

**PEMANFAATAN INTERNET PT AKSARA SARANA TELEMATIKA DALAM
MENDUKUNG AKTIVITAS EKONOMI UMKM DI KOTA JAMBI**

Jodi Adriansyah¹, Irmanelly², Ardi Afrizal³

^{1,2,3}Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Jambi

¹Joday231204@gmail.com, ²irmanelly@umjambi.ac.id,

³ardiafrizal1985@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to explore and describe in depth the utilization of PT Aksara Sarana Telematika (AKSATA) internet services in supporting the economic activities of MSMEs in Jambi City. The study uses a qualitative approach with a descriptive exploratory method in the form of a case study. Research informants were selected by purposive sampling, consisting of one AKSATA management representative and four MSMEs who are AKSATA customers from various business sectors (grocery stores, fashion and accessories, handicrafts/Jambi souvenirs, and printing/laundry services) who have used the service for at least six months. Data collection was conducted through in-depth semi-structured interviews, non-participant observation, and documentation. Data analysis used the interactive model of Miles and Huberman through the stages of data reduction, data presentation, and drawing and verifying conclusions. Data validity was tested through source triangulation, technical triangulation, and member checking. The results of the study indicate that the utilization of AKSATA internet by MSMEs covers five main aspects: (1) stable internet access that supports smooth digital transactions and business operations; (2) utilization of the internet for digital marketing through social media and marketplaces; (3) internet support for online transactions and communication with consumers; (4) expanding consumer reach beyond the business environment; and (5) technical support from service providers that are responsive to disruptions. The obstacles found were technical disruptions and limited service coverage in certain areas. This study concludes that stable internet connectivity and responsive service support are the basic infrastructure that enables MSMEs to integrate digital technology into their daily economic activities. This study provides a theoretical contribution in the form of a contextual understanding of the role of local internet service providers in the MSME digital ecosystem as well as practical benefits for AKSATA and MSME actors in optimizing the use of internet services

Keywords: *Internet Service Provider, MSMEs, Digitalization, Economic Activity, Connectivity*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan mendeskripsikan secara mendalam pemanfaatan layanan internet PT Aksara Sarana Telematika (AKSATA) dalam mendukung aktivitas ekonomi UMKM di Kota Jambi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif eksploratif berbentuk studi kasus. Informan penelitian dipilih secara purposive sampling, terdiri atas satu perwakilan manajemen AKSATA dan empat pelaku UMKM pelanggan AKSATA dari

berbagai bidang usaha (toko sembako, fashion dan aksesoris, kerajinan tangan/oleh-oleh khas Jambi, serta jasa percetakan/laundry) yang telah menggunakan layanan minimal enam bulan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam semi terstruktur, observasi non-partisipan, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman melalui tahap reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan member checking. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan internet AKSATA oleh UMKM mencakup lima aspek utama: (1) kestabilan akses internet yang mendukung kelancaran transaksi digital dan operasional usaha; (2) pemanfaatan internet untuk pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace; (3) dukungan internet dalam transaksi daring dan komunikasi dengan konsumen; (4) perluasan jangkauan konsumen di luar lingkungan usaha; serta (5) dukungan teknis dari penyedia layanan yang responsif terhadap gangguan. Kendala yang ditemukan berupa gangguan teknis dan keterbatasan jangkauan layanan pada wilayah tertentu. Penelitian ini menyimpulkan bahwa konektivitas internet yang stabil dan dukungan layanan yang responsif merupakan infrastruktur dasar yang memungkinkan UMKM mengintegrasikan teknologi digital dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis berupa pemahaman kontekstual mengenai peran penyedia layanan internet lokal dalam ekosistem digital UMKM serta manfaat praktis bagi AKSATA dan pelaku UMKM dalam mengoptimalkan pemanfaatan layanan internet.

Kata Kunci: Internet Service Provider, UMKM, Digitalisasi, Aktivitas Ekonomi, Konektivitas

A. Pendahuluan

Era digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara pelaku usaha menjalankan bisnis mereka. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menciptakan peluang besar bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan daya saing mereka melalui digitalisasi (Amalia et al., 2023). Teknologi digital, seperti e-commerce, media sosial, fintech, dan aplikasi berbasis cloud, telah menjadi alat penting bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih

luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan berinovasi dalam model bisnis (Baskara, 2022). Namun, tingkat adopsi teknologi digital di kalangan UMKM menunjukkan dinamika yang beragam, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti literasi digital, akses infrastruktur dan kesiapan finansial.

