

PENGARUH TRANSAKSI ONLINE *E-COMMERCE*, MODAL DAN LAMA USAHA TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DI LUBUK PAKAM

Nabila Oktavianda^{1*}, Hasbiana Dalimunthe², Desy Astrid Anindya³

^{1,2,3} Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Indonesia

E-mail : nabilaoktavianda853@gmail.com

Submitted: 18 August 2025	Accepted: 15 October 2025	Published: 31 October 2025
---------------------------	---------------------------	----------------------------

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital dan peningkatan penggunaan internet telah mendorong banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia untuk beralih ke sistem transaksi online (*e-commerce*). Namun, tidak semua UMKM mampu merasakan dampak positif dari digitalisasi ini. Di wilayah Lubuk Pakam, masih terdapat perbedaan signifikan dalam peningkatan pendapatan antara pelaku usaha yang telah menerapkan transaksi online dengan yang belum. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana lama waktu beroperasi, jumlah modal, dan penggunaan transaksi online seperti *e-commerce* mempengaruhi pendapatan usaha kecil dan menengah (UKM) di daerah Lubuk Pakam. Jumlah sampel yang digunakan mencakup seluruh UKM yang terdaftar dalam administrasi operasional, yakni sebanyak 331 unit usaha di bidang tersebut. Metode pengambilan sampel yang diterapkan adalah non-probabilitas, tepatnya dengan teknik purposif. Untuk menganalisis data, penelitian ini memanfaatkan perangkat lunak SPSS versi 24. Dari hasilnya, terlihat bahwa *e-commerce* memberikan dampak positif yang kuat dan bermakna terhadap peningkatan penjualan, sedangkan modal juga berpengaruh positif namun tidak cukup signifikan dari segi statistik. Selain itu, pembahasan lebih lanjut juga menyoroti dampak positif dan signifikan Amerika Serikat terhadap pertumbuhan pendapatan.

Kata kunci: *Transaksi Online (E-commerce), Modal, Lama Usaha, Peningkatan Pendapatan*

ABSTRACT

The development of digital technology and increased internet usage have encouraged many Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia to switch to online transaction systems (e-commerce). However, not all MSMEs are able to feel the positive impact of this digitalization. In the Lubuk Pakam area, there is still a significant difference in revenue growth between businesses that have implemented online transactions and those that have not. This study aims to reveal how length of operation, amount of capital, and the use of online transactions such as e-commerce affect the revenue of small and medium enterprises (SMEs) in the Lubuk Pakam area. The sample size used includes all SMEs registered in the operational administration, namely 331 business units in the sector. For data analysis, this study used SPSS version 24 software. The findings indicate that e-commerce has a significant and positive effect on sales growth, while capital also has a positive effect, although not statistically significant. Furthermore, additional dialogue highlights the positive and substantial influence of the United States on revenue expansion.

Keywords: *Online Transactions (E-commerce), Capital, Length of Business, Increasing Income*

PENDAHULUAN

Menurut Husaini, (2017) Pertumbuhan pendapatan untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebenarnya adalah total uang yang masuk ke perusahaan melalui berbagai kegiatannya, yang kebanyakan berasal dari penjualan produk atau jasa ke konsumen. Di dunia bisnis, kata "pendapatan" sudah jadi hal biasa, karena intinya setiap perusahaan, baik besar atau kecil, tujuannya ya menghasilkan pendapatan biar keuangan mereka lancar maksimal. Tanpa pendapatan, tidak ada laba, dan tanpa laba, bisnis tidak bisa bertahan—itulah yang disebut sebagai urat nadi bisnis (Harmanto 2019). Naiknya pendapatan ini punya peran krusial banget buat meningkatkan kesejahteraan hidup dan ekonomi secara keseluruhan. Naiknya pendapatan selalu dihitung dalam bentuk angka uang, yang nantinya bisa jadi tolok ukur sejauh mana usaha berhasil mendapatkan hasil jualan sambil mengejar laba sesuai harapan. UMKM di Indonesia sendiri mempunyai kontribusi besar dalam membangun perekonomian dan pembangunan negara. Selain itu, mereka juga membantu mengurangi kesenjangan ekonomi di masyarakat. Pada dasarnya, peningkatan pendapatan UMKM itu adalah kemampuan para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah untuk menghasilkan laba dalam jangka waktu tertentu.

