

Pengaruh E-Commerce Dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Daerah Jelekong Tahun 2023

Hafiyanti Khanifihaya

Universitas Teknologi Digital, Hafiyanti10220081@digitechuniversity.ac.id

Neng Tika Septika

Universitas Teknologi Digital, nengtika@digitechuniversity.ac.id

Abstrak

Kelurahan Jelekong merupakan daerah pedesaan yang mempunyai potensi besar untuk pengembangan UMKM. Namun, tantangan yang dihadapi UMKM seringkali menghambat pertumbuhan pendapatan. Oleh karena itu, mengingat pentingnya peran e-commerce dalam mendukung pertumbuhan UMKM, maka penting untuk melakukan kajian mengenai dampak e-commerce dan pengelolaan keuangan terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM di Wilayah Jelekong.

Tujuan_ Pada penelitian ini penulis meneliti seberapa berpengaruh nya penggunaan e-commerce dan pengelolaan keuangan terhadap peningkatan pendapatan dan bertujuan untuk mencari seberapa berpengaruh nya penggunaan e-commerce dan pengelolaan keuangan baik secara satu persatu maupun bersama-sama terhadap peningkatan pendapatan.

Desain/Metode_ Penelitian ini penulis menggunakan metode Kuantitatif deskriptif, yang dimana data yang didapat oleh penulis merupakan data primer (yaitu data yang bersumber dari hasil kuesioner) penulis juga mendapatkan data sekunder (yang berasal dari Kelurahan setempat) untuk mengetahui jumlah UMKM dan profil Kelurahan. Penulis mengolah hasil data yang didapat dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS Versi 2020, yang dimana hasil responden yang didapat berjumlah 60 responden yang berada di daerah Jelekong.

Temuan_ Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh X1 (e-commerce) terhadap Y (peningkatan pendapatan) berpengaruh signifikan hal ini dibuktikan dengan hasil yang didapat yaitu hasil pearson corelation sebesar 0,739 dan untuk pengaruh X2 (pengelolaan keuangan) terhadap Y (peningkatan pendapatan) berpengaruh signifikan juga didapat berdasarkan hasil pearson corelation yaitu sebesar 0,834. Dan untuk pengaruh X1 dan X2 secara bersama-sama terhadap Y berpengaruh signifikan hal ini dibuktikan berdasarkan hasil dari Rsquare sebesar 0,753 (75,3%) dan selisih nya yaitu sebesar 24,7% (hasil dari 100% - 75,3%) peningkatan pendapatan di pengaruhi oleh faktor lain.

Implikasi_ Maka hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa baik penggunaan e-commerce maupun pengelolaan keuangan di aplikasikan secara satu persatu maupun secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di daerah Jelekong pada tahun 2023.

Tipe Penelitian_ Studi Empiris.

Kata Kunci : E-Commerce, Pengelolaan Keuangan, Peningkatan Pendapatan, UMKM

I. Pendahuluan

Sebagian banyak orang mengira bahwa akuntansi ada hubungannya dengan sistem komputer, namun kenyataannya akuntansi merupakan suatu proses kerja yang tidak mudah. Ilmu ini sangat bermanfaat dalam penerapan sehari-hari, terutama yang berkaitan dengan kegiatan bisnis.

Perlakukan akuntansi yang benar dan dapat memungkinkan manajemen memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai keuangan perusahaan. Hal ini memungkinkan untuk merencanakan pengeluaran di masa depan secara strategis untuk memaksimalkan keuntungan.

Pada zaman yang modern ini sudah banyak aplikasi-aplikasi bahkan pemerintah pun sudah menerapkan literatur tentang cara pengelolaan keuangan yang baik dan benar. Maka dari itu sekarang banyak UMKM yang sudah memakai aplikasi untuk menghitung pendapatan yang didapatkan perbulan dan juga untuk mengetahui berapa laba yang telah diperoleh pada usaha tersebut. Akan tetapi, ada juga UMKM yang belum mengetahui seberapa pentingnya mengelola keuangan dengan baik, bahkan masih ada juga yang sering mencampurkan pendapatan UMKM dengan pengelolaan sehari-hari nya atau untuk penggunaan rumah tangga.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008, UMKM atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah didefinisikan sebagai "usaha mikro" yang merujuk pada usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan, yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan dalam peraturan tersebut (Lubuksikaping, 2023).

Saat ini, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian suatu negara, termasuk menciptakan lapangan kerja dan mendukung pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal maupun nasional. Namun, UMKM seringkali menghadapi tantangan seperti, terbatasnya akses pasar, terbatasnya sumber daya, dan terbatasnya penggunaan teknologi.

Di era digital saat ini, e-commerce dapat menjadi solusi untuk membantu UMKM dalam mengatasi tantangan-tantangan tersebut. E-commerce memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasarnya tanpa dibatasi oleh batasan Geografis, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan akses konsumen terhadap produk dan layanan yang ditawarkannya.

Perdagangan elektronik atau e-commerce menurut (Sugiharto, 2022) mengacu pada kegiatan atau transaksi jual beli yang dilakukan melalui media elektronik (Internet). E-commerce seringkali disamakan dengan marketplace, tetapi sebetulnya marketplace adalah salah satu bentuk bisnis atau model e-commerce. Marketplace berfungsi sebagai platform penghubung antara pembeli dan penjual, mirip dengan pasar virtual yang menyatukan kedua belah pihak.

Tujuan didirikannya sebuah usaha adalah untuk mendapatkan keuntungan dengan meningkatkan sutau nilai produk sehingga suatu usaha akan mendapatkan pendapatan.

Pendapatan (revenue) adalah penjualan barang dan jasa, atau kegiatan lain yang merupakan bidang usaha utama suatu perusahaan. Pendapatan juga mencakup masuknya atau peningkatan lain dalam aset suatu entitas selama suatu periode waktu dari pengiriman atau produksi barang, penyediaan jasa, atau aktivitas lain yang merupakan operasi utama atau kelanjutan utama entitas, atau pemenuhan kewajiban (Dr. Islahuzzaman, S.E., M.Si., 2012).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah mengumumkan bahwa hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022 menunjukkan peningkatan indeks literasi dan inklusi keuangan masyarakat. Data SNLIK tahun 2022 menunjukkan bahwa literasi keuangan masyarakat Indonesia mencapai 49,68%, sementara inklusi keuangan mencapai 85,10%. Di Provinsi Jawa Barat, literasi keuangan mencapai 56,10% dan inklusi keuangan mencapai 88,31% (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

Keuangan didefinisikan sebagai suatu sistem yang mencakup profesi distribusi uang, persetujuan kredit, keputusan investasi, dan fasilitas perbankan. Dan manajemen keuangan dikenal sebagai keuangan perusahaan, berfokus pada keputusan terkait jumlah dan jenis aset yang digunakan untuk pembiayaan yang tepat, berapa banyak modal yang diperlukan untuk membeli aset dan bagaimana menjalankan bisnis untuk memaksimalkan nilainya (Brigham & Houston, 2018).

Pada saat ini belum banyak masyarakat yang memahami cara pengelolaan keuangan dengan benar. Masih ada beberapa pemilik UMKM yang menggunakan hasil berdagang nya untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya.

Maka dari itu pada penelitian ini penulis hanya meneliti sebagian UMKM yang berada di daerah Jelekong yang telah menggunakan e-commerce dan bagaimana cara mereka dalam mengelola keuangan dari hasil yang mereka dapatkan.

