

**PERKEMBANGAN OMZET PENJUALAN UMKM AGROINDUSTRI PADA
E-COMMERCE NTB MALL**

**DEVELOPMENT OF AGROINDUSTRY MSME SALES OMZET IN NTB MALL
E-COMMERCE**

Hasrima Pebrianti^{1*} Addinul Yakini² Tajidan²

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

²Dosen Program Studi Agribisnis Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

*Email penulis: hasrimapebrianti@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Menganalisis fluktuasi omzet penjualan UMKM agroindustri pada *e-commerce* NTB Mall, (2) Menganalisis perkembangan omzet penjualan UMKM agroindustri pada *e-commerce* NTB Mall. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Unit analisis dalam penelitian adalah UMKM agroindustri yang sudah bergabung pada *e-commerce* NTB Mall. Penentuan jumlah responden dilakukan dengan metode sensus yaitu sebanyak 50 UMKM agroindustri pada *e-commerce* NTB Mall. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan dengan metode survey yaitu wawancara secara langsung kepada para pemilik UMKM dengan berpedoman pada daftar pertanyaan (kuisisioner).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Omzet penjualan UMKM agroindustri pada *e-commerce* NTB Mall yang sudah bergabung selama 2 tahun mengalami fluktuasi. Adapun jenis UMKM agroindustri yang cenderung mengalami peningkatan omzet penjualan diantaranya UMKM jenis kerajinan, jenis makanan dan minuman, jenis pakaian, jenis aksesoris, dan jenis produk kecantikan. Sedangkan UMKM agroindustri yang cenderung mengalami penurunan yakni UMKM jenis mutiara.

(2) Perkembangan omzet penjualan UMKM agroindustri pada *e-commerce* NTB Mall mengalami *trend* peningkatan dan penurunan. Adapun jenis UMKM agroindustri yang mengalami *trend* peningkatan diantaranya jenis kerajinan, jenis makanan dan minuman, jenis aksesoris dan jenis produk kecantikan. Sedangkan UMKM agroindustri yang mengalami *trend* penurunan diantaranya yakni jenis mutiara. Yang artinya jika mengalami *trend* kenaikan maka terdapat kenaikan omzet penjualan setiap bulannya sehingga perkembangan omzet penjualan meningkat dan sebaliknya jika mengalami *trend* penurunan maka terdapat penurunan omzet penjualan setiap bulannya sehingga perkembangan omzet penjualan menurun.

Kata Kunci: *E-commerce* NTB Mall, Omzet Penjualan, Fluktuasi, Analisis *Trend*

ABSTRACT

This study aims to: (1) Analyze the fluctuations in the sales turnover of agro-industry MSMEs in the NTB Mall e-commerce, (2) Analyze the development of agro-industry MSME sales turnover in the NTB Mall e-commerce. The research method used in this research is a quantitative descriptive method. The unit of analysis in this study was agro-industry MSMEs that had joined the NTB Mall e-commerce. The number of respondents was determined using the census method, namely 50 agro-industrial MSMEs in the NTB Mall e-commerce. The type of data used in this research is quantitative and qualitative data. Sources of data used in this study are primary data and secondary data. The data collection technique in this study was carried out using a survey method, namely direct interviews with MSME owners based on a list of questions (questionnaire).

The results showed that: (1) The sales turnover of agro-industry SMEs at the NTB Mall e-commerce that had been involved for 2 years experienced fluctuations. The types of agro-industry

MSMEs that tend to experience an increase in sales turnover include MSMEs for the types of handicrafts, types of food and beverages, types of clothing, types of accessories, and types of beauty products. Meanwhile, agro-industry MSMEs that tend to experience a decline are pearl MSMEs. (2) The development of agro-industrial MSME sales turnover in the NTB Mall e-commerce has experienced an increasing and decreasing trend. The types of agro-industry SMEs that are experiencing an increasing trend include types of crafts, types of food and beverages, types of accessories and types of beauty products. Meanwhile, the agro-industry MSMEs experiencing a declining trend include pearl types. Which means if there is an increasing trend, there is an increase in sales turnover every month so that the development of sales turnover increases and vice versa if there is a decreasing trend, there is a decrease in sales turnover every month so that the development of sales turnover decreases.

Keywords: NTB Mall E-commerce, Sales Turnover, Fluctuations, Trend Analysis

PENDAHULUAN

Penggunaan internet dan kegiatan perdagangan elektronik atau *e-commerce* semakin juga meningkat dikarenakan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Hal tersebut menjadikan *e-commerce* sangat menguntungkan bagi para pelaku usaha, termasuk UMKM (Panggabean, 2021). Dengan menggunakan *e-commerce*, para pelaku usaha bisa meningkatkan volume penjualan serta menerima umpan balik dari pelanggan perihal layanan yang mereka berikan. Para pelaku usaha termasuk UMKM perlu membutuhkan dorongan dalam menggunakan *e-commerce* agar tidak ketinggalan dengan usaha yang sudah menjalankan *e-commerce* (Religia et al., 2021).

Akan tetapi, pengembangan UMKM di era ekonomi yang sudah berbasis teknologi tidaklah mudah. Konflik utama pada umumnya yang dihadapi dalam pengembangan UMKM berbasis agroindustri diantaranya berkaitan dengan lemahnya taraf pendidikan dan pengetahuan para pelaku UMKM serta keterampilan sumber daya manusia, terbatasnya akses ke sumber yang mampu memberikan donasi modal, belum mempunyai perencanaan dalam proses produksi sehingga mengakibatkan ketidakstabilan harga komoditas, masih rendahnya kualitas dan tidak terjaminnya kelangsungan proses produksi yang diakibatkan belum terintegrasinya hulu dan hilir. Dibalik banyak sekali konflik yg dihadapi, para pelaku UMKM tertentu mungkin menghadapi persaingan yang kuat, terutama pada era industry 4.0 saat ini (Sudaryanto et al., 2021).

