2024**

Dengan ini menetapkan Dosen Pembimbing Tugas Akhir/ Jurnal Mahasiswa :

Nama : **Aliya Fernanda Pratiwi**
N P M : **2005180029**
Semester : **VII (Tujuh)**
Program Studi : **Ekonomi Pembangunan**
Judul Proposal / Skripsi : **Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Investasi Digital di Indonesia**

Dosen Pembimbing : **Hastina Fabriaty,SE.,M.Si.**

Dengan demikian di izinkan menulis Tugas Akhir / Jurnal dengan ketentuan :

1. Penulisan berpedoman pada buku panduan penulisan Tugas Akhir/ Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.
2. Pelaksanaan Sidang Tugas Akhir / Jurnal harus berjarak 3 bulan setelah dikeluarkannya Surat Penetapan Dosen Pembimbing Tugas Akhir
3. **Tugas Akhir** dinyatakan " **BATAL** " bila tidak selesai sebelum Masa Daluarsa tanggal : **27 Februari 2026**
4. Revisi Judul.....

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Ditetapkan di : Medan
Pada Tanggal : 28 Syaban 1446 H
27 Februari 2025 M

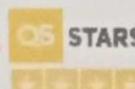


Dekan

Dr. H. JANURI, SE., MM., M.Si., CMA
NIDN : 0109086502

Tembusan :

1. Peringgal.





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3, Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

BERITA ACARA PEMBIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : ALIYA FERNANDA PRATIWI
NPM : 2005180029
Program Studi : EKONOMI PEMBANGUNAN
Konsentrasi : RISET EKONOMI DAN BISNIS
Nama Dosen Pembimbing : HASTINA FEBRIANTY, S.E., M.Si
Judul Penelitian : PENGARUH INVESTASI TIKTOK TERHADAP TOKOPEDIA DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM DI KOTA MEDAN.

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1	- Perbaiki identifikasi masalah - Perbaiki Rumusan Masalah - Perbaiki tujuan penelitian	25/7-24 13/8-24 8/9-24	
Bab 2	- tambahkan Teori di bab 2 - tambahkan Grand teori - tambahkan kerangka konseptual	25/7-24 13/8-24 8/9-24	
Bab 3	- perbaiki defenisi operasional - tambahkan Nama teknis sampel	25/7-24 13/8-24 8/9-24	
Daftar Pustaka	tambahkan sumber pustaka	25/7-24 13/8-24 8/9-24	
Instrumen Pengumpulan Data	- Menggunakan kuesioner / GP - tambahkan Variabel	13/8-24 8/9-24	
Persetujuan Seminar Proposal	ACC Seminar proposal	3/9-24	

Medan, 25 Juli 2024

Diketahui oleh :
Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan

Dr. Prawidya Hariani RS., S.E., M.Si

Disetujui oleh :
Dosen Pembimbing

Hastina Febrianty, S.E., M. Si



MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH PIMPINAN PUSAT
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapt. Muchtar Basri No. 3 ☎ (061) 6624567 Ext: 304 Medan 20238

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Pada hari ini Jumat, 04 Oktober 2024 telah diselenggarakan seminar Proposal Program Studi Ekonomi pembangunan menerangkan bahwa :

Nama : Aliya Fernanda Pratiwi
N.P.M. : 2005180029
Tempat / Tgl.Lahir : Tembung, 06 juli 2002
Alamat Rumah : Jl. Pasar 7 tengah
JudulProposal : Pengaruh Investasi Tiktok Terhadap Tokopedia Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Di Kota Medan

Disetujui / tidak disetujui *)

Item	Komentar
Judul	Pengaruh Investasi Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Indonesia
Bab I	Kebijakan fenomena investasi digital dalam perekonomian
Bab II	- tambahkan teori ekonomi digital, - teori investasi dalam perekonomian
Bab III	- gunakan data sekunder - gunakan OLS
Lainnya	
Kesimpulan	<input type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus

Medan, Jumat, 04 Oktober 2024

TIM SEMINAR

Ketua

Dr. Prawidya Hariani RS, SE., M.Si.

Pembimbing

Sekretaris

Dra. Hj. Roswita Hafni, M.Si.

Pembanding

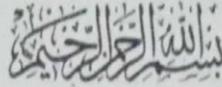
Hastina Febrianty, S.E., M. Si

Dr. Sylvia Vianty Ranita, S.E., M.Si.



MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH PIMPINAN PUSAT
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No. 3 Tel. (061) 6624567 Ext. 304 Medan 220238



PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar proposal Program Studi Ekonomi Pembangunan yang diselenggarakan pada hari **Jumat, 04 Oktober 2024** menerangkan bahwa:

Nama : Aliya Fernanda Pratiwi
N .P.M. : 2005180029
Tempat / Tgl.Lahir : Tembung, 06 juli 2002
Alamat Rumah : Jl. Pasar 7 tengah
JudulProposal : Pengaruh Investasi Tiktok Terhadap Tokopedia Dalam Meningkatkan Pendapat UMKM Di Kota Medan

Proposal dinyatakan syah dan memenuhi Syarat untuk menulis Skripsi dengan pembimbing : *Hastina Febrianty, S.E., M. Si*

Medan, Jumat, 04 Oktober 2024

TIM SEMINAR

Ketua

Dr.Prawidya Hariani RS,SE.,M.Si.

Pembimbing

Hastina Febrianty, S.E., M. Si

Sekretaris

Dra.Hj.Roswita Hafni, M.Si.

Pemanding

Dr. Sylvia Vianty Ranita, S.E., M.Si.

Diketahui / Disetujui
A.n. Dekan
Wakil Dekan

Assoc.Prof. Dr. Ade Gunawan, S.E., M.Si.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

1. Nama : Aliya Fernanda Pratiwi
NPM : 2005180029
Tempat/ Tanggal Lahir : Tembung , 06 Juli 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat Rumah : Jl. Pasar 7 Tengah
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Agama : Islam
Warga Negara : Indonesia
Email : aliyafernanda2@gmail.com
HP : 0812-6318-6099
2. Nama Orang Tua
Ayah : legiran
Ibu : Tumini
3. Jenjang Pendidikan
 - MIS Umul Quraa Tembung Tahun 2014
 - MTs.S Cerdas Murni Tembung Tahun 2017
 - SMKS IT Marina Al-Hidayah Medan Tahun 2020
 - Tercatat sebagai Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Tahun 2025 sampai sekarang.

Medan, Februari 2025

Hormat Saya

Aliya Fernanda Pratiwi