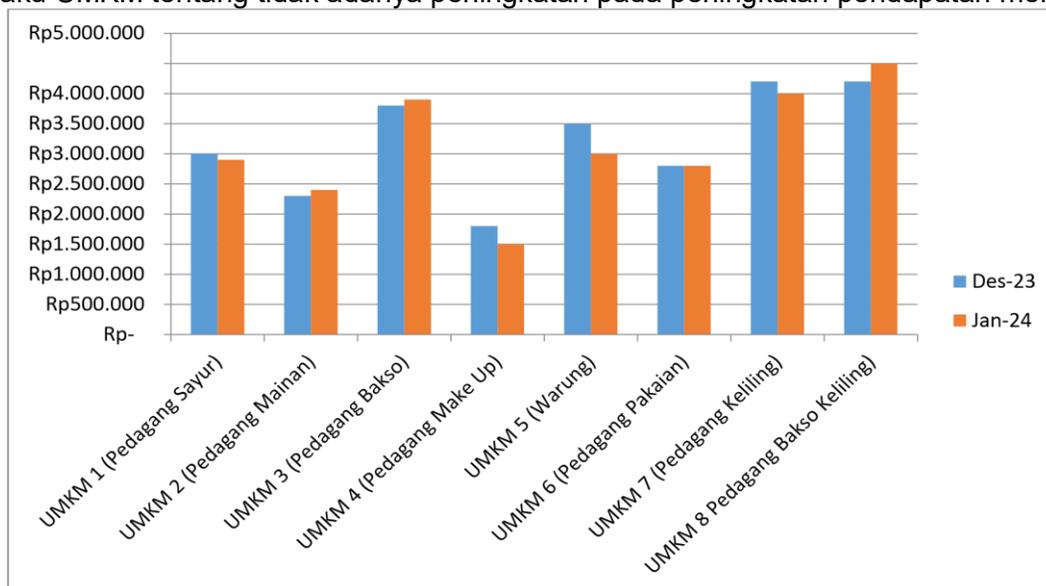
Kelurahan Jelekong merupakan daerah pedesaan yang mempunyai potensi besar untuk pengembangan UMKM. Namun, tantangan yang dihadapi UMKM seringkali menghambat pertumbuhan

pendapatan. Oleh karena itu, mengingat pentingnya peran e-commerce dalam mendukung pertumbuhan UMKM, maka penting untuk melakukan kajian mengenai dampak ecommerce terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM di Wilayah Jelekong.

Berdasarkan data yang telah di dapat oleh penulis berdasarkan hasil dari meminta data kepada pegawai Kelurahan Jelekong bahwa di wilayah kelurahan Jelekong terdapat sekitaran 97 pedagang atau UMKM yang telah terdata di Kelurahan Jelekong dan sisa nya belum terdata di Kelurahan Jelekong. Hasil tersebut berdasarkan data yang diperoleh oleh Petugas Kelurahan pada tahun 2021.

Beberapa diantaranya juga ada yang sudah mengetahui cara pemakaian dari e-commerce dan juga mengerti cara mengelola keuangan dengan benar. Ada pun beberapa yang belum paham bagaimana cara mengelola keuangan dengan benar dan cara pemakaian dari e-commerce mengakui bahwa tidak adanya perubahan pada peningkatan pendapatan.

Berikut merupakan data yang di dapat oleh penulis dari beberapa wawancara dengan beberapa pelaku UMKM tentang tidak adanya peningkatan pada peningkatan pendapatan mereka:



Sumber : Data diolah penulis

Grafik I
Hasil Pendapatan UMKM

Dari grafik diatas dapat terlihat dengan jelas bahwa beberapa UMKM tersebut tidak mengalami kenaikan pada pendapatan dengan signifikan bahkan ada juga yang mengalami penurunan pada pendapatannya. Dan menurut para pelaku UMKM tersebut salah satu penyebab nya adalah pembeli hanyalah orang setempat dan hasil dari pendapatan pun seringkali masih sering terpakai oleh kebutuhan sehari-hari.

Dari penelitian terdahulu yang pernah membahas tentang pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan UMKM yang dilakukan oleh Bela Fajri Handayani pada Tahun 2020 dengan judul “Analisis Pengaruh Penggunaan E-Commerce Terhadap Penjualan UMKM”, hasil dari penelitian tersebut bahwa e-commerce memberikan dampak positif terhadap pendapatan UMKM, seiring dengan meningkatnya pendapatan UMKM setelah menggunakan e-commerce. Selain pendapatan, jumlah pelanggan dan keuntungan UMKM juga mencatatkan peningkatan yang signifikan.

Hasil dari penelitian yang pernah dilakukan oleh (Handayani B. F., 2020), (Firmansyah & Husna, 2022), dan (Madrianah, Al Kausar, Muchsidin, & Verawaty, 2023) menyebutkan bahwa ecommerce telah memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Akan tetapi menurut (Genoa, 2024) e-commerce hanya berpengaruh sebesar 36,9% dan 63,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor lainnya. Maka karena hal tersebut, penting bagi penulis untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan UMKM selain e-commerce, salah satu faktor yang penulis ambil yaitu faktor pengelolaan keuangan.

Makalah ini bertujuan untuk 1). Mengetahui pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Daerah Jelesong; 2). Mengetahui pengaruh pengelolaan keuangan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Daerah Jelesong; 3). Mengetahui pengaruh e-commerce dan pengelolaan keuangan secara bersama-sama terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Daerah Jelesong.

II. Kajian Teori

1. Pendapatan (Variabel Y)

a) Pengertian Pendapatan

Pendapatan atau revenue menurut (Riadi, 2023) adalah segala bentuk penerimaan atau aset yang diperoleh oleh suatu usaha dari penjualan barang atau jasa, atau dari hasil investasi selama periode tertentu. Pendapatan muncul sebagai hasil ekonomi dari aktivitas rutin perusahaan dalam satu periode, menyebabkan peningkatan ekuitas yang tidak berasal dari modal yang diinvestasikan.

Pendapatan atau revenue mencakup semua penerimaan yang diperoleh dari penjualan barang dan jasa dalam suatu usaha. Pendapatan berbeda dengan penghasilan, di mana pendapatan adalah jumlah penerimaan sebelum biaya dan beban dikurangi, sedangkan penghasilan adalah sisa pendapatan setelah dikurangi biaya dan beban.

Menurut Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP), pendapatan adalah penerimaan yang berasal dari kegiatan rutin entitas seperti penjualan, imbalan, bunga, dividen, royalti, dan sewa. Pendapatan merupakan aliran masuk aset yang diperoleh dari penyerahan barang atau jasa oleh suatu unit usaha selama periode tertentu. Pendapatan yang dihasilkan dari kegiatan utama akan meningkatkan nilai aset dan modal perusahaan jika aliran masuk tersebut mengakibatkan peningkatan ekuitas, yang bukan berasal dari kontribusi modal.

b) Jenis-Jenis Pendapatan

Jenis-jenis pendapatan menurut (Riadi, 2023) adalah sebagai berikut:

1) Pendapatan Operasional

Pendapatan Operasional (Operating Revenue) merupakan hasil langsung dari aktivitas operasional utama suatu perusahaan. Pendapatan operasional mencerminkan seberapa besar keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan dari usaha inti mereka.

Pendapatan operasional bisa berasal dari dua sumber, yaitu penjualan bruto dan penjualan neto. Penjualan bruto mencakup semua penerimaan dari penjualan barang atau jasa sebelum dikurangi potongan atau pengurangan lain yang akan dibebankan kepada pembeli. Sedangkan penjualan neto mencakup semua penerimaan dari penjualan barang atau jasa setelah dikurangi potongan yang menjadi hak pihak pembeli.

2) Pendapatan Non-Operasional

Pendapatan Non Operasional (Non-Operating Revenue) merupakan perusahaan tidak terkait dengan kegiatan utama seperti produksi dan penjualan produk. Jenis pendapatan di luar kegiatan inti seperti manufaktur dan perdagangan mencakup pendapatan dari sewa, royalti, bunga, keuntungan atas penjualan aset tetap, investasi jangka panjang, dan dividen. Pendapatan ini berasal dari transaksi yang bukan merupakan fokus utama perusahaan dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi perusahaan selain dari investasi pemilik.

c) Karakteristik Pendapatan

Pendapatan mencakup berbagai pos dengan berbagai bentuk dan istilah. Menurut (Riadi, 2023), karakteristik pendapatan meliputi:

- 1) Aliran masuk atau peningkatan aset, seperti aset baru yang diterima dari konsumen, arus kas masuk dari konsumen, peningkatan laba ekonomi, dan keuntungan dari penjualan aset.