Dinas Perdagangan Provinsi NTB pada tanggal 17 Agustus 2020 meluncurkan penemuan baru yakni NTB MALL yang dimana NTB Mall sendiri menaungi UMKM pada Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) khususnya pada bidang pemasaran, melalui situs penjualan online (*e-commerce*) serta offline (*hybrid-commerce*). Menurut data dari (ntbmall.com, 2021) hingga saat ini NTB Mall terus berkembang dilihat dari jumlah omzet penjualan yang telah dihasilkan NTB Mall pun cukup fantastis, sejak Desember 2020 sampai dengan September 2021 yakni berkisar antara 2,5 milyar rupiah. Termasuk juga dengan nilai ekspor produk UMKM NTB melalui NTB Mall di sejumlah negara seperti pengiriman sample ke Taiwan dan Eropa, serta Timur Tengah dan Amerika yang masih dalam proses ekspor Sehingga makin memperkuat eksistensi NTB Mall untuk merambah pasar internasional, hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana fluktuasi omzet penjualan UMKM agroindustri pada *e-commerce* NTB Mall serta bagaimana perkembangan omzet penjualan UMKM agroindustri pada *e-commerce* NTB Mall. Oleh karena itu, judul penelitian ini adalah **“Perkembangan Omzet Penjualan UMKM Agroindustri pada E-commerce NTB Mall”**.

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Menganalisis fluktuasi omzet penjualan UMKM agroindustri pada *e-commerce* NTB Mall, (2) Menganalisis perkembangan omzet penjualan UMKM agroindustri pada *e-commerce* NTB Mall.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Unit analisis dalam penelitian adalah UMKM agroindustri yang sudah bergabung pada *e-commerce* NTB Mall. Penentuan jumlah responden dilakukan dengan metode sensus yaitu sebanyak 50 UMKM agroindustri pada *e-commerce* NTB Mall. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan dengan metode survey yaitu wawancara secara langsung kepada para pemilik UMKM dengan berpedoman pada daftar pertanyaan (kuisisioner).

Analisis Data

1. Analisis Fluktuasi Omzet Penjualan UMKM Agroindustri pada *E-Commerce* NTB Mall

Untuk menganalisis fluktuasi omzet penjualan UMKM agroindustri pada *e-commerce* NTB Mall menggunakan statistik deskriptif dimana data yang terkumpul dianalisis dengan perhitungan frekuensi dan persentase, sehingga dapat menggambarkan bagaimana fluktuasi pada perkembangan omzet penjualan UMKM agroindustri pada *e-commerce* NTB Mall.

2. Analisis Perkembangan Omzet Penjualan UMKM Agroindustri pada *E-Commerce* NTB Mall

Untuk menganalisis perkembangan omzet penjualan UMKM agroindustri pada *e-commerce* NTB Mall menggunakan metode *trend* linear, *trend* linear adalah suatu trend yang kenaikan atau penurunan nilai yang akan diramalkan naik atau turun secara linear. Variabel waktu sebagai variabel bebas dapat menggunakan waktu tahunan, semesteran, kuartalan, triwulanan, bulanan hingga mingguan. Waktu yang digunakan tergantung kebutuhan atau pemakaian model. Tetapi data yang digunakan harus tersedia sesuai dengan kebutuhan. Garis trend linear dapat ditulis sebagai persamaan garis lurus:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : data berkala

X : waktu (hari, minggu, bulan, tahun)

a,b : bilangan konstan.

Untuk mencari nilai a dan b dari persamaan trend linear ditentukan dengan rumus:

$$a = \frac{\sum Y}{n} \quad \text{dan} \quad b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Keterangan:

Y = nilai data berkala

n = jumlah periode waktu

X = variabel waktu

Untuk melakukan perhitungan, maka diperlukan nilai tertentu pada variabel waktu (X). Variabel waktu untuk data ganjil dan genap memiliki nilai-nilai yang berbeda.

a. Untuk jumlah periode waktu ganjil, nilai-nilai X:....., -3, -2, -1, 0 + 1, 2, 3,...

b. Untuk jumlah periode waktu genap, nilai-nilai X:....., -5, -3, -1, + 1, 3, 5,...

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

1. Umur Responden

Pengelompokan umur pada penelitian ini dikaitkan dengan rentang usia produktif atau tidaknya seorang pelaku usaha. Tingkat umur responden dapat diketahui bahwa pelaku UMKM di Pulau Lombok berada pada rentang umur 15-64 tahun dengan jumlah 50 orang dengan persentase 100%. Menurut (Badan Pusat Statistik, 2022), rentang umur yang termasuk umur produktif yaitu berada pada rentang umur 15 – 64 tahun, yang dimana pada umur tersebut berada pada puncak efisiensi, kemampuan motorik, pengendalian emosi, kemampuan mental, dan berkeinginan kuat untuk mandiri. Sehingga dapat ditarik

kesimpulan bahwa pada rentang umur 15 -64 tahun merupakan rentang umur dimana seseorang mampu untuk mengelola dan mengembangkan usahanya.

2. Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden menunjukkan bahwa responden perempuan mendominasi dengan jumlah 34 orang dan persentase sebesar 68%, sementara responden laki – laki berjumlah 16 orang dengan persentase 32%. Hal tersebut menunjukkan bahwa perempuan lebih aktif dalam berwirausaha dibanding laki – laki.

3. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan responden dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan pelaku UMKM di Pulau Lombok yang bergabung dengan *e-commerce* NTB Mall didominasi oleh pelaku usaha yang berada pada tingkat Pendidikan SMA sebanyak 31 orang dengan persentase 62%, kemudian diikuti oleh pelaku UMKM dengan tingkat Diploma sebanyak 12 orang dengan persentase 24%, serta pelaku usaha dengan tingkat Pendidikan S1 sebanyak 7 orang dengan persentase 14%. Menurut Pratama (2019), masyarakat dengan tingkat pendidikan SD ke bawah tergolong tingkat pendidikan rendah, tingkat pendidikan SMP-SMA tergolong tingkat pendidikan sedang, dan diatas SMA tergolong tingkat pendidikan tinggi. Maka dari itu, pelaku UMKM Agroindustri di Pulau Lombok yang telah bergabung dengan *E-Commerce* NTB Mall tergolong dalam tingkat Pendidikan tinggi yang dimana dapat dikatakan baik dari segi wawasan, pola pikir, serta kemampuan dalam menerapkan teknologi, sehingga dapat dikatakan bahwa pelaku UMKM Agroindustri di Pulau Lombok yang telah bergabung dengan *E-Commerce* NTB Mall mampu mengelola dan mengembangkan usahanya dengan baik. Hal tersebut tentunya juga berpengaruh terhadap kerjasama pelaku UMKM dengan *E-Commerce* NTB Mall.

4. Jenis UMKM

Terdapat 6 jenis UMKM agroindustri yang tergabung dengan E-Commerce NTB Mall di dominasi oleh jenis UMKM makanan dan minuman sebanyak 24 UMKM dengan persentase 48% kemudian jenis UMKM kerajinan sebanyak 13 dengan persentase 26% lalu jenis UMKM aksesoris dan mutiara masing-masing sebanyak 2 dengan persentase masing-masing 4%serta jenis UMKM produk kecantikan sebanyak 1 dengan persentase 2%.

