



PENGARUH *E-COMMERCE*, LAMA USAHA DAN MODAL TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH PEMPEK 26 ILIR PALEMBANG

Salsabilah Pratami^{1*} Lili Syafitri² dan Mutiara Kemala Ratu³

^{1,2,3}Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri
Jl. Jend. Sudirman Km. 4 No. 62, 20 Ilir Kec Ilir Timur I, Palembang, Indonesia

*Corresponding Author: salasabilahpratami@gmail.com

Diterima: Mei 2023; Direvisi: Mei 2023; Dipublikasikan: Mei 2023

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of using e-commerce, length of business and capital on increasing income at UMKM Pempek 26 Ilir Palembang. The design of this study used quantitative research in which data was collected by distributing questionnaires. The population and sample in this study were 50 Pempek MSME actors located around Pasar 26 Ilir Palembang. Data analysis techniques consisted of data quality tests, basic assumption tests, simple linear regression analysis, t tests, and coefficient of determination tests (R2) with the help of SPSS Version 26. The research method used was simple linear regression analysis. The results of the study prove that the use of e-commerce (X1) has a positive effect on increasing income (Y). Length of Business (X2) has a positive effect on Increasing Income (Y). And capital (X3) has a positive effect on increasing income (Y).

Keywords: *e-commerce, length of business, capital, increase in income*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-commerce*, lama usaha dan modal terhadap peningkatan pendapatan pada UMKM Pempek 26 Ilir Palembang. Rancangan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang dalam pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Populasi dan sampel pada penelitian ini yaitu pelaku UMKM Pempek yang terletak di sekitar Pasar 26 Ilir Palembang sebanyak 50 orang. Teknik analisis data terdiri dari uji kualitas data, uji asumsi dasar, analisis regresi linear sederhana, uji t, dan uji koefisien determinasi (R2) dengan bantuan SPSS Version 26. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian membuktikan bahwa Penggunaan *e-commerce* (X₁), Lama Usaha (X₂) dan Modal (X₃) berpengaruh positif terhadap Peningkatan Pendapatan (Y).

Kata Kunci: *e-commerce, lama usaha, modal, peningkatan pendapatan*

PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran yang signifikan terhadap dunia ekonomi Indonesia, dengan memanfaatkan sumber daya untuk diolah menjadi sesuatu yang bermanfaat hal inilah yang membuat terciptanya sebuah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan yang banyak dilakukan oleh negeri Indonesia, UMKM sangat penting dalam menciptakan lapangan pekerjaan membantu pemerintah dalam mengurangi angka pengangguran yang ada dan meningkatkan tingkat perekonomian masyarakat (Widiya et al., 2022)

Pertumbuhan UMKM yang ada saat ini tentunya harus dibarengi dengan kesiapan para pelaku UMKM dalam menghadapi dunia *digital* (Usman, 2022). Saat ini inovasi dari internet telah berkembang pesat dan mempengaruhi berbagai lini kehidupan individu dan kelompok masyarakat. Inovasi ini dinilai dapat memberikan keuntungan kepada berbagai pihak, mengingat untuk mendukung Latihan bisnis UMKM. Internet kini telah menjadi kebutuhan untuk meningkatkan dan memenangkan persaingan bisnis di bidang promosi dan penjualan dari hasil produksi (Aprilyan et al., 2022).

UMKM harus memanfaatkan pemberdayaan pemasaran secara *digital* atau *e-commerce*. *E-commerce* menjadi solusi yang kongkrit bagi UMKM dalam menjalankan proses bisnisnya agar dapat mempertahankan bisnisnya. *E-commerce* dapat mempermudah UMKM dalam memasarkan produknya tanpa mempertemukan penjual dan konsumen secara langsung. Strategi pemasaran berbasis *e-commerce* memiliki potensi yang besar dilihat dari semakin maraknya pengguna internet aktif. *E-commerce* mempermudah UMKM memperluas pemasaran ke pasar yang lebih global berpotensi memperluas penjualan secara *realtime* (Anggraini et al., 2022).

E-commerce merupakan salah satu sektor yang tercipta sebagai hasil dari kemajuan teknologi, dan telah menciptakan lapangan kerja baru bagi perekonomian. *E-commerce* adalah salah satu cabang ekonomi yang paling menguntungkan dan memiliki potensi pertumbuhan lebih lanjut. Namun, agar sukses pasar *e-commerce* membutuhkan situs web berkualitas tinggi sehingga dapat menarik pengguna (Bănescu et al., 2022). *E-commerce* adalah proses, pembelian dan pemasaran produk melalui media elektronik atau internet yang bisa dilakukan tanpa harus bertemu anatar penjual dan pembeli. *E-commerce* adalah melakukan bisnis, membuat, mengelola dan meluaskan hubungan komersial secara *online* (Laudon, C & Traver, 2017). *E-commerce* yang sukses melibatkan pembayaran, pengembangan dan perencanaan produk, mengelola produksi atau manufaktur, pemasaran serta penjualan. Dengan memanfaatkan *e-commerce* peluang pasar penjualan tidak lagi hanya fokus kepada masyarakat atau konsumen dilokasi tertentu saja, tetapi dapat menjangkau pasar yang lebih luas (Romindo et al., 2019).

Lama usaha merupakan lama waktu yang sudah dijalani pengusaha dalam menjalankan usahanya. Biasanya semakin lama pengusaha menjalani usaha maka semakin banyak pula pengalaman yang diperoleh. Pengalaman yang matang tersebut dapat mempengaruhi pendapatan karena dengan semakin lama usaha seseorang maka semakin produktifitas kerja seseorang dalam menghasilkan produk yang memuaskan (Safrianti, 2020). Terkadang orang yang sudah lama berwirausaha juga terpaan serta mental yang dimiliki berbeda. Seorang pengusaha yang memiliki kemampuan serta pengalaman dan juga jam terbang yang tinggi biasanya mampu mengambil keputusan dalam setiap kondisi dan keadaan (Datu, 2022).