- 2) Aktivitas yang mencerminkan operasi utama atau pusat kegiatan yang berkelanjutan, seperti pendapatan dari aktivitas normal perusahaan yang diperoleh dari penjualan barang atau jasa yang terkait dengan operasi inti perusahaan.
- 3) Pembayaran, pengurangan, atau penghapusan kewajiban, di mana peningkatan aset akan mengurangi kewajiban yang menghasilkan pendapatan.
- 4) Pendapatan didefinisikan sebagai peningkatan aset bukan peningkatan ekuitas bersih, meskipun pada akhirnya peningkatan aset tersebut mempengaruhi peningkatan ekuitas bersih.
- 5) Produk perusahaan, di mana pendapatan merupakan arus masuk aset yang berkaitan dengan aliran fisik produk perusahaan yang diserahkan.
- 6) Pertukaran produk harus diekspresikan dalam satuan moneter agar dapat dicatat dalam sistem akuntansi, dan satuan moneter yang paling objektif adalah jika jumlahnya dalam mata uang Rupiah merupakan hasil dari transaksi antara pihak-pihak yang independen.

2. Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM)

a) Pengertian UMKM

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, pengertian usaha mikro adalah suatu badan usaha yang mempunyai harta kekayaan paling banyak Rp 50 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat perusahaan itu berada, dan mempunyai hasil penjualan tahunan tidak melebihi 300 juta Rupiah (Riadi, UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) - Pengertian, Karakteristik dan Jenis, 2021).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif milik perseorangan atau badan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Standar UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Untuk mengetahui jenis usahanya, kita harus memperhatikan standarnya terlebih dahulu. Hal ini juga penting untuk pengurusan izin usaha di masa depan dan penentuan besaran pajak yang harus dibebankan kepada pemilik UMKM (Sukorejo, 2024).

1. Usaha Mikro adalah suatu usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perseorangan atau suatu perusahaan menurut kriteria usaha mikro. Perusahaan yang termasuk dalam standar usaha mikro adalah perusahaan yang mempunyai kekayaan bersih sampai dengan Rp50.000.000,- tidak termasuk bangunan atau tanah dimana perusahaan tersebut berada. Pendapatan penjualan tahunan usaha mikro maksimal sebesar Rp 300 juta.
2. Usaha Kecil adalah suatu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri atau berdiri sendiri, baik milik orang perseorangan maupun kelompok, dan tidak dianggap sebagai cabang suatu korporasi. Perusahaan utama dikelola dan dimiliki dan secara langsung atau tidak langsung menjadi bagian dari perusahaan menengah. Suatu perusahaan dianggap usaha kecil apabila mempunyai kekayaan bersih sebesar Rp50.000.000,- dengan persyaratan paling banyak Rp500.000.000. Pendapatan penjualan bisnis tahunan berkisar antara Rp300.000.000 hingga Rp25 miliar.
3. Usaha Menengah adalah usaha yang bergerak dalam perekonomian produktif, yang bukan merupakan cabang atau anak perusahaan dari perusahaan pusat, dan kekayaan bersihnya, baik langsung maupun tidak langsung, diatur dengan undang-undang atau perusahaan menengah atau bagian dari perusahaan besar. Usaha menengah sering kali digolongkan sebagai usaha besar karena kekayaan bersih pemilik usaha melebihi Rp500.000.000 hingga Rp10.000.000.000 dan tidak termasuk bangunan atau tanah di mana perusahaan tersebut berada. Penjualan tahunan mencapai antara Rp 2,5 miliar hingga Rp 50 miliar.

a) Tujuan Pembentukan UMKM

Tujuan pembentukan dan penguatan UMKM menurut (Utami & Gischa, 2021) tertuang dalam Pasal 3 dan 5 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil dan Menengah. Yaitu sebagai berikut:

Pasal 3: “Tujuan Usaha Kecil dan Menengah yaitu Untuk membangun perekonomian berdasarkan demokrasi ekonomi yang adil, dunia usaha harus tumbuh dan berkembang” Pasal 5: “Tujuan pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah” :

- Terwujudnya struktur perekonomian nasional yang seimbang, maju dan berkeadilan
- Pertumbuhan dan peningkatan kapasitas UMKM mandiri yang tangguh
- Meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan mengangkat masyarakat keluar dari kemiskinan.

b) Karakteristik UMKM

Karakteristik UMKM menurut (Utami & Gischa, 2021) dapat dipahami dari penjelasan berikut ini.

- 1) Usaha mikro tersebut memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 50 juta dan pendapatan penjualan tahunan maksimal Rp 300 juta.
- 2) Besaran aset UMKM sekitar 50 juta hingga 500 juta rupiah per tahun, dan penjualan tahunan sekitar 300 hingga 2,5 miliar rupiah.
- 3) Perusahaan menengah memiliki kekayaan bersih sekitar 500-10 miliar dan penjualan tahunan hingga 25-50 miliar.
- 4) Usaha kecil dijalankan sendiri atau dengan sejumlah kecil karyawan.
- 5) Jenis produk ekonomi tidak tetap dan dapat berubah tergantung situasi.
- 6) Lokasi transaksi ekonomi tidak tetap dan dapat bervariasi dari satu tempat ke tempat lain.
- 7) Sistem akuntansi masih bercampur dengan uang pribadi dan belum terstandar.
- 8) Aturan kebijakan bisnis dan sistem manajemennya belum jelas.
- 9) Ada kekurangan sumber daya manusia.
- 10) Modal terbatas.
- 11) Tidak ada legalitas atau izin untuk beroperasi.

3. E-Commerce (Variabel X₁)

E-commerce diperkenalkan pertama kali tahun 1994, pada saat spanduk elektronik muncul di halaman web untuk tujuan periklanan dan promosi. Menurut Forrester Research, pada tahun 2003, e-commerce menghasilkan penjualan sebesar \$12,2 miliar. Di bulan Oktober 2006, penjualan ritel online di Amerika Serikat, tanpa termasuk perjalanan, diperkirakan mencapai \$2,5 miliar pada tahun 2011 menurut laporan lain. Definisi perdagangan elektronik telah berkembang seiring waktu. Secara esensial, perdagangan elektronik mengacu pada penggunaan transaksi komersial, seperti penggunaan EDI untuk mentransmisikan dokumen komersial seperti pesanan pembelian dan faktur secara elektronik.

Ketika Internet mulai populer tahun 1994, banyak jurnalis memprediksi bahwa ecommerce akan menjadi industri baru. Akan tetapi, baru sekitar empat tahun kemudian, protokol keamanan seperti https menjadi matang lalu digunakan secara luas. Antara tahun 1998 dan 2000, banyak perusahaan di Amerika Serikat dan Eropa mengembangkan situs perdagangan elektronik ini.

Perdagangan elektronik juga mencakup kegiatan terkait seperti transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem pengolahan data persediaan yang dilakukan melalui komputer, jaringan komputer, dan lain-lain. Dalam konteks teknologi informasi, perdagangan elektronik dapat dianggap sebagai bagian dari bisnis elektronik, meskipun bisnis elektronik memiliki cakupan yang lebih luas baik dari segi kegiatan maupun jenis kegiatan yang dilakukan (Commata, 2016).

E-commerce adalah perdagangan elektronik, pemasaran barang atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik di Internet. Dalam hal ini e-commerce adalah konten yang melibatkan data/sistem/manajemen yang dilakukan secara otomatis. Industri ini mencakup transaksi seperti pengiriman uang, pemasaran online, dan jual beli. E-commerce adalah bagian dari bisnis elektronik, dan cakupan bisnis elektronik lebih luas dan tidak hanya mencakup transaksi tetapi juga kerjasama dengan perusahaan. Mitra, layanan pelanggan, lowongan pekerjaan, dan banyak lagi. Selain teknologi jaringan

WWW, e-commerce juga memerlukan teknologi database, email, dan bentuk teknologi non-komputer lainnya seperti sistem pengiriman produk dan alat pembayaran e-commerce (Abdi, 2022).