5. Alamat UMKM

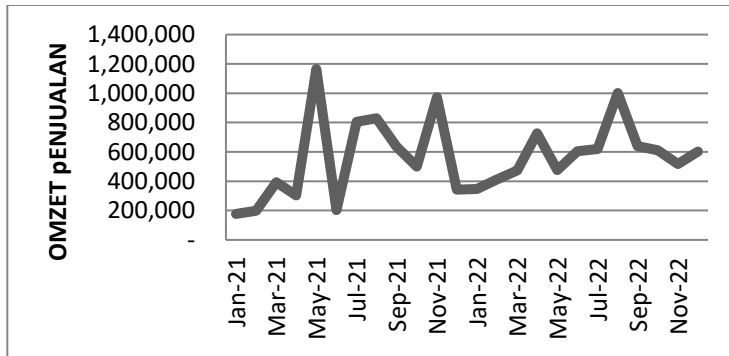
Pelaku usaha UMKM yang tergabung dengan E-Commerce NTB Mall didominasi oleh pelaku usaha yang berasal dari Kota Mataram sebanyak 31 dengan persentase 62% dan pelaku usaha yang berasal dari luar kota mataram sebanyak 19 dengan persentase 38%.

1. Fluktuasi Omzet Penjualan UMKM Agroindustri pada *E-commerce* NTB Mall

UMKM agroindustri pada *e-commerce* NTB Mall terbagi menjadi beberapa jenis UMKM diantaranya Kerajinan, Makanan dan Minuman, Pakaian, Aksesoris, Mutiara dan Produk Kecantikan. Fluktuasi yang terjadi pada omzet penjualan dapat dilihat dari masing-masing jenis UMKM dan omzet penjualan UMKM secara keseluruhan yang tergabung pada *e-commerce* NTB Mall.

a. Fluktuasi Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Jenis Kerajinan

Selama 2 tahun bergabung pada *e-commerce* NTB Mall dari bulan Januari 2021 hingga Desember 2022 diperoleh total omzet penjualan UMKM agroindustri jenis Kerajinan pada *e-commerce* NTB Mall sebesar Rp. 13.556.307 dengan omzet penjualan terendah terjadi pada bulan Januari 2021 yaitu sebesar Rp. 177.076. Sedangkan omzet penjualan tertinggi terjadi pada bulan Juli 2021 yaitu sebesar Rp. 1.165.115.

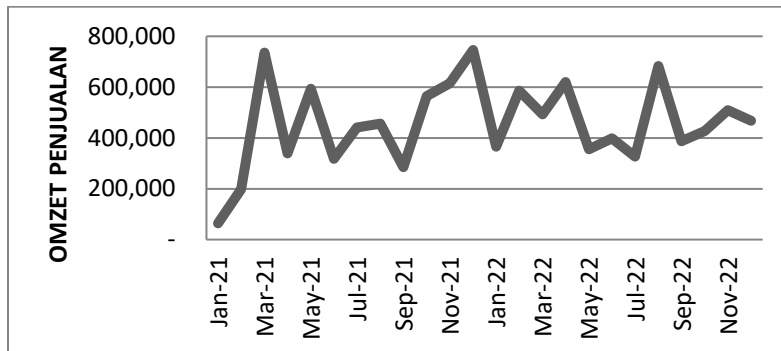


Gambar 1. Grafik Perkembangan Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Jenis Kerajinan

Berdasarkan gambar 1 terlihat bahwa perkembangan omzet penjualan UMKM agroindustri jenis kerajinan pada *e-commerce* NTB Mall dari bulan Januari 2021 sampai dengan Desember 2022 mengalami fluktuasi dan cenderung meningkat. Penurunan yang paling signifikan terjadi pada bulan Juni 2021 yaitu sebesar -476% hal ini terjadi karena kurangnya permintaan dari para customer *e-commerce* NTB Mall. Dan kenaikan yang sangat tinggi terjadi pada bulan Juli 2021 yaitu sebesar 75%. Hal ini dikarenakan minat konsumen mulai meningkat untuk berbelanja melalui *e-commerce* NTB Mall sehingga omzet penjualan meningkat.

b. Fluktuasi Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Jenis Makanan dan Minuman

Selama 2 tahun bergabung pada *e-commerce* NTB Mall sejak bulan Januari 2021 hingga Desember 2022 diperoleh total omzet penjualan UMKM agroindustri jenis makanan dan minuman pada *e-commerce* NTB Mall sebesar Rp. 10.974.000 dengan omzet penjualan terendah terjadi pada bulan Januari 2021 yaitu sebesar Rp. 63.895. Sedangkan omzet penjualan tertinggi terjadi pada bulan Desember 2021 yaitu sebesar Rp. 746.145.

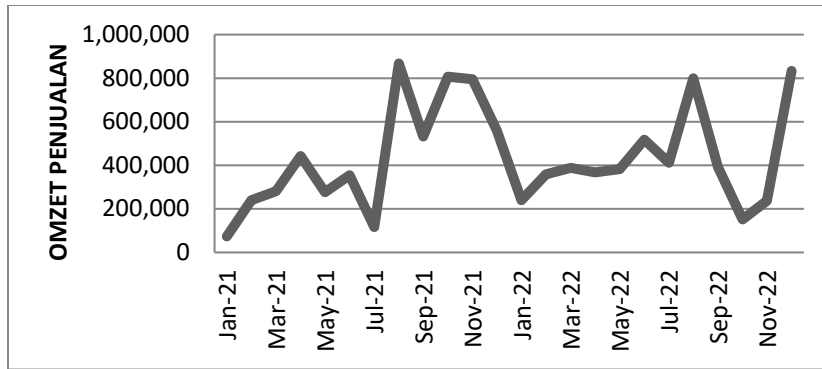


Gambar 2. Grafik Perkembangan Omzet Penjualan UMKM Jenis Makanan dan Minuman

Berdasarkan gambar 2 terlihat bahwa perkembangan omzet penjualan UMKM agroindustri jenis makanan dan minuman pada *e-commerce* NTB Mall dari bulan Januari 2021 sampai dengan Desember 2022 mengalami fluktuasi dan cenderung meningkat. Penurunan yang paling signifikan terjadi pada bulan April 2021 yaitu sebesar -117% hal ini terjadi karena masih sepi peminat dari masyarakat untuk membeli produk UMKM. Dan kenaikan yang sangat tinggi terjadi pada bulan Maret 2021 yaitu sebesar 73%. Hal ini dikarenakan adanya permintaan yang melonjak dari para konsumen *e-commerce* NTB Mall.

c. Fluktuasi Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Jenis Pakaian

Selama 2 tahun bergabung pada *e-commerce* NTB Mall sejak bulan Januari 2021 hingga Desember 2022 diperoleh total omzet penjualan UMKM agroindustri jenis pakaian pada *e-commerce* NTB Mall sebesar Rp. 10.427.500 dengan omzet penjualan terendah terjadi pada bulan Januari 2021 yaitu sebesar Rp. 73.375. Sedangkan omzet penjualan tertinggi terjadi pada bulan Desember 2022 yaitu sebesar Rp. 833.125.