Modal adalah factor yang mempunyai peran sangat penting dalam proses produksi, karena modal diperlukan Ketika pengusaha hendak mendirikan perusahaan yang baru untuk memperluas usaha yang sudah ada, tanpa modal yang cukup akan sangat berpengaruh terhadap kelancaran usaha sehingga akan mempengaruhi pendapatan yang akan diperoleh (Sundari, 2023). Modal adalah bagian atau hak milik yang dimiliki oleh pengusaha, yang digunakan untuk dimiliki oleh pengusaha yang digunakan untuk biaya operasi pada saat bisnis tersebut

Salsabilah Pratami, Lili Syafitri dan Mutiara Kemala Ratu: PENGARUH *E-COMMERCE*, LAMA USAHA DAN MODAL TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH PEMPEK 26 ILIR PALEMBANG

dijalankan dengan selisih kewajiban yang digunakan dalam menjalankan kegiatan usahanya (Hidayah, 2022).

Pendapatan menurut ilmu akuntansi adalah nilai maksimum yang dikonsumsi seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan kondisi yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Dengan kata lain, pendapatan adalah jumlah asset pada awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama suatu periode bukan hanya apa yang dikonsumsi (Aprilyan et al., 2022). Selain itu pendapatan merupakan unsur terpenting dalam suatu perusahaan atau bisnis untuk menentukan kemajuan suatu perusahaan, pendapatan adalah darah kehidupan dari suatu perusahaan tanpa pendapatan tidak ada laba, tanpa laba maka tidak ada perusahaan (Harnanto, 2019).

Tabel 1. Data Identitas Toko Kuliner Pempek di 26 Ilir Palembang

No.	Nama Toko	No.	Nama Toko
1.	Pempek Lala	26.	Pempek H. Dawa
2.	Pempek Edy	27.	Pempek Mustika
3.	Pempek Rayhan	28.	Pempek Cek Eka
4.	Pempek Cek Ida	29.	Pempek Nony
5.	Pempek Dos	30.	Pempek Pak Raden
6.	Pempek Nyayu	31.	Pempek Candy
7.	Pempek Dayat	32.	Pempek Terkenal
8.	Pempek Cek Ima	33.	Pempek Ellen
9.	Pempek Ria	34.	Pempek Caplin
10.	Pempek Murni	35.	Pempek Lek Min
11.	Pempek Ance	36.	Pempek PHB
12.	Pempek Muyan	37.	Pempek Cek Nur
13.	Pempek Mang Yan	38.	Pempek Farida
14.	Pempek Tasya	39.	Pempek Hasan
15.	Pempek Arifin	40.	Pempek Akbar
16.	Pempek Mang Cik Alak	41.	Pempek Betti
17.	Pempek Rajo Salman	42.	Pempek Jana
18.	Pempek Aan	43.	Pempek Rudi
19.	Pempek Dapur Bingen	44.	Pempek Boni
20.	Pempek Nayla	45.	Pempek Indah
21.	Pempek Arya	46.	Pempek Mang Cik
22.	Pempek Vera	47.	Pempek Nurjanah
23.	Pempek Novi	48.	Pempek Dhila
24.	Pempek Uden	49.	Pempek Cek Linda
25.	Pempek Saga	50.	Pempek Hesty

Sumber: Hasil Survei Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel 1 diatas menggambarkan bahwa UMKM pada pempek di daerah sekitar 26 Ilir ada sebanyak 50 unit usaha. Adapun permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM pempek 26 Ilir adalah tingginya daya saing yang diakibatkan jenis usaha yang sama dan jarak usaha yang berdekatan oleh sebab itu mengakibatkan persaingan sengit dalam mempertahankan usaha, pelanggan yang didapat juga hanya pelanggan sekitar lingkungan usaha saja dikarenakan rata-rata penjual hanya memasarkan produknya secara langsung tanpa memanfaatkan internet sebagai media promosi dan sarana berjualan secara online, terbatasnya promosi terhadap target pasar, lamanya usaha juga berpengaruh pada daya saing karena lama usaha membuat pelanggan lebih mengenali nama usaha tersebut sehingga pelanggan biasanya membeli pada toko yang sudah ada brandingnya saja, dan modal yang terbatas juga menjadi masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha dimana jika modal usaha besar maka akan semakin banyak produksi yang dapat dibuat untuk usaha namun jika modalnya terbatas mereka hanya memproduksi sesuai dengan kemampuan modal sehingga laba yang didapatkan juga kurang maksimal, fenomena ini membuat pelaku usaha harus memiliki strategi yang kuat untuk bertahan dalam tingginya daya saing bisnis adalah satunya dengan memanfaatkan penggunaan

e-commerce dimana peran *e-commerce* saat ini sangat berkembang pesat pada era digital kini agar dapat menjangkau target pasar lebih luas, meningkatkan promosi agar dapat menarik minat pelanggan, dan dapat meningkatkan pendapatan. *E-commerce* yang sukses melibatkan pembayaran, pengembangan dan perencanaan produk, mengelola produksi atau manufaktur, pemasaran serta penjualan. Dengan memanfaatkan *e-commerce* peluang pasar penjualan tidak lagi hanya fokus kepada masyarakat atau konsumen di lokasi tertentu saja, tetapi dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Jika *e-commerce* ini dapat menambah pendapatan maka modal juga dapat bertambah dan pelaku usaha dapat memaksimalkan produksi pempek untuk dijual agar pendapatan meningkat dan laba yang didapat juga maksimal.

Penelitian serupa sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, diantaranya Penelitian yang dilakukan oleh Tesa Nurul Safrianti dengan judul “Pengaruh Transaksi *Online (E-commerce)*, Modal dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal”. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah pada penelitian terdahulu melakukan penelitian pada UMKM yang ada di Kabupaten Tegal, sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada UMKM Pempek di 26 Ilir Palembang. Dan perbedaan lainnya yaitu pada penelitian terdahulu tidak menggunakan *grand theory* sedangkan penelitian ini menggunakan *grand theory* yaitu *contingency theory*. Dengan memperoleh hasil dari koefisien determinasi diperoleh R² sebesar 0,386 atau 38,6%. Dapat diartikan bahwa 38,6% pendapatan UMKM dipengaruhi oleh Transaksi Online, Modal, dan Lama Usaha sedangkan sisanya 62,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini (Safrianti, 2020).