4. Pengelolaan keuangan (Variabel X₂)

Bagi sebagian pebisnis, mengelola keuangan merupakan aktivitas yang harus dilakukan setiap hari. Namun, masih banyak yang tidak paham bagaimana cara yang tepat untuk mengelola keuangan dengan baik. Yang banyak diketahui tentang pengelolaan keuangan hanyalah tentang aliran kas masuk dan keluar. Oleh karena itu, pengelolaan keuangan dianggap sebagai hal yang sangat pribadi bagi sebagian pebisnis (Handayani, Suwarni, Fernando, Fitri, Saputra, & Fitri, 2022).

a) Pengertian Pengelolaan Keuangan

Secara harfiah, istilah "pengelolaan keuangan" atau "manajemen keuangan" berasal dari kata "manajemen", yang berarti "mengelola" dan "keuangan", yang berarti "hal-hal yang berkaitan dengan uang" seperti pembiayaan, investasi, dan modal. Oleh karena itu, secara keseluruhan, pengelolaan keuangan dapat didefinisikan sebagai semua aktivitas yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan menurut Armereo, dkk (2020) dalam (Bela, 2023).

b) Ruang Lingkup Manajemen Keuangan

Menurut (Mahatmavidya, 2024) Pengelolaan keuangan memiliki ruang lingkup khusus seperti:

- 1) Investasi Termasuk investasi pada aktiva tetap dan aktiva lancar. Oleh karena itu, hal ini menyangkut alokasi dana untuk pembelian aset tetap yang diperlukan untuk operasional jangka panjang, serta menjamin ketersediaan dana untuk memenuhi kebutuhan operasional sehari-hari.
- 2) Keuangan Mengacu pada penggalangan dana dari berbagai sumber tergantung pada jenis sumber pembiayaan, jangka waktu pembiayaan, biaya pembiayaan, ekspektasi pengembalian, dll.
- 3) Dividen Manajer keuangan memutuskan bagaimana mendistribusikan laba bersih perusahaan. Laba bersih biasanya dibagi menjadi dua bagian: dividen kepada pemegang saham dan laba ditahan. Dividen adalah pembayaran kepada pemegang saham, dan jumlahnya harus ditentukan.
- 4) Laba ditahan, sebaliknya, adalah bagian dari laba bersih yang tersisa bagi perusahaan untuk mendukung rencana ekspansi dan diversifikasi. Besarnya laba ditahan tergantung pada rencana pengembangan dan diversifikasi perusahaan.

c) Tujuan Manajemen Keuangan

Ada beberapa alasan mengapa sangat penting menerapkan manajemen keuangan dalam bisnis Anda. Menurut (Mahatmavidya, 2024) Hal ini dikarenakan perusahaan memiliki lima tujuan utama dalam menerapkan manajemen tersebut sebagai berikut.

- 1) Menjaga Agar Arus Kas Tetap Lancar, Menerapkan pengendalian keuangan membantu bisnis memantau tingkat pendapatan dan pengeluaran mereka. Pemantauan memungkinkan perusahaan untuk memperkirakan bahwa arus kas tidak akan terkena dampak buruk.
- 2) Meningkatkan Efisiensi Penggunaan Keuangan Perusahaan, Semua perencanaan keuangan perusahaan erat kaitannya dengan upaya peningkatan efisiensi sumber daya perusahaan. Hal ini dapat dipantau dengan menghilangkan biaya-biaya yang dianggap tidak efektif dan menggantinya dengan kegiatan yang lebih menguntungkan.
- 3) Meningkatkan Laba Perusahaan, Pengelolaan keuangan juga dapat digunakan ketika suatu perusahaan ingin mencapai tujuan utamanya yaitu meningkatkan laba. Hal ini dapat dicapai melalui perencanaan keuangan yang cermat.
- 4) Mempermudah Perencanaan Struktur Modal, Pengelolaan Keuangan juga memudahkan Anda dalam merencanakan struktur modal perusahaan Anda. Di sini, perusahaan dapat menyesuaikan struktur modalnya untuk menyeimbangkan ekuitas dan utang perusahaan.
- 5) Menjamin Keamanan Investasi, Tujuan akhir penerapan pengendalian keuangan adalah untuk menilai tingkat keamanan kegiatan investasi pada suatu perusahaan. Dengan cara ini, investasi bisnis dapat menghasilkan keuntungan positif dalam arti keuntungan yang meningkat.

d) Fungsi Manajemen Keuangan

Fungsi manajemen keuangan yaitu membantu bisnis yang dijalankan agar dapat berjalan maksimal dan mencapai keuntungan yang maksimal. Sebagai bagian dari kegiatan perusahaan, pengelolaan keuangan menurut (cimbniaga) mempunyai fungsi sebagai berikut:

- 1) **Pengelolaan Keuangan Perusahaan** Pengelolaan keuangan meliputi segala hal mulai dari perencanaan masuk dan keluarnya dana dalam suatu periode tertentu hingga perhitungan laba rugi pada periode tersebut sebagai seorang manajer keuangan.
Pada periode ini Pengelolaan keuangan mencatat secara rinci anggaran aliran dana masuk dan keluar agar penggunaan dana dapat lebih optimal. Karena perencanaan yang tepat membantu bisnis memperkirakan keuntungan dan kerugian yang diharapkan.
- 2) **Mengelola keuangan perusahaan Anda** Setelah melaksanakan rencana keuangan, Anda harus melakukan evaluasi untuk mengelola keuangan perusahaan Anda. Jika terjadi penyimpangan dari rencana awal, data keuangan dapat dijadikan pedoman untuk tindakan selanjutnya.
Dengan kata lain, pengelolaan keuangan membantu bisnis kembali ke rencana semula yang dibuat. Hal ini memungkinkan bisnis mengetahui apa yang terjadi ketika anggaran mereka dibelanjakan.
- 3) **Audit Keuangan Perusahaan** Audit atau audit keuangan biasanya dilakukan dalam suatu perusahaan untuk memastikan keuangan perusahaan dikelola dengan baik dan berfungsi tanpa penyalahgunaan dana.
Pengelolaan keuangan yang baik memungkinkan Anda memeriksa status keuangan perusahaan Anda dan meminimalkan masalah keuangan.
- 4) **Pelaporan Keuangan Bisnis** Fitur pengelolaan keuangan ini akan membantu dalam mengambil keputusan di masa depan sebagai pemilik bisnis.

Dalam hal ini, manajemen keuangan berfungsi sebagai wadah yang memberikan informasi keuangan perusahaan secara bertahap dan berkala, mulai dari laporan keuangan triwulanan, semesteran, dan tahunan.

III. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan oleh penulis pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk mengetahui seberapa berpengaruh e-commerce dan kephahaman pengelolaan keuangan terhadap peningkatan pendapatan pada UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Data/sampel yang perlukan oleh peneliti merupakan para UMKM baik yang sudah menggunakan e-commerce maupun belum dan juga yang sudah mengetahui bagaimana cara mengelola keuangan/penulisan keuangan yang baik dan benar maupun belum. Sampel yang di kumpulkan oleh peneliti adalah sebanyak 60 pelaku usaha UMKM yang berada di daerah Jelekong.

IV. Hasil Dan Pembahasan**1. Hasil Penelitian Gambaran Umum Variabel X a) Variabel X₁ (E-Commerce)**

Beberapa pelaku UMKM daerah Jelekong belum seluruh nya sudah menggunakan e-commerce, ada begitu banyak pelaku usaha UMKM yang masih menjualkan secara manual atau masih kepada warga sekitar. Hal ini dikarenakan beberapa masyarakat Jelekong yang belum mengetahui bagaimana cara melakukan dan bagaimana cara mendaftarkan usaha mereka ke aplikasi e-commerce.

Pelaku UMKM di daerah Jelekong hanya masih melakukan penjualan dengan melakukan pre-order melalui beberapa sosial media yang mereka miliki seperti, Facebook, Whatsapp, Instagram, dll. Akan tetapi jika untuk menjualkan melalui aplikasi e-commerce mereka belum mengetahui bagaimana dan memang ada beberapa pelaku UMKM yang bilannng sedikit suslit saat mendaftarkan usaha mereka.

a) Variabel X₂ (Pengelolaan Keuangan)

Masyarakat Jelekong bisa dibidang masih menjadi masyarakat terbelakang, hal ini dikarenakan masyarakat Jelekong belum banyak yang melanjutkan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi. Maka dari itu masyarakat Jelekong masih banyak yang belum mengetahui bagaimana cara penulisan keuangan yang baik dan benar.

