

## Pengaruh *E-Commerce* dan *Digital Payment* terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta

<sup>1</sup>Hasna Indarti Titasari

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

[hasnaindarti@gmail.com](mailto:hasnaindarti@gmail.com)

**Abstrak:** Penelitian ini dilakukan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis bagaimana pengaruh *E-Commerce* dan *Digital Payment* terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden dan diperoleh sampel sebanyak 100 orang. Metode estimasi yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa variabel *E-Commerce* dan *Digital Payment* berpengaruh simultan terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah di Daerah Istimewa Yogyakarta. Secara parsial variabel *E-Commerce* dan *Digital Payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta.

**Kata Kunci:** E-Commerce, Digital Payment, Pendapatan, UMKM

### Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Negara Indonesia mampu menjadi fokus pembangunan ekonomi negara. UMKM dapat mengurangi masalah yang berkaitan dengan ketimpangan di masyarakat yaitu pendapatan. Dalam menjalankan usahanya, UMKM dapat memperluas lapangan pekerjaan, membantu masyarakat dalam memberikan pelayanan, serta memiliki peran dalam meningkatkan pendapatan masyarakat sehingga dapat mendorong perekonomian di Indonesia. Dalam era digital seperti saat ini, banyak usaha bermunculan. Tidak hanya perusahaan besar, namun usaha mikro, kecil, dan menengah juga berkembang seiring dengan adanya kemajuan dan perkembangan teknologi di era industry 4.0. Teknologi mendorong masyarakat untuk berinovasi dan berkembang sehingga dapat beradaptasi di era digital. Oleh karena itu, hal ini dapat menjadi solusi bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) untuk dapat mengambil peran dalam memperluas jangkauan usaha sehingga dapat meningkatkan keuntungan usahanya.

Menurut Badan Pembangunan Daerah Istimewa Yogyakarta menunjukkan bahwa perkembangan jumlah pengusaha UMKM mengalami adanya peningkatan disetiap tahunnya, hal ini dapat dilihat pada tabel:



Received: September, 2022

Accepted: Januari, 2023

10.14421/skiej.2023.2.1.1750



This is an open access article under the CC-BY-SA license

Tabel 1. Jumlah UMKM di D.I Yogyakarta

Sub Elemen	Tahun				
	2017	2018	2019	2020	2021
Usaha Mikro	135.799	141.991	143.385	188.033	284.623
Usaha Kecil	62.042	64.896	65.533	58.980	55.882
Usaha Menengah	37.472	39.196	39.581	30.664	32.774

Sumber: Bappeda DIY (2022)

Dengan adanya peningkatan jumlah UMKM, hal ini tentunya akan berdampak positif dan semakin mendorong masyarakat untuk bisa memaksimalkan usahanya agar mampu bersaing dengan UMKM baik tingkat nasional maupun internasional. Penggunaan media digital dalam bertransaksi merupakan salah satu fenomena mu'amalah dalam perekonomian. Teknologi digital menjadi peluang baru untuk memperbaharui model bisnis yang sudah ada agar dapat mencapai tujuan yang berkelanjutan. Dengan adanya penggunaan teknologi, diharapkan UMKM mampu berinovasi dan berkembang sehingga dapat beradaptasi di era digital.

Dalam menghadapi perkembangan ekonomi dan pasar global yang sudah semakin kompetitif, kompleks, terintegrasi dan maju, maka perlu adanya kebijakan dalam bidang ekonomi dan keuangan. Oleh sebab itu Bank Indonesia sebagai bank sentral Indonesia memiliki tugas untuk mengatur dan mengeluarkan kebijakan terkait dengan sistem pembayaran di Indonesia melalui penggunaan *e-money* yang sudah tercantum dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/08/PBI/2014.


Masyarakat sudah menggunakan uang elektronik untuk pembayaran non tunai disebabkan karena sudah semakin banyak produk dari uang elektronik yang diterbitkan seperti kartu *e-money* yang berbasis *chip*, *server*, dan *e-wallet*. Keberadaan uang elektronik serta perkembangan UMKM akan memberikan kemudahan bagi UMKM sebagai media transaksi dengan pelanggan, sistem pembayaran non tunai sudah banyak memberikan manfaat dan dampak positif bagi pertumbuhan sektor UMKM karena dalam hal kinerja maupun biaya dinilai lebih efektif dan efisien. Saat ini dengan adanya pembayaran non tunai, bisa dikembangkan dengan lebih baik, sehingga dapat membantu kinerja UMKM di Indonesia.

Pada bulan Agustus 2020 Bank Indonesia sebagai pengatur dan penyelenggara sistem pembayaran di Indonesia meluncurkan instrumen pembayaran berbasis server yaitu *Quick Response Indonesia Standard* atau biasa dikenal dengan QRIS. Kanal pembayaran ini digunakan untuk menstandarisasi seluruh pembayaran non tunai menggunakan QR Code agar memudahkan para pelaku bisnis untuk bertransaksi dengan pelanggan hanya menggunakan satu QR Code yang sudah terintegrasi dengan berbagai QR Code dari penerbit lainnya.

#### Article History

Received: September, 2022

Accepted: Januari, 2023

 10.14421/skiej.2023.2.1.1750



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

Berdasarkan data dari Bank Indonesia terkait jumlah UMKM yang sudah menggunakan QRIS di Daerah Istimewa Yogyakarta dapat dilihat pada tabel:

**Tabel 1. Jumlah UMKM Pengguna QRIS di D.I Yogyakarta**

Keterangan		2019	2020	2021
Jumlah Merchant	(Unit)	32.004	149.924	351.949

Sumber: Bank Indonesia KPW DIY (2022)

Semakin berkembangnya jumlah pengguna QRIS pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta menandakan bahwa pembayaran non tunai semakin diminati oleh masyarakat, karena memiliki banyak manfaat yang menguntungkan. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Widyayanti (2019) terkait pembayaran non tunai, menyebutkan bahwa adanya pembayaran secara non tunai dapat meningkatkan transaksi menjadi lebih cepat, pencatatan lebih mudah dan sistematis, *databased* akurat yang memudahkan pelaku usaha dalam memberikan promo, sehingga mampu meningkatkan pendapatan usaha. Semua yang berbasis online mampu memberikan kemudahan akses bagi konsumen sehingga dapat mempermudah melakukan transaksi jual beli. Kondisi di atas yang melatarbelakangi penelitian ini, dimana penulis mengangkat judul **“Pengaruh Pemanfaatan E Commerce, dan Digital Payment Terhadap Pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta.”**

## Tinjauan Pustaka

### Usaha Mikro Kecil dan Menengah


Pemerintahan Negara Indonesia telah mengatur keberadaan UMKM dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah dimana pemerintah berperan melalui beberapa program seperti adanya pemberdayaan usaha, pengembangan usaha, pembiayaan usaha, penjaminan usaha dan kemitraan. Penyebutan Usaha Mikro Kecil Menengah didefinisikan sebagai berikut:

1. Usaha mikro merupakan usaha produktif milik perseorangan dan/atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang memiliki, menguasai baik secara langsung maupun tidak langsung menjadi bagian dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang sudah memenuhi kriteria Usaha Kecil yang sesuai dalam Undang-Undang. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00

### Article History

Received: September, 2022

Accepted: Januari, 2023

 10.14421/skiej.2023.2.1.1750



This is an open access article under the [CC-BY-SA license](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

(tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah)

3. Usaha Menengah adalah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

### Transaksi Online (E-Commerce)

Menurut Kuswiratmo, Aji, (2016) *Electronic Commerce* atau biasa dikenal dengan (*E-Commerce*) merupakan praktek perdagangan dalam bentuk jual beli, pesann, bayar, dan mempromosikan barang atau jasa melalui penggunaan komputer dan fasilitas komunikasi elektronik digital. *E-Commerce* atau biasa disebut jual beli *online* yang sudah tidak asing di kalangan UMKM. *E-Commerce* adalah sebuah solusi dari permasalahan yang UMKM hadapi. *E-Commerce* dapat mengubah metode bisnis dari yang semula tradisional ke modern dengan memberikan inovasi yaitu adanya kemudahan dan fleksibilitas dalam melakukan bisnis.

