

Pengaruh *E-commerce*, Modal, dan Lama Usaha terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo

Arista Dewi¹, Ari Susanti²

Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Sukoharjo

¹Email: aristadewi820@gmail.com

²Email: santistiesurakarta@gmail.com

Abstrak

Provinsi Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi dengan jumlah UMKM tertinggi di Indonesia. Jumlah UMKM di Jawa Tengah. Tingginya penggunaan *e-commerce* di kalangan UMKM belum dimanfaatkan dengan baik, belum adanya efisiensi biaya, pemasaran, reputasi, dan kemudahan dari pelaku UMKM menjadi kendala, khususnya untuk meningkatkan pendapatan pada UMKM. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *e-commerce*, modal dan lama usaha terhadap pendapatan UMKM di kecamatan Baki Sukoharjo, serta pengaruh *e-commerce*, modal dan lama usaha secara bersama-sama terhadap pendapatan UMKM. Metode deskriptif kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan pelaku UMKM di kecamatan Baki Sukoharjo sebagai populasi penelitian. *Proportionated random sampling* digunakan dalam teknik pengambilan sampel dengan 96 responden. Metode kuesioner dengan skala Likert disebarkan melalui *google form* dengan analisis regresi linier sederhana dan berganda. Hasil penelitian ini terdapat pengaruh positif signifikan pengaruh *e-commerce*, modal, lama usaha, serta pengaruh positif ketiga variabel secara bersama-sama terhadap pendapatan UMKM.

Kata Kunci: Pengaruh *E-commerce*, Modal, Lama Usaha, Pendapatan UMKM

The Effect of E-Commerce, Capital, and Business Duration on MSME Income in Baki, Sukoharjo

Abstract

Central Java Province is one of the provinces with the highest number of MSMEs in Indonesia. The number of MSMEs in Central Java. The high use of *e-commerce* among MSMEs has not been utilized properly, the lack of cost efficiency, marketing, reputation, and convenience from MSME actors are obstacles, especially to increase income for MSMEs. The purpose of this study is to determine the influence of *e-commerce*, capital and business duration on MSME income in Baki Sukoharjo district, as well as the influence of *e-commerce*, capital and business duration together on MSME income. A quantitative descriptive method was used in this study with MSME actors in Baki Sukoharjo sub-district as the research population. *Proportionated random sampling* was used in the sampling technique with 96 respondents. The questionnaire method with the Likert scale was disseminated through *google form* with simple and multiple linear regression analysis. The result of this study have a significant positive influence on the influence of *e-commerce*, capital, business duration, and the positive influence of the three variabls together on MSME income.

Keywords: Influence of *E-commerce*, Capital, Length of Business, Income of MSMEs

1. PENDAHULUAN

UMKM berkontribusi secara signifikan mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UMKM juga menyediakan lapangan kerja yang besar serta berperan dalam memajukan perekonomian daerah. Ditengah perubahan ekonomi global yang semakin digital, peluang serta tantangan baru muncul bagi UMKM untuk tetap berkembang dan bersaing. Adopsi teknologi informasi dan komunikasi, khususnya transaksi online atau *e-commerce* menjadi salah satu tren yang mendominasi dalam perkembangan bisnis. Peluang yang terbuka karena adanya kemajuan teknologi ini seharusnya dapat dimanfaatkan dengan baik, adanya *e-commerce* memudahkan seseorang untuk membuka usaha dengan modal yang dapat diminimalisir karena mereka dapat membuka usaha tanpa menyediakan tempat khusus.

Tabel 1. Jumlah UMKM di Provinsi Jawa Tengah

Tahun	Usaha Mikro	Usaha Kecil
2020	831.652	66.510
2021	808.293	47.195
2022	856.144	35.964

(sumber: BPS 2024) <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDQwIzI=/jumlah-perusahaan-menurut-provinsi.html>

Berdasarkan tabel 1, jumlah UMKM di provinsi Jawa Tengah pada tahun 2020 sampai 2022 mengalami penurunan. Hal ini, dikarenakan ada pandemi *covid-19* pada tahun 2020 mengakibatkan banyak UMKM mengalami penurunan pendapatan bahkan ada yang sampai gulung tikar. Walaupun mengalami penurunan pada tahun 2020 hingga 2022, berdasarkan data BPS jumlah usaha mikro untuk provinsi Jawa Tengah berada di posisi pertama dengan jumlah usaha mikro sebesar 856.144 sedangkan urutan kedua provinsi Jawa Timur dengan jumlah usaha mikro sebesar 782.131 dan pada urutan ketiga provinsi Nusa Tenggara Timur sebesar 135.051 pada tahun 2022. Untuk usaha kecil, provinsi Jawa Tengah sebesar 35.964 berada di posisi kedua setelah Jawa Timur sebesar 92.366 sedangkan posisi ketiga provinsi Jawa Barat sebesar 34.874. Provinsi Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi dengan jumlah UMKM tertinggi di Indonesia. Salah satu kabupaten di Jawa Tengah adalah Kabupaten Sukoharjo. Di Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah, UMKM juga menjadi penggerak utama dalam perekonomian daerah, khususnya Kecamatan Baki.

Salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi Indonesia adalah pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan pilar penting dalam pembangunan ekonomi kerakyatan, dan mereka memiliki kemampuan untuk menciptakan lapangan pekerjaan, berpartisipasi dalam proses pemerataan pendapatan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas ekonomi. (Polandos et al., 2019). Pendapatan total UMKM di Kabupaten Sukoharjo pada tahun 2023 sebesar 97.540.000.000 (DinasUMKMSukoharjo) Indonesia adalah negara berkembang yang menekankan peningkatan ekonomi dan pembangunan. Dimulai dengan berbagai jenis bisnis, mulai dari yang besar hingga yang kecil. Bisnis kecil atau UMKM sangat membantu pertumbuhan ekonomi Indonesia dan dianggap sebagai benteng pertahanan dan pusat pemulihan ekonomi. (Amelia et al., 2023).

Kecamatan Baki menawarkan berbagai peluang bagi UMKM untuk berkembang, terutama dengan potensi pasar yang luas dan beragam. Namun, di tengah dinamika pasar yang semakin kompleks dan persaingan semakin ketat, UMKM di wilayah ini harus menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM menjadi penting untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam meningkatkan pendapatan dan mengatasi tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Kecamatan Baki.

Penelitian ini penting dilakukan, karena akan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan UMKM di Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM adalah transaksi online, modal, lama usaha, jam kerja, lokasi usaha dan lain lain. Modal dan lama usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM (Marfuah & Hartiyah, 2019). Transaksi online (*e-commerce*) berpengaruh terhadap pendapatan UMKM (Usman & Supriyati, 2023). Modal, lama usaha, dan *e-commerce* berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan UMKM (Wulandari & Wenagama, 2023). Modal berpengaruh positif terhadap pendapatan, sedangkan *e-commerce* berpengaruh positif tidak signifikan (Diana Santri & Aida, 2023). Modal berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM sedangkan Lama usaha tidak berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM (Amelia et al., 2023). Modal selalu berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM, sedangkan *e-commerce* dan lama usaha tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas tentang modal, *e-commerce* dan lama usaha terhadap pendapatan UMKM.

UMKM menurut Etik Suryani selaku Bupati Sukoharjo tahun 2024, memiliki potensi besar untuk pemerataan tingkat ekonomi rakyat kecil, mengurangi kemiskinan, dan meningkatkan devisa negara.

Mereka juga menghadapi banyak tantangan, seperti inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas, perizinan, pembiayaan, branding, pemasaran, sumber daya manusia, standardisasi dan sertifikasi, pelatihan, fasilitas, dan akses ke basis data yang terintegrasi. (PemkabSukoharjo, 2023), oleh karena itu pendapatan UMKM memiliki peran besar dalam pendapatan di Sukoharjo. UMKM dapat berkembang dikarenakan beberapa faktor, antara lain, modal, lama usaha, dan *e-commerce*.

Kabupaten Sukoharjo merupakan salah satu Kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Tengah dengan 203.580 pelaku UMKM. Dari jumlah UMKM tersebut, diketahui bahwa 1.952 atau sekitar 0,96 % pelaku usaha berada di Kecamatan Baki. Dari data diatas, dapat diartikan bahwa Kecamatan Baki merupakan salah satu Kecamatan dengan populasi pelaku UMKM tertinggi di Kabupaten Sukoharjo. (DinasUMKMSukoharjo). Pada penelitian ini membahas tentang perubahan bisnis UMKM di Sukoharjo khususnya Kecamatan Baki. Fenomena penelitian ini membahas tentang interaksi variabel transaksi online (*e-commerce*), modal, dan lama usaha UMKM. Transaksi online akan membuka peluang baru bagi UMKM karena konsumen juga akan mengalami perubahan perilaku dengan adanya transaksi online yang diadaptasi oleh UMKM. Begitupun dengan modal, modal yang cukup dapat menjadi acuan dalam pertumbuhan bisnis termasuk pengembangan produk dan peningkatan jangkauan pasar. Selain itu, UMKM yang sudah berdiri dengan jangka waktu tertentu memiliki pengalaman tersendiri tentang bagaimana mengelola bisnis dengan baik, dibanding dengan para pelaku usaha yang baru beradaptasi dengan bisnis mereka. Penelitian ini bertujuan untuk membahas lebih dalam mengenai transaksi online, modal, dan lama usaha yang akan mempengaruhi pendapatan UMKM tentunya juga pertumbuhan UMKM di kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo

1.1 Landasan Teori UMKM

Menurut undang-undang RI No. tahun 2008 pasal 1 UMKM merupakan “usaha produktif perseorangan dan/atau badan usaha perorangan yang mempunyai standar untuk usaha mikro”. Menurut Furqon (2018) UMKM atau usaha mikro kecil menengah merupakan sebuah peluang usaha produktif yang dimiliki orang perorangan atau suatu badan usaha perorangan yang telah memenuhi kriteria usaha mikro sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang ada (Furqon, 2018). UMKM merupakan suatu hal yang penting untuk diberdayakan karena UMKM dapat mengantisipasi perekonomian dan memperkuat struktur perekonomian nasional (Aliffah Hermawan et al., 2024).

Tabel 2. Penggolongan UMKM

Kriteria	Mikro	Usaha Kecil	Menengah
Aset	<50 juta	50 juta<500 juta	500 juta<10M
Tenaga Kerja	1-5 orang	6-19 Orang	20-99 Orang
Omset	<300 juta	500 juta<2,5 M	2,5 M<50M

Sumber : UU No. 20 Tahun 2008 dan BPS

Pendapatan UMKM

Pendapatan yakni hasil yang didapat sebuah perusahaan ketika menghasilkan produk yang baik dengan pengeluaran yang telah digunakan (Melania Putri et al., 2023). Pendapatan UMKM merupakan suatu perbandingan harga atau barang produksi, jumlah permintaan produksi akan memberikan pengaruh pada perubahan harga sedangkan barang lain memberikan dampak dari perubahan harga yang mempengaruhi adanya permintaan barang lain (Amalia, 2022). Pendapatan UMKM dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni modal, lama usaha, tenaga kerja, dan bahan baku (Melania Putri et al., 2023). Pendapatan UMKM dipengaruhi secara signifikan oleh penggunaan E-commerce dan Digital Payment (Fatma et al., 2024).

E-Commerce

Secara bahasa *e-commerce* memiliki kepanjangan *Electronic Commerce* dan dalam bahasa Indonesia disebut perdagangan secara elektronik, *e-commerce* yakni sebuah aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk yang menggunakan jaringan telekomunikasi (Fitriani, 2023). *E-commerce*

merupakan sebuah bentuk tempat jual beli yang tidak mempunyai bentuk fisik dan seluruh kegiatan atau aktivitasnya dilakukan secara online (Sadrakh Zefanya Putra et al., 2023). *E-commerce* memiliki beberapa kelebihan yakni mudahnya untuk menjangkau pasar global dengan *e-commerce* semua orang dapat menjual barang mereka ke pasar global, *e-commerce* memberikan siapapun untuk mengembangkan merek yang mereka bangun selain itu *e-commerce* memberikan pengalaman yang baik kepada pembeli karena dapat melihat ulasan produk dari pembeli lain dan membandingkan harga secara online (Sudiantini et al., 2023). *E-commerce* memiliki dampak positif bagi pelaku usaha utamanya untuk yang memiliki modal sedikit bahkan tanpa modal untuk melakukan promosi, apabila *e-commerce* dibarengi dengan literasi digital akan memberikan peluang besar kepada pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya (Suarna et al., 2024). Indikator *e-commerce* yakni efisiensi biaya, reputasi, pemasaran, dan kemudahan (Wulandari & Wenagama, 2023).

Modal

Modal adalah komponen yang penting dalam membangun dan mengembangkan suatu usaha. Berdasarkan pengertian ekonomi, modal merupakan barang atau yang bersama dengan faktor-faktor produksi tanah dan tenaga kerja yang dapat membuat barang ataupun jasa baru (Loho et al., 2023). Modal usaha memiliki beberapa indikator, indikator modal usaha yakni sebagai berikut:

1. Struktur permodalan: modal pinjaman serta modal sendiri, modal sendiri adalah modal yang berasal dari pemilik usaha dan ada dalam usaha untuk jangka waktu yang tidak ditentukan lamanya untuk itu modal sendiri ditinjau dari sudut likuiditas merupakan dana jangka panjang dan tidak tertentu likuiditasnya.
2. Penggunaan modal tambahan, pengaturan modal tambahan yang dapat berasal dari bank atau lembaga keuangan lainnya harus dikelola dengan baik dan digunakan sesuai dengan tujuan untuk membuat usaha lebih berkembang
3. Kesulitan untuk mengakses modal eksternal, adanya kesulitan bagi pelaku usaha untuk mendapatkan kredit perbankan karena adanya persyaratan-persyaratan yang sulit untuk dipenuhi
4. Keadaan usaha setelah adanya penambahan modal, keadaan yang diharapkan tentunya adalah perkembangan UMKM yang lebih maju. (Siti Fatimah et al., 2021)