Penelitian lain juga dilakukan oleh Muhammad Rendy Setyawan (2022) dengan judul “Modal, Tenaga Kerja dan Lama Usaha Beserta Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Industri Kecil Menengah (IKM) Batik di Kampoeng Batik Jetis Kabupaten Sidoarjo”. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah pada penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan terhadap variabel modal, tenaga kerja dan lama usaha. Sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan terhadap variabel *e-commerce*, lama usaha dan modal. Dengan memperoleh hasil secara simultan seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap pendapatan IKM batik. Variabel yang berpengaruh secara dominan yaitu tenaga kerja (X₂) sebesar 33,73% (Setyawan, 2022).

Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh *e-commerce*, lama usaha dan modal terhadap peningkatan pendapatan UMKM Pempek 26 Ilir Palembang”.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Kontijensi (*Contingency Theory*)

Teori kontijensi adalah pendekatan yang mempelajari bagaimana faktor-faktor kontigen seperti teknologi, budaya dan lingkungan eksternal. Teori kontijensi adalah teori kesesuaian pemimpin yang berarti menyesuaikan pemimpin dengan kondisi yang tepat. Teori yang dikemukakan oleh Fiedler's ini berpendapat bahwa kinerja pemimpin ditentukan dari pemahamannya terhadap situasi dimana mereka memimpin. Filosofi pola pikir teori kontijensi berdasarkan bahwa setiap organisasi memiliki karakteristik masing-masing dan menghadapi masalah yang berbeda. Oleh karena itu pendekatan ini mempunyai pandangan bahwa situasi yang berbeda harus dihadapi dengan perilaku kepemimpinan yang berbeda pula dan setiap organisasi harus dihadapi dengan gaya kepemimpinan tersendiri (Anggi Pramiswari & Dharmadiaksa, 2017).

Keterkaitan *Contingency Theory* pada penelitian ini dapat digunakan untuk menganalisis pengaruh *e-commerce* untuk memberikan informasi teknologi yang dapat digunakan dalam usaha untuk berbagai macam tujuan aktivitas jual beli, menjangkau target market yang lebih luas dan kemudahan dalam berkomunikasi dengan konsumen sehingga menghasilkan suatu

keputusan untuk menghadapi dan bertahan disaat persaingan bisnis yang makin sengit dan juga dapat membantu meningkatkan pendapatan usaha. Lalu keterkaitan pada variable lama usaha yaitu mengetahui pengaruh lamanya seorang pelaku usaha atau bisnis menekuni bidang usahanya, karena semakin lama seseorang menjalankan usahanya maka semakin meningkatkan pengetahuan pelaku usaha tentang selera ataupun perilaku konsumen. Hal tersebut juga akan berpengaruh terhadap pendapatan usahanya, saat keterampilan berdagang makin bertambah maka akan semakin banyak relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil dijaring. Serta keterkaitan pada variabel modal adalah menjelaskan keputusan seorang pimpinan dalam mengambil keputusan besarnya modal usaha, karena semakin besar modal yang dikeluarkan maka memungkinkan untuk menambah banyaknya produksi untuk dijual hal ini akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh sesuai dengan karakteristik dan skala usahanya untuk mendapatkan laba yang maksimal.

Pengaruh *E-Commerce*, Lama Usaha dan Modal Terhadap Peningkatan Pendapatan pada UMKM Pempek 26 Ilir Palembang

E-commerce mencakup berbagai kegiatan termasuk transaksi barang atau jasa secara elektronik, layanan pengiriman konten digital online, transfer dana elektronik, transaksi saham elektronik, slip pembayaran elektronik, bisnis lelang, kerjasama desain dan rekayasa, pengadaan online, pengadaan publik, konsumen langsung pemasaran dan layanan purna jual (Helmalia & Afrinawati, 2018). Semakin tinggi kesadaran pelaku UMKM untuk memanfaatkan *e-commerce* maka semakin besar kemungkinan usahanya mengalami peningkatan pendapatan.

Dalam menjalankan usaha, lama usaha merupakan salah satu faktor penting. Karena semakin lama usaha tersebut berjalan maka semakin banyak memiliki relasi dan memungkinkan untuk terus meningkatkan pendapatan dikarenakan banyak yang sudah mengetahui keberadaan usaha tersebut. Dalam hal modal semakin tinggi modal maka akan semakin tinggi juga hasil produksinya hal tersebut dapat mempengaruhi pencapaian pendapatan usaha.

Hal ini sejalan dengan teori kontigensi bahwa seorang dalam usaha pemimpin dapat menyesuaikan atau menentukan kondisi yang tepat untuk menghadapi tantangan dalam usaha agar usahanya tetap berjalan dan terus meningkatkan pendapatan usaha.

Berdasarkan penelitian Modal, Tenaga Kerja dan Lama Usaha Beserta “Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Industri Kecil Menengah (IKM) Batik di Kampong Batik Jetis Kabupaten Sidoarjo” menyimpulkan bahwa semua secara simultan seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap pendapatan IKM batik. Dibuktikan dengan nilai signifikan yaitu sebesar 0,000 yang lebih kecil dari ($\alpha = 5\%$ atau 0,05), lalu hasil dari uji koefisien determinasi sebesar 0,637 yang menunjukkan bahwa 63,7% dari variabel modal, tenaga kerja dan lama usaha dapat menjelaskan pendapatan IKM batik jetis sedangkan untuk sisanya 36,3% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti (Setyawan, 2022). Berdasarkan uraian dari penelitian terdahulu maka dalam penelitian ini, hipotesis yang pertama yaitu:

H₁ : *E-commerce*, lama usaha dan modal berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan pada UMKM Pempek 26 Ilir Palembang.

Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan pada UMKM Pempek 26 Ilir Palembang

E-commerce merupakan saluran *online* yang dijangkau seseorang yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan

memberi jasa informasi pada konsumen. Semakin tinggi penggunaan *e-commerce* pada UMKM maka semakin meningkatkan pendapatan UMKM.