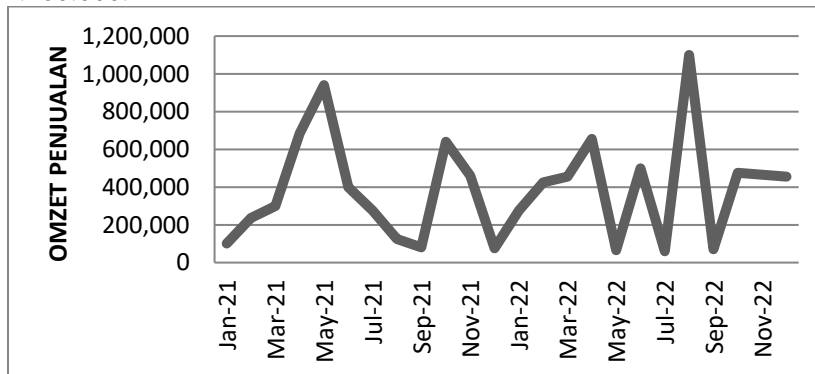


Gambar 2. Grafik Perkembangan Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Jenis Pakaian

Berdasarkan gambar 2 terlihat bahwa perkembangan omzet penjualan UMKM agroindustri jenis pakaian pada *e-commerce* NTB Mall dari bulan Januari 2021 sampai dengan Desember 2022 mengalami fluktuasi dan cenderung meningkat. Penurunan yang paling signifikan terjadi pada bulan Juli 2021 yaitu sebesar -205% hal ini terjadi karena kurangnya minat konsumen untuk berbelanja pakaian pada *e-commerce* NTB Mall karena harganya yang cukup mahal sehingga konsumen lebih memilih berbelanja pada *e-commerce* lain. Dan kenaikan yang sangat tinggi terjadi pada bulan Agustus 2021 yaitu sebesar 87%. Hal ini dikarenakan adanya permintaan yang melonjak dari konsumen yang hendak membeli pakaian sebagai oleh-oleh khas dari NTB.

d. Fluktuasi Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Jenis Aksesoris

Selama 2 tahun bergabung pada *e-commerce* NTB Mall sejak bulan Januari 2021 hingga Desember 2022 total omzet penjualan UMKM agroindustri jenis aksesoris pada *e-commerce* NTB Mall sebesar Rp. 9.317.500 dengan omzet penjualan terendah terjadi pada bulan Juli 2022 yaitu sebesar Rp. 60.000 Sedangkan omzet penjualan tertinggi terjadi pada bulan Agustus 2022 yaitu sebesar Rp. 1.100.000.

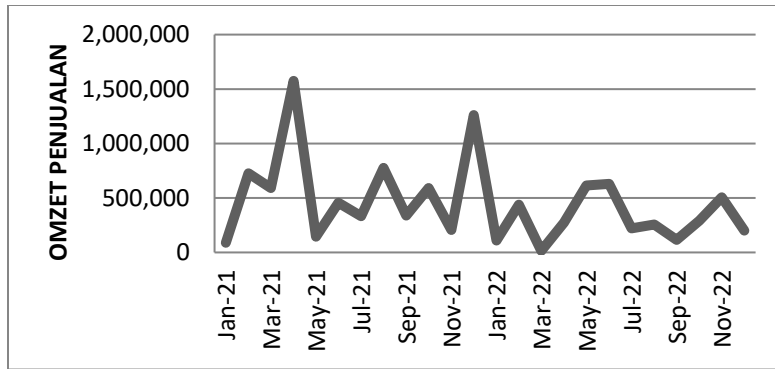


Gambar 4. Grafik Perkembangan Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Jenis Aksesoris

Berdasarkan gambar 4 perkembangan omzet penjualan UMKM agroindustri jenis aksesoris pada *e-commerce* NTB Mall dari bulan Januari 2021 sampai dengan Desember 2022 mengalami fluktuasi dan cenderung mengalami peningkatan. Penurunan yang paling signifikan terjadi pada bulan September 2022 yaitu sebesar -1471% hal ini terjadi karena masih kurangnya peminat konsumen untuk berbelanja aksesoris pada *e-commerce* NTB Mall. Dan kenaikan yang sangat tinggi terjadi pada bulan Agustus 2022 yaitu sebesar 95%. Hal ini dikarenakan adanya permintaan yang melonjak dari salah satu pelanggan *e-commerce* NTB Mall.

e. Fluktuasi Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Jenis Mutiara

Selama 2 tahun bergabung pada *e-commerce* NTB Mall sejak bulan Januari 2021 hingga Desember 2022 diperoleh total omzet penjualan UMKM agroindustri jenis mutiara pada *e-commerce* NTB Mall sebesar Rp. 10.762.000 dengan omzet penjualan terendah terjadi pada bulan Maret 2022 yaitu sebesar Rp. 15.000 Sedangkan omzet penjualan tertinggi terjadi pada bulan April 2021 yaitu sebesar Rp. 1.575.000.