Transformasi digital UMKM tidak hanya akan meningkatkan daya saing di tingkat lokal, tetapi juga membuka peluang untuk ekspansi ke pasar nasional dan global (Istiqlal, 2023). Dengan penetrasi teknologi yang semakin masif, pelaku UMKM

kini memiliki akses yang lebih luas ke platform digital seperti marketplace, media sosial, dan aplikasi pemesanan makanan. Kehadiran platform ini memungkinkan mereka untuk menjangkau pasar yang lebih besar, tidak hanya secara lokal tetapi juga nasional dan internasional. Data terbaru menunjukkan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan pendapatan UMKM secara signifikan. Menurut laporan dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM yang telah terintegrasi dengan ekosistem digital mengalami peningkatan omset hingga 26% dibandingkan mereka yang belum (Setiawardani, 2022).

PT Aksara Sarana Telematika (AKSATA) merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa layanan internet yang berkantor di Kota Jambi dan melayani kebutuhan konektivitas bagi individu, bisnis, maupun institusi di wilayah tersebut. Sebagai penyedia layanan internet lokal, AKSATA berpotensi memiliki peran strategis dalam mendukung konektivitas pelaku UMKM di Kota Jambi, khususnya pada wilayah yang menjadi jangkauan layanannya. Namun demikian, sejauh mana layanan internet dari AKSATA benar-benar dimanfaatkan dan dirasakan pengaruhnya oleh pelaku

UMKM dalam mendukung aktivitas ekonomi sehari-hari masih memerlukan penggalan secara mendalam dan kontekstual.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka fokus penelitian ini adalah: Bagaimana pemanfaatan layanan internet PT Aksara Sarana Telematika dalam mendukung aktivitas ekonomi UMKM di Kota Jambi ditinjau dari pengalaman pelaku usaha dan pihak penyedia layanan? Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dan mendeskripsikan secara mendalam bentuk pemanfaatan layanan internet AKSATA oleh pelaku UMKM, manfaat yang dirasakan, serta kendala yang dihadapi dalam proses tersebut. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis berupa pemahaman kontekstual mengenai peran penyedia layanan internet lokal dalam ekosistem digital UMKM, serta manfaat praktis bagi PT Aksara Sarana Telematika dan pelaku UMKM dalam mengoptimalkan pemanfaatan layanan internet untuk mendukung aktivitas ekonomi.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif eksploratif berbentuk studi

kasus (*case study*) untuk memahami secara mendalam pemanfaatan layanan internet PT Aksara Sarana Telematika (AKSATA) dalam mendukung aktivitas ekonomi UMKM di Kota Jambi. Penelitian dilaksanakan di kantor PT Aksara Sarana Telematika dan beberapa UMKM pelanggan AKSATA di Kota Jambi. Informan dipilih secara *purposive sampling*, terdiri atas satu perwakilan manajemen AKSATA dan empat pelaku UMKM pelanggan yang telah menggunakan layanan minimal enam bulan, dengan penentuan jumlah informan berdasarkan kejenuhan data (*data saturation*). Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam semi terstruktur, observasi non-partisipan terhadap aktivitas digital UMKM. Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman melalui tahap reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan yang dilakukan secara berulang hingga diperoleh tema-tema utama penelitian. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan *member checking* dengan membandingkan informasi dari berbagai informan dan teknik pengumpulan data serta

mengonfirmasi hasil interpretasi kepada informan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami pemanfaatan layanan internet PT Aksara Sarana Telematika (AKSATA) dalam mendukung aktivitas ekonomi UMKM di Kota Jambi. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pelaku UMKM pelanggan AKSATA dan pihak manajemen, observasi terhadap aktivitas usaha, serta dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas satu orang perwakilan manajemen AKSATA dan empat pelaku UMKM dari beberapa bidang usaha, yaitu toko sembako, fashion dan aksesoris, kerajinan tangan/oleh-oleh khas Jambi, serta jasa percetakan/laundry.

a. Hasil Penelitian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini dilihat melalui tiga indikator, yaitu kesesuaian harapan, minat menggunakan kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Ketiga indikator tersebut mengacu pada Indrasari (2019). Dalam konteks penelitian ini, indikator minat berkunjung kembali disesuaikan

menjadi minat menggunakan kembali, karena objek penelitian merupakan pelanggan layanan internet PT Aksara Sarana Telematika (AKSATA). Hasil pengukuran kepuasan pelanggan disajikan berdasarkan tanggapan responden terhadap sembilan pernyataan.