Pelaku UMKM pun masih banyak yang mencampurkan keuangan pribadi nya dengan hasil penjualan, terutama bagi keluarga yang memang kesehariannya untuk memenuhi keperluan rumah tangga nya dari hasil berjualan.

b) Variabel Y (Peningkatan Pendapatan)

Peningkatan pendapatan adalah peningkatan pemasukan pada suatu usaha baik itu pada pelaku usaha UMKM maupun perusahaan yang dimana pemasukan tersebut didapat dari penjualan suatu barang maupun jasa. Dan pada penelitian ini penulis hanya memfokuskan pada para pelaku UMKM yang dimana apakah adanya pengaruh setelah pelaku usaha UMKM menggunakan e-commerce dan juga mengetahui bagaimana cara penulisan keuangan yang baik dan benar.

2. Hasil Pengolahan Data Pengujian Instrumen a) Uji Validitas

Tabel I
Uji Validitas Variabel X₁

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.890*	.766*	.801*	.769*	.833*	.803*	.798*	.810*	.758*	.910*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.2	Pearson Correlation	.890*	1	.779*	.790*	.758*	.840*	.795*	.783*	.801*	.703*	.899*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.3	Pearson Correlation	.766*	.779*	1	.842*	.806*	.792*	.796*	.715*	.864*	.827*	.905*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.4	Pearson Correlation	.801*	.790*	.842*	1	.854*	.854*	.860*	.700*	.835*	.855*	.928*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.5	Pearson Correlation	.769*	.758*	.806*	.854*	1	.770*	.768*	.695*	.823*	.780*	.889*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.6	Pearson Correlation	.833*	.840*	.792*	.854*	.770*	1	.904*	.753*	.872*	.789*	.932*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.7	Pearson Correlation	.803*	.795*	.796*	.850*	.768*	.904*	1	.772*	.851*	.727*	.916*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.8	Pearson Correlation	.798*	.783*	.715*	.700*	.695*	.753*	.772*	1	.753*	.674*	.844*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.9	Pearson Correlation	.810*	.801*	.864*	.835*	.827*	.872*	.851*	.753*	1	.818*	.934*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.10	Pearson Correlation	.758*	.703*	.827*	.855*	.780*	.789*	.727*	.674*	.818*	1	.879*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Total	Pearson Correlation	.910*	.899*	.905*	.928*	.888*	.932*	.916*	.844*	.934*	.879*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 2020

Berdasarkan hasil olah data diatas hasil uji validitas variabel X₁ (e-commerce) memiliki hasil nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang dimana r_{tabel} untuk 60 responden adalah sebesar 0,254 (disini penullis menggunakan r_{tabel} yang 5%). Maka dengan hasil output diatas **variabel X₁ dapat dinyatakan bahwa keseluruhan pertanyaan kuesioner ini layak digunakan sebagai alat ukur data variabel.**

Tabel II
Uji Validitas Variabel X2

		Correlations										
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.834*	.869	.821	.789	.843*	.813*	.803*	.821*	.843*	.911*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X2.2	Pearson Correlation	.834*	1	.740*	.834*	.740*	.814*	.805*	.764*	.772*	.806*	.876*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X2.3	Pearson Correlation	.869	.740*	1	.795*	.773*	.825*	.826*	.802*	.799*	.824*	.892*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X2.4	Pearson Correlation	.821*	.834*	.795*	1	.753*	.857*	.799*	.829*	.823*	.848*	.905*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X2.5	Pearson Correlation	.789	.740*	.772*	.753*	1	.861*	.845*	.813*	.853*	.854*	.898*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X2.6	Pearson Correlation	.843*	.814*	.825*	.857*	.861*	1	.889*	.859*	.925*	.909*	.954*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X2.7	Pearson Correlation	.813*	.805*	.826*	.799*	.845*	.889*	1	.865*	.897*	.920*	.940*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X2.8	Pearson Correlation	.803*	.764*	.802*	.829*	.813*	.859*	.865*	1	.906*	.917*	.930*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X2.9	Pearson Correlation	.821*	.772*	.799*	.823*	.853*	.925*	.897*	.906*	1	.949*	.952*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X2.10	Pearson Correlation	.843*	.806*	.824*	.848*	.854*	.909*	.920*	.917*	.949*	1	.964*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Total	Pearson Correlation	.911*	.876*	.892*	.905*	.898*	.954*	.940*	.930*	.952*	.964*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 2020

Berdasarkan hasil olah data diatas hasil uji validitas variabel X₂ (pengelolaan keuangan) memiliki hasil nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang dimana r_{tabel} untuk 60 responden adalah sebesar 0,254 (disini penulis menggunakan r_{tabel} yang 5%). Maka dengan hasil output diatas **variabel X₂ dapat dinyatakan bahwa keseluruhan pertanyaan kuesioner ini layak digunakan sebagai alat ukur data variabel.**

Tabel III
Uji Validitas Variabel Y

		Correlations										
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.726	.653	.787	.667	.663	.681	.670	.623	.599	.813
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y2	Pearson Correlation	.726	1	.763*	.662*	.770*	.665*	.785*	.722*	.700*	.658*	.857*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y3	Pearson Correlation	.653*	.763*	1	.800*	.780*	.744*	.738*	.770*	.800*	.662*	.882*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y4	Pearson Correlation	.787	.662*	.800*	1	.731*	.737*	.682*	.701*	.710*	.661*	.859*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y5	Pearson Correlation	.667	.770*	.780*	.731*	1	.736*	.800*	.776*	.808*	.737*	.897*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y6	Pearson Correlation	.663	.665*	.744*	.737*	.736*	1	.762*	.755*	.749*	.743*	.866*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y7	Pearson Correlation	.681	.785*	.728*	.682*	.800*	.762*	1	.839*	.797*	.725*	.896*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y8	Pearson Correlation	.670*	.722*	.770*	.701*	.776*	.755*	.839*	1	.837*	.738*	.892*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y9	Pearson Correlation	.623	.700*	.800*	.710*	.808*	.749*	.797*	.837*	1	.759*	.894*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y10	Pearson Correlation	.599	.658*	.662*	.661*	.737*	.743*	.725*	.738*	.759*	1	.835*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Total	Pearson Correlation	.813	.857*	.885*	.859*	.897*	.866*	.896*	.898*	.894*	.835*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 2020

Berdasarkan hasil olah data diatas hasil uji validitas variabel Y (peningkatan pendapatan) memiliki hasil nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang dimana r_{tabel} untuk 60 responden adalah sebesar 0,254 (disini penulis menggunakan r_{tabel} yang 5%). Maka dengan hasil output diatas variabel Y dapat dinyatakan bahwa **keseluruhan pertanyaan kuesioner ini layak digunakan sebagai alat ukur data variabel.**

a) Uji Reliabilitas

Tabel IV

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		Reliability Statistics		Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items
,975	10	,980	10	,964	10
X1 (E-Commerce)		X2 (Pengelolaan Keuangan)		Y (Peningkatan Pendapatan)	

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 2020

Hasil uji reliabilitas dari ketiga variabel diatas dikatakan reliabel hal ini dapat dibuktikan dengan **hasil Nilai Cronbach Alpha untuk variabel X₁ adalah sebesar 0,975, variabel X₂ sebesar 0,980, dan variabel Y sebesar 0,964**, yang dimana ketiga variabel diatas menunjukkan hasil >0,60. Maka dengan hasil tersebut ketiga variabel dalam penelitian diatas **dikatakan reliabel**.

b) Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel V
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	4,01376408
Most Extreme Differences	Absolute	,072
	Positive	,072
	Negative	-,041
Kolmogorov-Smirnov Z		,558
Asymp. Sig. (2-tailed)		,914

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 2020

Hasil uji normalitas diatas penulis menggunakan SPSS versi tahun 2020 yang menunjukkan dimana **sig sebesar 0,914 > 0,05**. Maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini **terdistribusi normal**.