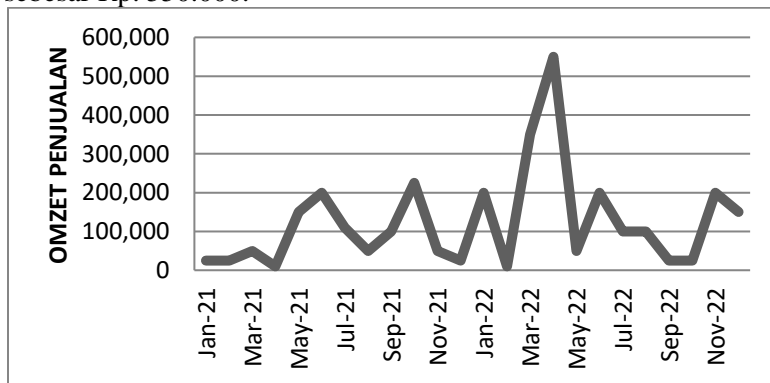


Gambar 5. Grafik Perkembangan Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Jenis Mutiara

Berdasarkan gambar 5 terlihat bahwa perkembangan omzet penjualan UMKM agroindustri jenis mutiara pada *e-commerce* NTB Mall dari bulan Januari 2021 sampai dengan Desember 2022 mengalami fluktuasi dan cenderung mengalami penurunan. Penurunan yang paling signifikan terjadi pada bulan Maret 2022 yaitu sebesar -2830% hal ini terjadi karena kurangnya informasi masyarakat mengenai adanya platform *e-commerce* NTB Mall sehingga omzet penjualan menurun. Dan kenaikan yang sangat tinggi terjadi pada bulan April 2022 yaitu sebesar 95%. Hal ini dikarenakan adanya permintaan yang melonjak dari salah satu customer *e-commerce* NTB Mall.

f. Fluktuasi Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Jenis Produk Kecantikan

Selama 2 tahun bergabung pada *e-commerce* NTB Mall sejak bulan Januari 2021 hingga Desember 2022 diperoleh total omzet penjualan UMKM agroindustri jenis produk kecantikan pada *e-commerce* NTB Mall sebesar Rp. 2.980.000 dengan omzet penjualan terendah terjadi pada bulan Februari 2022 yaitu sebesar Rp. 10.000 Sedangkan omzet penjualan tertinggi terjadi pada bulan April 2022 yaitu sebesar Rp. 550.000.

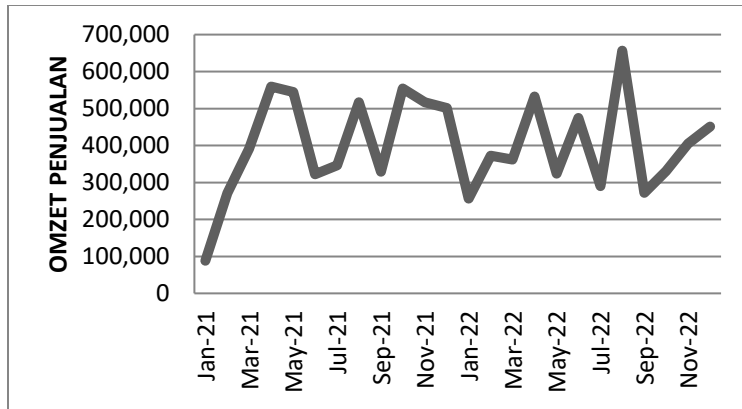


Gambar 5. Grafik Perkembangan Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Jenis Produk Kecantikan

Berdasarkan gambar 6 dilihat bahwa perkembangan omzet penjualan UMKM agroindustri jenis produk kecantikan pada *e-commerce* NTB Mall dari bulan Januari 2021 sampai dengan Desember 2022 mengalami fluktuasi dan cenderung meningkat. Penurunan yang paling signifikan terjadi pada bulan Februari 2022 yaitu sebesar -1900% hal ini terjadi karena kurangnya peminat dari para customer *e-commerce* NTB Mall. Dan kenaikan yang sangat tinggi terjadi pada bulan Maret 2022 yaitu sebesar 97%. Hal ini dikarenakan adanya permintaan yang melonjak dari customer *e-commerce* NTB Mall.

g. Fluktuasi Omzet Penjualan UMKM Agroindustri secara keseluruhan pada *e-commerce* NTB Mall

Selama 2 periode dari bulan Januari 2021 hingga Desember 2022 diperoleh total omzet penjualan UMKM agroindustri secara keseluruhan pada *e-commerce* NTB Mall sebesar Rp. 9.669.551. dengan omzet penjualan terendah terjadi pada bulan Januari 2021 yaitu sebesar Rp. 88.307. Sedangkan omzet penjualan tertinggi terjadi pada bulan Agustus 2022 yaitu sebesar Rp. 656.510.

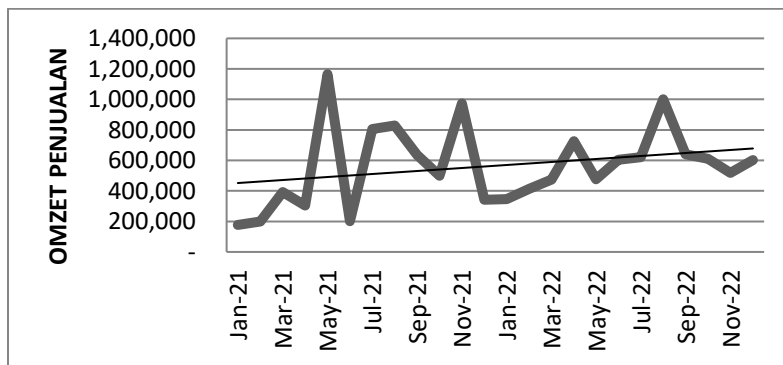


Gambar 7. Grafik Perkembangan Omzet Penjualan UMKM Agroindustri secara keseluruhan

Berdasarkan gambar 7 terlihat bahwa perkembangan omzet penjualan UMKM agroindustri secara keseluruhan pada *e-commerce* NTB Mall dari bulan Januari 2021 sampai dengan Desember 2022 mengalami fluktuasi dan cenderung meningkat. Penurunan yang paling signifikan terjadi pada bulan September 2022 yaitu sebesar -142% hal ini terjadi karena kurangnya permintaan dari para customer *e-commerce* NTB Mall. Dan kenaikan yang sangat tinggi terjadi pada bulan Februari 2021 yaitu sebesar 67%. Hal ini dikarenakan adanya permintaan yang melonjak dari customer *e-commerce* NTB Mall.