Tabel 1 Hasil Kepuasan Harapan

Pernyataan	SS (%)	S (%)	R (%)	TS (%)
Layanan internet AKSATA sesuai dengan harapan saya sebagai pelaku UMKM.	50	50	0	0
Kualitas koneksi internet AKSATA sesuai dengan kebutuhan aktivitas usaha saya.	75	25	0	0
Layanan internet AKSATA mampu memenuhi harapan saya dalam mendukung kegiatan usaha.	50	50	0	0
Rata-rata	58,33	41,67	0	0

Berdasarkan tabel tersebut, tanggapan pelanggan terhadap kesesuaian harapan menunjukkan kecenderungan positif. Sebanyak 58,33% tanggapan berada pada kategori sangat setuju dan 41,67% berada pada kategori setuju. Tidak terdapat tanggapan ragu-ragu maupun tidak setuju. Temuan tersebut menunjukkan bahwa layanan internet AKSATA secara umum telah sesuai

dengan harapan pelanggan UMKM. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara yang menunjukkan bahwa pelanggan merasakan adanya peningkatan kestabilan jaringan setelah menggunakan AKSATA. Salah satu pelanggan menyampaikan bahwa sebelumnya jaringan sering mengalami gangguan ketika digunakan untuk pembayaran digital, sedangkan setelah menggunakan AKSATA koneksi menjadi lebih stabil sehingga proses pemindaian QRIS dapat dilakukan dengan lebih lancar. Dengan demikian, kepuasan dari aspek kesesuaian harapan tidak hanya berkaitan dengan tersedianya akses internet, tetapi juga kemampuan layanan tersebut dalam memenuhi kebutuhan nyata pelaku UMKM. Koneksi internet yang stabil menjadi penting karena pelanggan menggunakannya untuk transaksi, komunikasi dengan konsumen, pemasaran, dan aktivitas operasional usaha.

b. Minat Menggunakan Kembali

Tabel 2 Hasil Minat Menggunakan Kembali

Pernyataan	SS (%)	S (%)	R (%)	TS (%)
Saya berminat untuk tetap menggunakan layanan internet AKSATA dalam	75	25	0	0

Pernyataan	SS (%)	S (%)	R (%)	TS (%)
menjalankan usaha saya.				
Saya bersedia memperpanjang penggunaan layanan internet AKSATA.	50	50	0	0
Saya tidak berkeinginan untuk beralih ke penyedia layanan internet lain.	50	25	25	0
Rata-rata	58,33	33,33	8,33	0

Pada indikator minat menggunakan kembali, mayoritas tanggapan juga menunjukkan kecenderungan positif. Sebanyak 58,33% tanggapan berada pada kategori sangat setuju, 33,33% setuju, dan 8,33% ragu-ragu. Tidak terdapat tanggapan tidak setuju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan memiliki keinginan untuk tetap menggunakan layanan AKSATA. Minat tersebut dapat dipahami karena internet telah menjadi bagian penting dalam aktivitas usaha pelanggan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa ketika terjadi gangguan internet, aktivitas usaha juga dapat ikut terganggu, terutama dalam komunikasi dengan pelanggan dan pekerjaan yang membutuhkan koneksi internet. Pelanggan kemudian menghubungi pihak AKSATA untuk

melaporkan gangguan dan memperoleh tindak lanjut dari petugas. Adanya respons terhadap gangguan menjadi salah satu alasan yang dapat memperkuat keinginan pelanggan untuk mempertahankan penggunaan layanan. Dengan demikian, minat menggunakan kembali tidak hanya terbentuk karena kualitas koneksi, tetapi juga karena pengalaman pelanggan terhadap pelayanan penyedia ketika menghadapi permasalahan teknis. Adanya 25% tanggapan ragu-ragu pada pernyataan mengenai keinginan untuk tidak beralih ke penyedia lain menunjukkan bahwa sebagian pelanggan masih membuka kemungkinan untuk mempertimbangkan alternatif. Kondisi tersebut relevan dengan temuan penelitian yang masih menemukan adanya gangguan teknis dan keterbatasan jangkauan layanan pada wilayah tertentu.

c. Kesiediaan Merekomendasikan

Tabel 3 Hasil Kesiediaan
Merekomendasikan

Pernyataan	SS (%)	S (%)	R (%)	TS (%)
Saya bersedia merekomendasikan layanan internet AKSATA kepada pelaku UMKM lainnya.	50	50	0	0

Pernyataan	SS (%)	S (%)	R (%)	TS (%)
Saya akan menyampaikan pengalaman positif menggunakan AKSATA kepada orang lain.	25	75	0	0
Saya akan menyarankan AKSATA kepada pelaku usaha yang membutuhkan layanan internet untuk mendukung kegiatan usahanya.	50	50	0	0
Rata-rata	41,67	58,33	0	0