Lama Usaha

Lama usaha adalah lama seseorang dalam menjalani usaha yang dijalankan, lama masa usaha ini membentuk pengalaman berwirausaha dan pengalaman akan mempengaruhi tingkah laku seseorang, lama usaha akan mempengaruhi beberapa faktor salah satunya yakni tingkat pendapatan yang diperoleh (Bustami et al., 2022). Pendapat tersebut sejalan dengan Mallisa, Mantong, dan Marewa (Mallisa et al., 2024) yang menyebutkan bahwa lama waktu usaha merupakan suatu yang menentukan pendapatan usaha, Menurut Budiyanto (Nurpadillah et al., 2024) terdapat beberapa indikator lama usaha yakni umur perusahaan cukup menggunakan informasi akuntansi, perusahaan sudah lama dalam menggunakan informasi akuntansi yang didapatkan sebagai dasar menentukan kebijakan, dan informasi akuntansi cukup lama digunakan perusahaan.

1.2 Hipotesis

Berdasarkan uraian pustaka maka didapatkan hipotesis penelitian sebagai berikut

H1 : *E-commerce* memiliki pengaruh terhadap pendapatan UMKM

H2 : Modal memiliki pengaruh terhadap pendapatan UMKM

H3 : Lama Usaha memiliki pengaruh terhadap pendapatan UMKM

2. METODE PENELITIAN

2.1. Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah pelaku UMKM yang ada pada wilayah Kecamatan Baki. Berdasarkan observasi awal yang diperoleh dari data Dinas UMKM Sukoharjo terdapat bahwa

jumlah UMKM di wilayah Baki Sukoharjo sebanyak 2661. Pada penelitian ini menggunakan rumus slovin untuk menentukan berapa jumlah sampel yang digunakan, perhitungan rumus slovin adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{2661}{1 + 26,61}$$

$$n = \frac{2661}{27,61}$$

$$n = 96,3781238682 \text{ dibulatkan menjadi } 96 \text{ pelaku UMKM}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut dengan e sebesar 10% maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 96 pelaku UMKM

2.2. Jenis dan Data Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan pada penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan menggunakan data primer yang didapatkan dari pada pelaku UMKM.

2.3. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik atau metode pengumpulan data yakni:

a. Kuisisioner

Penelitian ini menggunakan kuisisioner untuk mengetahui adanya pengaruh *e-commerce*, modal, dan lama usaha yang akan diberikan kepada pelaku UMKM secara langsung dan dengan media *google-form*.

b. Wawancara

Penelitian ini menggunakan metode wawancara guna memperoleh data lebih rinci serta untuk pelaku UMKM yang tidak dapat mengoperasikan *google-form*.

c. Studi Pustaka

Penelitian ini menggunakan studi pustaka untuk mendapatkan informasi dari jurnal-jurnal maupun buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

2.4. Teknik Pengambilan Sampel

Random sampling adalah teknik yang digunakan jika populasi memiliki unsur yang tidak homogen (Sugiyono, 2018)

2.5. Definisi Opersional Variabel

Penelitian ini menggunakan pendapatan sebagai variabel dependen. Pendapatan adalah hasil yang didapat sebuah perusahaan ketika menghasilkan produk yang baik dengan pengeluaran yang telah digunakan. Sedangkan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. *E-commerce* (X1)

E-commerce adalah aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk yang menggunakan jaringan telekomunikasi

b. Modal (X2)

Modal adalah barang atau yang bersama dengan faktor-faktor produksi tanah dan tenaga kerja yang dapat membuat barang ataupun jasa baru

c. Lama Usaha (X3)

Lama usaha adalah lama seseorang dalam menjalani usaha yang dijalankan, lama masa usaha ini membentuk pengalaman berwirausaha

d. Pendapatan UMKM (Y)

Pendapatan UMKM adalah suatu hasil atau pendapatan yang diperoleh UMKM dari keuntungan penjualan barang atau jasa.