Pengembangan UMKM dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan berkontribusi pada kemajuan ekonomi. Berikut beberapa manfaat dari pengembangan UMKM. Meningkatkan taraf hidup masyarakat, memberikan akses pendidikan yang lebih baik, memberikan akses layanan kesehatan yang lebih baik, memberikan akses infrastruktur yang lebih baik, menciptakan lapangan kerja. Menurut Hanny, M., Sari, DP, & Rahman, (2020) wirausaha yang selalu sibuk sampai generasi milenial menggambarkan fenomena kewirausahaan yang terus berkembang dan menjadi gaya hidup di berbagai generasi, termasuk generasi milenial. Wirausaha ini tidak hanya fokus pada penciptaan bisnis baru, tetapi juga pada pengelolaan yang dinamis dan inovatif dalam menghadapi tantangan zaman yang terus berubah. Generasi milenial, yang dikenal dengan karakteristik dinamis dan teknologi yang kuat, sangat potensial dalam mengembangkan kewirausahaan sebagai pilihan karier strategis yang menuntut kesibukan dan keterlibatan penuh dalam berbagai aspek bisnis. Lebih lanjut, kewirausahaan pada generasi milenial juga didukung oleh perkembangan teknologi dan perubahan sosial yang memerlukan adaptasi cepat dan pengelolaan usaha yang efektif. Hal ini menjadikan wirausaha generasi milenial selalu sibuk dengan aktivitas yang beragam mulai dari inovasi produk, pemasaran digital, hingga pengelolaan sumber daya manusia dan keuangan usaha mereka.

Modal merupakan salah satu unsur yang memegang peranan penting dalam proses produksi, yang berdampak terhadap operasional perusahaan, dan pada akhirnya berpengaruh terhadap pendapatannya (Usman, 2022). Sesuai dengan Polandos, P. et al (2019), sebuah "kekurangan modal" dalam masyarakat dapat ditafsirkan sebagai ketidakmampuan untuk mengelola modal nyata. Durasi aktivitas kewirausahaan adalah lamanya waktu seorang wirausahawan menjalankan bisnisnya. Pengalaman wirausaha bertambah seiring waktu (Setiaji, & Fatuniah, 2018). Pengalaman yang solid dapat berdampak pada pendapatan, karena produktivitas seseorang dalam hal menghasilkan barang yang memuaskan meningkat seiring bertambahnya waktu kerja.

Tabel 1. Data Penghasilan UMKM di Lubuk Pakam

Nama Mitra	Pendapatan					Peningkatan Pendapatan
	2020	2021	2022	2023	2024	
Toko Jelly Jello	Rp.39.000.000	Rp.46.000.000	Rp.52.000.000	Rp.80.000.000	Rp.85.000.000	Meningkat

Usaha Kerupuk	Rp. 5.000.000	Rp. 10.000.000	Rp. 20.000.000	Rp.25.000.000	Rp.35.000.000	Meningkat
Toko Baju	Rp.60.000.000	Rp. 74.000.000	Rp. 86.000.000	Rp.90.000.000	Rp.96.000.000	Meningkat
Apotek	Rp.20.000.000	Rp.35.000.000	Rp.50.000.000	Rp.78.000.000	Rp.90.000.000	Meningkat
Usaha Laundry	Rp.25.000.000	Rp.40.000.000	Rp. 75.000.000	Rp.89.000.000	Rp.90.000.000	Meningkat

Kriteria UMKM	Jumlah UMKM	Transaksi online e-commerce	Modal	Lama Usaha
Mikro	20	✓	Dibawah 50 Juta	1-3 tahun
Mikro	16	✓	Rp. 51- 100 juta	3-5 tahun
Kecil	16	✓	Rp. 100-150 juta	5-10 tahun
Menengah	15	✓	Rp. 150- 200 juta	10-15 tahun
Menengah	10	✓	Diatas 200 juta	Diatas 15 tahun
Total	77 UMKM			

Sumber: Data dari wawancara, (2025)

Berdasarkan tabel 1.1 Pendapatan toko jelly jello mengalami peningkatan ditahun 2021 sebesar Rp.46.000.000 dibanding ditahun 2020 dan ditahun 2023 kembali mengalami kenaikan yaitu Rp.80.000.000 dengan modal Rp. 51- 100 juta dan lama usahannya 5 tahun toko jelly jello mengalami peningkatan pendapatan kembali ditahun 2024 sebesar Rp. 85.000.000 juta dan mereka juga sudah menerapkan sistem transaksi online e-commerce, dan sudah menunjukkan peningkatan pendapatan yang signifikan. Usaha kerupuk mengalami peningkatan ditahun 2021 sebesar Rp.10.000.000 dibandingkan ditahun 2020 dan ditahun 2023 mereka kembali mengalami kenaikan yaitu sebesar Rp.25.000.000 dengan modal dibawah 50 juta dan lama usahanya 3 tahun usaha kerupuk mengalami peningkatan pendapatan kembali ditahun 2024 sebesar Rp.35.000.000 dan mereka masih baru memulai menerapkan transaksi online e-perdagangan, dan belum menunjukkan peningkatan pendapatan yang signifikan.