c) Uji Multikolinearitas

Tabel VI
Uji Multikolinearitas

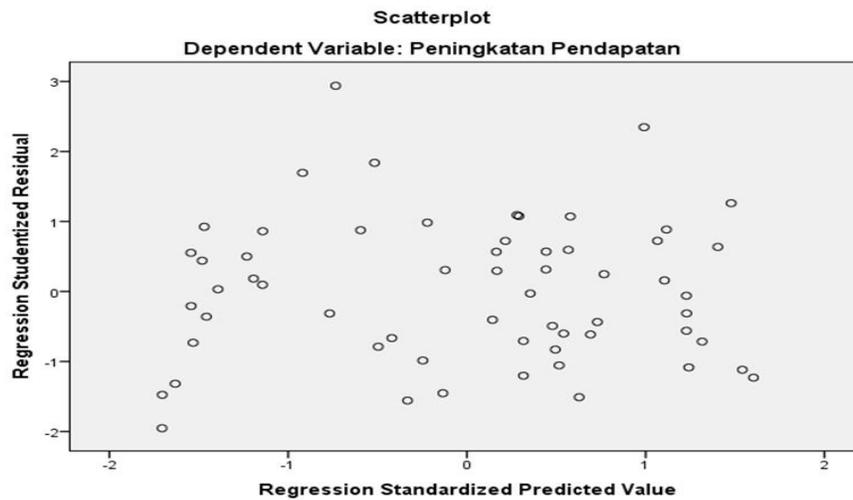
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 2020

Dari tabel diatas dapat terlihat bahwa variabel X_1 (E-Commerce) dan X_2 (Pengeolaan Keuangan) menunjukkan **nilai Tolerance** yang sama yaitu sebesar **0,546 > 0,100** dan **nilai VIF** memiliki nilai yang sama juga yaitu sebesar **1,831 < 10,00**. Maka berdasarkan hasil nilai tersebut diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa penelitian ini **tidak terdapat multikolinearitas**.

d) Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 2020

Gambar I
Uji Heteroskedastisitas Metode Scatterplots

Dari hasil output diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan oleh penulis **tidak terjadi gejala heteroskedastisitas**. Hal ini di buktikan oleh titik-titik data yang menyebar, titik-titik data tidak membentuk pola tertentu, dan titik-titik pola tidak hanya mengumpul diatas atau bawah saja. Untuk yang lebih jelas nya pun terdata dalam tabel dibawah :

Tabel VII
Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,737	1,153		2,374	,021
	X1	,054	,040	,238	1,357	,180
	X2	-,051	,035	-,253	-1,442	,155

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 2020

Dari hasil data yang telah diolah oleh penulis menggunakan SPSS versi tahun 2020 apabila nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas yang dimana **X₁ memiliki nilai signifikansi sebesar 0,180 > 0,05 dan X₂ sebesar 0,155 > 0,05 maka kedua variabel tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.** d) Uji Regresi

Tabel VIII
Uji Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,755	2,077		5,179	,000
	X1	,262	,072	,325	3,647	,001
	X2	,438	,063	,615	6,904	,000

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 2020

Dari hasil Uji regresi diatas maka dapat diperoleh bentuk regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,262X_1 + 0,438X_2 + e$$

- i. Koefisin jalur e-commerce adalah 0,262, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan penggunaan variabel e-commerce satu-satuan nilai akan meningkatkan peningkatan pendapatan sebesar 0,262 satuan nilai atau 26,2% dengan asumsi variabel lainnya adalah kosten.
- ii. Koefisin jalur pengelolaan keuangan adalah 0,438, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan penggunaan variabel pengelolaan keuangan satu-satuan nilai akan meningkatkan peningkatan pendapatan sebesar 0,438 satuan nilai atau 43,8% dengan asumsi variabel lainnya adalah kosten.

e) Uji Korelasi

Tabel IX
Uji Korelasi

Correlations

		e-commerce	pengelolaan keuangan	peningkatan pendapatan
e-commerce	Pearson Correlation	1	,674**	,739**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	60	60	60
pengelolaan keuangan	Pearson Correlation	,674**	1	,834**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	60	60	60
peningkatan pendapatan	Pearson Correlation	,739**	,834**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	60	60	60

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 2020

Berdasarkan output yang telah diperoleh oleh penulis dari SPSS versi 2020 bahwa hubungan antara penggunaan e-commerce terhadap peningkatan pendapatan memiliki **nilai signifikansi 0,000 < 0,05**, dan **nilai pearson corelation sebesar 0,739 berkorelasi kuat** sedangkan pengelolaan keuangan terhadap **peningkatan pendapatan memiliki nilai signifikansi 0,000 < 0,05** dan **nilai person corelation sebesar 0,834 berkorelasi sempurna**. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X₁ maupun X₂ berkorelasi terhadap variabel Y. Hal ini di buktikan dengan nilai pearson corelation mendekati angka 1 baik itu variabel X₁ maupun X₂ dan juga nilai pearson corelation > r_{tabel} 0,254.

f) Uji Determinasi

Tabel X
Uji Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,868 ^a	,753	,744	4,084

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 2020

Berdasarkan output yang telah diperoleh diatas diketahui nilai **R Square adalah sebesar 0,753**, hal ini dapat diarikan bahwa pengaruh variabel X₁ (E-Commerce) dan X₂ (Pengelolaan Keuangan) secara bersama-sama terhadap variabel Y (Peningkatan Pendapatan) adalah sebesar **75,3%**. Maka selisih pengaruh dari penggunaan e-commerce dan pengelolaan keuangan adalah **24,7%** hal ini dipengaruhi oleh pengaruh lain yang tidak diteliti oleh penulis.

g) Uji Autokorelasi

Tabel XI
Uji Autokorelasi Metode Durbin Watson

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,868 ^a	,753	,744	4,08357	1,549

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 2020

Berdasarkan pengambilan keputusan Uji Autokorelasi Metode Durbin Watson hasil output yang didapat oleh penulis adalah **dL 1,5144 < d 1,549 < dU 1,6518** maka hasil output tersebut **tidak terdapat kesimpulan**. Hal ini dikarenakan penulis menggunakan *data cross section* atau data yang diperoleh secara bersamaan yaitu data hasil kuesioner sementara Uji Autokorelasi hanya dipakai untuk time series dan data time series adalah data yang diperoleh dalam kurun waktu tertentu seperti pada laporan keuangan.

h) Hasil Pengujian Hipotesis

1) Uji t

Tabel XII
Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,755	2,077		5,179	,000
	E-Commerce	,262	,072	,325	3,647	,001
	Pengelolaan Keuangan	,438	,063	,615	6,904	,000

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 2020

Rumus I
Rumus t-tabel

$$t_{tabel} = t\left(\frac{\alpha}{2}; n - k - 1\right) = t\left(\frac{0,05}{2}; 60 - 2 - 1\right) = t(0,025; 57) = 2,002$$

Sumber : Hasil Olah Data Penulis 2024

Keterangan :

- α = Tingkat Kepercayaan 95% = 0,05
- n = Jumlah Sampel Responden = 60
- k = Jumlah Variabel X = 2

Diperoleh nilai signifikansi untuk pengaruh X₁ (E-Commerce) terhadap Y (Peningkatan Pendapatan) adalah sebesar **0,001 < 0,05** dan nilai **t_{hitung} 3,647 > t_{tabel} 2,002**, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H1 diterima yang mana berarti X₁ (E-Commerce) terdapat pengaruh terhadap Y (Peningkatan Pendapatan)**. Sedangkan, telah diketahui juga nilai signifikansi untuk pengaruh X₂ (Pengelolaan Keuangan) terhadap Y (Peningkatan

Pendapatan) adalah sebesar **0,000 < 0,05** dan nilai **t_{hitung} 6,904 > t_{tabel} 2,002**, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H2 diterima yang mana berarti X₂ (Pengelolaan Keuangan) terdapat pengaruh terhadap Y (Peningkatan Pendapatan)**.

2) Uji F

XIII Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2897,426	2	1448,713	86,876	,000 ^b
	Residual	950,508	57	16,676		
	Total	3847,933	59			

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 2020

Rumus II
Rumus F-tabel

$$F_{tabel} = F(k; n - k) = F(2; 60 - 2) = F(2; 58) = 3,16$$

Sumber : Hasil Olah Data Penulis 2024

Berdasarkan Tabel XIII diatas telah didapatkan nilai signifikansi untuk pengaruh X_1 (E-Commerce) dan X_2 (Pengelolaan Keuangan) secara bersama-sama terhadap Y (Peningkatan Pendapatan) adalah **sebesar 0,000 < 0,05** dan nilai F_{hitung} **86,876 > F_{tabel} 3,16**, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H3 diterima yang mana berarti terdapat pengaruh X_1 (E-Commerce) dan X_2 (Pengelolaan Keuangan) secara bersama-sama terhadap Y (Peningkatan Pendapatan).**

3. Pembahasan Penelitian

a) Gambaran Variabel X

Setelah penulis melakukan penelitian dengan cara menyebarkan kuesioner ternyata sudah banyak pelaku usaha UMKM yang telah menggunakan aplikasi e-commerce dalam memperluas pasar dan juga sudah ada beberapa pelaku usaha UMKM yang sudah tau cara mengelola keuangan yang benar. Hal ini di buktikan dalam hasil output SPSS yang telah diolah oleh penulis menunjukkan hasil yang positif.