Pada indikator kesediaan merekomendasikan, sebesar 41,67% tanggapan berada pada kategori sangat setuju dan 58,33% pada kategori setuju. Tidak terdapat tanggapan ragu-ragu maupun tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh tanggapan mengarah pada kesediaan pelanggan untuk memberikan rekomendasi positif terhadap layanan AKSATA. Kecenderungan tersebut dapat dikaitkan dengan manfaat yang dirasakan pelanggan selama menggunakan layanan. Berdasarkan hasil penelitian, internet AKSATA mendukung berbagai aktivitas UMKM, mulai dari pemasaran melalui media sosial dan marketplace, komunikasi dengan konsumen, penerimaan pesanan, konfirmasi pembayaran, hingga penggunaan QRIS. Selain itu, pelanggan juga merasakan manfaat internet dalam memperluas jangkauan konsumen. Informan yang

menjalankan usaha kerajinan dan oleh-oleh khas Jambi menjelaskan bahwa setelah memanfaatkan media sosial, produknya dapat diketahui oleh konsumen dari luar lingkungan usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa manfaat layanan internet dapat dirasakan bukan hanya dari aspek konektivitas, tetapi juga dari dampaknya terhadap aktivitas pemasaran UMKM

2. Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara, hasil wawancara, ditemukan bahwa pemanfaatan internet AKSATA dalam kegiatan UMKM terlihat pada beberapa aktivitas utama, yaitu mendukung kestabilan koneksi, pemasaran digital, transaksi daring, komunikasi dengan konsumen, perluasan jangkauan usaha, serta kegiatan operasional lainnya.

a. Kestabilan Akses Internet

Hasil wawancara menunjukkan bahwa kestabilan jaringan menjadi salah satu faktor utama yang mendukung aktivitas ekonomi pelaku UMKM. Informan P1, Mulyadi, yang menjalankan usaha toko sembako, menjelaskan bahwa sebelum menggunakan AKSATA gangguan jaringan cukup menghambat transaksi pembayaran digital.

“Dulu sebelum pakai AKSATA, jaringan sering putus-putus, jadi kalau ada pembeli yang mau bayar pakai QRIS suka gagal atau lama muncul notifikasinya. Sekarang setelah pakai internet AKSATA, koneksinya jauh lebih stabil, scan QRIS langsung kebaca, jadi usaha saya jalan terus tanpa banyak kendala.”

Keterangan tersebut menunjukkan bahwa kestabilan jaringan memberikan dampak langsung terhadap kelancaran kegiatan usaha. Bagi Mulyadi, internet tidak hanya digunakan untuk mengakses informasi, tetapi sudah menjadi bagian dari proses transaksi dengan konsumen. Temuan ini memperkuat hasil penelitian bahwa kualitas konektivitas merupakan fondasi bagi aktivitas ekonomi digital UMKM.

Hasil tersebut sesuai dengan konsep Internet Service Provider (ISP) yang menjelaskan bahwa penyedia layanan internet berfungsi menyediakan akses konektivitas yang memungkinkan masyarakat maupun

pelaku usaha menjalankan berbagai aktivitas digital. Dalam konteks UMKM, konektivitas tersebut menjadi infrastruktur dasar untuk mendukung kegiatan operasional. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa internet bagi UMKM bukan lagi sekadar fasilitas komunikasi, tetapi telah menjadi bagian dari kegiatan ekonomi sehari-hari. Ketika koneksi mengalami gangguan, aktivitas usaha yang bergantung pada sistem digital juga dapat ikut terganggu

b. Pemanfaatan Internet untuk Pemasaran Digital

Pada aspek pemasaran, hasil wawancara menunjukkan bahwa internet dimanfaatkan untuk memperkenalkan produk melalui media sosial dan marketplace. Informan P2 dari usaha fashion dan aksesoris menjelaskan:

“Sekarang kalau mau promosi lebih mudah pakai internet. Biasanya saya foto produk kemudian saya upload ke WhatsApp dan media sosial. Kalau ada produk baru, pelanggan bisa langsung melihat tanpa harus datang ke toko. Dari situ juga ada beberapa pelanggan yang pesan setelah melihat postingan yang saya buat.”

Melakukan promosi secara lebih cepat dan luas. Aktivitas pemasaran yang sebelumnya lebih banyak dilakukan secara langsung dapat dikembangkan melalui media

digital. Temuan ini sejalan dengan Rizal et al. (2021) yang menekankan pentingnya digital marketing bagi pengembangan UMKM. Dalam penelitian ini, koneksi internet menjadi sarana yang memungkinkan kegiatan pemasaran digital tersebut berjalan secara konsisten. Yanti et al. (2024) juga menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital dapat digunakan sebagai salah satu upaya untuk mendukung peningkatan ekonomi masyarakat. Dalam penelitian ini, pemanfaatan platform tersebut menjadi lebih memungkinkan karena didukung oleh ketersediaan koneksi internet.

c. Internet dalam Mendukung Transaksi

Selain pemasaran, internet AKSATA digunakan untuk mendukung transaksi dan komunikasi dengan konsumen. Aktivitas tersebut meliputi komunikasi melalui aplikasi pesan, penerimaan pesanan, konfirmasi pembayaran, serta penggunaan sistem pembayaran digital. Hal tersebut terlihat secara jelas pada usaha toko sembako milik Mulyadi yang menggunakan QRIS. Informan menyampaikan::

“Sekarang setelah pakai internet AKSATA, koneksinya

jauh lebih stabil, scan QRIS langsung kebaca, jadi usaha saya jalan terus tanpa banyak kendala dan kalau jaringan bagus, pembayaran QRIS lebih cepat. Pembeli juga tidak perlu menunggu lama untuk memastikan pembayarannya masuk.”