Pada usaha toko baju pendapatan ditahun 2020 belum mengalami peningkatan dan ditahun 2021 mereka mengalami peningkatan sebesar 74.000.000 dan ditahun 2023 mereka juga mengalami peningkatan yang bagus yaitu sebesar Rp.90.000.000 dengan modal 100 juta dan lama usaha mereka yaitu 10 tahun usaha toko baju mengalami peningkatan yang sangat signifikan ditahun 2024 sebesar Rp.96.000.000 dan mereka sudah aktif di transaksi online sejak lama dan mereka sudah menaruh produk mereka ke platform seperti shopee, tik tok, dan platform lainnya dan mereka menggunakan transaksi online sangat bagus dalam penggunaannya. Apotek tersebut melaporkan pendapatan sebesar 20 juta rupee pada tahun 2020. Pada tahun 2021, pendapatan meningkat menjadi 35 juta rupee, dan pada tahun 2023,

menjadi 78 juta rupee. Dengan modal kurang dari 50 juta rupee dan sejarah bisnis selama lima belas tahun, apotek tersebut mencatat peningkatan pendapatan menjadi 90 juta rupee pada tahun 2024 dan telah melakukan transaksi daring untuk bisnisnya. Dan di usaha laundry tahun 2020 mereka mendapatkan peningkatan sebesar Rp.25.000.000 dan ditahun 2021 mereka mendapatkan peningkatan pendapatan sebesar Rp.40.000.000 dan ditahun 2023 mereka juga mengalami peningkatan sebesar Rp.89.000.000 dengan modal yang diatas 200 juta dan lama usaha diatas 15 tahun usaha laundry mengalami peningkatan pendapatan yang sangat signifikan ditahun 2024 sebesar Rp. 90.000.000 dan mereka melakukan transaksi online untuk mempromosikan usaha mereka agar di kenal banyak orang diluaran saya. Penggunaan transaksi online e-commerce yang konsisten serta modal yang kuat menjadi faktor utama dalam mendukung pertumbuhan UMKM. Secara keseluruhan, dari total 77 UMKM yang tercatat selama periode lima tahun tersebut, terlihat adanya perkembangan positif dari sisi pendapatan, klasifikasi usaha,serta pemanfaatan teknologi digital. Hal ini menunjukkan bahwa transaksi e-dagang daring, modal, dan durasi bisnis merupakan faktor terpenting yang berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan berkelanjutan bagi usaha kecil dan menengah.

Peningkatan Pendapatan

Menurut Husaini dan Ayu, (2017), kenaikan pendapatan UMKM itu sendiri mengacu pada kemampuan para pengusaha usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk mendapatkan keuntungan dengan menggunakan modal kerja mereka selama jangka waktu yang telah ditentukan. Pertumbuhan laba bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan jumlah total dana yang diperoleh perusahaan dari berbagai aktivitas, misalnya dengan menjual barang atau jasa ke konsumen. Pertumbuhan pendapatan ini menjadi elemen terpenting dalam kemajuan perusahaan, karena ia yang menentukan apakah bisnis tersebut akan berkembang atau justru mengalami kemunduran.

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 23, pendapatan didefinisikan sebagai aliran kas kotor yang timbul dari keuntungan ekonomi yang dihasilkan melalui operasi entitas normal dalam jangka waktu tertentu. Hal ini berlaku jika arus kas masuk ini menghasilkan peningkatan kekayaan bersih yang bukan berasal dari kontribusi modal yang diinvestasikan. Pendapatan merupakan hal yang krusial karena mencerminkan tujuan operasional perusahaan. Tujuan akhir dari setiap upaya yang dilakukan adalah pendapatan. Besarnya laba bergantung pada upaya yang dikeluarkan, kapasitas pekerja, dan modal yang tersedia.

Transaksi Online (E-Commerce)

Menurut Akbar dan Alam, (2020), e-commerce adalah tindakan membeli dan menjual produk dan layanan melalui sistem elektronik. Ini termasuk televisi, radio, komputer, dan internet. Transaksi komersial dilakukan pada jaringan elektronik, seperti web. Siapa pun yang memiliki akses internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan e-commerce. Mengenai definisi e-commerce, Riswandi (2019) berpendapat bahwa itu adalah serangkaian proses bisnis, aplikasi, dan ekonomi yang dinamis yang menghubungkan perusahaan dengan pelanggan dan komunitas tertentu melalui transaksi bisnis elektronik dan pertukaran informasi, barang, dan jasa. Dari berbagai definisi e-commerce, dapat disimpulkan bahwa itu adalah sistem di mana produk dan layanan dibeli dan dijual secara elektronik, sehingga memfasilitasi transaksi bagi pembeli dan penjual. Transaksi *online E Commerce* merupakan fondasi model bisnis baru, yang umumnya dikenal sebagai ekonomi digital. Masalah umum transaksi online yaitu proses jual beli yang dilakukan melalui internet. Meskipun efisien dan praktis, transaksi online menyimpan berbagai tantangan dan risiko, baik bagi konsumen maupun penjual. Masalah ini mencakup aspek keamanan data, penipuan, ketidaksesuaian produk, keterlambatan pengiriman, serta sengketa transaksi.

Modal

Menurut Tesa (2020), modal kerja dipahami sebagai salah satu jangka panjang yang dimiliki perusahaan, atau bahkan sesuatu selain liabilitas dalam aset tetap. Modal kerja didefinisikan sebagai alat yang dapat digunakan kembali untuk meningkatkan produksi di periode selanjutnya. Modalitas tempat kerja mempromosikan nilai, daya beli, dan kemampuan untuk menggunakan barang modal. Oleh karena itu, modal kerja merupakan komponen penting dari setiap bisnis dan memainkan peran kunci dalam perkembangan perusahaan dari waktu ke waktu untuk menghasilkan laba dan pengembalian. Modal kerja tidak hanya direpresentasikan dalam istilah moneter tetapi juga mencakup aset seperti pekerja, transportasi, bangunan, mesin, dan lainnya. Saat ini, pengembangan bisnis menghadapi banyak kendala, dan dana yang tersedia bagi pengusaha terbatas. Tingginya jumlah biaya produksi menyulitkan pengusaha untuk mengembangkan bisnisnya.