Hal ini sejalan dengan teori kontijensi dijelaskan tentang kepemimpinan dapat dilihat bahwa apabila seorang pemimpin memiliki pemahaman dalam penggunaan *e-commerce* dapat memberikan informasi yang bisa digunakan untuk berbagai macam tujuan aktivitas jual beli, menjangkau target pasar yang lebih luas sehingga menghasilkan suatu keputusan untuk menghadapi dan bertahan saat persaingan bisnis yang makin sengit dan juga dapat membantu meningkatkan pendapatan usaha.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan judul Pengaruh *E-commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Lombok Barat menyimpulkan bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Daerah Kabupaten Lombok Barat. Yang dapat dilihat dari uji-t memperoleh hasil t-hitung $8,872 > t\text{-tabel } 1,65589$ dan signifikan $< \alpha = 0,05$ ($0,00 < 0,05$). Jadi, dapat disimpulkan bahwa penerapan *e-commerce* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Lombok Barat yang artinya semakin tinggi penggunaan *e-commerce* pada UMKM maka semakin meningkat pendapatan UMKM di Kabupaten Lombok Barat (Aprilyan et al., 2022). Berdasarkan uraian dari penelitian terdahulu maka dalam penelitian ini, hipotesis yang kedua yaitu:

H₂ : *E-commerce* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan pada UMKM Pempek 26 Ilir Palembang.

Pengaruh Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan pada UMKM Pempek 26 Ilir Palembang

Semakin lama usaha yang dijalankan maka semakin banyak memiliki relasi bisnis dan pelanggan yang bisa menyebabkan peningkatan pendapatan se;ain itu lama usaha atau lama bekerja berpengaruh terhadap pendapatan karena semakin lama bekerja maka akan semakin terampil yang berarti terjadi peningkatan produktifitas sehingga secara langsung pendapatan yang diperoleh juga bertambah.

Hal ini sejalan dengan teori kontijensi bahwa seorang pelaku usaha atau bisnis menekuni bidang usahanya, karena semakin lama seseorang menjalankan usahanya maka semakin meningkatkan pengetahuan pelaku usaha tentang selera ataupun perilaku konsumen. Hal tersebut juga akan berpengaruh terhadap pendapatan usahanya, saat keterampilan berdagang makin bertambah maka akan semakin banyak relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil dijaring.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan Judul “Pengaruh Transaksi *Online* (*E-commerce*), Modal, dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm di Kabupaten Tegal” menunjukkan bahwa lama usaha berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan. Dari perhitungan uji hipotesis (uji t) diperoleh nilai $\alpha = 0,005 < 0,025$ sehingga dapat disimpulkan bahwa lama usaha berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal (Safrianti, 2020). Berdasarkan uraian dari penelitian terdahulu maka dalam penelitian ini, hipotesis yang ketiga yaitu:

H₃ : Lama usaha berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan pada UMKM Pempek 26 Ilir Palembang.

Pengaruh Modal Terhadap Peningkatan Pendapatan pada UMKM Pempek 26 Ilir Palembang

Modal memegang peranan penting agar proses produksi berjalan dengan lancar dan meningkatkan pendapatan. Modal menjadi perhatian khusus bagi para pengusaha, karena peran modal hal yang penting dalam kegiatan operasional perusahaan sehari-hari. Pada umumnya

pendapatan yang besar juga membutuhkan modal yang besar. Namun terkadang mereka tidak dapat memisahkan modal usaha dan pembiayaan sehari-hari, terlihat bahwa kelemahan modal para pengusaha kecil, menengah dan mikro ini terkait dengan status ekonomi dan pendapatan mereka.

Sejalan dengan teori kontijensi yang menggambarkan suatu keadaan dimana seorang pimpinan mengambil keputusan untuk mengeluarkan modal guna menunjang aktivitas bisnisnya. Karena semakin banyak modal yang dikeluarkan maka akan semakin tinggi juga kemungkinan pendapatan yang akan diperoleh.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pengaruh *E-commerce*, Modal Usaha dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan UMKM Kuliner di Kota Jambi Pada Masa Pandemi COVID-19” menunjukkan bahwa modal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Yang dapat dilihat dari uji-t memperoleh hasil t-hitung 3,290 > t-tabel 2,019 dan signifikan < $\alpha = 0,05$ ($0,002 < 0,05$). Maknanya pendapatan pengusaha akan meningkat apabila pengusaha berani untuk melakukan penambahan kuantitas jenis dan barang yang diperjualbelikan, tentu saja yang paling berpengaruh adalah menambah modal usaha (Sundari, 2023). Sehingga dalam penelitian ini, hipotesis yang keempat yaitu:

H₄ : Modal berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan pada UMKM Pempek 26 Ilir Palembang.

METODE PENELITIAN

Populasi penelitian ini adalah semua pelaku UMKM Pempek di 26 Ilir Palembang yaitu dengan total sebanyak 50 orang. Total populasi tersebut diperoleh dari hasil survei langsung yang dilakukan peneliti ke tempat penelitian yaitu Kampung Pempek 26 Ilir Palembang. Berdasarkan hasil survei maka diperoleh 50 orang atau unit usaha yang dijadikan tempat penelitian oleh peneliti. Karena untuk mempermudah penelitian maka peneliti memutuskan untuk menjadikan semua total populasi menjadi sampel penelitian. Teknik pemilihan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan Teknik sampling jenuh yang berarti teknik pengambilan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sampel dan dalam penelitian ini dengan sampel sebanyak 50 orang. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode observasi, studi kasus dan membagikan kuesioner dengan skala yang digunakan skala likert.

Adapun teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang dipergunakan untuk mengumpulkan, mengolah dan kemudian menyajikan data observasi agar pihak lain dapat dengan mudah memahami objek dari penelitian tersebut. Setelah data terkumpul, selanjutnya data akan dianalisis dengan menggunakan aplikasi yaitu SPSS Versi 26.0. Namun, sebelum data tersebut dianalisis perlunya diuji terlebih dahulu apakah data tersebut *valid* dan *reliabel*. Lalu selanjutnya uji data lain yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heterokedastisitas), analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis (uji simultan, uji parsial, koefisien korelasi dan koefisien determinasi).