2.6. Metode Analisis Data

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji Validitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui derajat ketepatan antara data sesungguhnya dengan data yang diperoleh saat penelitian dengan kondisi sesungguhnya pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2018)

2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji suatu instrument dalam penelitian dapat tetap digunakan secara berulang dengan menghasilkan data yang konsisten (Arikunto, 2019)

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian variabel independen dan dependen dalam sebuah regresi dan/atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak (Hindrayani & Totalia, 2010)

2) Uji Multikolinearitas

Hindrayani dan Totalia (Hindrayani & Totalia, 2010) menyebutkan bahwa uji multikolinearitas berfungsi untuk menemukan korelasi pada model regresi antar variabel.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya kesamaan penelitian ini dengan penelitian lain (Ghozali, 2013)

c. Uji Hipotesis

1) Analisis Uji Regresi Linier Berganda

Uji Regresi Linear Berganda berfungsi untuk mengetahui hubungan variabel terikat dengan variabel bebas dan memperkirakan seberapa jauh variabel perubahan nilai variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan (Sugiyono, 2018).

2) Uji Signifikansi Parsial atau Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui secara parsial tingkat signifikansi dari variabel independen terhadap variabel dependen dengan asumsi variabel independen lain dianggap tetap atau konstan.

3) Uji Signifikan Simultan atau Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama atau simultan.

4) Uji Koefisien Determinasi atau *Adjusted R Square*

Uji Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh signifikansi secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen.

3. PEMBAHASAN

3.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1) Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas *Ecommerce* (X1)

No	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1.	Item 1	0,358	0.1671	Valid
2.	Item 2	0,595	0.1671	Valid
3.	Item 3	0,746	0.1671	Valid
4.	Item 4	0,574	0.1671	Valid
5.	Item 5	0,695	0.1671	Valid
6.	Item 6	0,503	0.1671	Valid
7.	Item 7	0,678	0.1671	Valid

(Sumber: Data primer diolah peneliti, 2024)

Berdasarkan tabel 3 mengenai hasil uji validitas pada variabel *e-commerce* dapat disimpulkan bahwa dari 7 pernyataan terkait *e-commerce*, merupakan pernyataan valid karena $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Modal (X2)

No	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1.	Item 1	0,552	0.1671	Valid
2.	Item 2	0,680	0.1671	Valid
3.	Item 3	0,677	0.1671	Valid
4.	Item 4	0,636	0.1671	Valid

5.	Item 5	0, 658	0.1671	Valid
6.	Item 6	0, 680	0.1671	Valid
7.	Item 7	0, 644	0.1671	Valid

(Sumber: Data primer diolah peneliti, 2024)

Berdasarkan tabel 4 mengenai hasil uji validitas pada variabel modal dapat disimpulkan bahwa dari 7 pernyataan terkait modal, merupakan pernyataan valid karena r hitung $>$ r tabel.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Lama Usaha (X3)

No	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1.	Item 1	0, 760	0.1671	Valid
2.	Item 2	0, 661	0.1671	Valid
3.	Item 3	0, 836	0.1671	Valid
4.	Item 4	0, 804	0.1671	Valid
5.	Item 5	0, 820	0.1671	Valid
6.	Item 6	0, 695	0.1671	Valid
7.	Item 7	0, 673	0.1671	Valid

(Sumber: Data primer diolah peneliti, 2024)

Berdasarkan tabel 5 mengenai hasil uji validitas pada variabel lama usaha dapat disimpulkan bahwa dari 7 pernyataan terkait lama usaha, merupakan pernyataan valid karena r hitung $>$ r tabel.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Pendapatan UMKM (Y)

No	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1.	Item 1	0, 559	0.1671	Valid
2.	Item 2	0, 646	0.1671	Valid
3.	Item 3	0, 747	0.1671	Valid
4.	Item 4	0, 768	0.1671	Valid
5.	Item 5	0, 739	0.1671	Valid
6.	Item 6	0, 789	0.1671	Valid
7.	Item 7	0, 726	0.1671	Valid

(Sumber: Data primer diolah peneliti, 2024)

Berdasarkan tabel 6 mengenai hasil uji validitas pada variabel pendapatan UMKM dapat disimpulkan bahwa dari 7 pernyataan terkait pendapatan UMKM, merupakan pernyataan valid karena r hitung $>$ r tabel.

2) Uji Reliabilitas

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Batas Reliabilitas	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
E-Commerce (X1)	0,6	0, 740	Reliabel
Modal (X2)	0,6	0, 759	Reliabel
Lama Usaha (X3)	0,6	0, 784	Reliabel
Pendapatan UMKM (Y)	0,6	0, 776	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 7, menyatakan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel.