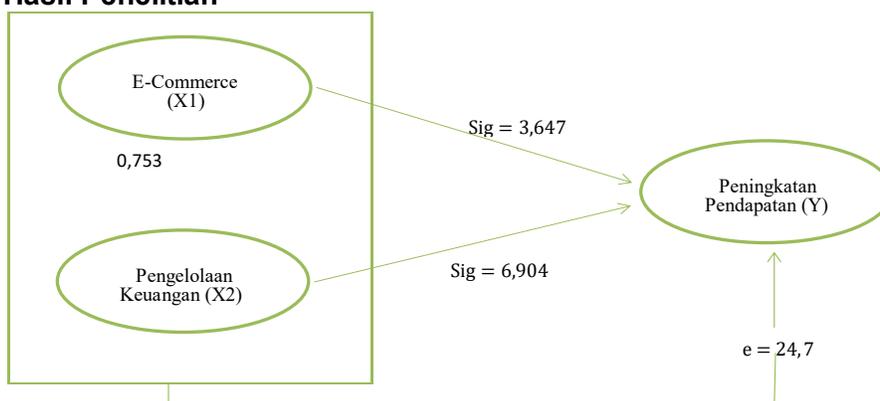
a) Gambaran Variabel Y

Setelah penulis melakukan penelitian dengan cara menyebarkan kuesioner ternyata sudah banyak pelaku usaha UMKM yang telah mengakui bahwa dengan menggunakan aplikasi e-commerce dapat memperluas pasar dan juga sudah ada beberapa pelaku usaha UMKM yang sudah tau cara mengelola keuangan yang benar dapat meningkatkan pendapatan. Hal ini di buktikan dalam hasil output SPSS yang telah diolah oleh penulis menunjukkan hasil yang positif.

b) Pengaruh Variabel X terhadap Y

Berdasarkan hasil output yang telah diolah oleh penulis dapat disimpulkan bahwa pengaruh e-commerce (X_1) dan pengelolaan keuangan (X_2) terhadap peningkatan pendapatn (Y) sangat berpengaruh hal ini dapat dilihat dalam hasil output yang menunjukkan hasil positif.

c) **Resume Hasil Penelitian**



Sumber : Hasil Olah Data Penulis 2024

Gambar II
Nilai Koefisien Jalur Hubungan Struktural

Dari gambar 4.6-1 diatas dapat dilihat bahwa variabel e-commerce (X₁) dan variabel pengeolaan keuangan (X₂) terhadap variabel peningkatan pendapatan (Y) berpengaruh signifikan. Hal ini terbukti dari hasil uji yang telah dilakukan oleh penulis melalui aplikasi SPSS versi 2020 menghasilkan hasil yang positif dan memiliki nilai mendekati angka 1 untuk uji yang dilakukan.

d) **Perbandingan Pendapatan UMKM Sebelum dan Sesudah Menggunakan E-Commerce**
Tabel XIV

Perbandingan Pendapatan UMKM Sebelum dan Sesudah Menggunakan E-Commerce

No	Nama UMKM	Tahun	Sebelum	Sesudah
1	Yadi Store	2022	1.000.000 – 1.500.000	2.000.000 – 3.500.000
2	Baso Okem	2021	3.000.000 – 3.500.000	6.000.000 – 7.000.000
3	Toko Plastik	2023	1.500.000	2.500.000 – 3.000.000
4	Pizza Mamamoy	2022	1.500.000 – 2.000.000	2.500.000 – 3.500.000
5	Elshanum Fashion	2023	2.000.000 – 2.500.000	3.500.000
6	Gilang Photo	2022	1.500.000 – 2.500.000	4.000.000
7	Kosmetik Giri Harja	2022	2.000.000	3.700.000 – 4.000.000
8	Baju Anak	2022	2.000.000	2.500.000 – 3.000.000
9	Cetak Foto Annisa	2023	2.500.000	3.500.000
10	Konter + Pernak-Pernik HP	2022	4.000.000	5.000.000 – 6.000.000
11	Juice	2023	2.200.000	3.000.000
12	Apotek Assyifa	2022	2.500.000	3.000.000 – 4.000.000
13	Mie Ayam Djoen	2022	3.500.000	4.000.000 – 6.000.000
14	Aksesoris	2024	1.500.000	1.800.000
15	Aneka Camilan	2022	3.000.000	4.000.000 – 5.000.000

Sumber : Olah Data Penullis 2024

Dari tabel 4.5-1 diatas dapat terlihat perbandingan pendapatan UMKM sebelum dan setelah menggunakan e-commerce. Pendapatan pelaku UMKM yang dihasilkan setelah menggunakan e-commerce meningkat bahkan bisa dikatakan sangat meningkat dan bahkan ada beberapa UMKM yang mendapatkan penghasilan hingga 2x lipat dari pendapatan biasa. Hal ini dapat membuktikan bahwa penggunaan e-commerce telah membantu pelaku UMKM di Jelegong untuk meningkatkan pendapatannya.

V. Penutup

1. Kesimpulan

Kesimpulan penulis mengenai pengaruh e-commerce dan pengelolaan keuangan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di daerah Jelekong pada tahun 2023 adalah sebagai berikut :

- a) Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa E-commerce (Variabel X_1) berpengaruh secara signifikan positif terhadap Peningkatan pendapatan (Variabel Y) di daerah Jelekong.
- b) Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa Pengelolaan Keuangan (Variabel X_2) berpengaruh secara signifikan positif terhadap Peningkatan pendapatan (Variabel Y) di daerah Jelekong.
- c) Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa E-commerce (Variabel X_1) dan Pengelolaan keuangan (X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan positif terhadap Peningkatan pendapatan (Variabel Y) di daerah Jelekong.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan, maka saran operasional dan saran pengembangan ilmu yang penulis berikan adalah sebagai berikut :

a) Saran Operasional

Bagi daerah Jelekong diharapkan dapat lebih mengelola dan memberikan pelatihan ataupun pengajaran bagaimana cara menggunakan aplikasi e-commerce agar pelaku usaha UMKM dapat memasarkan produknya secara lebih luas lagi. Dan juga dapat mendatangkan beberapa tenaga pengajar untuk mengajarkan bagi siapa pun yang ingin belajar cara mengelola keuangan dengan baik dan benar, baik itu untuk pelaku usaha UMKM maupun bagi para remaja yang ingin memulai membuka usaha. Walaupun cara penulisannya masih standar dan mudah setidaknya pelaku usaha UMKM dapat memisahkan uang penghasilan dan untuk kebutuhan rumah tangga.

b) Saran Pengembangan Ilmu

- i. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti secara lebih luas seperti ke daerah-daerah sekitar juga selain di daerah Jelekong, agar hasilnya dapat lebih memuaskan karena penelitian dilakukan secara menyeluruh.
- ii. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel independen lain karena masih ada pengaruh lain yang menyebabkan peningkatan pendapatan.