Lama Usaha

Lama usaha dapat diartikan sebagai lamanya waktu yang dihabiskan seorang pemilik bisnis untuk menjalankan bisnisnya. Dalam hal strategi yang dipilih, sikap pemilik bisnis seringkali positif. Pemilik bisnis yang telah lama berkecimpung di dunia bisnis memiliki kemampuan untuk menganalisis dan merencanakan secara efektif, mengidentifikasi target pasar, dan memahami kondisi terkini (Polandos dkk., 2019). Wirausahawan dengan pengalaman jangka panjang dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan produk mereka sendiri. Pengalaman berwirausaha seseorang dapat dipelajari dengan mengamati lamanya waktu mereka bekerja dalam bisnisnya. Pengalaman dan pengetahuan seseorang akan bertambah seiring dengan semakin banyaknya waktu yang dihabiskan untuk terlibat dalam bisnis. Lama usaha dapat dipahami sebagai jumlah waktu yang dihabiskan seorang pebisnis untuk menjalankan bisnisnya. Hasil dari upaya para pemilik bisnis umumnya positif terkait dengan strategi yang dipilih. Wirausahawan yang telah lama berkecimpung dalam bisnis memiliki kemampuan untuk menganalisis dan merencanakan dengan baik, mengidentifikasi target pasar, dan memahami kondisi terkini (Polandos dkk., 2019).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan studi lapangan, yang dilaksanakan secara langsung di lokasi atau dengan para responden. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Menurut Arikunto (2019), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang diungkapkan melalui angka dan mencakup segala hal mulai dari pengumpulan data hingga analisis. Metodologi kuantitatif, dengan menggunakan pendekatan deskriptif, menyelidiki bagaimana durasi usaha, transaksi daring, dan modal memengaruhi pendapatan usaha kecil dan menengah (UKM) di Lubuk Pakam. Alat statistik SPSS versi 24 digunakan untuk penelitian ini.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara langsung yang di peroleh dari Pelaku usaha mikro kecil menengah di Lubuk Pakam.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional suatu variabel, menurut Nikmar (2019), adalah definisi yang mentransformasikan variabel yang diteliti menjadi sesuatu yang operasional, terkait dengan proses pengukurannya. Definisi operasional memungkinkan konsep abstrak untuk ditransformasikan menjadi konsep yang lebih konkret dan, oleh karena itu, memudahkan

pengukuran selama penelitian. Dalam penelitian ini, skala ordinal digunakan untuk pengukuran, karena paling umum digunakan dalam survei dan kuesioner. Hasil pengumpulan data digunakan untuk mengklasifikasikan responden. Data tersebut kemudian dibandingkan untuk mencapai kesimpulan tentang keseluruhan populasi yang disurvei. Karena analisis dan kategorisasinya sederhana, kesimpulan tidak membutuhkan banyak waktu. Kemudahan dalam mengklasifikasikan dan membandingkan respons responden merupakan keuntungan lain dari penggunaan skala ordinal. Karena pertanyaan survei diajukan tanpa menyediakan pilihan jawaban, respons audiens kemungkinan besar sangat beragam dan tidak dapat dikonversi menjadi data statistik.

Tabel 1 Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Peningkatan Pendapatan UMKM (Y)	Pertumbuhan pendapatan adalah uang yang diperoleh dari aktivitas bisnis normal, termasuk sewa, royalti, dividen, dan penjualan jasa (Tesa, 2020)	a. Modal b. Jumlah penjualan c. Pemasaran d. Harga Sumber: (Nurhafshah 2021)	Ordinal
Transaksi Online (<i>E-Commerce</i>) (X1)	E-commerce adalah tempat terjadinya transaksi karena adanya komunikasi antara penjual dan pembeli melalui Internet (Mulyati 2019)	a. Kemudahan akses b. Kemampuan sumber daya manusia c. Pemasaran Sumber: (Polandos et al., 2019)	Ordinal
Modal (X2)	Modal adalah aset yang dapat digunakan kembali untuk membiayai produksi di masa mendatang. Modal menekankan nilai, daya beli, dan kemampuan untuk menggunakan barang modal Dewi 2019)	a. Struktur permodelan b. Pemanfaatan permodelan c. Hambatan dalam mengakses modal eksternal d. Keadaan usaha setelah menambah modal Sumber: (rahmadiawati devi 2020)	Ordinal
Lama Usaha (X3)	Lamanya suatu kegiatan usaha seorang pengusaha atau wiraswasta disebut dengan "lama usaha" (Urip ,2019)	a. Lama berdiri suatu usaha b. Pengalaman yang diperoleh Sumber : (Rusmini & Maghfira, 2019)	Ordinal

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Cronin Swarjana (2022), populasi didefinisikan sebagai satu entitas atau lebih yang memiliki sifat-sifat serupa, sehingga mereka membentuk suatu kelompok. Para peneliti menetapkan ciri-ciri kelompok ini berdasarkan tujuan penelitian, yang bisa mencakup individu, peristiwa, atau objek. Dalam penelitian ini, sampel yang dipakai terdiri dari 331 pedagang yang beroperasi di bidang usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di wilayah Kecamatan Lubuk Pakam. Pada penelitian ini, metode penyusunan sampel praktis diterapkan untuk memperoleh sampel yang diperlukan.