Keterangan tersebut memperlihatkan bahwa kestabilan internet berpengaruh terhadap pengalaman konsumen dalam melakukan transaksi. Internet yang stabil dapat mengurangi kemungkinan transaksi tertunda akibat gangguan koneksi. Dari perspektif penerimaan teknologi, kondisi tersebut dapat dikaitkan dengan model UTAUT yang menjelaskan bahwa kondisi yang memfasilitasi penggunaan teknologi menjadi salah satu unsur penting dalam mendukung penggunaan teknologi. Ilma & Muid (2023), melalui penelitian mengenai pemanfaatan teknologi pada UMKM, juga menunjukkan pentingnya faktor pendukung dalam penggunaan teknologi digital untuk kegiatan usaha. Dengan demikian, keberadaan layanan internet yang memadai dapat menjadi kondisi pendukung bagi UMKM dalam menerapkan berbagai teknologi digital dalam aktivitas ekonomi.

d. Perluasan Jangkauan Konsumen

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pemanfaatan internet tidak hanya membantu pelaku UMKM dalam menjalankan aktivitas usaha di lokasi fisik, tetapi juga memberikan peluang untuk memperluas jangkauan konsumen. Hal tersebut terutama dirasakan oleh pelaku usaha yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana memperkenalkan produk. Informan P3 yang menjalankan usaha kerajinan tangan dan oleh-oleh khas Jambi menjelaskan bahwa penggunaan internet membuat produk yang ditawarkan dapat diketahui oleh konsumen di luar lingkungan sekitar tempat usaha.

“Sebelum menggunakan internet, pelanggan kebanyakan orang yang datang langsung atau orang sekitar sini. Setelah mulai menggunakan media sosial untuk menawarkan produk, ada juga yang melihat dari luar daerah. Jadi produk kerajinan dan oleh-oleh yang kami jual bisa lebih dikenal, tidak hanya oleh orang yang datang ke tempat usaha.”

Lebih lanjut, informan menjelaskan:

“Kalau ada produk baru biasanya kami foto kemudian diposting. Dari situ orang bisa melihat barang yang tersedia tanpa harus datang langsung. Kalau ada yang tertarik biasanya mereka menghubungi kami melalui pesan.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa internet dapat mengubah batas pemasaran UMKM. Sebelum memanfaatkan media digital, pemasaran lebih banyak bergantung pada konsumen yang datang atau berada di sekitar lokasi usaha. Dengan adanya internet, informasi produk dapat disebarkan secara lebih luas. Hal tersebut sejalan dengan Novitasari (2022) yang menjelaskan bahwa digitalisasi dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan UMKM melalui pemanfaatan teknologi dalam aktivitas ekonomi. Internet memungkinkan pelaku usaha memperoleh kesempatan untuk memperkenalkan produk dan membangun hubungan dengan konsumen dalam jangkauan yang lebih luas. Dengan demikian, hasil wawancara memperlihatkan bahwa layanan internet AKSATA memberikan infrastruktur yang memungkinkan pelaku UMKM memanfaatkan media digital untuk memperluas pasar. Semakin mudah pelaku usaha mengakses internet, semakin terbuka pula kesempatan mereka untuk memperkenalkan produk kepada konsumen yang berada di luar lingkungan usaha.

e. Dukungan Penyedia Layanan

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pelaku UMKM tidak hanya mempertimbangkan kualitas jaringan, tetapi juga pelayanan dari penyedia internet ketika mengalami kendala. Respons terhadap gangguan dan dukungan teknis menjadi bagian dari pengalaman pelaku usaha dalam menggunakan layanan AKSATA. Salah satu informan menyampaikan:

"Kalau internet mengalami gangguan, aktivitas usaha biasanya ikut terganggu, terutama ketika ada pelanggan yang menghubungi atau ketika harus mengerjakan sesuatu yang membutuhkan internet. Biasanya kalau terjadi gangguan kami langsung menghubungi pihak AKSATA untuk melaporkan masalahnya."

Lebih lanjut, informan menjelaskan mengenai respons petugas ketika terdapat laporan gangguan.

"Sejauh ini kalau ada kendala kami laporkan ke petugas. Setelah dilaporkan biasanya ada respons untuk mengecek gangguannya. Bagi kami yang penting ada tanggapan dan tindak lanjut karena internet sekarang sudah menjadi bagian dari kegiatan usaha."