2. Analisis Perkembangan Omzet Penjualan pada E-Commerce NTB Mall

a. Analisis Perkembangan Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Jenis Kerajinan



Gambar 8. Grafik *Trend* Perkembangan Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Jenis Kerajinan

Persamaan analisis *trend* :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 564.846 + 4.948X.$$

Y menunjukkan variabel yang diramalkan (omzet penjualan) menghasilkan koefisien a sebesar Rp. 564.846 dan besarnya perubahan variabel Y yang terjadi pada setiap perubahan satu unit variabel X (bX) meningkat sebesar Rp. 4.948. Untuk melihat *trend* perkembangan omzet penjualan yang terjadi pada masa yang akan datang yaitu bulan Januari sampai Februari 2023 dapat diketahui persamaan *trend* yang diperoleh sebagai berikut:

1. Bulan Januari 2023, dimana $X = 24$

$$\begin{aligned} Y &= 564.846 + 4.948(24) \\ &= 683.598 \end{aligned}$$

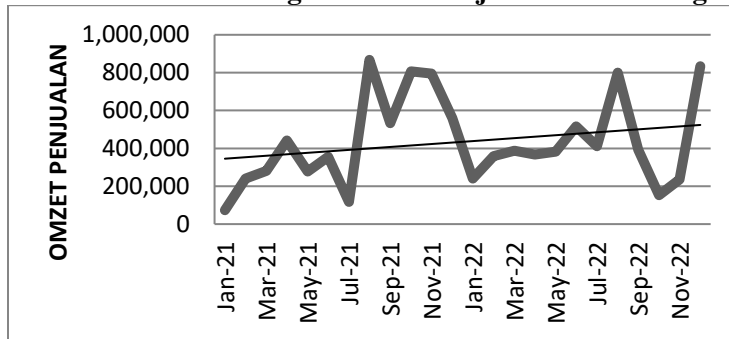
Pada waktu $X = 24$ yaitu bulan Januari 2023, maka estimasi Y pada bulan tersebut sama dengan Rp. 683.599/bulan.

2. Bulan Februari 2023, dimana $X = 25$

$$\begin{aligned} Y &= 564.846 + 4.948(25) \\ Y &= 688.548 \end{aligned}$$

Pada waktu $X = 25$ yaitu bulan Februari 2023, maka estimasi Y pada bulan tersebut sama dengan Rp. 688.548/bulan.

b. Analisis Perkembangan Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Jenis Makanan dan Minuman



Gambar 9. Grafik *Trend* Perkembangan Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Jenis Makanan dan Minuman

Persamaan Analisis *Trend* :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 457.250 + 2.689X.$$

Y menunjukkan variabel yang diramalkan (omzet penjualan) menghasilkan koefisien a sebesar Rp. 457.250 dan besarnya perubahan variabel Y yang terjadi pada setiap perubahan satu unit variabel X (bX) meningkat sebesar Rp. 2.689. Untuk melihat *trend* perkembangan omzet penjualan yang terjadi pada masa yang akan datang yaitu bulan Januari sampai Februari 2023 dapat diketahui persamaan *trend* yang diperoleh sebagai berikut:

1. Bulan Januari 2023, dimana $X = 24$

$$Y = 457.250 + 2.689 (24)$$

$$= 521.786$$

Pada waktu $X = 24$ yaitu bulan Januari 2023, maka estimasi Y pada bulan tersebut sama dengan Rp. 521.786/bulan.

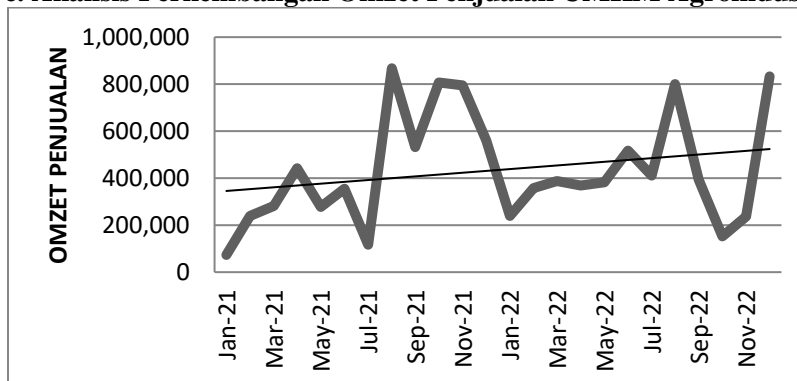
2. Bulan Februari 2023, dimana $X = 25$

$$Y = 457.250 + 2.689 (25)$$

$$Y = 524.475$$

Pada waktu $X = 25$ yaitu bulan Februari 2023, maka estimasi Y pada bulan tersebut sama dengan Rp. 524.475/bulan.

c. Analisis Perkembangan Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Jenis Pakaian



Gambar 10. Grafik *Trend* Perkembangan Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Jenis Pakaian

Persamaan analisis *trend* :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 434.479 + 3.878X.$$

Y menunjukkan variabel yang diramalkan (omzet penjualan) menghasilkan koefisien a sebesar Rp. 434.479 dan besarnya perubahan variabel Y yang terjadi pada setiap perubahan satu unit variabel X (bX) meningkat sebesar Rp. 3.878. Untuk melihat *trend* perkembangan omzet penjualan yang terjadi pada masa yang akan datang yaitu bulan Januari sampai Februari 2023 dapat diketahui persamaan *trend* yang diperoleh sebagai berikut:

1. Bulan Januari 2023, dimana $X = 24$

$$Y = 434.479 + 3.878 (24) \\ = 527.551$$

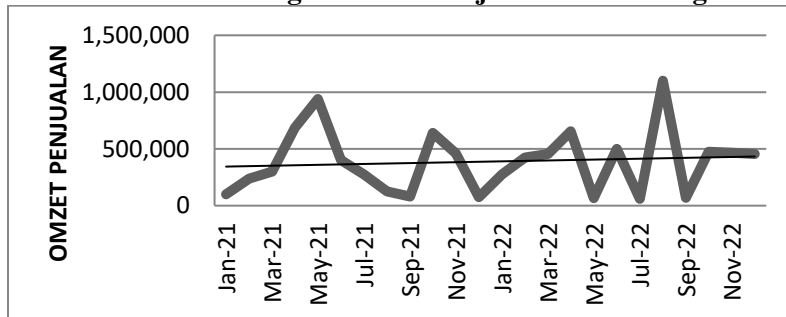
Pada waktu $X = 24$ yaitu bulan Januari 2023, maka estimasi Y pada bulan tersebut sama dengan Rp. 527.551/bulan.