Menurut Helmalia & Afrinawati, (2018) mendefinisikan bahwa *E-Commerce* yaitu melakukan bisnis dengan adanya media elektronik. *E-Commerce* juga merupakan penggunaan teknologi informasi untuk melakukan kegiatan bisnis antara dua organisasi atau lebih melalui satu atau lebih jaringan komputer. *E-Commerce* meliputi aktivitas perdagangan elektronik baik barang dan jasa termasuk pengiriman, dan transfer dana secara digital. Dari adanya beberapa definisi yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa *E-Commerce* adalah transaksi yang berupa membeli, menjual barang maupun jasa menggunakan jaringan internet yang saling terkoneksi satu komputer ke komputer yang lain. Dalam menggunakan *E-Commerce* Pemanfaatan teknologi informasi khususnya *E-Commerce* dianggap sebagai salah satu upaya yang dapat digunakan untuk membantu peningkatan dan perkembangan UMKM. Tanpa adanya *E-Commerce* diyakini bahwa UMKM akan melemah dalam pemasarannya (Ikhsan & Hasan, 2020).

*E-Commerce* dapat memperluas daerah pemasaran baik di pasar nasional maupun internasional. Perusahaan dapat menemukan lebih banyak pelanggan dan suplier dengan lebih cepat. Manfaat penggunaan *E-Commerce* bagi konsumen yaitu konsumen dapat berbelanja, melakukan transaksi selama 24 jam, selain itu *E-Commerce* juga menyediakan lebih banyak pilihan, sehingga akan membuat konsumen memperoleh barang yang diinginkan dengan mengeluarkan biaya yang lebih rendah (Lesmono, 2015).

### Digital Payment

*Digital payment* merupakan pembayaran digital yang mempunyai dua bentuk yaitu menggunakan komputer dan digital. Terdapat dua jenis uang elektronik ditinjau dari medianya yaitu uang elektronik yang berbasis chip dan berbasis server. Uang elektronik yang berbasis chip dapat menyimpan jumlah nominal dan transaksi dapat dilakukan seecara *offline*. Uang elektronik berbasis



Article History

Received: September, 2022

Accepted: Januari, 2023

10.14421/skiej.2023.2.1.1750



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

server dapat menyimpan jumlah nominal uang pada aplikasi yang menerbitkan, pembayaran dapat dilakukan dalam nominal kecil dan penggunaannya harus dilakukan dengan *online*. Wujud pembayaran pada uang elektronik berbasis server yaitu *mobile banking dan internet banking* (Sihaloho et al., 2020).

Kebijakan Bank Indonesia yang terkait kebijakan sistem pembayaran, pada tahun 2019 mengeluarkan kebijakan baru yaitu sistem pembayaran melalui QRIS (*QR Code Indonesia Standard*). QRIS merupakan sistem pembayaran berbasis *shared delivery channel* yang dapat digunakan untuk menstandarisasi transaksi pembayaran dengan menggunakan *QR Code*. QRIS memberikan alternatif metode pembayaran secara non tunai sehingga menjadi lebih cepat dan efisien. Dengan menggunakan *QR Code*, penyedia barang maupun jasa (*merchant*) cukup dengan QRIS dan tidak perlu memiliki berbagai jenis *QR Code* dari penerbit yang berbeda. Dengan adanya alat pembayaran non tunai seperti QRIS diharapkan dapat meningkatkan daya beli masyarakat dan meningkatkan perekonomian di Indonesia (Setiawan & Mahyuni, 2020).

Hingga Bulan Desember tahun 2021, jumlah merchant yang menggunakan QRIS di Daerah Istimewa Yogyakarta sebanyak 351.949 merchant. Dengan adanya penggunaan QRIS dapat memberikan dampak positif bagi pelaku usaha dan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari manfaat QRIS dalam memudahkan proses transaksi non tunai menjadi efektif dan efisien.

## Pendapatan

Menurut Keynes dalam buku Rosyidi, (2003) pendapatan adalah kemampuan faktor produksi dalam menghasilkan suatu pendapatan dan adanya jumlah faktor produksi yang digunakan untuk suatu usaha. Pendapatan merupakan hasil yang penting bagi perusahaan. Karena tanpa adanya pendapatan, maka tidak diperoleh adanya penghasilan. Pendapatan merupakan hasil dari penjualan baik barang maupun jasa, bunga deviden, loyalty dan sewa. Pendapatan juga didefinisikan sebagai semua yang diterima, baik tunai maupun non tunaidari hasil penjualan barang atau jasa sehingga menghasilkan laba kotor dalam jangka waktu tertentu.

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan Nomor 23 Tahun 2020 jenis pendapatan terbagi menjadi 3 (tiga) kategori, diantaranya:

1. Pendapatan dari penjualan, yaitu penjualan barang yang sudah diproduksi oleh suatu perusahaan untuk dijualbelikan kembali kepada konsumen, seperti barang yang dibeli pengecer, tanah atau properti lain yang nantinya akan kembali dijual.
2. Penjualan jasa yaitu pendapatan dihasilkan dikarenakan perusahaan sudah menjual jasanya untuk melaksanakan tugas yang telah ditentukan pada suatu periode tertentu.
3. *Royalty*, Bunga dan Deviden yaitu pendapatan dihasilkan dari adanya aset perusahaan yang digunakan oleh pihak lain dalam bentuk:
  - a. Bunga yang merupakan pembebanan untuk penggunaan kas dalam jumlah terhutang kepada perusahaan.



Received: September, 2022  
Accepted: Januari, 2023

10.14421/skiej.2023.2.1.1750



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

- b. *Royalty* merupakan pembebanan yang diperoleh dari aktiva jangka panjang pada perusahaan yang digunakan seperti hak cipta, hak paten, dan hak merek dagang, *software* komputer.
- c. *Deviden* merupakan pembagian keuntungan yang diberikan kepada pemilik investasi sesuai dengan proporsi jumlah modal yang telah disepakati.

### Tinjauan Pustaka

Berdasarkan penelitian terdahulu yang membahas mengenai Pengaruh *E-Commerce* dan *Digital Payment* terhadap peningkatan pendapatan UMKM ditemukan penelitian terkait yang sebelumnya sudah pernah diteliti oleh peneliti lain yaitu penggabungan antara Penelitian yang meneliti terkait *E-Commerce* dan *Digital Payment* dari berbagai Kota di Indonesia. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sa'ad, (2017) yang meneliti tentang adanya Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan pada Sentra Industri Keripik Pisang di Bandar Lampung, menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier sederhana, ditemukan bahwa Penggunaan *E-Commerce* mempengaruhi peningkatan pendapatan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Lubis, (2021) yang meneliti mengenai Pengaruh Penggunaan *E-Commerce* terhadap Peningkatan Penerimaan Usaha Mikro di Kota Medan juga menunjukkan bahwasanya adanya *E-Commerce* dapat menyebabkan kenaikan penerimaan usaha mikro di Kota Medan secara positif dan signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Lestari, (2020) mengenai adanya pengaruh pemanfaatan *E-Commerce* dan sistem informasi terhadap kinerja Usaha Kecil Menengah di Kota Makassar dan Sulistyorini et al., (2017) mengenai adanya pengaruh *E-Commerce* terhadap keberhasilan suatu usaha pada Pedagang Batik di Pasar Grosir Setono memaparkan bahwa penggunaan sistem informasi dan pemanfaatan *E-Commerce* juga berpengaruh secara signifikan pada kinerja perusahaan UKM, baik secara simultan maupun parsial. Hal ini berarti apabila perusahaan menggunakan *E-Commerce* dalam usahanya, perusahaan mendapatkan kemudahan dari adanya penggunaan teknologi yang menjadikan efektif dan efisien dalam kegiatan transaksi.

Penelitian yang dilakukan oleh Irfan, (2020) yang berjudul "Pengaruh E-Commerce Dan Proses Halal Terhadap Kinerja UMKM di Gerai Ayam Geprek" menunjukkan *E-Commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha. Penelitian oleh Helmalia & Afrinawati, (2018) juga menemukan penggunaan *E-Commerce* mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha, dan Setyorini et al., (2019) menunjukkan hal yang sama bahwa variabel *E-commerce* berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan UMKM pengelolaan besi di Ciampea Jawa Barat. Penelitian lain didukung oleh Boateng et al., (2008) yang menyebutkan bahwa *E-commerce* dapat berkontribusi pada pembangunan negara berkembang. E-Commerce dapat berkontribusi pada pembangunan sosial dan ekonomi di suatu negara. Namun terdapat penelitian oleh Safrianti, (2020) yang berjudul "Pengaruh Transaksi Online (*E-Commerce*), Modal, dan Lama Usaha terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal" menunjukkan bahwa transaksi *online* atau penggunaan *E-Commerce* ternyata tidak memiliki pengaruh terhadap Pendapatan UMKM yang disebabkan karena penggunaan *E-Commerce* dan teknologi dalam menjual produknya di Kabupaten



Received: September, 2022

Accepted: Januari, 2023

10.14421/skiej.2023.2.1.1750



This is an open access article under the CC-BY-SA license

Tegal masih kurang disosialisasikan kepada pihak terkait.