Keterangan tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara pelanggan dan penyedia layanan tidak berhenti pada proses pemasangan jaringan. Pelayanan setelah pemasangan, khususnya respons terhadap gangguan, menjadi faktor yang menentukan kenyamanan

pelaku UMKM dalam menggunakan layanan internet. Dukungan penyedia layanan menjadi semakin penting karena aktivitas ekonomi UMKM mulai bergantung pada konektivitas internet. Internet digunakan untuk komunikasi dengan pelanggan, promosi, transaksi, serta berbagai aktivitas operasional lainnya. Oleh sebab itu, ketika terjadi gangguan, kecepatan respons penyedia layanan dapat membantu mengurangi dampak gangguan terhadap aktivitas usaha. Dengan demikian, dukungan teknis dapat dipahami sebagai bagian dari kualitas pelayanan internet. Koneksi yang baik perlu disertai dengan pelayanan yang responsif agar pelaku UMKM dapat menggunakan internet secara berkelanjutan untuk mendukung kegiatan ekonominya.

3. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan layanan internet PT Aksara Sarana Telematika (AKSATA) oleh pelaku UMKM di Kota Jambi mencakup berbagai aspek penting dalam aktivitas ekonomi sehari-hari, mulai dari kestabilan akses internet yang menjadi fondasi kelancaran transaksi digital dan operasional usaha, pemanfaatan internet untuk pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace, dukungan internet dalam transaksi daring dan komunikasi dengan konsumen, perluasan jangkauan konsumen di luar lingkungan usaha, hingga dukungan teknis dari penyedia layanan yang responsif terhadap gangguan yang terjadi. Temuan ini memperkuat konsep *Internet Service*

Provider (ISP) yang dikemukakan oleh Chandra (2022) dan Telkom University (2024), yang menekankan bahwa ISP berfungsi menyediakan akses konektivitas yang memungkinkan pelanggan terhubung dengan dunia luar, dan dalam konteks UMKM, konektivitas tersebut bukan lagi sekadar fasilitas komunikasi melainkan telah menjadi infrastruktur dasar yang menopang kegiatan operasional usaha. Kestabilan jaringan yang dirasakan oleh pelaku UMKM setelah menggunakan layanan AKSATA.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu aspek yang dapat menggambarkan keberhasilan penyedia jasa dalam memenuhi kebutuhan pengguna. Dalam penelitian ini, kepuasan pelanggan tidak hanya dilihat dari kualitas koneksi internet, tetapi juga dari pengalaman pelanggan selama memanfaatkan layanan AKSATA untuk mendukung kegiatan ekonomi UMKM. Pada aspek kesesuaian harapan, kepuasan pelanggan terlihat dari kemampuan layanan AKSATA dalam memenuhi kebutuhan konektivitas untuk aktivitas usaha. Hal ini tercermin dari pengalaman pelanggan yang merasakan koneksi lebih stabil sehingga aktivitas pembayaran digital, komunikasi, dan operasional usaha dapat dilakukan dengan lebih lancar. Temuan tersebut menunjukkan bahwa bagi UMKM, kualitas layanan internet memiliki hubungan yang erat dengan kelancaran kegiatan ekonomi sehari-hari. Pada aspek minat menggunakan

kembali, kepuasan pelanggan tercermin dari keinginan untuk mempertahankan penggunaan layanan AKSATA. Hal tersebut dapat dipahami karena internet telah menjadi bagian dari aktivitas usaha, sehingga keberadaan koneksi yang stabil dan dukungan teknis menjadi pertimbangan penting bagi pelanggan. Ketika terjadi gangguan, pelanggan dapat menghubungi penyedia layanan dan memperoleh respons untuk menindaklanjuti permasalahan tersebut. Temuan ini memperlihatkan bahwa pengalaman pelayanan setelah pemasangan turut membentuk pengalaman pelanggan terhadap penyedia jasa.

Sementara itu, pada aspek kesediaan merekomendasikan, pelanggan menunjukkan kecenderungan positif karena merasakan manfaat layanan internet dalam mendukung aktivitas usaha. Pemanfaatan internet tidak terbatas pada akses informasi, tetapi telah digunakan untuk pemasaran digital, transaksi, komunikasi dengan konsumen, dan perluasan jangkauan pasar. Pelanggan yang menggunakan media sosial, misalnya, dapat memperkenalkan produk kepada konsumen yang berada di luar lingkungan usaha. Ketiga indikator tersebut memperlihatkan bahwa kepuasan pelanggan AKSATA terbentuk dari pengalaman yang bersifat menyeluruh. Pelanggan tidak hanya menilai apakah internet dapat digunakan, tetapi juga mempertimbangkan apakah layanan tersebut mampu memenuhi

kebutuhan usaha, memberikan alasan untuk terus menggunakan layanan, serta memberikan pengalaman positif yang mendorong munculnya kesediaan untuk merekomendasikannya kepada pihak lain.