2. Bulan Februari 2023, dimana $X = 25$

$$Y = 434.479 + 3.878 (25) \\ Y = 531.429$$

Pada waktu $X = 25$ yaitu bulan Februari 2023, maka estimasi Y pada bulan tersebut sama dengan Rp. 531.529/bulan.

d. Analisis Perkembangan Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Jenis Aksesoris



Gambar 11. Grafik *Trend* Perkembangan Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Jenis Aksesoris

Persamaan analisis *trend* :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 388.229 + 1.939X.$$

Y menunjukkan variabel yang diramalkan (omzet penjualan) menghasilkan koefisien a sebesar Rp. 388.229 dan besarnya perubahan variabel Y yang terjadi pada setiap perubahan satu unit variabel X (bX) meningkat sebesar Rp. 1.939. Untuk melihat *trend* perkembangan omzet penjualan yang terjadi pada masa yang akan datang yaitu bulan Januari sampai Februari 2023 dapat diketahui persamaan *trend* yang diperoleh sebagai berikut:

1. Bulan Januari 2023, dimana $X = 24$

$$Y = 388.229 + 1.939 (24) \\ Y = 434.765$$

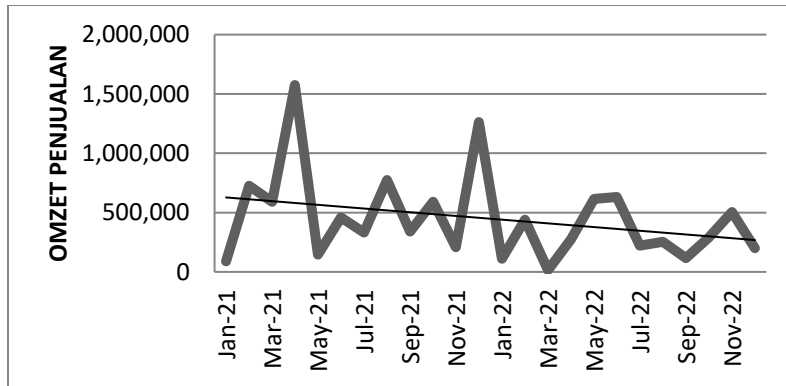
Pada waktu $X = 24$ yaitu bulan Januari 2023, maka estimasi Y pada bulan tersebut sama dengan Rp. 434.765/bulan.

2. Bulan Februari 2023, dimana $X = 25$

$$Y = 388.229 + 1.939 (25) \\ Y = 436.704$$

Pada waktu $X = 25$ yaitu bulan Februari 2023, maka estimasi Y pada bulan tersebut sama dengan Rp. 436.704/bulan.

e. Analisis Perkembangan Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Jenis Mutiara



Gambar 12. Grafik *Trend* Perkembangan Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Jenis Mutiara

Persamaan analisis *trend* :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 448.416 + (-7.812) X.$$

Y menunjukkan variabel yang diramalkan (omzet penjualan) menghasilkan koefisien a sebesar Rp. 448.416 dan besarnya perubahan variabel Y yang terjadi pada setiap perubahan satu unit variabel X (bX) menurun sebesar Rp. 7.812. Untuk melihat *trend* perkembangan omzet penjualan yang terjadi pada masa yang akan datang yaitu bulan Januari sampai Februari 2023 dapat diketahui persamaan *trend* yang diperoleh sebagai berikut:

1. Bulan Januari 2023, dimana $X = 24$

$$Y = 448.416 + (-7.812) (24)$$

$$Y = 260.982$$

Pada waktu $X = 24$ yaitu bulan Januari 2023, maka estimasi Y pada bulan tersebut sama dengan Rp. 260.982/bulan.

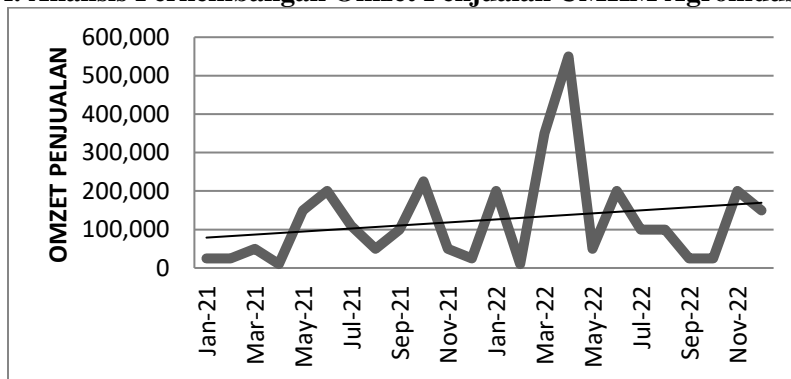
2. Bulan Februari 2023, dimana $X = 25$

$$Y = 448.416 + (-7.812) (25)$$

$$Y = 253.116$$

Pada waktu $X = 25$ yaitu bulan Februari 2023, maka estimasi Y pada bulan tersebut sama dengan Rp. 253.116/bulan.

f. Analisis Perkembangan Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Jenis Produk Kecantikan



Gambar 13. Grafik *Trend* Perkembangan Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Jenis Produk Kecantikan

Persamaan analisis *trend* :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 124.166 + 1.978X.$$

Y menunjukkan variabel yang diramalkan (omzet penjualan) menghasilkan koefisien a sebesar Rp. 124.146 dan besarnya perubahan variabel Y yang terjadi pada setiap perubahan satu unit variabel X (bX) meningkat sebesar Rp. 1.978. Untuk melihat *trend* perkembangan omzet penjualan yang terjadi

pada masa yang akan datang yaitu bulan Januari sampai Februari 2023 dapat diketahui persamaan *trend* yang diperoleh sebagai berikut:

1. Bulan Januari 2023, dimana $X = 24$

$$Y = 124.166 + 1.978 (24)$$

$$Y = 171.638$$

Pada waktu $X = 24$ yaitu bulan Januari 2023, maka estimasi Y pada bulan tersebut sama dengan Rp. 171.638/bulan.

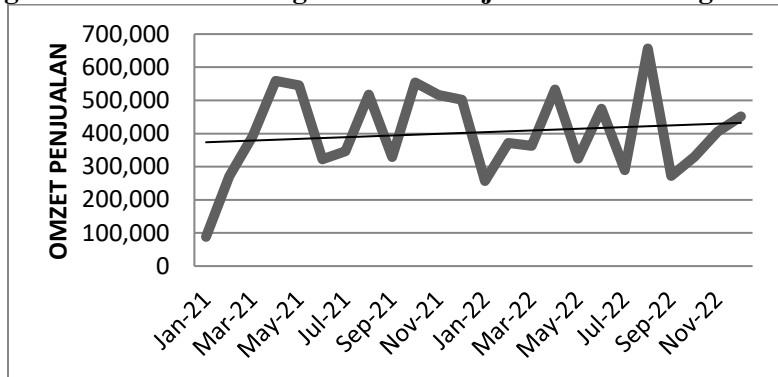
2. Bulan Februari 2023, dimana $X = 25$

$$Y = 124.166 + 1.978 (25)$$

$$Y = 173.616$$

Pada waktu $X = 25$ yaitu bulan Februari 2023, maka estimasi Y pada bulan tersebut sama dengan Rp. 173.616/bulan.

g. Analisis Perkembangan Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Secara Keseluruhan



Gambar 14. Grafik Trend Perkembangan Rata-Rata Omzet Penjualan UMKM Agroindustri Secara Keseluruhan.