Penelitian oleh Setiawan & Mahyuni, (2020) mengenai *Digital Payment* yang berjudul “QRIS di Mata UMKM: Eksplorasi Persepsi dan Intensi UMKM menggunakan QRIS” menunjukkan UMKM memiliki pengaruh positif terhadap QRIS sebagai alternatif pembayaran secara non tunai karena kemudahannya, seperti halnya penelitian Josef Evan Sihaloho, Atifah Ramadani, (2020) bahwa QRIS dapat membantu para UMKM mengalami perkembangan dalam meningkatkan pendapatan usahanya. Sedangkan menurut Rustanto & Kartini, (2019) yang berjudul “Efektivitas Pembayaran Non Tunai Pada Umkm Daerah Aliran Sungai Citarum” hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya kemudahan, manfaat, dan resiko dari UMKM tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pembayaran non tunai pada UMKM di Sungai Citarum. Penelitian ini didukung oleh Yusfiarto et al., (2021) yang menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor bagi umat muslim ketika menggunakan *digital payment* diantaranya seperti kenikmatan, efisiensi, keamanan dan kenyamanan yang berkontribusi untuk mendorong umat muslim beralih dari pembayaran tunai ke non tunai, sehingga hal ini nantinya akan meningkatkan pendapatan UMKM di suatu negara.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Widyayanti, (2019) yang berjudul “Pengaruh Marketplace Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UKM (Studi Pada UKM di Daerah Istimewa Yogyakarta)” menunjukkan bahwa penggunaan teknologi dan informasi pada penjualan di *marketplace* menunjukkan pengaruh yang positif terhadap peningkatan pendapatan.

## Metode Penelitian

### Jenis Penelitian

Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer dan metode penelitian uji regresi linier berganda untuk mengetahui bagaimana pengaruh *E-Commerce* dan *Digital Payment* terhadap pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta yang sudah menggunakan *E-Commerce* dan *Digital Payment* dalam menjalankan usaha. Untuk mengolah datanya menggunakan aplikasi SPSS Versi 21 sebagai *software* pengolah data.

### Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Indriantoro, (1999) Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui sumber asli atau ditanyakan secara langsung kepada responden. Data primer berupa opini dari subjek (orang), hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Penelitian ini menggunakan data primer, penyusun menggunakan kuesioner yang berisikan pernyataan terhadap pelaku usaha UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta mengenai pengaruh *e-commerce* dan *digital payment* terhadap pendapatan UMKM. Untuk data sekunder peneliti mengambil dari literatur untuk dijadikan acuan dalam penelitian ini, seperti buku, jurnal, data dari Bank Indonesia dan lainnya yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan.

## Populasi dan Sampel



Article History

Received: September, 2022

Accepted: Januari, 2023

10.14421/skiej.2023.2.1.1750



This is an open access article under the CC-BY-SA license

## Populasi

Populasi dalam penelitian ini yaitu semua pelaku UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta yang sudah menggunakan metode pembayaran *Quick Response Indonesia Standard* (QRIS) yang sudah terdaftar di Bank Indonesia berjumlah 351.949 UMKM.

## Sampel

Sampel dikatakan ideal apabila dapat menghasilkan keterangan dan gambaran dari seluruh populasi dengan baik. Penelitian ini dalam pengambilan sampel menggunakan rumus *slovin* sebagai berikut:

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

Dari rumus diatas, dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

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

$$n = \frac{351.949}{1+351.949(0,10)^2}$$

$$n = \frac{351.949}{1+3.519,49}$$

$$n = 99,97 \text{ dibulatkan } 100 \text{ orang}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) 10% (0,10)

## Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel dependen (Y) dan variabel independen (X). Variabel dependen adalah variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Sedangkan variabel independen adalah variabel bebas yang berfungsi sebagai penjelas dan yang mempengaruhi variabel dependen.

Variabel dependen (Y) pada penelitian ini adalah Pendapatan UMKM yang menggunakan data primer, dengan metode pengumpulan data melalui kuisisioner pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun untuk variabel independennya (X) adalah sebagai berikut:

### a. *E-Commerce*

*E-Commerce* merupakan suatu kegiatan jual beli antara penjual dan pembeli dalam bentuk barang maupun jasa yang dilakukan menggunakan internet secara digital. Dalam era digital, *E-Commerce* menjadi peluang bagi UMKM untuk mengembangkan dan memasarkan bisnisnya dalam pasar global. Data dalam penelitian ini bersumber dari hasil kuesioner skala likert dengan melihat skor penelitian yang diperoleh dari responden.


### b. *Digital Payment*

*Digital payment* merupakan metode pembayaran dengan menggunakan media elektronik, seperti *internet banking* atau *mobile banking*, dan *e-wallet*. Saat ini perkembangan *digital payment* mulai muncul seiring dengan banyak perusahaan yang menyediakan layanan pembayaran menggunakan QR Code. Bank Indonesia sebagai bank sentral meluncurkan *Quick*

### Article History

Received: September, 2022

Accepted: Januari, 2023

 10.14421/skiej.2023.2.1.1750



This is an open access article under the CC-BY-SA license



*Response Code Indonesian Standard (QRIS)* yang menyatukan berbagai *QR Code* dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP). Saat ini, QRIS sudah dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bekerjasama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi menggunakan *QR Code* menjadi lebih mudah, cepat, dan efisien. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner menggunakan skala *likert* dengan melihat skor penelitian yang diperoleh dari responden.

### Metode Analisis

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* dan *digital payment* terhadap pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis data diperoleh dengan menggunakan aplikasi SPSS 21. Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan:

### Uji Validitas dan Uji Reabilitas

#### Uji Validitas

Uji validitas adalah ukuran untuk menunjukkan tingkat kevaliditasan suatu Kuesioner. Kuesioner penelitian dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang sebenarnya diukur dengan tepat (Ghozali, 2018). Alat ukur dikatakan valid apabila dapat memberikan hasil pengukuran yang sesuai dengan apa yang dimaksud. Pengujian ini dilakukan dengan teknik pengumpulan skor, kemudian skor diolah dengan metode untuk memberikan penilaian dengan validitas kuisisioner yaitu *Coefficient Correlation Person*, sehingga dari perhitungan tersebut dapat diketahui validitas dari masing-masing pertanyaan. Pertanyaan dikatakan valid apabila  $r$  hitung lebih besar daripada  $r$  tabel, dan dikatakan tidak valid apabila  $r$  hitung lebih kecil daripada  $r$  tabel.

#### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kuesioner yang disusun dapat menunjukkan ketepatan, keakuratan konsistensi dalam mengungkap gejala tertentu pada waktu yang berbeda. Kuesioner dikatakan reliabilitas apabila menggunakan alat ukur yang stabil dan dapat diandalkan dalam peramalan. Menurut Ghozali, (2018) data dianggap reliabel jika instrumen pengukuran yang digunakan dapat memberikan hasil yang sama, meskipun telah digunakan berkali-kali oleh peneliti yang berbeda.

Uji reliabilitas menggunakan teknik *Croanbach Alpha* ( $\alpha$ ) artinya variabel dikatakan reliabel jika nilai *Croanbach Alpha* lebih besar dari 0,70 ( $> 0,7$ ). Jika nilai *Croanbach Alpha*  $< 0,70$  maka terdapat masalah dalam pengukuran sehingga data yang diamati tidak *reliabel*.

### Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran umum variabel dalam penelitian. Menurut Ghozali, (2018) analisis statistik deskriptif adalah hasil statistik yang



Received: September, 2022  
Accepted: Januari, 2023

10.14421/skiej.2023.2.1.1750



This is an open access article under the CC-BY-SA license

mendeskriptifkan data yang dapat dilihat dari rata-rata, standar deviasi, *variance*, nilai maksimum dan minimum. Dalam penelitian yang dilakukan menggunakan analisis statistik deskriptif.

### Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan menguji variabel *independent* yang lebih dari satu yaitu penggunaan *E-Commerce* dan *digital payment* terhadap variabel *dependent* yaitu pendapatan. Penyusunan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana.:

Y = Pendapatan UMKM.

$b_0$  = Bilangan.Konstanta

$b_1X_1$ . = *E-Commerce*

$b_2X_2$ . = *Digital Payment*

e. = Standar Error

### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat masalah pada uji regresi. Uji asumsi klasik digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Analisis regresi digunakan sebagai pembandingan antara dua variabel atau lebih yang dapat dipertanggungjawabkan, sehingga harus memenuhi uji asumsi klasik.

### Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui sebaran data pada variabel yang akan digunakan dalam penelitian dan dilakukan sebelum pengolahan data sesuai dengan model penelitian. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *Uji Kolmogrov Smirnov*, jika nilai *Asymp. Sign(2-tailed)*  $\geq 0,05$  maka data terdistribusi normal, jika nilai *Asymp. Sign(2-tailed)*  $\leq 0,05$  maka data terdistribusi tidak normal (tidak signifikan).

### Uji Multikolinearitas

Bertujuan untuk menguji apakah terdapat korekasi antar variabel bebas dalam model regresi. Jika terdapat korelasi antar variabel bebas, maka terdapat masalah multikolinearitas pada model regresi. Model regresi yang baik tidak memiliki korelasi antara variabel bebas. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan kebalikannya adalah *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai  $VIF > 10$ , maka terjadi multikolinearitas yang tinggi dan sebaliknya jika  $VIF < 10$ , maka model pengujian bebas dari multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji ada tidaknya ketidaksamaan varians pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam suatu model regresi. Jika varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain masih ada, maka disebut



Article History

Received: September, 2022

Accepted: Januari, 2023

10.14421/skiej.2023.2.1.1750



This is an open access article under the CC-BY-SA license

dengan homoskedastisitas. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi adanya masalah heteroskedastisitas dengan menggunakan Uji Breusch Pagan.

## Uji Hipotesis

### Uji T atau Uji Parsial

Pengujian secara parsial bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) yang terdiri dari *e-commerce* dan *digital payment* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y) yaitu pendapatan. Beberapa pengujian hipotesis pada penelitian ini didasarkan pada nilai probabilitas yang diperoleh dari pengolahan data pada signifikansi kolom koefisien pada tabel, dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 yang menjelaskan bahwa:

- Jika probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  ditolak atau secara parsial variabel bebas **tidak berpengaruh positif** dan tidak signifikan terhadap variabel terikat, jika probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  diterima atau secara parsial variabel bebas **berpengaruh positif** dan signifikan terhadap variabel terikat.
- Pengambilan keputusan untuk hipotesis yaitu apabila  $t$  hitung  $> t$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  **diterima (signifikan)**. Jika  $t$  hitung  $< t$  tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  **ditolak (tidak signifikan)**.

### Uji F atau Uji Simultan

Uji simultan adalah tahap pertama untuk mengidentifikasi apakah didalam model regresi layak atau tidak untuk diestimasi. Pengambilan keputusan pada uji simultan berdasarkan pada nilai probabilitas yang didapatkan dari hasil pengolahan data.

- Apabila nilai probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, dan apabila nilai probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  diterima.
- Pengambilan keputusan untuk didasarkan pada jika  $F$  hitung  $> F$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau **signifikan**. Jika  $F$  hitung  $< F$  tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak atau **tidak signifikan**.

### Koefisien Determinan (R-square)

Pada uji regresi linier berganda, dapat dilihat besarnya koefisien determinan totalnya ( $R^2$ ), dapat diketahui variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Jika  $R^2$  yang diperoleh mendekati satu, dapat dikatakan bahwa model tersebut mampu menjelaskan hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika  $R^2$  makin mendekati nol, maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh yang lebih lemah terhadap variabel terikat.

## Pembahasan dan Hasil Penelitian

### Gambaran Umum Sampel Penelitian

#### 1. Karakteristik Responden

Penelitian ini dilaksanakan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dimulai dari bulan Januari hingga Februari 2022. Objek pada penelitian ini yaitu seluruh UMKM di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan mengambil sampel sebanyak 100 orang. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui *online* dan *offline*, *online* yaitu menggunakan *google form* dan disebar ke Grup



Received: September, 2022

Accepted: Januari, 2023

10.14421/skiej.2023.2.1.1750



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

UMKM di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, dan *offline* dengan mengambil data responden langsung UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data dari hasil kuesioner selanjutnya diolah untuk menguji hipotesis penelitian. Adapun karakteristik responden yang diamati dalam penelitian sebagai berikut:

**a. Klasifikasi Responden Berdasarkan Kabupaten**

Kota/Kabupaten responden diperoleh dari kuesioner hasil penelitian, dengan melihat data responden, maka peneliti dapat mengetahui jumlah UMKM dari beberapa Kabupaten di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Tabel 1 dibawah ini merupakan data klasifikasi responden berdasarkan kabupaten yaitu:

**Tabel 1. Profil Responden Berdasarkan Kabupaten**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Yogyakarta	30	30.0	30.0	30.0
Bantul	17	17.0	17.0	47.0
Kulonprogo	6	6.0	6.0	53.0
Gunungkidul	8	8.0	8.0	61.0
Sleman	39	39.0	39.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah SPSS versi 21, 2022

Berdasarkan pada Tabel 1 disimpulkan bahwa jumlah responden sebanyak 100 orang dengan jumlah UMKM yang berada di Kota Yogyakarta sebanyak 30 UMKM dengan prosentase 30%, UMKM yang berada di Kabupaten Bantul sebanyak 17 UMKM dengan prosentase 17%, UMKM yang berada di Kabupaten Kulonprogo sebanyak 6 UMKM dengan prosentase 6%, UMKM di Kabupaten Gunungkidul sebanyak 8 UMKM dengan prosentase 8%, UMKM di Kaabupaten Sleman sebanyak 39 UMKM dengan prosentase 39%. Mayoritas responden yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner UMKM berada di daerah Sleman.

**b. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Usaha**

Jenis Usaha responden diperoleh dari kuesioner hasil penelitian, dengan melihat data responden, maka peneliti dapat mengetahui jumlah UMKM dari berbagai jenis usaha di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Tabel 2 dibawah ini merupakan data klasifikasi responden berdasarkan jenis usaha yaitu:

**Tabel 2. Profil Responden Berdasarkan Jenis Usaha**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Agrobisnis	1	1.0	1.0	1.0
Fashion	13	13.0	13.0	14.0
Jasa	2	2.0	2.0	16.0
Kerajinan	16	16.0	16.0	32.0
Kosmetik	3	3.0	3.0	35.0
Kuliner	65	65.0	65.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah SPSS versi 21, 2022

Berdasarkan pada Tabel 2 disimpulkan bahwa jumlah responden sebanyak 100 orang dengan jumlah UMKM bidang Agrobisnis sebanyak 1 UMKM, bidang Fashion sebanyak 13 UMKM, bidang jasa sebanyak 2 UMKM, bidang kerajinan 16 UMKM, bidang Kosmetik 3 UMKM, bidang Kuliner 65 UMKM. Mayoritas responden yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner UMKM bidang Kuliner paling mendominasi.