Temuan ini memperkuat hasil penelitian bahwa konektivitas internet yang stabil dan dukungan layanan yang responsif merupakan infrastruktur penting bagi UMKM dalam menjalankan aktivitas ekonomi berbasis digital. Layanan internet yang mendukung transaksi, pemasaran, komunikasi, dan perluasan jangkauan konsumen pada akhirnya dapat menciptakan pengalaman penggunaan yang positif bagi pelanggan. Namun demikian, kepuasan tersebut tetap perlu dipertahankan melalui peningkatan kualitas jaringan dan pelayanan. Penelitian masih menemukan adanya gangguan teknis serta keterbatasan jangkauan layanan pada wilayah tertentu. Oleh karena itu, peningkatan stabilitas jaringan, perluasan cakupan layanan, serta respons yang cepat terhadap keluhan pelanggan menjadi penting agar kepuasan dan keinginan pelanggan untuk terus menggunakan layanan dapat dipertahankan.

Dari perspektif teori penerimaan teknologi, temuan ini dapat dikaitkan dengan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dikemukakan oleh Venkatesh et al. (2003) sebagaimana diadopsi dalam penelitian Ilma dan Muid (2023), di mana *facilitating conditions* atau

kondisi yang memfasilitasi penggunaan teknologi menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi penggunaan teknologi, dan ketersediaan koneksi internet yang stabil merupakan salah satu bentuk kondisi fasilitasi yang memungkinkan UMKM mengadopsi dan memanfaatkan berbagai teknologi digital seperti sistem pembayaran QRIS, platform e-commerce, atau media sosial untuk pemasaran dalam kegiatan usaha. Pada aspek pemasaran digital, temuan penelitian menunjukkan bahwa internet dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk memperkenalkan produk melalui media sosial dan marketplace, yang sejalan dengan penelitian Rizal et al. (2021) yang menekankan pentingnya *digital marketing* bagi pengembangan UMKM, serta Yanti et al. (2024) yang menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital dapat digunakan sebagai salah satu upaya untuk mendukung peningkatan ekonomi masyarakat, di mana dalam penelitian ini pemanfaatan platform digital tersebut menjadi lebih mungkin diwujudkan karena didukung oleh ketersediaan koneksi internet yang stabil dari AKSATA.

Pada aspek transaksi dan komunikasi, temuan penelitian menunjukkan bahwa internet AKSATA digunakan untuk mendukung komunikasi melalui aplikasi pesan, penerimaan pesanan, konfirmasi pembayaran, serta penggunaan sistem pembayaran digital seperti QRIS, yang sejalan dengan konsep *online shopping* atau aktivitas

membeli produk atau jasa melalui internet yang dikemukakan oleh MBN (2021), di mana koneksi internet yang stabil menjadi prasyarat bagi kelancaran transaksi daring dan gangguan koneksi dapat menyebabkan kegagalan transaksi yang tidak hanya merugikan pelaku usaha dari sisi pendapatan tetapi juga dapat menurunkan kepercayaan konsumen terhadap sistem pembayaran digital. Temuan penelitian juga mengungkapkan bahwa pelaku UMKM tidak hanya mempertimbangkan kualitas jaringan tetapi juga pelayanan dari penyedia internet ketika mengalami kendala, di mana respons terhadap gangguan dan dukungan teknis menjadi bagian penting dari pengalaman pelaku usaha dalam menggunakan layanan AKSATA, yang menunjukkan bahwa hubungan antara pelanggan dan penyedia layanan tidak berhenti pada proses pemasangan jaringan melainkan pelayanan setelah pemasangan khususnya respons terhadap gangguan menjadi faktor yang menentukan kenyamanan pelaku UMKM dalam menggunakan layanan internet, dan dalam konteks ini kualitas pelayanan internet tidak hanya diukur dari kecepatan dan stabilitas koneksi tetapi jugadari responsivitas penyedia layanan dalam menangani keluhan dan gangguan sebagaimana disebutkan oleh Chandra (2022) bahwa ISP memiliki karakteristik yang berbeda-beda baik dari segi kualitas jaringan, *bandwidth*, perawatan pelayanan, stabilitas koneksi, serta harga yang ditawarkan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa konektivitas internet yang stabil dan dukungan layanan yang responsif merupakan infrastruktur dasar yang memungkinkan UMKM mengintegrasikan teknologi digital dalam aktivitas ekonomi sehari-hari, dan tanpa konektivitas yang memadai upaya digitalisasi UMKM akan sulit diwujudkan secara optimal, sehingga keberadaan ISP lokal seperti AKSATA memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan UMKM di Kota Jambi sekaligus menjadi bagian dari ekosistem digital yang lebih luas di Indonesia