Persamaan analisis *trend* :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 402.897 + 1.270X.$$

Y menunjukkan variabel yang diramalkan (omzet penjualan) menghasilkan koefisien a sebesar Rp. 402.897 dan besarnya perubahan variabel Y yang terjadi pada setiap perubahan satu unit variabel X (bX) meningkat sebesar Rp. 1.270. Untuk melihat *trend* perkembangan rata-rata omzet penjualan yang terjadi pada masa yang akan datang yaitu bulan Januari sampai Februari 2023 dapat diketahui persamaan *trend* yang diperoleh sebagai berikut:

1. Bulan Januari 2023, dimana $X = 24$

$$Y = 402.897 + 1.270 (24)$$

$$Y = 433.377$$

Pada waktu $X = 24$ yaitu bulan Januari 2023, maka estimasi Y pada bulan tersebut sama dengan Rp. 433.377/bulan.

2. Bulan Februari 2023, dimana $X = 25$

$$Y = 402.897 + 1.270 (25)$$

$$Y = 434.647$$

Pada waktu $X = 25$ yaitu bulan Februari 2023, maka estimasi Y pada bulan tersebut sama dengan Rp. 434.647/bulan.

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait perkembangan omzet penjualan UMKM agroindustri pada e-commerce NTB Mall maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Omzet penjualan UMKM agroindustri pada e-commerce NTB Mall yang sudah bergabung selama 2 tahun mengalami fluktuasi. Adapun jenis UMKM agroindustri yang cenderung mengalami peningkatan

omzet penjualan diantaranya UMKM jenis kerajinan, jenis makanan dan minuman, jenis pakaian, jenis aksesoris, dan jenis produk kecantikan. Sedangkan UMKM agroindustri yang cenderung mengalami penurunan yakni UMKM jenis mutiara.

2. Perkembangan omzet penjualan UMKM agroindustri pada *e-commerce* NTB Mall mengalami *trend* peningkatan dan penurunan. Adapun jenis UMKM agroindustri yang mengalami *trend* peningkatan diantaranya jenis kerajinan, jenis makanan dan minuman, jenis aksesoris dan jenis produk kecantikan. Sedangkan UMKM agroindustri yang mengalami *trend* penurunan diantaranya yakni jenis mutiara. Yang artinya jika mengalami *trend* kenaikan maka terdapat kenaikan omzet penjualan setiap bulannya sehingga perkembangan omzet penjualan meningkat dan sebaliknya jika mengalami *trend* penurunan maka terdapat penurunan omzet penjualan setiap bulannya sehingga perkembangan omzet penjualan menurun.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Disarankan kepada NTB Mall untuk dapat mengembangkan baik di bidang sistem pemasaran dan kerjasama dengan berbagai pihak, memaksimalkan setiap media yang dimiliki (*E-Commerce*, web, dan outlet), meningkatkan branding NTB Mall, manajemen pemasaran produk, dan lokasi outlet yang strategis agar mudah diketahui.
2. Disarankan kepada pemerintah untuk mendukung setiap program dan pengembangan NTB Mall terutama dalam membangun peluang kerjasama dalam pemasaran produk NTB Mall.
3. Disarankan kepada mahasiswa untuk meneliti lebih lanjut tentang NTB Mall mengenai kinerja setiap fasilitas yang disediakan NTB Mall, sehingga dapat memaksimalkan pengembangan pemasaran produk UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwendi. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. Retrieved from <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Chaidir, T., Suprpti, I. A. P., Arini, G. A., & Ismiwati, B. 2020. Determinan Literasi Keuangan pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Mataram. *Elastisitas- Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2(1), 1-19. Melalui <http://elastisitas.unram.ac.id/index.php/elastisitas/article/view/15/24>
- Ikhsan, M., & Hasan, M. 2020. Analisis Dampak Penggunaan *E-Commerce* dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Makassar. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 1(1),39- 46.Melalui <https://pdfs.semanticscholar.org/e63a/fb11f61b67c18351e91006efc19ec36cba4b.pdf>
- Panggabean, A. N. 2021. Faktor Yang Mempengaruhi UMKM Untuk Mengadopsi E-Commerce.Melalui <https://doi.org/10.31219/osf.io/89645>
- Pratama, M. I., Sunarya, E., & Saori, S. 2022. Analisis Orientasi Kewirausahaan dan Adopsi E-Commerce Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 . *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(3), 1450–1459. <https://doi.org/10.37385/msej.v3i3.556>
- Purnama, N. I., & Putri, L. P. (2021). Analisis Penggunaan E - Commerce Di Masa Pandemi. Seminar Nasional Teknologi Edukasi Dan Humaniora.
- Septilia Arfida, Hariyanto Wibowo, Ketut Artaye, & Sultan Althaf Ramadhan. 2022. Pemanfaatan Teknologi Pada Penjualan UMKM Bintang Mandiri Desa Wai Muli Timur Kecamatan Rajabasa Lampung Selatan. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(10),1955– 1960.Retrievedfrom <https://www.bajangjournal.com/index.php/JPM/article/view/3739>
- Supriyadi, & Lukmanul Hakim. (2022). Penerapan Teknologi *E-Commerce* Untuk Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Pada Umkm Keripik Tempe, Desa Negara Ratu). *J-Abdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2),3919– 3924.Retrievedfrom <https://www.bajangjournal.com/index.php/J-ABDI/article/view/2639>

Syarief, E., Shahrullah, R. S., Jaya, F., & Kurniawan, J. 2021. Potensi Terjadinya Persaingan Usaha Tidak Sehat pada Penggunaan Aplikasi Perdagangan Elektronik di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Supremasi*, 11(1), 105-114. Melalui <https://doi.org/10.35457/supremasi.v11i1.1290>

Widyanto and Patrie (2020). 'Implementasi Penjualan Bebas E-Commerce Pada Toko', *Jurnal IDEALIS*, 3(1), pp. 92–100.