3.2. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Berdasarkan uji normalitas yang menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* didapatkan hasil Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 atau $> 0,05$ dan menunjukkan bahwa data berdistribusi normal

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
E-commerce (X1)	,469	2,132
Modal (X2)	,561	1,781
Lama Usaha (X3)	,673	1,487

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 8 terkait hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

- E-commerce* (X1) mempunyai nilai tolerance $0,469 > 0,10$ dengan nilai VIF $2,132 < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari masalah multikolinearitas.
- Modal (X2) mempunyai nilai tolerance $0,561 > 0,10$ dengan nilai VIF $1,71 < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari masalah multikolinearitas.
- Lama usaha (X3) mempunyai nilai tolerance $0,673 > 0,10$ dengan nilai VIF $1,478 < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari masalah multikolinearitas.

3) Uji Heterokedasitas

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedasitas

Variabel	Sig.	Keterangan
<i>E-commerce</i> (X1)	0,163	Non Heteroskedastisitas
Modal (X2)	0,906	Non Heteroskedastisitas
Lama Usaha (X3)	0.589	Non Heteroskedastisitas

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 9 terkait hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

- E-commerce* (X1) mempunyai nilai unstandardized residual sig. sebesar $0,163 > 0,05$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Modal (X2) mempunyai nilai unstandardized residual sig. sebesar $0,906 > 0,05$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Lama Usaha (X3) mempunyai nilai unstandardized residual sig. sebesar $0,589 > 0,05$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.3. Uji Hipotesis

1) Analisis Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Beta Coefficients
(Constant)	2,701
<i>E-commerce</i> (X1)	0,277
Modal (X2)	0,435
Lama Usaha (X3)	0,182

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 10 terkait hasil uji analisis regresi berganda dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Bentuk persamaan regresi berganda adalah: $Y = 2,701 + 0,277X_1 + 0,435X_2 + 0,182X_3$
- b. Nilai konstanta sebesar 2,701 memiliki arti jika nilai variabel bebas sebesar 0, maka nilai pendapatan UMKM adalah sebesar 2,701
- c. Penggunaan E-commerce memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,277, artinya apabila penggunaan *e-commerce* mengalami kenaikan sebesar 1 dan variabel lain bernilai konstan, maka nilai penggunaan *e-commerce* positif serta berpengaruh dalam meningkatkan pendapatan UMKM sebesar 0,277
- d. Modal memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,435, artinya apabila modal mengalami kenaikan sebesar 1 dan variabel lain bernilai konstan, maka nilai modal positif serta berpengaruh dalam meningkatkan pendapatan UMKM sebesar 0,435.
- e. Lama Usaha memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,182, artinya apabila lama usaha mengalami kenaikan sebesar 1 dan variabel lain bernilai konstan, maka nilai lama usaha positif serta berpengaruh dalam meningkatkan pendapatan UMKM sebesar 0,182

2) Uji Signifikasi Parsial atau Uji t

Tabel 11. Hasil Uji Signifikasi Parsial atau Uji t

Variabel	T	Sig.
<i>E-commerce</i> (X1)	2,307	,023
Modal (X2)	4,229	,000
Lama Usaha(X3)	2,162	,033

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Kriteria penilaian dalam uji t apabila hipotesis diterima adalah dengan membandingkan nilai t hitung > t tabel serta melihat nilai signifikan < 0,05. Berdasarkan tabel 11 terkait hasil uji t dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. *E-commerce* mempunyai t hitung (2,307) > t tabel (1,66) dengan nilai Sig. (0,023) < 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti *e-commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM
- b. Modal mempunyai t hitung (4,229) > t tabel (1,66) dengan nilai Sig. (0,000) < 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H2 diterima yang berarti modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.
- c. Lama usaha mempunyai t hitung (2,162) > t tabel (1,66) dengan nilai Sig. (0,033) < 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H3 diterima yang berarti lama usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM

3) Uji Signifikan Simultan atau Uji F

Tabel 12. Hasil Uji Signifikan Simultan atau Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	308,591	3	102,864	32,718	,000 ^b
	Residual	289,242	92	3,144		
	Total	597,833	95			

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Dasar pengambilan keputusan yang digunakan dalam Uji F apabila hipotesis diterima adalah dengan membandingkan nilai F hitung > F tabel serta nilai signifikan < 0,05. Berdasarkan tabel 12 terkait hasil uji F dapat diketahui nilai F hitung (32,718) > F tabel (1,3) dan nilai Sig. (0,000) < 0,05.