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pemanfaatan layanan internet PT Aksara Sarana Telematika (AKSATA) dalam mendukung aktivitas ekonomi UMKM di Kota Jambi, dapat disimpulkan bahwa layanan internet AKSATA telah dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dalam berbagai aspek kegiatan usaha. Pemanfaatan tersebut meliputi lima bentuk utama, yaitu (1) kestabilan akses internet yang mendukung kelancaran transaksi digital dan operasional usaha, (2) pemanfaatan internet untuk pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace, (3) dukungan internet dalam transaksi daring dan komunikasi dengan konsumen, (4) perluasan jangkauan

konsumen di luar lingkungan usaha, serta (5) dukungan teknis dari penyedia layanan yang responsif terhadap gangguan yang terjadi. Manfaat yang dirasakan pelaku UMKM antara lain kelancaran transaksi pembayaran digital seperti QRIS, kemudahan dalam mempromosikan produk, meningkatnya jangkauan pemasaran, serta kemudahan berkomunikasi dengan konsumen. Namun demikian, masih terdapat kendala berupa gangguan teknis pada jaringan dan keterbatasan jangkauan layanan pada wilayah tertentu yang perlu mendapat perhatian dari penyedia layanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2023). Laporan Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia. Jakarta: APJII.
- Amalia, N., Wati, R., Putri, B., & Mairiza, D. (2023). Eksistensi Prinsip Ekonomi Mikro Islam Terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Di Era Digitalisasi. *Sharing: Journal of Islamic Economics Management and Business*, 2(2), 142–156.
- Baskara, I. (2022). Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Era New Normal. *Abdimas*, 8(4), 241–250.
- Chandra. (2022). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Internet Service Provider (ISP) Dengan Menggunakan Metode Multi Attribute Utility Theory (MAUT). *Bulletin Of Computer Science Research*, 3(1). 141–148.
- Herlinudinaji, D., Harini., Irdyansah, A., Masaliku, N., & Ramadhani, L. K. (2024). Pemanfaatan Internet Pada Kegiatan Pemasaran UMKM Untuk Mendukung Digitalisasi. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 4(1).
- Ilma, R., & Muid, D. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Aplikasi Moka POS (Point of Sale) Berbasis Cloud pada UMKM di Kota Semarang dengan Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Diponegoro Journal of Accounting*, 12(4), 1–12.
- Istiqlal, F. (2023). Membangun Global Halal Hub Indonesia: Strategi dan Peluang untuk Mencapai Kompetitif di Pasar Global. *Halal Research Journal*, 3(2), 72–85.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Edisi 1). Unitomo Press.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2021). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- MBN. (2021). Online shopping – definition and meaning. *Market Business News*. Diakses tanggal 08 September 2026 dari laman <https://marketbusinessnews.com/financialglossary/online-shopping-definition-meaning/>
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi UMKM terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi melalui Peran Pemerintah. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(2), 184–204.

- PT Aksara Sarana Telematika (AKSATA). (2025). Profil Perusahaan AKSATA. Diakses dari <https://aksata.net.id/profil/>.
- Rizal, M., Laila, A. N., Ali, N., Rohmah, N., Maula, M. H. N., & Waasiah, R. (2021). Sosialisasi Digital Marketing bagi Pelaku UMKM di Desa. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 2(3), 145–152.
- Setiawardani, M. (2022). Peran Inovasi Dalam Membangun Keunggulan Bersaing Sektor UMKM Bidang Kuliner Pascadisrupsi Akibat Pandemi Covid 19 Di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 8(1), 25–38.
- Siswati, E., Iradawaty, S. N., & Imamah, N. (2024). Customer Relationship Management dan Implementasinya pada Perusahaan Kecil (Edisi 1). CV. Eureka Media Aksara.
- Telkom University. (2024). Internet Service Provider: Definisi, Fungsi dan Jenis Layanannya. Diakses tanggal 08 September 2026 dari laman <https://jakarta.telkomuniversity.ac.id/internet-service-provider-definisi-fungsi-dan-jenis-layanannya/>.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. 2003. User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View. *MIS Quarterly Research*, Article 27: 425-478.
- Yanti, F., Sabir, A., Ridoh, A., Pilitan, R. B., & Putra, T. A. (2024). Sosialisasi Pemanfaatan Platform Digital untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat di Desa Datar. *BESIRU: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(10), 875–884.
- Yin, R. K. (2021). *Studi Kasus: Desain dan Metode* (Terjemahan, Edisi ke-6). Jakarta: RajaGrafindo Persada.