**c. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis E-Commerce**

Jenis E-Commerce responden diperoleh dari kuesioner hasil penelitian, dengan melihat data responden, maka peneliti dapat mengetahui jumlah UMKM dari berbagai jenis E-Commerce di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Tabel 3 dibawah ini merupakan data klasifikasi responden berdasarkan jenis E-Commerce yang digunakan yaitu:

**Tabel 3. Profil Responden Berdasarkan Jenis E-Commerce**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Shopee	80	34.2	34.2	34.2
Tokopedia	32	13.7	13.7	47.9
Grab	44	18.8	18.8	66.7
Gojek	48	20.5	20.5	87.2
Lazada	6	2.6	2.6	89.7
Tiktok Shop	2	.9	.9	90.6
Bukalapak	8	3.4	3.4	94.0
Blibli	6	2.6	2.6	96.6
JD.ID	2	.9	.9	97.4
Traveloka	1	.4	.4	97.9
Moselo	2	.9	.9	98.7
Mbizmarket	3	1.3	1.3	100.0



Received: September, 2022  
 Accepted: Januari, 2023

10.14421/skiej.2023.2.1.1750



This is an open access article under the CC-BY-SA license

Total	234	100.0	100.0	
-------	-----	-------	-------	--

Sumber: Data diolah SPSS versi 21, 2022

Berdasarkan pada Tabel 3 disimpulkan bahwa jumlah responden sebanyak 100 orang dengan masing-masing UMKM menggunakan lebih dari satu E-Commerce. UMKM yang menggunakan Shopee sebanyak 80 dengan prosentase 34,2%, Tokopedia sebanyak 32 dengan prosentase 13,7%, Grab sebanyak 44 dengan prosentase 18,8%, Gojek sebanyak 48 dengan prosentase 20,5%, Lazada sebanyak 6 dengan prosentase 2,6%, Tiktok Shop sebanyak 2 dengan prosentase 0,9%, Bukalapak sebanyak 8 dengan prosentase 3,4%, BliBli sebanyak 6 dengan prosentase 2,6%, JD.ID sebanyak 2 dengan prosentase 0,9%, Traveloka sebanyak 1 dengan prosentase 0,4%, Moselo sebanyak 2 dengan prosentase 0,9% dan Mbizmarket sebanyak 3 dengan prosentase 1,3%. Mayoritas responden yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner pengguna E-Commerce Shopee paling banyak digunakan dalam usahanya.

**d. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan**

Pendapatan perbulan responden diperoleh dari kuesioner hasil penelitian, dengan melihat data responden maka peneliti dapat mengetahui jumlah pendapatan responden yang memiliki pendapatan terendah hingga tertinggi. Tabel 4 dibawah ini merupakan data klasifikasi responden menurut pendapatan per bulan yaitu:

**Tabel 4. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean
Pendapatan	100	1.000.000	50.000.000	1.270.850.000	12.708.500
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data diolah SPSS versi 21, 2022

Berdasarkan pada Tabel 4 disimpulkan bahwa jumlah responden sebanyak 100 orang dengan pendapatan minimum sebesar Rp 1.000.000 dan pendapatan maximum sebesar Rp 50.000.000 dengan jumlah total pendapatan per bulan sebesar 1.270.850.000 dan rata-rata pendapatan per bulan sebesar Rp 12.708.500.


**Tabel 4. Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pendapatan Per Bulan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Dibawah 10 juta	52	52.0	52.0	52.0
Rp 10 - 19 juta	27	27.0	27.0	79.0
Rp 20 - 29 juta	9	9.0	9.0	88.0

 **Article History**

Received: September, 2022

Accepted: Januari, 2023

 10.14421/skiej.2023.2.1.1750



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

Rp 30 - 39 juta	4	4.0	4.0	92.0
Rp 40 - 50 juta	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah SPSS versi 21, 2022

Berdasarkan pada Tabel 4.5 disimpulkan bahwa jumlah responden sebanyak 100 orang dengan pendapatan dibawah 10 juta yaitu 52 orang dengan prosentase 52%, pendapatan antara Rp 10 juta - 19 juta yaitu 27 orang dengan prosentase 27%, pendapatan antara Rp 20 juta - 29 juta yaitu 9 orang dengan prosentase 9%, pendapatan antara Rp 30 juta - 39 juta yaitu 4 orang dengan prosentase 4%, pendapatan Rp 40 juta - 50 juta yaitu 8 orang dengan prosentase 8%. Mayoritas responden yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner UMKM dengan pendapatan dibawah 10 juta paling mendominasi.

**Hasil Analisis Data dan Pengujian Data**

**Hasil Uji Validitas**

Menurut Ghozali, (2018) Uji validitas merupakan kemampuan kuesioner dalam mengukur secara aktual apa yang seharusnya diukur sehingga tidak terdapat kesalahan dalam penarikan kesimpulan. Uji Validitas dilakukan untuk menunjukkan tingkat kevaliditasan Kuisisioner. Kuisisioner dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dan apa yang diinginkan dengan tepat. Pertanyaan dikatakan valid apabila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ , dan dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ .

Dalam uji validitas, diambil responden sebanyak 100 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Selanjutnya data dianalisis pada level of signifivcant 5% (0,05) dengan derajat keabsahan (n-2)  $r_{tabel} = 0,195$ . Dengan demikian apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item pernyataan dikatakan valid, namun apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item pernyataan dikatakan tidak valid.

**Tabel 5. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Butir	R Tabel	R Hitung	Status
E-Commerce (X1)	X1.1	0,195	0,573	Valid
	X1.2	0,195	0,793	Valid
	X1.3	0,195	0,817	Valid
	X1.4	0,195	0,561	Valid
	X1.5	0,195	0,795	Valid
	X1.6	0,195	0,718	Valid
	X1.7	0,195	0,767	Valid
Digital Payment (X2)	X2.1	0,195	0,848	Valid
	X2.2	0,195	0,837	Valid
	X2.3	0,195	0,864	Valid



Received: September, 2022  
 Accepted: Januari, 2023

10.14421/skiej.2023.2.1.1750



This is an open access article under the CC-BY-SA license

	X2.4	0,195	0,556	Valid
	X2.5	0,195	0,902	Valid
	X2.6	0,195	0,832	Valid
	X2.7	0,195	0,750	Valid
Pendapatan (Y)	Y.1	0,195	0,720	Valid
	Y.2	0,195	0,843	Valid
	Y.3	0,195	0,774	Valid
	Y.4	0,195	0,684	Valid
	Y.5	0,195	0,836	Valid
	Y.6	0,195	0,810	Valid
	Y.7	0,195	0,697	Valid

Sumber: Data diolah SPSS versi 21, 2022

Dari pengujian validitas berdasarkan Tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator baik itu variabel dependen dan independen dinyatakan valid. Hal tersebut didasarkan pada nilai R Hitung > R Tabel yaitu harus lebih besar dari 0,195.

**Hasil Uji Reabilitas**

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen dapat memberikan hasil pengukuran yang tepat, akurat, konsisten dan dapat menghasilkan hasil yang sama walaupun sudah digunakan secara berulang oleh oleh peneliti sebelumnya. Metode yang digunakan dalam Uji reabilitas menggunakan Teknik Croanbach Alpha (a) artinya variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai Croanbach Alpha lebih besar dari 0,70 atau mendekati 1 Ghozali, (2018). Berikut ini adalah nilai alpha yang didapat dari penelitian:

**Tabel 6. Hasil Uji Reabilitas**

No	Variabel	R Hitung	Cronbach Alpha	Status
1	Independen Variabel (X)			
	a. E-Commerce	0,845	0,7	Reliabel
	b. Digital Payment	0,901	0,7	Reliabel
2	Dependen Vaariabel			
	a. Pendapatan	0,882	0,7	Reliabel


Sumber: Data diolah SPSS versi 21, 2022

Berdasarkan Tabel 7 Diatas dijelaskan bahwa Cronbach Alpha untuk masing-masing variabel independen X1 sebesar 0,845, X2 sebesar 0,901 dan Nilai Variabel dependen Y sebesar 0,882. Dari hasil alpha yang didapat pengukuran reabilitas telah terpenuhi karena masing-masing variabel memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,70. sehingga keseluruhan variabel reliabel.

 **Article History**

Received: September, 2022

Accepted: Januari, 2023

 10.14421/skiej.2023.2.1.1750



This is an open access article under the CC-BY-SA license



**Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui gambaran umum data penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan, uji statistik deskriptif mencakup nilai maksimum, nilai minimum, rata-rata (mean), dan simpangan baku (standar deviasi) dengan N adalah sampel atau jumlah responden penelitian. Hasil Analisis statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel:

**Tabel 7. Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
ECommerce	100	15	35	29.3	4.393	19.299
Digital Payment	100	14	35	29.2	5.053	25.538
Pendapatan	100	10	35	28.2	4.883	23.841
Valid N (listwise)	100					