4) Uji Koefisien Determinasi atau *Adjusted R Square*

Tabel 13. Uji Koefisien Determinasi atau *Adjusted R Square*

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,718 ^a	,516	,500	1,77312
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1				

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel terkait hasil uji R² diketahui besaran R square adalah ,50 atau 50%. Hal tersebut berarti 50% pendapatan UMKM dipengaruhi oleh faktor penggunaan *e-commerce*, modal, dan lama usaha kemudian sisanya 50% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian

3.4. Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Pendapatan Umkm

Penelitian ini memiliki H1 yakni *e-commerce* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa H1 diterima. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini menunjukkan bahwa yakni *e-commerce* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Indikator *e-commerce* meliputi efisiensi biaya, reputasi, pemasaran, dan kemudahan. Apabila indikator semakin meningkat maka pendapatan UMKM menjadi semakin baik. Hasil ini didukung oleh penelitian Usman dan Supriyanti (2023) bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Wulandari & Wenagama (2023) menyatakan bahwa *e-commerce* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM.

3.5. Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan Umkm

Penelitian ini memiliki H2 yakni modal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa H2 diterima. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini menunjukkan bahwa yakni modal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Hasil ini didukung oleh penelitian Ni Made Gea Ayu Anjani & A.A Ketut Ayuningsasi (2023) menyatakan bahwa modal berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan UMKM. Dinda dkk (2021) menyatakan bahwa modal berpengaruh parsial signifikan terhadap pendapatan UMKM.

3.6. Pengaruh Lama Usaha Terhadap Pendapatan Umkm

Penelitian ini memiliki H3 yakni laba usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa H3 diterima. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini menunjukkan bahwa yakni lama usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Indikator lama usaha meliputi yakni umur perusahaan cukup menggunakan informasi akuntansi, perusahaan sudah lama dalam menggunakan informasi akuntansi yang didapatkan sebagai dasar menentukan kebijakan, dan informasi akuntansi cukup lama digunakan perusahaan. Apabila indikator semakin meningkat maka pendapatan UMKM menjadi semakin baik. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Marfuah dan Hartiyah (2019) bahwa lama usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM. Hidayah dan Estiningrum (2022) menyatakan bahwa lama usaha memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *E-commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan UMKM . unsur yang berpengaruh pada penelitian ini adalah efisiensi biaya, reputasi, pemasaran, dan kemudahan,
2. Modal berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan UMKM.. Unsur yang berpengaruh pada penelitian ini adalah struktur permodalan, penggunaan modal tambahan, akses modal eksternal, pengembangan modal.
3. Lama usaha berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan UMKM. Unsur yang berpengaruh pada penelitian ini adalah umur perusahaan cukup menggunakan informasi akuntansi, perusahaan

sudah lama dalam menggunakan informasi akuntansi yang didapatkan sebagai dasar menentukan kebijakan, dan informasi akuntansi cukup lama digunakan perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

- Aliffah Hermawan, N., Mulyadi, D., & Pertiwi Hari Sandi, S. (2024). the Effect of Own Capital, Borrowed Capital, and Length of Business on Msme Income in East Karawang District. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(2), 2597–5234.
- Amalia, N. (2022). Pengaruh Modal Biaya Produksi Jumlah Tenaga Kerja dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan UMKM Pada Industri Batu Bata Di Kecamatan Teras. *Jurnal Manajemen Informatika & Teknologi*, 2(2), 69–78. <https://doi.org/10.51903/mifortekh.v2i2.208>
- Amelia, R., Lukita, C., & Septiawati, R. (2023). Pengaruh Kredit Usaha Rakyat, Modal Sendiri, Lama Usaha dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Karawang. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 1(2), 59–72. <https://doi.org/10.57235/mantap.v1i2.1283>
- Bustami, A. W., Helfenta, H., Zulkarnain, I., & Sarmigi, E. (2022). PENGARUH LAMA USAHA DAN TINGKAT SUKU BUNGA TERHADAP KEPUTUSAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) MENGAMBIL KREDIT DI PERBANKAN (Studi Kecamatan Hamparan Rawang). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(2), 181–188. <https://doi.org/10.31846/jae.v10i2.456>
- Diana Santri, P., & Aida, N. (2023). Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, dan E-commerce terhadap Pendapatan UMKM di Kota Bandar Lampung (Studi Kasus Sentra Keripik Pisang Pagar Alam). *Journal on Education*, 6(1), 7299–7306. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i1.3992>
- DinasUMKMSukoharjo. (n.d.). *DATA UMKM Kabupaten Sukoharjo 2023*.
- Dinda W.R, P., Balafif, M., & Wahyuni, S. T. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Tempe di Desa Sepande Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo. *Bharanomics*, 2(1), 47–57. <https://doi.org/10.46821/bharanomics.v2i1.190>
- Fatma, M., Studi Ilmu Administrasi Bisnis, P., Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, F., & Riau, U. (2024). The Effect Of Using E-Commerce And Digital Payment On UMKM Income (Case Study On UMKM In The Culinary Sector Of Tuah Madani Sub-District, Pekanbaru City) Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dan Digital Payment Terhadap Pendapatan UMKM (Studi Kasus Pada Umkm Se. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 3518–3535. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Fitriani, D. (2023). Peranan Sistem Informasi Manajemen Terhadap Perkembangan E-Commerce Dalam Pengambilan Keputusan Bagi Usaha Umkm. *Jkpim : Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–14.
- Furqon, D. F. (2018). Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pengusaha Lanting Di Lemah Duwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(4), 51–59.
- Ghozali, I. (2013). Analisis multivariate program edisi 7. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hidayah, S. N., & Estiningrum, S. D. (2022). Pengaruh modal, jam kerja, dan lama usaha terhadap pendapatan UMKM counter pulsa di Kecamatan Pace. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3), 1542–1550. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i3.2423>
- Hindrayani, A., & Totalia, S. A. (2010). *Buku Metodologi Penelitian , Edisi Revisi Tahun 2021*.
- Loho, G. F., Engka, D. S. M., & Rorong, I. P. F. (2023). Analisis Pengaruh Modal dan Dana Bantuan Langsung Tunai terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Langowan Barat Kabupaten Minahasa pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 3(1), 73–84.
- Mallisa, R. L., Mantong, A., & Marewa, J. B. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kota Rantepao Kabupaten Toraja Utara. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 11809–11823.
- Marfuah, S. T., & Hartiyah, S. (2019). Pengaruh Modal Sendiri, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Teknologi, Lama Usaha, dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Usaha (Studi Kasus Pada UMKM di Kabupaten Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering*, 1(1), 183–195.