ANALISA DAN PEMBAHASAN

Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dan uji validitas biasanya dilakukan uji signifikan atau dilakukan dengan melihat $R_{hitung} > R_{tabel}$, adapun hasil validitas kuesioner untuk melihat variabel yang diteliti dijelaskan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel E-Commerce (X₁)

Item	R _{Hitung}	Sig	R _{Tabel}	Keterangan
X ₁ 1	0,949	0,000	0,2787	Valid
X ₁ 2	0,913	0,000	0,2787	Valid
X ₁ 3	0,944	0,000	0,2787	Valid
X ₁ 4	0,949	0,000	0,2787	Valid
X ₁ 5	0,923	0,000	0,2787	Valid

Sumber: Hasil Pengelolaan dengan SPSS Versi 26.0 (2022)

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Lama Usaha (X₂)

Item	R _{Hitung}	Sig	R _{Tabel}	Keterangan
X ₂ 1	0,854	0,000	0,2787	Valid
X ₂ 2	0,869	0,000	0,2787	Valid
X ₂ 3	0,881	0,000	0,2787	Valid
X ₂ 4	0,882	0,000	0,2787	Valid
X ₂ 5	0,891	0,000	0,2787	Valid

Sumber: Hasil Pengelolaan dengan SPSS Versi 26.0 (2022)

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Modal (X₃)

Item	R _{Hitung}	Sig	R _{Tabel}	Keterangan
X ₃ 1	0,836	0,000	0,2787	Valid
X ₃ 2	0,818	0,000	0,2787	Valid
X ₃ 3	0,835	0,000	0,2787	Valid
X ₃ 4	0,739	0,000	0,2787	Valid
X ₃ 5	0,672	0,000	0,2787	Valid

Sumber: Hasil Pengelolaan dengan SPSS Versi 26.0 (2022)

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Peningkatan Pendapatan (Y)

Item	R _{Hitung}	Sig	R _{Tabel}	Keterangan
Y 1	0,849	0,000	0,2787	Valid
Y 2	0,863	0,000	0,2787	Valid
Y 3	0,898	0,000	0,2787	Valid
Y 4	0,905	0,000	0,2787	Valid
Y 5	0,870	0,000	0,2787	Valid

Sumber: Hasil Pengelolaan dengan SPSS Versi 26.0 (2022)

Berdasarkan pada keempat table diatas menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan dinyatakan *valid*, karena R_{Hitung} lebih besar dari R_{Tabel} = 0,2787 dan setiap pertanyaan sudah berkorelasi signifikan ($\alpha < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel, reliabilitas dapat diukur dengan menggunakan uji statistik *cronbach's alpha* (α), pada suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's alpha* (α) > 0,06. Semakin nilai alphanya mendeakti satu maka nilai reliabilitas datanya semakin terpecaja untuk masing-masing variabel. Hasil pengujian reliabilitas data dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronchbach's Alpha	Ketentuan	Hasil
X ₁	0,964	0,6	Reliabel
X ₂	0,921	0,6	Reliabel
X ₃	0,839	0,6	Reliabel
Y	0,923	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil Pengelolaan dengan SPSS Versi 26.0 (2022)

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan semua variabel mempunyai koefisien alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukuran masing-masing variabel daari kuesioner reliabel sehingga layak digunakan sebagai alat ukur untuk item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dimana uji normalitas ini untuk mengetahui apakah suatu populasi data berdistribusi normal atau tidak. Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas-One Sample Kolmogrov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.39954078
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.060
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Hasil Pengelolaan dengan SPSS Versi 26.0 (2022)

Dari hasil uji normalitas menggunakan metode *One Sample Kolmogrov-Smirnov* didapat hasil signifikan dari uji normalitas sebesar 0,200 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikan 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa uji test normalitas pada penelitian ini adalah berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas ini untuk mengetahui keadaan dimana ada atau tidak hubungan linier secara sempurna atau mendekati sempurna secara variabel independen dalam model regresi. Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	.825	1.338			.617	.540		
<i>E-commerce</i>	.340	.080	.455		4.270	.000	.253	3.954
Lama Usaha	.477	.106	.473		4.494	.000	.259	3.863
Modal	.117	.050	.131		2.370	.022	.944	1.060

a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan

Sumber: Hasil Pengelolaan dengan SPSS Versi 26.0 (2022)

Dari output diatas, dapat diketahui bahwa nilai toleransi ketiga variabel lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas pada model regresi.

Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yaitu bertujuan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu (*error term*) sebaiknya kedastisitasnya dalam keadaan normal. Uji heterokedastisitas yang dilakukan menggunakan uji glejser yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1.870	.849			2.203	.033
<i>E-commerce</i>	-.008	.051	-.045		-.156	.877
Lama Usaha	-.002	.067	-.010		-.034	.973
Modal	-.033	.031	-.158		-1.058	.296

Sumber: Hasil Pengelolaan dengan SPSS Versi 26.0 (2022)

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui besarnya variabel independen (bebas) *E-commerce* (X_1), Lama Usaha (X_2), Modal (X_3) terhadap variabel dependen (terikat) Peningkatan Pendapatan (Y).

Tabel 10. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	.825	1.338			.617	.540
<i>E-commerce</i>	.340	.080	.455		4.270	.000
Lama Usaha	.477	.106	.473		4.494	.000
Modal	.117	.050	.131		2.370	.022

a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan

Sumber: Hasil Pengelolaan dengan SPSS Versi 26.0 (2022)

Berdasarkan tabel 10 hasil SPSS versi 26 didapatkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,825 + 0,340 X_1 + 0,477 X_2 + 0,117 X_3$$

1. Nilai konstanta (a) adalah sebesar 0,825 hal ini menyatakan bahwa jika nilai variabel *E-commerce* (X_1), Lama Usaha (X_2), dan Modal (X_3) atau sama dengan nol, maka nilai Peningkatan Pendapatan adalah sebesar 0,825 yang menunjukkan hasil positif.
2. *E-commerce* (X_1) koefisien regresinya sebesar 0,340 menunjukkan bahwa variabel *E-commerce* (X_1) berpengaruh positif terhadap Peningkatan Pendapatan (Y). Lama Usaha (X_2) koefisien regresinya sebesar 0,477 menunjukkan bahwa variabel Lama Usaha (X_2) berpengaruh positif terhadap Peningkatan Pendapatan (Y). Modal (X_3) koefisien regresinya sebesar 0,117 menunjukkan bahwa variabel Modal (X_3) berpengaruh positif terhadap Peningkatan Pendapatan (Y).