Sampel

Sugiyono (2017) menggambarkan "sampel" sebagai bagian dari suatu populasi berdasarkan ukuran dan karakteristiknya. Teknik Slovin digunakan dalam penelitian ini untuk menghitung sampel. Pemilihan sampel untuk penelitian ini didasarkan pada usaha kecil dan menengah (UKM) yang aktif terlibat dalam penjualan e-commerce di Lubuk Pakam. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel konvensional, yang tergolong dalam jenis pengambilan sampel non-probabilitas. Sugiyono (2018) menyatakan bahwa pengumpulan sampel yang disengaja mencakup perhitungan sampel berdasarkan kriteria tertentu untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, metode Slovin digunakan untuk mengumpulkan sampel dengan margin kesalahan 10%. Rumus dan perhitungan sampelnya adalah sebagai berikut:

Untuk menentukan jumlah minimal sample menggunakan rumus Slovin:

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan 10%

Berdasarkan rumus diatas, jumlah sampel yang diambil adalah :

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

$$n = \frac{331}{1 + 331(0,10)^2}$$

$$n = \frac{331}{1 + 3,31}$$

$$n = \frac{331}{4,31}$$

n = 0,76 atau dibulatkan menjadi 77 sample

Berdasarkan perhitungan di atas, maka didapatkan jumlah sample sebanyak 0,76 dan dibulatkan menjadi 77 responden. Kuesioner akan dibagikan kepada para pelaku UMKM di Lubuk Pakam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3 Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Transaksi Online <i>e-commerce</i>	77	12,00	35,00	26,4286	5,79571
Modal	77	13,00	35,00	26,2078	4,78027
Lama Usaha	77	15,00	25,00	21,6753	2,57233
Peningkatan Pendapatan	77	17,00	30,00	23,9610	3,21772
Valid N (listwise)	77				

Sumber: Hasil olah data spss(2025)

Berdasarkan tabel 3 mengenai statistik deskriptif dapat dijabarkan bahwa masing-masing variabel:

Transaksi online *E-commerce* (X1)

Variabel untuk transaksi *e-commerce* daring memiliki nilai minimum 12,00 dan nilai maksimum 35,00, dengan rerata 26,42 dan deviasi standar 5,795. Dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa data deskriptif untuk variabel transaksi *e-commerce* daring baik, karena reratanya lebih besar daripada deviasi standar.

Modal (X2)

Variabel modal memiliki nilai minimum 13,00 dan maksimum 35,00; nilai rata-ratanya adalah 26,20 dan deviasi standarnya adalah 4,780. Dalam situasi ini, dapat disimpulkan bahwa data deskriptif untuk variabel modal baik, karena nilai rata-ratanya lebih besar daripada deviasi standar.

Lama Usaha (X3)

Rata-rata untuk variabel "Lama Usaha" adalah 21,675, dengan minimum 15 dan maksimum 25; simpangan bakunya adalah 2,572. Dalam hal ini, disimpulkan bahwa data deskriptif untuk variabel "Lama Usaha" memadai, karena rata-ratanya lebih besar daripada simpangan bakunya.

Peningkatan Pendapatan (Y)

Variabel peningkatan pendapatan memiliki nilai minimum 17,00 dan maksimum 30, dengan rerata 23,961 dan deviasi standar 3,217. Dalam hal ini, kami menyimpulkan bahwa data deskriptif variabel peningkatan pendapatan baik karena reratanya lebih besar daripada deviasi standar.

Hasil Uji Kualitas Data

Hasil Uji Validitas

Tabel 4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Transaksi Online(<i>E-Commerce</i>)	X1.1	0,718	0,224	Valid
	X2.2	0,813	0,224	Valid
	X3.3	0,814	0,224	Valid

	X4.4	0,839	0,224	Valid
	X5.5	0,768	0,224	Valid
	X6.6	0,853	0,224	Valid
	X7.7	0,736	0,224	Valid
Modal	X2.1	0,538	0,224	Valid
	X2.2	0,675	0,224	Valid
	X3.3	0,702	0,224	Valid
	X4.4	0,777	0,224	Valid
	X5.5	0,791	0,224	Valid
	X6.6	0,754	0,224	Valid
	X7.7	0,770	0,224	Valid
Lama Usaha	X3.1	0,753	0,224	Valid
	X3.2	0,736	0,224	Valid
	X3.4	0,732	0,224	Valid
	X3.4	0,747	0,224	Valid
	X3.5	0,705	0,224	Valid
Peningkatan Pendapatan	Y1	0,655	0,224	Valid
	Y2	0,713	0,224	Valid
	Y3	0,655	0,224	Valid
	Y4	0,616	0,224	Valid
	Y5	0,633	0,224	Valid
	Y6	0,641	0,224	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS (2025)