Sumber: Data diolah SPSS versi 21, 2022

Berdasarkan pada tabel 8, statistik deskriptif variabel pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel *E-Commerce* (X1) memiliki sampel sejumlah 100 orang, dengan nilai minimum 15 dan maksimum 35. Nilai rata-rata (*mean*) untuk variabel X1 sebesar 29,3 dan Standar Deviasi sebesar 4,393.
2. Variabel *Digital Payment* (X2) memiliki sampel sejumlah 100 orang, dengan nilai minimum 14 dan maksimum 35. Nilai rata-rata (*mean*) untuk variabel X2 sebesar 29,2 dan Standar Deviasi sebesar 5,053.
3. Variabel Pendapatan (Y) memiliki sampel sejumlah 100 orang, dengan nilai minimum 10 dan maksimum 35. Nilai rata-rata (*mean*) untuk variabel X2 sebesar 28,2 dan Standar Deviasi sebesar 4,883.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Uji regresi linier berganda terhadap hasil penelitian yang dilakukan penelitian di lapangan dengan variabel *E-Commerce*, *Digital Payment* terhadap pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta, hasil yang diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.064	2.312		2.190	.031
Ecommerce	.218	.099	.198	2.202	.030
DigitalPayment	.574	.087	.596	6.625	.000

a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Data diolah SPSS versi 21, 2022



Received: September, 2022  
 Accepted: Januari, 2023

10.14421/skiej.2023.2.1.1750



This is an open access article under the CC-BY-SA license

Sesuai dengan Tabel 4.9 dalam kolom Unstandardized Coefficients tertera nilai (B) constant sebesar 5,064, koefisien E-Commerce sebesar 0,218, dan koefisien digital payment sebesar 0,574. Maka, persamaan regresinya ditulis sebagai berikut:

$$Y = 5,064 + 0,218X_1 + 0,574X_2 + e$$

Persamaan tersebut memiliki arti sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 5,064, artinya ketika E-Commerce (X1), digital payment (X2) bernilai nol (0) maka variabel dependen yaitu pendapatan (Y) bernilai sebesar 5,064.
2. Koefisien untuk E-Commerce (X1) sebesar 0,218 artinya ketika variabel E-Commerce mengalami peningkatan satu satuan, sedangkan variabel lain tetap, sehingga dapat menyebabkan pendapatan UMKM di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta meningkat sebesar 0,218.
3. Koefisien untuk Digital Payment (X2) sebesar 0,574 artinya ketika variabel Digital Payment mengalami peningkatan satu satuan, sedangkan variabel lain tetap, sehingga dapat menyebabkan pendapatan UMKM di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta meningkat sebesar 0,574.

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah pengujian yang digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi normal atau tidak. Uji yang digunakan adalah uji kolmogrov smirnov. Kriteria dalam model regresi adalah ketika nilai dignifikan dibawah 0,05 berarti data tidak terdistribusi normal/terdapat perbedaan yang signifikan, dan apabila nilai signifikan diatas 0,05 maka data terdistribusi normal/tidak terjadi perbedaan yang signifikan (Safrianti, 2020).

**Tabel 9. Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.27738611
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.062
	Negative	-.082
Kolmogorov-Smirnov Z		.820
Asymp. Sig. (2-tailed)		.511

Sumber: Data diolah SPSS versi 21, 2022

Berdasarkan Tabel 10 pada uji normalitas menggunakan metode one sampel Kolmogorov-simonov test menunjukkan bahwa nilai residual (Asymp Sig) variabel terikat dan variabel bebas pada jumlah sampel (N) sebesar 100 adalah 0,511. Oleh karena itu disimpulkan bahwa dari hasil penelitian ini data terdistribusi normal karena nilai residualnya lebih besar dari 0,05.



Received: September, 2022  
 Accepted: Januari, 2023

10.14421/skiej.2023.2.1.1750



This is an open access article under the CC-BY-SA license

**Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji ada tidaknya korelasi antara variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak akan ditemukan korelasi antara variabel independen. Cara mendeteksi multikolinearitas dalam model regresi adalah dengan melihat nilai Tolerance dan nilai Information Vactor (VIF). Nilai yang digunakan adalah nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 atau nilai VIF kurang dari 10. (Lestari, 2020)

**Tabel 10. Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error			Tolerance	VIF
(Constant)	5.064	2.312	2.190	.031		
Ecommerce	.218	.099	2.202	.030	.573	1.745
Digital Payment	.574	.087	6.625	.000	.573	1.745

Sumber: Data diolah SPSS versi 21, 2022

Dari Tabel 11 dapat disimpulkan bahwa nilai VIF masing-masing variabel e-commerce dan digital payment adalah 1,745 yang menunjukkan bahwa masing-masing variabel kurang dari 10. Variabel e-commerce dan digital payment memiliki nilai tolerance sebesar 0,573 artinya masing-masing variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa korelasi antar variabel independen tidak menunjukkan gejala multikolinearitas.

**Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji adanya gejala heteroskedastisitas yaitu ketidaksamaan varians residual dalam model regresi. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel:

**Tabel 11. Uji Heteroskedastisitas (Breusch Pagan)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11.136	13.689		.814	.418
Ecommerce	.836	.587	.188	1.425	.157
Digital Payment	-.855	.513	-.220	-1.666	.099

Sumber: Data diolah SPSS versi 21, 2022

Berdasarkan dari Tabel 12 dapat diketahui setiap variabel dalam model regresi memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *e-commerce* dengan nilai signifikansi 0,157 dan *digital payment* dengan nilai signifikansi 0,99 tidak terindikasi masalah heteroskedastisitas.



Received: September, 2022  
 Accepted: Januari, 2023

10.14421/skiej.2023.2.1.1750



This is an open access article under the CC-BY-SA license

### Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Uji signifikan parsial (Uji T) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen (bebas) berpengaruh terhadap variabel dependen (terikat) secara signifikan. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan regresi linier berganda, hasil uji t dapat dilihat pada tabel:

**Tabel 12. Hasil Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std Error	Beta		
(Constant)	5.064	2.312		2.190	.031
Ecommerce	.218	.099	.198	2.202	.030
DigitalPayment	.574	.087	.596	6.625	.000

a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Data diolah SPSS versi 21, 2022

### Hipotesis E-Commerce (H1)

Penerimaan atau penolakan  $H_0$  dilakukan dengan membandingkan antara t hitung dengan t tabel. Apabila t hitung < t tabel maka  $H_0$  diterima atau variabel independen (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Jika t hitung > t tabel maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji t dapat diperoleh dengan nilai  $\alpha/2 = 5\%$  ( $0,05/2 = 0,025$ ) dan derajat kebebasan  $df (n-k-1) = (100-2-1) = 97$ , maka diperoleh t tabel sebesar 1,988.

Sehingga sesuai dengan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa E-Commerce berpengaruh positif terhadap Pendapatan UMKM dengan nilai t hitung sebesar 2,202 dan t tabel yang didapat sebesar 1,988, maka  $2,202 > 1,988$  dan nilai sig t lebih kecil dari 0,05 ( $0,03 < 0,05$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Hipotesis pertama (H1) yang menyatakan E-Commerce secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM dinyatakan **Diterima**.

### Hipotesis Digital Payment (H2)

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan menunjukkan bahwa Digital Payment berpengaruh positif terhadap Pendapatan UMKM dengan nilai t hitung sebesar 6,625 dan t tabel yang didapatkan sebesar 1,988, maka  $6,625 > 1,988$  dan nilai sig t lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) yang menyatakan Digital Payment secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM dinyatakan **Diterima**.



Article History

Received: September, 2022

Accepted: Januari, 2023

10.14421/skiej.2023.2.1.1750



This is an open access article under the CC-BY-SA license

**Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)**

Tujuan dari pengujian hipotesis secara simultan yaitu untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Y) secara signifikan. Dalam penelitian yang dilakukan juga bertujuan untuk mengetahui apakah E-Commerce dan Digital Payment berpengaruh secara bersama-sama terhadap Pendapatan UMKM. Berdasarkan hasil uji menggunakan analisis regresi linier berganda maka hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 13 Hasil Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum.of Squares	Df.	Mean.Square	F.	Sig.
Regression	1296.855	2	648.428	59.148	.000 <sup>b</sup>
Residual	1063.385	97	10.963		
Total	2360.240	99			
a. Dependent Variable: Pendapatan					
b. Predictors: (Constant), Digital_Payment, E_Commerce					

Sumber: Data diolah SPSS versi 21, 2022

Berdasarkan pada Tabel 4.14 nilai F hitung adalah sebesar 59,148 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Didapatkan nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ( $59,148 > 3,09$ ), dan nilai signifikan F lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa E-Commerce dan Digital Payment secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta dan dinyatakan **Diterima**.

**Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-square)**

Menurut Ghozali, (2018) Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) adalah ukuran seberapa baik model regresi menjelaskan perubahan variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai antara nol (0) dan satu (1). Jika nilai koefisien determinasi kecil, maka kemampuan variabel dependen untuk menjelaskan perubahan variabel dependen sangat terbatas. Dalam penelitian ini untuk melihat pengaruh variabel e-commerce dan digital payment terhadap pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berikut tabel penelitian koefisien determinasi:

**Tabel 14. Koefisien Determinasi (R2)**

Model.Summary <sup>b</sup>				
Model	R.	R Square	Adjusted.R Square	Std.Error.of.the. Estimate
1.	.741 <sup>a</sup>	.549	.540	3.311
a. Predictors: (Constant), DigitalPayment, Ecommerce				
b. Dependent Variable: Pendapatan				

Sumber: Data diolah SPSS versi 21, 2022

Berdasarkan Tabel 4.15 dapat dilihat nilai  $R^2$  yang menunjukkan angka 0,540 atau sebesar 54%.

Hal ini berarti variabel e-commerce dan digital payment mempengaruhi pendapatan UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta sebesar 54%. Untuk sisanya yaitu sebesar 46% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

## Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat dijelaskan pada pembahasan dalam penelitian ini yaitu:

### 1. Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta

Hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa variabel *E-Commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan uji t dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $2,202 > 1,988$ ) dan nilai signifikansi t lebih kecil dari 0,05 ( $0,030 < 0,05$ ). Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dapat dilihat bahwa mayoritas responden menyatakan setuju jika *e-commerce* dapat meningkatkan pendapatan UMKM, hal ini terbukti dari nilai rata-rata sebesar 29,3. Hal ini menunjukkan bahwa *E-Commerce* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa hipotesis diterima. Dengan adanya *E-Commerce* dapat meningkatkan pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dianalisis dari indikator dalam kuesioner pada pernyataan pertama hingga ketujuh, secara umum persepsi responden tinggi karena secara mayoritas menjawab setuju dan sangat setuju pada tiap item pernyataan. Oleh karena itu dapat diketahui bahwa dengan adanya *e-commerce* membantu para pelaku usahanya dalam memasarkan produknya secara luas, dengan menggunakan *marketplace* seperti *Shopee*, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli dan beberapa aplikasi *online* seperti Tik Tok Shop, Grab, Gojek, Facebook Ads dan Instagram Ads. Selain itu hal ini dapat membuktikan bahwa dengan adanya pemanfaatan *e-commerce* dapat membuka peluang usaha dan sasaran pasar yang lebih luas sehingga konsumen akan meningkat dan pendapatan juga akan bertambah.

Dalam Islam mendukung adanya kemajuan teknologi. Sebagaimana Al-Qur'an juga dijadikan sebagai sumber pengetahuan sehingga dapat menciptakan suatu ide baru yang bermanfaat dalam kehidupan manusia. Teknologi berfungsi untuk membantu manusia dalam melakukan aktifitas yang bermanfaat, sebagai sarana untuk lebih mengenal Allah dan juga sebagai kemajuan dakwah umat islam. Oleh karena itu penggunaan *E-Commerce* dalam berdagang boleh dilakukan berdasarkan prinsip masalah karena adanya kemajuan teknologi bermanfaat dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Menurut *Theory Perceived Usefulness* dan *Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) (2003) yang menyatakan bahwa penggunaan teknologi akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Apabila teori ini dihubungkan dengan pemanfaatan teknologi dalam hal ini adalah pemanfaatan *e-commerce*, maka apabila seseorang merasa bahwa dengan adanya *e-commerce* dapat meningkatkan pendapatan usaha, maka orang itu akan terus



Received: September, 2022  
Accepted: Januari, 2023

10.14421/skiej.2023.2.1.1750



This is an open access article under the CC-BY-SA license

menggunakan *e-commerce* tersebut. Dengan demikian adanya pelaku usaha yang memanfaatkan perkembangan teknologi seperti adanya *e-commerce* akan meningkatkan pendapatan bagi usahanya. Sehingga penelitian ini sejalan dengan teori yang ada dimana *E-Commerce* dapat memberikan pengaruh yang positif dalam meningkatkan pendapatan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Lestari, (2020) yang berjudul “Pengaruh Sistem Informasi Dan Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Kota Makassar”. Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa dengan adanya *e-commerce* akan meningkatkan kinerja perusahaan. Hal ini dikarenakan apabila pelaku usaha menggunakan *e-commerce*, pelaku usaha akan mengalami kemudahan dalam kegiatan transaksinya sehingga dapat memberikan nilai tambah dalam kinerja perusahaan. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah & Husna, (2021) menyatakan penggunaan *e-commerce* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan pada UMKM Industri Keripik di Kab. Bireunen. Penelitian Sa’ad, (2017) juga menyatakan bahwa penggunaan *E-Commerce* pada sentra industri keripik pisang di Kota Bandarlampung memiliki dampak positif pada peningkatan pendapatan, sehingga pemasaran produk tidak hanya di daerah Lampung namun juga luar Daerah Lampung, sehingga adanya peningkatan penjualan produksi keripik akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan.

## 2. Pengaruh *Digital Payment* Terhadap Pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta

Hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa variabel *Digital Payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan uji t dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $6,625 > 1,988$ ) dan nilai signifikansi t lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dapat dilihat bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju jika *Digital Payment* dapat meningkatkan pendapatan UMKM, hal ini terbukti dari nilai rata-rata sebesar 29,2. Dianalisis dari indikator dalam kuesioner pada pernyataan pertama hingga ketujuh, secara umum persepsi responden tinggi karena secara mayoritas menjawab setuju dan sangat setuju pada tiap item pernyataan. Hal ini menunjukkan bahwa *Digital Payment* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa hipotesis diterima. Dengan adanya *Digital Payment* dapat meningkatkan pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dalam Islam uang elektronik (*digital payment*) halal karena berlandaskan kaidah yang menyebutkan bahwa setiap transaksi dalam muamalah pada dasarnya diperbolehkan selama tidak ada hukum atau dalil yang mengharamkannya. Oleh karena itu penggunaan *digital payment* harus memenuhi ketentuan sesuai dengan prinsip hukum islam. Selain itu penggunaan teknologi juga berdampak positif dalam kehidupan manusia salah satunya dengan adanya pembayaran secara digital yang bermanfaat serta memudahkan dalam kehidupan. Keberadaan uang elektronik juga sudah diakui oleh Otoritas Jasa Keuangan dan Majelis Ulama Indonesia melalui fatwa Dewan Syariah Nasional, yang artinya uang elektronik sudah sah digunakan



Received: September, 2022

Accepted: Januari, 2023

10.14421/skiej.2023.2.1.1750



This is an open access article under the CC-BY-SA license

menurut agama dan Negara.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sihaloho et al., (2020) yang menyatakan bahwa Penerapan *digital payment* dalam konteks ini adalah QRIS, sebagai pelaku usaha ingin dapat mengikuti perkembangan teknologi dan informasi agar nantinya dapat memudahkan kegiatan mempermudah dalam berbisnis. Keberadaan QRIS juga mendukung transaksi bagi pedagang sehingga terjadi peningkatan pendapatan setiap harinya di UMKM Kota Medan. Selain itu penelitian ini juga sejalan dengan Widyayanti, (2019) yang menyatakan bahwa perubahan yang terjadi di era industri 4.0 merubah perilaku manusia salah satunya pada sistem pembayaran dengan menggunakan sistem pembayaran non tunai yang memberikan banyak kemudahan dan keuntungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang menyebabkan pelaku usaha cenderung menggunakan sistem pembayaran non tunai sebagai transaksi pembayaran karena transaksi menjadi lebih cepat, pencatatan lebih mudah dan sistematis, *databased* akurat, sehingga dapat meningkatkan transaksi penjualan dan mampu meningkatkan pendapatan usaha.

### 3. Pengaruh *E-Commerce* dan *Digital Payment* Terhadap Pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta

Hipotesis ketiga (H3) menyatakan bahwa variabel *E-Commerce* dan *Digital Payment* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berpengaruh signifikan dapat dilihat pada Tabel 4.7 Berdasarkan Uji F menunjukkan bahwa F hitung adalah sebesar 59,148 lebih besar dari F tabel sebesar 3,15, hal ini menunjukkan bahwa *E-Commerce* dan *digital payment* memiliki pengaruh secara simultan terhadap pendapatan UMKM selanjutnya berpengaruh signifikan dapat dilihat pada Tabel 4.7 yang menunjukkan bahwa nilai signifikan F lebih kecil dari 0,05 yaitu ( $0,000 < 0,05$ ), hal ini menunjukkan bahwa *E-Commerce* dan *Digital Payment* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan UMKM.