Dari hasil estimasi regresi terlihat bahwa Lama Usaha mempunyai pengaruh yang lebih tinggi atau signifikan dibandingkan *E-commerce* dan Modal terhadap Peningkatan Pendapatan di Pempek 26 Ilir Palembang yang didasarkan pada nilai koefisien regresi 0,477 (*Unstandardized Coefficients*) dengan nilai signifikan sebesar 0,000.

Pengujian Hipotesis

Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat maka digunakan *probability* sebesar 5% ($\alpha = 0,05$) jika *probability* $f < 0,05$ maka model regresi dapat digunakan atau memprediksi variabel dependen dengan kata lain variabel independent secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- H_4 ditolak jika $F_{Hitung} < F_{Tabel}$ pada $\alpha = 5\%$
- H_4 diterima jika $F_{Hitung} > F_{Tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Hasil pengujiannya adalah :

- Tingkat kesalahan (α) 5% dan derajat kebebasan (df) = (k-1) ; (n-1)
- Derajat bebas pembilang = k-1 = 4-1=3
- Derajat bebas penyebut = n-k = 50-2 = 48
- Maka $F_{Tabel} 0,05 (3;48) = 2,80$

Tabel 11. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	631.143	3	210.381	100.832	.000 ^b
Residual	95.977	46	2.086		
Total	727.120	49			

a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan

b. Predictors: (Constant), *E-commerce*, Lama Usaha, Modal

Sumber: Hasil Pengelolaan dengan SPSS Versi 26.0 (2022)

Pada tabel 11 dapat dilihat bahwa nilai F-hitung $100.832 > F\text{-tabel } 2,80$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari variabel independen *E-commerce*, Lama Usaha, dan Modal berpengaruh secara simultan (bersama-sama) positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu Peningkatan Pendapatan.

Uji Signifikan Parsial (Uji t-Test)

Uji ini menunjukkan hasil seberapa besar atau ada tidaknya hubungan antar variabel secara parsial terhadap variabel dependen yang berguna untuk membuktikan hipotesis yang diajukan oleh peneliti, berikut disajikan output uji parsial dari variabel independen *E-commerce* (X_1), Lama Usaha (X_2), Modal (X_3) terhadap variabel dependen Peningkatan Pendapatan (Y).

Tabel 12. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t-Test)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	.825	1.338		.617	.540
<i>E-commerce</i>	.340	.080	.455	4.270	.000
Lama Usaha	.477	.106	.473	4.494	.000
Modal	.117	.050	.131	2.370	.022

a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan

Sumber: Hasil Pengelolaan dengan SPSS Versi 26.0 (2022)

Pada tabel 12 diperoleh nilai t-hitung pada X_1 ialah 3,871 dengan nilai sig sebesar 0,000. Kriteria diterimanya hipotesis:

H₁: Dari hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai *E-commerce* (X_1) t-hitung sebesar $4,270 > t\text{-tabel } 2,010$ ($4,270 > 2,010$) dan sig $0,000 < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Sehingga H₁ diterima dan dapat disimpulkan bahwa *E-commerce* (X_1) memiliki kontribusi atau berpengaruh terhadap Peningkatan Pendapatan (Y) sebesar 42,70%.

H₂: Dari hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai Lama Usaha (X_2) t-hitung sebesar $4,494 > t\text{-tabel } 2,010$ ($4,494 > 2,010$) dan sig $0,000 < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Sehingga H₂ diterima dan dapat disimpulkan bahwa Lama Usaha (X_2) memiliki kontribusi atau berpengaruh terhadap Peningkatan Pendapatan (Y) sebesar 44,94%.

H₃: Dari hasil perhitungan di atas diketahui bahwa nilai Modal (X_3) t-hitung sebesar $2,370 > t\text{-tabel } 2,010$ ($2,370 > 2,010$) dan sig $0,022 < 0,05$ ($0,022 < 0,05$). Sehingga H₃ diterima dan dapat disimpulkan bahwa Modal (X_3) memiliki kontribusi atau berpengaruh terhadap Peningkatan Pendapatan (Y) sebesar 23,70%.

Koefisien Korelasi dan Determinasi

Koefisien korelasi adalah nilai yang menunjukkan kuat atau tidaknya hubungan linier antara dua variabel. Koefisien korelasi biasa dilambangkan dengan huruf R di mana nilai R dapat bervariasi dari -1 sampai +1. Nilai R yang mendekati -1 atau +1 menunjukkan hubungan yang kuat antara dua variabel. Nilai R yang mendekati 0 mengindikasikan lemahnya hubungan antara dua variabel tersebut. Dengan hasil pengelolaan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.932 ^a	.868		1.444

a. Predictors: (Constant), *E-commerce*, Lama Usaha, Modal

b. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan

Sumber: Hasil Pengelolaan dengan SPSS Versi 26.0 (2022)

Dari tabel 13 diatas menunjukkan hasil analisis koefisien determinasi R Square sebesar 0,868 atau 86,8% menunjukkan bahwa Peningkatan Pendapatan yang dapat dijelaskan oleh *E-*

commerce, Lama Usaha, dan Modal sedangkan 0,132 atau 13,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan oleh faktor lain.

PEMBAHASAN

Pada penelitian ini dilakukan di Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Sentral Kampung Pempek 26 Ilir Palembang dan sekitarnya, peneliti mengajukan seperangkat kuesioner kepada responden yang berjumlah 50 orang. Kuesioner variabel *e-commerce* terdiri dari 5 butir pertanyaan, variabel lama usaha 5 butir pertanyaan, variabel modal 5 butir pertanyaan dan peningkatan pendapatan 5 butir pertanyaan dengan begitu total pertanyaan dalam penelitian ini sebanyak 20 pertanyaan. Setelah kuesioner dikumpulkan setelahnya dianalisis menggunakan teknik analisis berdasarkan karakteristik responden responden. Berikut adalah pembahasan penelitian:

Tabel 14. Ikhtisar Hasil Analisis Data

Variabel Independen	Koefisien (β)	Sig	Keterangan	Hipotesis
<i>E-commerce</i> (X ₁)	4,270	0,000	Berpengaruh	Diterima
Lama Usaha (X ₂)	4,494	0,000	Berpengaruh	Diterima
Modal (X ₃)	2,370	0,022	Berpengaruh	Diterima

Pengaruh *E-Commerce*, Lama Usaha dan Modal Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Pempek 26 Ilir Palembang

Setelah dilakukan pengujian secara simultan maka hasil yang diperoleh 100,823 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena tingkat signifikan lebih kecil dari 0,005, maka hipotesis pertama (H₁) diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa penggunaan *e-commerce*, lama usaha dan modal berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Hal ini sejalan dengan teori kontigensi bahwa seorang dalam usaha pemimpin dapat menyesuaikan atau menentukan kondisi yang tepat untuk menghadapi tantangan dalam usaha agar usahanya tetap berjalan dan terus meningkatkan pendapatan usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Usman yang menyatakan bahwa penelitian diterima secara simultan variabel *e-commerce* berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan. Hal tersebut menyatakan bahwa dengan penggunaan *e-commerce* dapat membantu meningkatkan pendapatan (Usman, 2022).