Daftar Pustaka

- Abdi, H. (2022, Januari 11). *Pengertian E-commerce Menurut Para Ahli dan Contohnya di Indonesia*. Dipetik Januari 24, 2024, dari liputan6.com: <https://www.liputan6.com/hot/read/4856338/pengertian-e-commerce-menurut-para-ahli-dancontohnya-di-indonesia?page=2>
- Aprilyan, Y., Sasanti, E. E., & Nurabiah. (2022). PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN LOMBOK BARAT. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*.
aws. (t.thn.). *Apa itu Regresi Linier?* Dipetik Februari 08, 2024, dari aws.amazon: <https://aws.amazon.com/id/what-is/linearregression/#:~:text=Regresi%20linear%20adalah%20teknik%20analisis,atau%20independen%20sebagai%20persamaan%20linier>
- Bela, A. (2023, Mei 25). *Pengertian Pengelolaan Keuangan Menurut Para Ahli*. Dipetik Januari 30, 2024, dari projekipas.com: <https://projekipas.com/pengertian-pengelolaan-keuangan-menurutpara-ahli/>

- Binus University. (2021, Agustus 06). *MEMAHAMI UJI ASUMSI KLASIK DALAM PENELITIAN ILMIAH*. Dipetik Februari 22, 2024, dari BINUS UNIVERSITY School of Accounting: <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-asumsi-klasik-dalam-penelitianilmiah/>
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- cimbniaga. (t.thn.). *Apa Itu Manajemen Keuangan? Ini Fungsinya dalam Bisnis*. Dipetik Februari 22, 2024, dari CIMB NIAGA: <https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/bisnis/apa-itu-manajemenkeuangan-ini-fungsinya-dalam-bisnis>
- Commeta. (2016, September 13). *Manfaat dan Keuntungan Menggunakan e-commerce*. Dipetik Januari 24, 2024, dari cmmeta group: <http://commeta.co.id/manfaat-dan-keuntunganmenggunakan-e-commerce/>
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKA SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R²)*. Guepedia.
- Dr. Islahuzzaman, S.E., M.Si. (2012). *Istilah-Istilah Akuntansi & Auditing*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Faqir Ilmu. (2022, Desember 06). *Pengertian Uji T dan Uji F serta Cara Analisis dengan SPSS*. Dipetik Februari 08, 2024, dari Faqir Ilmu: <https://www.faqirilmu.com/2022/12/uji-t-dan-uji-fpada-regresi-linear-berganda.html>
- Febryanti, & Diani, A. (2024). Pengaruh Penggunaan Platform E-Commerce, Modal Usaha, dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Purbalingga. *Repository Universitas Jenderal Soedirman*.
- Firmansyah, D., & Husna, R. (2022). PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (Studi Kasus Usaha Keripik di Kabupaten Bireuen). *Kampus Merdeka Universitas Almuslim*.
- Genoa, Y. J. (2024). PENGARUH E-COMMERCE DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM DI KOTA MEDAN. *Repository Universitas HKBP Nommensen*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, M. Com, Akt, D. (2013). *Aplikasi Analisis Multivaiate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gramedia. (t.thn.). *Pengertian Uji Asumsi dan Jenis-Jenisnya*. Dipetik Februari 22, 2024, dari Gramedia Blog: <https://www.gramedia.com/literasi/uji-asumsi/>
- 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*.
- Handayani, B. F. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan E-Commerce Terhadap Penjualan UMKM. *Universitas Islam Indonesia*.
- Handayani, M. A., Suwarni, E., Fernando, Y., Fitri, Saputra, F. E., & Fitri. (2022). PENGELOLAAN KEUANGAN BISNIS DAN UMKM DI DESA. *Suluh Abdi : Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*. Medan: Umsu Press.
- Lubuksikaping. (2023, Juni 27). *Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Indonesia*. Dipetik Januari 03, 2024, dari Kementerian Keuangan RI Direktorat Jenderal Perbendaharaan: <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusiumkm-dalam-perekonomian-indonesia.html>
- Madrianah, M., Al Kausar, Muchsidin, F. P., & Verawaty, V. (2023). Pengaruh E-Commerce terhadap Pendapatan UMKM yang Bermitra Gojek dalam Masa Pandemi Covid-19 di Kota Makassar. *Jemma - Journal of Economic, Management and Accounting*.
- Mahatmavidya, P. A. (2024, Februari 19). *Manajemen Keuangan: Definisi, Prinsip, Fungsi dan Tips Mengelola*. Dipetik Februari 22, 2024, dari mekari: <https://mekari.com/blog/manajemenkeuangan/>

- Mardiastuti, A. (2022, Agustus 20). *Jenis-jenis Penelitian dengan Contoh dan Manfaatnya*. Dipetik Februari 12, 2024, dari detik jabar: <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6243332/jenis-jenispenelitian-dengan-contoh-dan-manfaatnya>
- mbizmarket. (2021, Januari 19). *Kupas Tuntas Variabel Dependen dan Independen Lengkap*. Dipetik Januari 05, 2024, dari mbizmarket.co.id: <https://www.mbizmarket.co.id/news/variabeldependen-dan-independen/>
- Nanda, S. (2023, November 09). *Metode Penelitian Kuantitatif: Pengertian, Tujuan, Ciri, Jenis & Contohnya*. Dipetik Februari 12, 2024, dari brain academy: <https://www.brainacademy.id/blog/penelitian-kuantitatif>
- Otoritas Jasa Keuangan . (2022, Oktober 29). *Siaran Pers: Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat Meningkat*. Dipetik Januari 26, 2024, dari OJK (Otoritas Jasa Keuangan): <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pags/Indeks-Literasidan-Inklusi-KeluanganMasyarakat-Meningkat.aspx>
- Qotrun A. (t.thn.). *Hipotesis Penelitian : Pengertian, Jenis, dan Cara Penyusunannya*. Dipetik Januari 21, 2024, dari Gramedia Blog: <https://www.gramedia.com/literasi/penelitian-eksperimen/>
- Riadi, M. (2020, November 29). *Populasi dan Sampel Penelitian (Pengertian, Proses, Teknik Pengambilan dan Rumus)*. Dipetik Januari 30, 2024, dari kajianpustaka.com: <https://www.kajianpustaka.com/2020/11/populasi-dan-sampel-penelitian.html>
- Riadi, M. (2021, Desember 30). *UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) - Pengertian, Karakteristik dan Jenis*. Dipetik Januari 23, 2024, dari kajianpustaka.com: <https://www.kajianpustaka.com/2021/12/umkm-usaha-mikro-kecil-menengah.html>
- Riadi, M. (2023, September 23). *Pendapatan (Revenue) - Pengertian, Jenis, Karakteristik dan Pengukuran*. Dipetik Februari 08, 2024, dari kajianpustaka: <https://www.kajianpustaka.com/2023/09/pendapatan-revenue.html>
- Salmaa. (2023, Juni 20). *Kerangka Berpikir: Cara Membuat dan Contoh Lengkap*. Dipetik Februari 12, 2024, dari Deepublish : <https://penerbitdeepublish.com/kerangka-berpikir/>
- Salmaa. (2023, Maret 09). *Pengertian Metode Penelitian, Tujuan, Macam, dan Contoh Lengkapnya*. Dipetik Februari 12, 2024, dari Deepublish: <https://penerbitdeepublish.com/pengertianmetode-penelitian/>
- Setyorini, D., Nurhayaty, E., & Rosmita. (2019). PENGARUH TRANSAKSI ONLINE(eCommerce)TERHADAP PENINGKATAN LABA UMKM(Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa . *Jumal Mitra Manajemen (JMM Online)*.
- Statistika. (2023, Desember 03). *Korelasi Pearson*. Dipetik Februari 08, 2024, dari Studio Statistika: <https://ss.mipa.ub.ac.id/korelasi-pearson/#:~:text=1.-,PENGERTIAN%20UJI%20KORELASI%20PEARSON,antara%20dua%20atau%20lebih%20v%20ariabel>
- Sugiharto. (2022, Desember 30). *Memanfaatkan E-Commerce Dengan Benar*. Dipetik Januari 02, 2024, dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15814/Memanfaatkan-E-Commerce-DenganBenar.html#:~:text=Electronic%20Commerce%20atau%20e%20Dcommerce,ke%20teknologi%20digital%20atau%20internet.>
- Sukorejo. (2024). *Pengertian UMKM Menurut Undang-Undang, Kriteria, dan Ciri-Ciri UMKM*. Dipetik Februari 08, 2024, dari sukorejo.semarangkota: <https://sukorejo.semarangkota.go.id/umkm>
- Utami, S. N., & Gischa, S. (2021, April 19). *UMKM: Pengertian, Tujuan, Karakteristik, Jenis, dan Contohnya*. Dipetik Januari 23, 2024, dari kompas.com: <https://www.kompas.com/skola/read/2021/04/19/100000869/umkm--pengertian-tujuan-karakteristikjenis-dan-contohnya>