- Melania Putri, Rahmaddiansyah, & sofyan. (2023). Pengaruh Modal, Lama Usaha, Tingkat Pendidikan dan Implementasi DigitalMarketing Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah MAhasiswa Pertanian*, 8(2), 217–229. www.jim.unsyiah.ac.id/JFP
- Ni Made Gea Ayu Anjani, & A.A Ketut Ayuningsasi. (2023). Pengaruh Modal, Lama Usaha, Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan UMKM Sektor Perdagangan Di Kabupaten Badung. *Public Service and Governance Journal*, 4(2), 93–100. <https://doi.org/10.56444/psgj.v4i2.930>
- Nurpadillah, S., Sujaya, F. A., & Astriani, D. (2024). The effect of accounting training, education level and length of business on the use of accounting information in micro, small and medium enterprises (msmes) in subang regency. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7, 7651–7664.
- PemkabSukoharjo. (2023, September 22). *Kabupaten Sukoharjo Meluncurkan “Kompas UMKM” sebagai upaya Tingkatkan Kesejahteraan Masyarakat Melalui UMKM*. <https://portal.sukoharjokab.go.id/2023/09/22/kabupaten-sukoharjo-meluncurkan-kompas-umkm-untuk-tingkatkan-kesejahteraan-masyarakat-melalui-umkm/>
- Sadrakh Zefanya Putra, Shasabila Titanie Harianto, & Yabes Christian Matondang. (2023). Analisis Pengaruh E-Commerce: Studi Literatur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(2), 119–131. <https://doi.org/10.55606/juisik.v3i2.494>
- Siti Fatimah, M. Yahya, & Khairatun Hisan. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Sumber Daya Manusia, dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan UMKM di Kecamatan Kota Kualasimpang Kabupaten Aceh Tamiang. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(2), 151–172. <https://doi.org/10.32505/jim.v3i2.3481>
- Suarna, I. F., Marhamah, M., & Nurhalijah, I. S. (2024). Peran Kewirausahaan Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Melalui E-Commerce Di Desa Bojong Kalapa. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 177–184.
- Sudiantini, D., Adelia, L., Prastiwi, L., BR Kembaren, L., & Dwi Saiful Qhozi, M. (2023). Manajemen Pemasaran Kewirausahaan Melalui E-Commerce Untuk Meningkatkan Sebuah Kinerja UMKM. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1641–1650. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.902>
- Sugiyono. (2018) *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Usman, U., & Supriyati, D. (2023). Influence E-Commerce Transactions, Capital, and Length of Business towards The Increase Income Micro, Small and Medium Enterprises. *Research of Economics and Business*, 1(1), 36–46. <https://doi.org/10.58777/reb.v1i1.29>
- Wulandari, N. Y., & Wenagama, W. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Tanaman Hias Di Kota DenpasarPrasetyo, Teguh. *Jurnal Mantap*, 12(11), 2308–2318. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/index>