Berdasarkan hasil penelitian responden yang didapat melalui kuesioner penelitian menunjukkan bahwa *e-commerce* seperti *Shopee*, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli dan beberapa aplikasi *online* seperti Tik Tok Shop, Grab, Gojek, Facebook Ads dan Instagram Ads dapat memudahkan proses transaksi seperti pemasaran, penerimaan pesanan, pembayaran hingga pengiriman barang. Selain itu juga dengan adanya pembayaran secara non tunai dapat memudahkan dalam pencatatan pendapatan karena setiap transaksi yang masuk secara otomatis akan tersimpan dalam buku rekening pelaku usaha.

Ketika pelaku usaha memanfaatkan adanya perkembangan teknologi seperti adanya *E-Commerce* tentunya akan membantu pelaku usaha untuk memasarkan produknya dengan lebih luas, selain itu juga mempermudah komunikasi antara penjual dengan pembeli ditambah dengan adanya penggunaan *Digital Payment* seperti QRIS, Ovo, Gopay, ShopeePay, Link Aja dapat memudahkan dalam pencatatan sehingga aktivitas mulai dari pemasaran, pembayaran, pengiriman hingga penginputan data penjualan usaha menjadi lebih mudah dan efisien sehingga

#### Article History

Received: September, 2022

Accepted: Januari, 2023

 10.14421/skiej.2023.2.1.1750



This is an open access article under the CC-BY-SA license



dapat meningkatkan hasil penjualan dan menambah pendapatan UMKM.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sa'ad, (2017) yang menyatakan bahwa penggunaan *E-Commerce* yang digunakan pada sentra industri keripik pisang di Kota Bandar Lampung memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan produsennya, sehingga dapat memasarkan produknya tidak hanya di daerah Lampung namun juga luar Daerah Lampung, sehingga peningkatan penjualan produksi keripik akan memberikan dampak positif terhadap pendapatan dan penelitian yang dilakukan oleh Widyayanti, (2019) menyatakan penggunaan sistem pembayaran non tunai memberikan kemudahan dan keuntungan. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan pelaku usaha cenderung menggunakan sistem pembayaran non tunai sebagai transaksi pembayaran karena transaksi menjadi lebih cepat, pencatatan lebih mudah dan sistematis, *databased* akurat, sehingga dapat meningkatkan transaksi penjualan dan mampu meningkatkan pendapatan usaha.

## Penutup


Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya mengenai Pengaruh *E-Commerce* dan *Digital Payment* terhadap pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta, maka dapat diambil kesimpulan seperti berikut:

1. *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa apabila pelaku usaha UMKM banyak menggunakan *E-Commerce* dalam usahanya, maka akan mengalami kemudahan dalam melakukan transaksi seperti dalam proses pemasaran ke pasar yang lebih luas, dan kegiatan transaksinya akan lebih mudah dan fleksibel. Islam juga mendukung adanya kemajuan teknologi karena dapat membantu manusia dalam melakukan aktifitas yang bermanfaat. Sehingga pelaku UMKM yang sudah memanfaatkan *E-Commerce* dalam usahanya dapat memberikan manfaat diantaranya menambah jumlah penjualan yaitu pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. *Digital Payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya sistem pembayaran non tunai, maka pelaku usaha dapat mengikuti perkembangan teknologi dan informasi sehingga dapat memudahkan aktivitas pada kehidupan dan memudahkan dalam bertransaksi. Dalam islam *digital payment* juga diperbolehkan selama memenuhi ketentuan yang sesuai dengan hukum islam. Selain itu transaksi menjadi lebih cepat, pencatatan lebih mudah dan sistematis, *databased* akurat, sehingga dapat meningkatkan transaksi penjualan dan mampu meningkatkan pendapatan usaha.
3. *E-Commerce* dan *Digital Payment* akan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini berarti apabila UMKM menggunakan *E-Commerce* dan *Digital Payment* secara bersama-sama, maka akan meningkatkan Pendapatan UMKM, dikarenakan dengan adanya pemanfaatan *E-Commerce* dan *Digital Payment* akan memudahkan dalam transaksi penjualan dan juga pencatatan

### Article History

Received: September, 2022

Accepted: Januari, 2023

 10.14421/skiej.2023.2.1.1750



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

sehingga hal ini akan menunjang peningkatan transaksi penjualan dan akan meningkatkan pendapatan UMKM.

### Daftar Pustaka

- Boateng, R., Heeks, R., Molla, A., & Hinson, R. (2008). E-Commerce And Socio-Economic Development: Conceptualizing The Link. *Internet Research*, 18(5), 562–594.
- Firmansyah, D., & Husna, R. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Usaha Keripik Di Kabupaten Bireuen). *VARIASI: Majalah Ilmiah Universitas Almuslim*, 13(3), 135–141.
- Ghozali, I. (2018). *SPSS Aplikasi Analisis Multivariate Statistik*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Helmalia, & Afrinawati. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237.
- Ikhsan, M., & Hasan, M. (2020). Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Makassar. *Journal Of Economic Education And Entrepreneurship Studies*, 1(1), 39.
- Indriantoro, N. Dan B. S. (1999). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. BPFE UGM Kasmadi.
- Irfan, A. (2020). Pengaruh E-Commerce Dan Proses Halal Terhadap Kinerja UMKM Di Gerai Ayam Geprek. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Josef Evan Sihaloho, Atifah Ramadani, S. R. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM Di Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 287–297.
- Kuswiratmo, Aji, B. (2016). *Memulai Usaha Itu Gampang!: Langkah- Langkah Hukum Mendirikan Badan Usaha Hingga Mengelolanya*. Visimedia.
- Lesmono, I. D. (2015). Pengaruh Penggunaan E-Commerce Bagi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model. *Evolusi*, 3(1), 49–60.
- Lestari, P. A. (2020). Pengaruh Sistem Informasi Dan Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (Ukm) Di Kota Makassar. *Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Lubis, A. R. (2021). Skripsi Analisis Pengaruh Penggunaan E-Commerce Terhadap Peningkatan Penerimaan Usaha Mikro Di Kota Medan. *Skripsi Universitas Sumatera Utara Medan*.
- Rosyidi, S. (2003). *Pengantar Teori Ekonomi*. Grafindo Persada.
- Rustanto, A. E., & Kartini, I. (2019). Efektivitas Pembayaran Non Tunai Pada Umkm Daerah Aliran Sungai Citarum. *Jurnal Lentera Bisnis*, 8(2), 1.
- Sa'ad, W. N. (2017). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandarlampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Sentra Industri Keripik Pisang Di Kota Bandarlampung). *Ekonomi Dan Bisnis*, 1–97.
- Safrianti, T. N. (2020). Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce), Modal, Dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Di Kabupaten Tegal. *Skripsi Universitas Pancasakti Tegal*, 2(1), 5–7
- Setiawan, I. W. A., & Mahyuni, L. P. (2020). Qris Di Mata Umkm: Eksplorasi Persepsi Dan Intensi Umkm Menggunakan Qris. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10, 921.



Article History

Received: September, 2022

Accepted: Januari, 2023

10.14421/skiej.2023.2.1.1750




This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

- Setyorini, D., Nurhayaty, E., & Rosmita, R. (2019). Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(5), 501–509.
- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM Di Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 287.
- Sulistiyorini, P., Royanti, I. N., & Yuniyanto, E. (2017). Pengaruh Adopsi E-Commerce Terhadap Keberhasilan Usaha. *Jurnal Litbang Pekalongan*, 103–121.
- Widyayanti, E. R. (2019a). Analisis Pengaruh Kecenderungan Pergeseran Sistem Pembayaran Dari Tunai Ke Non-Tunai/Online Payment Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha (Studi Pada Umkm Di Yogyakarta). *Seminar Nasional Dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era 4.0*, 187–200.
- Widyayanti, E. R. (2019b). Pengaruh Marketplace Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada Ukm (Studi Pada Ukm Di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Optimum*, 9(1), 1–14.
- Yusfiarto, R., Sunarsih, S., & Darmawan, D. (2021). Understanding Muslim's Switching From Cash To M-Payments: Based On Push-Pull-Mooring Framework. *Journal Of Islamic Marketing*.

 Article History

Received: September, 2022

Accepted: Januari, 2023

 10.14421/skiej.2023.2.1.1750

This is an open access article under the CC-BY-SA license