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Muhammad Rendy Setyawan bahwa hasil penelitiannya tidak diterima yang artinya secara simultan variabel lama usaha tidak berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan. Hal ini menyatakan bahwa lama atau barunya usaha beroperasi belum tentu dapat meningkatkan pendapatan usaha (Setyawan, 2022).

Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Pempek 26 Ilir Palembang

Setelah dilakukan pengujian, diperoleh hasil bahwa secara parsial *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan t-hitung sebesar 4,270 > t-tabel 2,010 dan sig 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan hipotesis kedua (H₂) yang berbunyi “*E-commerce* berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan” diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa apabila dalam usaha menggunakan *e-commerce* dalam proses usahanya maka dapat membantu peningkatan pendapatan usaha.

Hal ini sejalan dengan teori kontigensi dijelaskan tentang kepemimpinan dapat dilihat bahwa apabila seorang pemimpin memiliki pemahaman dalam penggunaan *e-commerce* dapat memberikan informasi yang bisa digunakan untuk berbagai macam tujuan aktivitas jual beli, menjangkau target pasar yang lebih luas sehingga menghasilkan suatu keputusan untuk

menghadapi dan bertahan saat persaingan bisnis yang makin sengit dan juga dapat membantu meningkatkan pendapatan usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Walia Nabila Sa'ad yang menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan, dimana memberikan pengaruh terhadap kinerja UMKM Keripik di Kota Bandar Lampung sehingga dapat memasarkan produknya tidak hanya di daerah Lampung saja tetapi hingga luar Lampung. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji t pada variabel *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dimana artinya kurang lebih 95% variabel sistem *e-commerce* mempengaruhi peningkatan pendapatan (Nabila Sa'ad, 2017).

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Wiwin yang menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM Centra Kerupuk Kemplang. Dimana *e-commerce* sangat membantu berbagai macam aktifitas UMKM Central Kerupuk Kemplang seperti kegiatan ekonomi yang menggunakan fitur berdagang menggunakan internet. Hasil yang diperoleh pada saat uji t parsial lebih kecil dari 0,05 dan memiliki nilai t-hitung yang lebih besar daripada nilai t-tabel sebesar 0,679 maka dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM dalam perspektif ekonomi Islam (Wiwin, 2022).

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Amanda Salsadila Datu dan Tesa Nurul Safrianti bahwa transaksi *online (e-commerce)* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kota Palopo dan di Kota Tegal. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya eksistensi *e-commerce* di Kota Palopo dan di Kota Tegal. Dan juga Ketika para pelaku usaha mikro kecil dan menengah menggunakan transaksi *online* atau *e-commerce* tidak serta merta akan meningkatkan pendapatan demikian pula sebaliknya pelaku UMKM yang tidak menggunakan transaksi *online* atau *e-commerce* tidak serta merta akan menurunkan pendapatan pengusaha UMKM tersebut (Datu, 2022; Safrianti, 2020).

Pengaruh Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Pempek 26 Ilir Palembang

Setelah dilakukan pengujian, diperoleh hasil bahwa secara parsial lama usaha terhadap peningkatan pendapatan t-hitung sebesar $4,494 > t\text{-tabel } 2,010$ dan $\text{sig } 0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) yang bunyi "Lama Usaha berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan" diterima.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan. Dimana artinya semakin lama usaha tersebut beroperasi maka dapat membantu meningkatkan pendapatan UMKM.

Hal ini sejalan dengan teori kontigensi bahwa seorang pelaku usaha atau bisnis menekuni bidang usahanya, karena semakin lama seseorang menjalankan usahanya maka semakin meningkatkan pengetahuan pelaku usaha tentang selera ataupun perilaku konsumen. Hal tersebut juga akan berpengaruh terhadap pendapatan usahanya, saat keterampilan berdagang makin bertambah maka akan semakin banyak relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil dijaring.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Amanda Salsadila Datu yang menyatakan bahwa lama usaha berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan. Dari hasil perhitungan Uji T dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai $\text{sig} = 0,001 < 0,01$ yang artinya semakin banyak pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh oleh para pelaku UMKM tersebut dapat menambah pendapatan karena para pelaku UMKM telah mengetahui dan mendalami minat konsumen dipasaran (Datu, 2022).

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Liza Wahyuni, Himawan Susanto dan Abdul Manan dimana hasil dari perhitungan uji t dengan menggunakan nilai $\text{sig} = 0,278 > 0,025$ sehingga dapat disimpulkan bahwa lama usaha tidak berpengaruh terhadap pendapatan dikarenakan banyak dari pelaku UMKM yang sudah lama membangun usaha tidak memiliki inovasi dan kreatifitas sehingga walaupun telah lama membangun usaha tetapi inovasi dan kreasi produk tidak ditingkatkan sehingga para konsumen kurang tertarik terhadap produk yang dijual (Wahyuni et al., 2022).

Pengaruh Modal Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Pempek 26 Ilir Palembang

Setelah dilakukan pengujian, diperoleh hasil bahwa secara parsial modal terhadap peningkatan pendapatan t-hitung sebesar $2,370 > t\text{-tabel } 2,010$ dan $\text{sig } 0,022 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat (H_4) yang berbunyi “Modal berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan” diterima.