Berdasarkan tabel 4 mengenai uji validitas di atas menunjukkan bahwa hasil variabel penelitian > 0,224 yang artinya keseluruhan butir pernyataan valid. Oleh karena itu, semua pertanyaan dalam kuesioner harus dimasukkan dalam kuesioner karena layak digunakan.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics			
Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	keterangan
transaksi online (X1)	0,899	0,6	Realiabel
Modal (X2)	0,841	0,6	Realiabel
Lama Usaha (X3)	0,785	0,6	Realiabel
Peningkatan Pendapatan (Y)	0,726	0,6	Realiabel

Sumber: Hasil olah data spss (2025)

Tabel 5 menunjukkan bahwa seluruh variabel terbukti reliabel, dengan nilai alfa Cronbach yang berada di bawah 0,6. Akibatnya, instrumen akuisisi yang digunakan dalam penelitian ini dianggap dapat dipercaya dan cocok untuk menilai variabel yang telah ditetapkan, termasuk untuk studi jangka panjang. Dengan kata lain, semua elemen akuisisi pada variabel Transaksi Online (X1), Modal (X2), Waktu Bisnis (X3), dan Peningkatan Pendapatan (Y) terbukti dapat

dipercaya, serta responden menunjukkan pemahaman dan konsistensi yang tinggi terhadap kuesioner.

Hasil Uji Asumsi Klasik
Hasil Uji Normalitas

Teknik Kolmogorov-Smirnov digunakan sebagai metode uji normalitas dalam studi ini. Normalitas distribusi sisa dapat ditentukan melalui nilai signifikansi. Jika nilai sig melebihi 5%, maka sisa tersebut terdistribusi normal (Ghozali, 2018). Di bawah ini adalah hasil dari uji normalitas:

Tabel 6 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

		Unstandardized Residual	
N		77	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.13122895	
Most Extreme Differences	Absolute	.097	
	Positive	.046	
	Negative	-.097	
Test Statistic		.097	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.073	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d		.073	
99% Confidence Interval		Lower Bound	.066
		Upper Bound	.080
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed. 2000000			

Sumber: Olah data SPSS (2025)

Residu antara variabel keterikatan dan kebebasan mencapai 0,073 dengan jumlah sampel (N) sebanyak 77, berdasarkan tes Kolmogorov-Smirnov yang diterapkan untuk memeriksa normalitas dalam Tabel 6. Dengan demikian, data pada penelitian ini menunjukkan distribusi normal mengingat nilai hampir melebihi 0,05. Salin pesan.

Hasil Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas digunakan untuk menyebabkan hubungan antara variabel independen dalam suatu model regresi. Model regresi yang ideal seharusnya tidak menunjukkan hubungan antara variabel bebas. Salah satu metode untuk mengidentifikasi multikolinearitas dalam model ini adalah dengan mengeluarkan nilai toleransi dan varians faktor inflasi (VIF). Ghozali (2018) menyatakan bahwa toleransi minimum yang diterapkan adalah 0–10 atau VIF di bawah 10.

Tabel 7 Hasil Multikolenieritas Variabel

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Transaksi Online (e-commerce) (X1)	.698	1.432
	Modal (X2)	.458	2.183
	Lama Usaha (X3)	.498	2.007

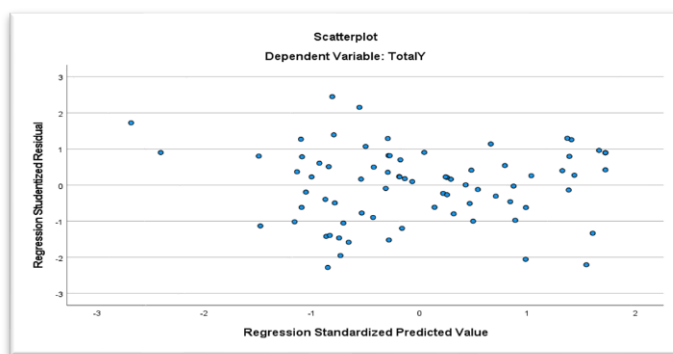
a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan

Sumber: Olah data SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 7, nilai toleransi untuk variabel "Transaksi E-commerce Daring" adalah 0,698, untuk "Modal" adalah 0,458, dan untuk "Waktu Operasional" adalah 0,498. Nilai VIF untuk "Transaksi E-commerce Daring" tercatat 1,432, untuk "Modal" adalah 2,183, dan untuk "Waktu Operasional" adalah 2,007. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai toleransi untuk variabel "Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan", "Kegunaan yang Dirasakan", dan "Risiko yang Dirasakan" lebih besar dari 0,1, dan VIF tidak melebihi 10; oleh karena itu, tidak terdapat multikolinearitas dalam model regresi ini.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terjadi suatu penyimpangan atau tidaknya pada saat melakukan pengujian regresi. Uji ini menggunakan *scatterplot* yang menunjukkan hasil titik-titik membentuk pola tidak teratur serta di sekitar angka 0 yang menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki regresi yang layak untuk memprediksi variabel *dependent* sebagai fungsi dari variabel *independent*, karena tidak terjadi heteroskedastisitas dan uji asumsi klasik terpenuhi, berikut hasil uji heteroskedastisitas:



Gambar 1 Grafik Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar 1 menunjukkan bahwa scatterplot yang dihasilkan tidak terjadi heteroskedastisitas karena plot menyebar secara acak dan tidak membentuk pola. Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini sejalan dengan pernyataan (Ghozali, 2018) dimana titik-titik membentuk pola yang jelas serta menyebar diatas dan dibawah sumbu Y yang berarti tidak terdapat heteroskedastisitas dan uji asumsi terpenuhi.

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	5.042	2.134	
	Transaksi Online e-commerce	.127	.051	.228
	Modal	.142	.077	.211
	Lama Usaha	.547	.137	.437

Sumber: Hasil olah data SPSS (2025)

Pada Tabel 8 pada kolom Koefisien Non-standar dapat diketahui nilai konstanta (B) sebesar 5,042, koefisien transaksi daring e-commerce sebesar 0,127, koefisien modal sebesar 0,142 dan koefisien waktu operasional sebesar 0,547.

Maka persamaan regresi dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = 5,042 + 0,127X_1 + 0,142X_2 + 0,547X_3 + e$$

Persamaan tersebut memiliki makna sebagai berikut:

Konstanta dihitung sebesar 5,042.

Artinya, jika nilai variabel independen durasi usaha (X3), modal (X2), dan transaksi e-commerce (X1) semuanya nol, maka variabel dependen, yaitu pendapatan usaha kecil dan menengah di Lubuk Pakam, akan meningkat sebesar 5,042 satuan.

Variabel transaksi e-commerce yang dilambangkan sebagai X1 menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,127. Hal ini mengindikasikan adanya keterkaitan positif antara transaksi e-commerce dan peningkatan pendapatan usaha kecil dan menengah (UKM) di Lubuk Pakam. Dengan kata lain, jika transaksi e-commerce naik, maka pendapatan usaha kecil dan menengah di Lubuk Pakam akan ikut meningkat sebesar 0,127 satuan.

Sementara itu, variabel modal yang disebut X2 memiliki koefisien regresi bernilai 0,142, yang menyiratkan hubungan positif antara modal dan pendapatan UMKM di Lubuk Pakam. Artinya, jika variabel modal usaha bertambah satu satuan, maka pendapatan UMKM di Lubuk Pakam akan naik sebesar 0,142.

Sedangkan variabel lama usaha yang bertanda X3 mencatat koefisien regresi sebesar 0,547 yang berarti lama usaha berhubungan positif dengan peningkatan pendapatan UMKM di Lubuk Pakam. Menjelaskan bahwa jika variabel lama usaha bertambah satu satuan, maka pendapatan UMKM di Lubuk Pakam akan naik sebesar 0,547.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Parsial (t)

Tabel 9 Hasil Uji t

Coefficients^a

	Model	t	Sig.
1	(Constant)	2.363	.021
	Transaksi <i>online</i> E-commerce	2.461	.016

	Modal	1.842	.070
	Lama Usaha	3.979	.000
a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan UMKM			

Sumber: Hasil olah data SPSS (2025)

Jumlah sample $n = 77$, dengan jumlah parameter model $(k) = 3$, $df = (n - 3 - 1)$.

Berdasarkan data pada tabel 9 diperoleh suatu kesimpulan sebagai berikut:

Nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar $2,461 > 1,993$ dan nilai Sig sebesar $0,016 < 0,05$ menunjukkan bahwa Transaksi Online (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Lubuk Pakam. Dengan demikian Hipotesis ke 1 diterima.

Nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ sebesar $1,842 < 1,993$ dan nilai sig sebesar $0,070 > 0,05$ menunjukkan bahwa Modal X2 secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Lubuk Pakam. Dengan demikian Hipotesis ke 2 ditolak.

Nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar $3,979 > 1,993$ dan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa Lama Usaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan dengan demikian Hipotesis ke 3 diterima.

Hasil Uji Simultan (F)

Tabel 10 Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	441.681	3	147.227	31.134	.000 ^b
	Residual	345.202	73	4.729		
	Total	786.883	76			

Sumber: Hasil olah data SPSS (2025)

Dari Tabel 10, nilai F yang diukur adalah 31,134, yang melebihi nilai F tabel sebesar 2,72 ($31,134 > 2,72$), serta tingkat signifikansi (sig) sebesar 0,000, yang berada di bawah batas alfa 5%. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel ketiga—e-commerce (X1), modal (X2), dan lama usaha (X3)—bersama-sama memberikan dampak yang berdampak terhadap pertumbuhan UMKM (Y) di Lubuk Pakam. Menguasai model regresi tambahan dapat memberikan kontribusi pada peningkatan pendapatan UMKM.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Aryanto (2018), koefisien determinasi atau R kuadrat mencerminkan seberapa efektif model dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai R² itu sendiri berada dalam kisaran nol hingga satu. Ketika R² tinggi mengindikasikan bahwa variabel independen cukup efektif dalam menjelaskan variabel dependen, namun tidak terlalu membantu untuk memprediksi variabel dependen dengan presisi. Hal ini terjadi akibat variasi observasi yang cukup besar, sehingga nilai R² pada data cross-sectional biasanya kurang optimal. Di sisi lain, untuk data time series, nilai R² umumnya lebih tinggi.