Sejalan dengan teori kontijensi yang menggambarkan suatu keadaan dimana seorang pimpinan mengambil keputusan untuk mengeluarkan modal guna menunjang aktivitas bisnisnya. Karena semakin banyak modal yang dikeluarkan maka akan semakin tinggi juga kemungkinan pendapatan yang akan diperoleh.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Mey Sundari, nilai t pada variabel modal usaha yaitu 3,290 dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Dan berdasarkan hasil tersebut menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan, Maknanya pendapatan pengusaha akan meningkat apabila pengusaha berani untuk melakukan penambahan kuantitas jenis dan barang yang diperjualbelikan (Sundari, 2023).

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Budi Prihatminingtya, nilai signifikansi untuk pengaruh Variabel Modal terhadap Variabel Pendapatan adalah $0,017 < 0,05$ dan t hitung $2,553 > t \text{ tabel } 2,05954$ artinya menyatakan bahwa modal berpengaruh signifikan dan positif terhadap pendapatan, dimana modal sehari-hari berupa uang yang digunakan sebagai modal awal membantu pedagang berjualan, untuk membeli keperluan berdagang (Prihatminingtyas, 2019).

SIMPULAN

Tujuan penelitian ini untuk menemukan bukti empiris tentang pengaruh *e-commerce*, lama usaha dan modal terhadap peningkatan pendapatan UMKM Pempek 26 Ilir Palembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce*, lama usaha dan modal terbukti mempengaruhi secara positif terhadap peningkatan pendapatan. Berdasarkan uji statistic F menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari variabel independen *e-commerce*, lama usaha, dan modal berpengaruh secara simultan (bersama-sama) positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu Peningkatan Pendapatan dengan nilai F-hitung $100.832 > F\text{-tabel } 2,80$ dan nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$.

KETERBATASAN DAN SARAN

Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) harus mampu lebih meningkatkan penggunaan *e-commerce* dalam proses penjualannya agar dapat membantu menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Bagi UMKM haruslah menerapkan strategi persaingan yang tepat agar dapat bertahan dalam menghadapi persaingan dan memperoleh pendapatan yang lebih tinggi. Bagi publik atau masyarakat hasil penelitian ini dapat diharapkan dapat menambah pengetahuan masyarakat dalam memulai atau menjalankan usahanya. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih mengevaluasi pernyataan-pernyataan atau pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner dapat mewakili variabel yang hendak diukur dan dapat menambahkan variabel lain untuk memperkuat penelitian.

Salsabilah Pratami, Lili Syafitri dan Mutiara Kemala Ratu: PENGARUH E-COMMERCE, LAMA USAHA DAN MODAL TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH PEMPEK 26 ILIR PALEMBANG

DAFTAR PUSTAKA

- Anggi Pramiswari, D. A., & Dharmadiaksa, I. B. (2017). Pengaruh E-Commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Berwirausaha. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Vol. 20.1.*, 261–289.
- Angraini, L. D., Ratu, M. K., & Purnamasari, E. D. (2022). Pendampingan Pengelolaan Keuangan dan Pemberdayaan E-Commerce Pada UMKM. *Martabe Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5, 2446–2452.
- Aprilyan, Y., Sasanti, E. E., & Nurabiah. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kkecil dan Menengah (Ukm) di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Risma*, 2(2), 292–306.
- Bănescu, C. E., Țițan, E., & Manea, D. (2022). The Impact of E-Commerce on the Labor Market. *Sustainability (Switzerland)*, 14(9). <https://doi.org/10.3390/su14095086>
- Datu, A. S. (2022). *Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce), Modal dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kota Palopo*. Universitas Muhammadiyah Palopo.
- Harnanto. (2019). *Dasar-Dasar Akuntansi*. Andi.
- Helmalia, & Afrinawati. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237–246.
- Hidayah, S. (2022). *Pengaruh Modal, Lama Usaha, dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Ceger Kota Tangerang Selatan* [Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah]. <https://repository.uinjkt.ac.id/>
- Laudon, C. K., & Traver. (2017). *E-Commerce* (10th Edition). Pearson.
- Nabila Sa'ad, W. (2017). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandar Lampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi pada Sentra Industri Keripik Pisang di Kota Bandar Lampung). *Skripsi*, 1–97.
- Prihatminingtyas, B. (2019). Pengaruh Modal, Lama Usaha, Jam Kerja, dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Ladungsari. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 7(2), 147–154.
- Romindo, Muttaqin, Saputra, D. H., Purba, D. W., Iswahyudi, M., Banjarnahor, A. R., Perdana Kusuma, A. H., Effendy, F., Sulaiman, O. K., & Simarmata, J. (2019). *E-Commerce : Implementasi, Strategi dan Inovasinya* (T. Limbong (ed.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Safrianti, T. N. (2020). *Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce), Modal dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal* (Vol. 8, Issue 75). Universitas Pancasakti Tegal.
- Setyawan, M. R. (2022). *Modal, Tenaga Kerja, dan Lama Usaha Beserta Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Industri Kecil Menengah (IKM) Batik di Kampoeng Batik Jetis Kabupaten Sidoarjo*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Sundari, M. (2023). *Pengaruh Akses E-Commerce, Modal Usaha dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan UMKM Kuliner di Kota Jambi Pada Masa Pandemi Covid-19* [Universitas Jambi]. <https://repository.unja.ac.id/>
- Usman. (2022). *Pengaruh Transaksi E-commerce, Modal dan Lama usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan (UMKM di Wilayah Kota Bekasi)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Wahyuni, L., Sutanto, H., & Manan, A. (2022). Pengaruh Bantuan Produktif Usaha Mikro (Bpum), Pemanfaatan E-Commerce, Dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Pengusaha Mikro Di Kecamatan Kopang. *Journal of Economics and Business*, 8(2), 232–244. <https://doi.org/10.29303/ekonobis.v9i2.115>
- Widiya, A., Angraini, L. D., Ratu, M. K., & Purnamasari, E. D. (2022). *Pendampingan Penentuan Harga Pokok Penjualan dan Harga Jual pada UMKM Kerupuk dan Kelempang Desa Lembak Kabupaten Muara Enim*.
- Wiwin. (2022). *Pengaruh Perkembangan E-Commerce Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Kecamatan Panjang Ditinjau Dlaam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada UMKM Central Kerupuk Kemplang Kecamatan Panjang Kota Bandar Lampung)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.