Tabel 11 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.749 ^a	.561	.543	2.175
a. Predictors: (Constant), Lama Usaha, Transaksi Online e-commerce, Modal				
b. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan				

Berdasarkan hasil penelitian, Tabel 11 menunjukkan nilai R Square yang Disesuaikan berada di antara 0,543 dan 54,3 persen. Dengan demikian, variabel independen (X1: transaksi e-commerce yang berani; Tingkat pertumbuhan (45,7%) ditentukan oleh faktor-faktor tambahan yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis , e-commerce memiliki dampak yang substansial dan menguntungkan pada pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) di Lubuk Pakam. Teknik yang digunakan untuk menilai profitabilitas bisnis Usaha kecil dan menengah (UKM) di Lubuk Pakam menunjukkan bahwa aktivitas bisnis yang positif dan bermakna memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan . Ini termasuk lamanya keberadaan perusahaan , operasi bisnisnya , dan praktik e-commerce -nya . Bersama-sama, mereka memiliki dampak yang signifikan dan menguntungkan pada pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) di Lubuk Pakam. Dengan kata lain , kedua variabel memiliki efek positif. dan vital bagi peningkatan laba usaha kecil dan menengah (UKM).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa saran praktis yang bisa diterapkan. Pemerintah Lubuk Pakam sebaiknya fokus utama pada pengembangan usaha kecil menengah (UKM), khususnya dengan memberikan pelatihan kepada pemangku kepentingan UMKM tentang cara memanfaatkan teknologi. Ini penting agar mereka paham betapa krusialnya pemasaran online untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, seminar atau workshop tentang akuntansi juga perlu digencarkan, agar UKM bisa lebih jeli dalam mengelola laporan keuangan. Dengan demikian, mereka dapat membedakan antara dana pribadi dan modal usaha, serta mendapat gambaran jelas tentang pendapatan mereka. Untuk penelitian lanjutan, ada baiknya menambah variabel baru, memperluas sampel, dan menerapkan studi kasus di industri yang berbeda-beda.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik-Revisi Ke X*
- Husaini, A. F. (2017). Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Monza di Pasar Simalingkar Medan. *Jurnal Visioner & Strategis*, 6(2), 111–126. www.kompasiana.com
- Eka Putri Maulidha Lubis. (2024). *No Title*.
- Gustina, L., Novita, W., & Triadi, Y. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(1), 152–161. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v4i1.392>
- Hanny, M., Sari, DP, & Rahman, A. (2020). *No Title. Ekonomi Dan Bisnis*, 15.
- Hartanto, H. F. (2019). Penerapan SOP Hygiene & Sanitasi di dalam Pengolahan Produk Appetizer di Kitchen Hotel Aryaduta Medan. *Universitas Sumatera Utara*. <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/22511>
- Helmalia, A. (2018). Pengaruh E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Ekonomi Dan Bisnis Islam, Vol,3,No.2*.
- Husaini, A. F. (2017). Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Monza di Pasar Simalingkar Medan. *Jurnal Visioner & Strategis*, 6(2), 111–126. www.kompasiana.com
- Lestari, P.I., Arifin, Z., & Syaifullah, Y. (2020). Analisis Pengaruh Modal, Tenaga Kerja dan Lama Melaut Terhadap Pendapatan Nelayan Payang di Kelurahan Blimbing. *Ilmu Ekonomi*.
- Nurhafsah, H. (2021). (2021). *Pengaruh Pendidikan Keuangan Di Keluarga, Pendapatan Dan Literasi Keuangan Terhadap Financial Managemen Behavior*.
- Polandos, P. M., Engka, D. S. ., & Tolosang, K. D. (2019). Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha, Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Langowan Timur. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(4), 36–47.
- Riswandi. (2019). Transaksi online (E-commerce): Peluang dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Econetica*.
- Saribu, A., & Tambunan, B. H. (2021). *Akuntansi Keuangan Menengah I*.
- Setiaji, K, & Fatuniah, A. L. (2018). Pengaruh Modal, Lama usaha dari lokasi terhadap pendapatan pedangan pasar pasca relokasi. *Pendidkan Ekonomi Dan Bisnis*.
- Tesa. (2020). *No Title. Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce), Modal, Dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Di Kabupaten Tegal*.
- Usman. (2022). *Pengaruh Transaksi E-Commerce, Modal, Dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM di Wilayah Kota Bekasi)*. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/8609>