

**PENGARUH *E-COMMERCE* DAN *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP  
PENDAPATAN UMKM DI KECAMATAN BATANG KUIS**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Pada Program  
Sarjana Atau (S1) Di Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Islam Sumatra  
Utara**

**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA MAHASISWA : FAHIMAH HARAHAHAP  
NPM : 71210313030  
PROGRAM PENDIDIKAN : STRATA SATU  
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI  
KONSENTRASI : KEUANGAN**



**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
MEDAN**

**2025**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**  
**PENGARUH *E-COMMERCE* DAN *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP**  
**PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH(UMKM) DI**  
**KECAMATAN BATANG KUIS**

**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA MAHASISWA : FAHIMAH HARAHAHAP**  
**NPM : 71210313030**  
**PROGRAM PENDIDIKAN : STRATA SATU**  
**PROGRAM STUDI : AKUNTANSI**  
**KONSENTRASI : KEUANGAN**

**DISETUJUI OLEH:**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. Yusrita, S.E., M.M.**

**Heny Triastuti Kurnia Ningsih, S.E., M,Si.**

**Ketua Program Studi**

**Heny Triastuti Kurnia Ningsih, S.E., M,Si.**

**TANGGAL SEMINAR PROPOSAL:**

**UNIVERSITAS ISLAM SUMATRA UTARA**

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

**MEDAN**

**2025**

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahanrahmatnya yang sampai detik ini tak putus mencurahkan segala nikmat-Nya sehingga dengan perasaan yang senang dan bangga penulis dapat mengerjakan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH *E-COMMERCE* DAN *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KECAMATAN BATANG KUIS”**.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka penulis skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar. Oleh karena itu pada kesempatan ini izinkanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Safrida, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Islam Sumatera Medan
2. Bapak Supriadi, S.E., M.M., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatra Utara Medan
3. Ibu Dr Yusrita, S.E., M.M selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatra Utara Medan sekaligus dosen pembimbing I.
4. Ibu Heny Triastuti Kurnia Ningsih, S.E., M,Si selaku Ketua Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatra Utara Medan sekaligus dosen pembimbing II.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara Medan yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang luas kepada penulis dalam perkuliahaan, semoga ilmu yang diberikan

memberikan manfaat untuk penulis dimasa mendatang.

6. Kepada kedua orang tuaku Bapak H. Ahmad Syukur Harahap dan Ibu Hj. Ratnah Hasibuan tersayang yang selalu mendoakan untuk kebaikan anak-anaknya, selalu memberikan kasih sayang, cinta, dukungan, dan motivasi. Menjadi suatu kebanggaan memiliki orang tua yang mendukung anaknya untuk mencapai cita-cita. Terima kasih Ayah dan Ibu telah membuktikan kepada dunia bahwa anak petani bisa menjadi sarjana. I Love You More.
7. Kepada Abdullah Syahputra Harahap S.E dan Ahmad Sofyan Harahap selaku abang saya, Choiroyaroh Harahap A.Md.Keb, Agustina Harahap S.Keb.Bd dan Uswatun Hasanah Harahap A.Md selaku kakak-kakak saya dan Aulia Arham Harahap selaku adik saya yang senantiasa menyemangati, mensupport. Semoga ini dapat memberikan senyum Bahagia bagi abang dan kakak saya, dan panutan untuk adik saya.
8. Kepada keluarga saya nenek, bou, amang boru, kakak sepupu, abang sepupu, adik sepupu, kakak ipar, abang ipar, keponaan-keponaan gemas. Yang telah memberikan support dan doa serta hiburan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada Fauziah Nur Ritonga, Nur Ainun Damanik, Alfi syahri Ritonga, Rika Rahmadani Ritonga, Kesi Sasmita. Selaku teman baik dikampung saya. Teima kasih telah menjadi sahabat yang baik, dan pendengar yang siap mendengarkan segala keluh kesah tanpa menghakimi, serta selalu memberi saran atau masukan dan motivasi yang membangun untuk segala permasalahan yang saya hadapi.

10. Kepada Della Febriani, Sri Ramadayanti, Eri Yanti, Chornelia Ivani, Nur Wahidah, Aulia Fitri, Desitamala Tarigan, Ramanda Delima Ginting, Adinda, Marsyanda Ifrah selaku teman baik semasa perkuliahan. Terima kasih telah membuat kehidupan perkuliahan terasa begitu cepat dan penuh kebahagiaan. seluruh dukungan dan dorongan yang telah diberikan akan selalu penulis kenang.

11. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Fahimah Harahap. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lela mencoba. Terima kasih karena memutuskan tidak meyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk dirisendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Fahimah. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Dan kepada semua pihak yang turut membantu yang tidak bisa disebutkan secara satu persatu, semoga Allah Subhanahuwata'ala membalas kebaikan kalian semua, aamiin.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik materi maupun cara penulisannya. Namun demikian penulis telah berupaya dengan segala kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki sehingga dapat selesai dengan baik dan oleh karenanya penulis dengan kerendahan hati dan

dengan tangan terbuka menerima masukan, saran dan usulguna penyempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca. Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Medan, April 2025

Fahimah Harahap

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	
<b>ABSTRACT</b> .....	
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>10</b>
2.1 Uraian Teoretis.....	10
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	10
2.1.2 Pendapatan.....	11
2.1.3 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	12
2.1.4 Transaksi Online ( <i>E-Commerce</i> ) .....	14
2.1.5 <i>Digital Payment</i> .....	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Konseptual .....	22
2.4 Hipotesis .....	23

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1. Lokasi,Objek,danWaktu Penelitian .....	26
3.1.1 Lokasi Penelitian .....	26
3.1.2 Objek Penelitian .....	26
3.1.3 Waktu Penelitian .....	26
3.2 Populasi dan Sampel .....	27
3.2.1 Populasi .....	27
3.2.2 Sampel .....	27
3.3 Definisi Operasional.....	30
3.3.1 <i>E-Commerce</i> .....	31
3.3.2 <i>Digital Payment</i> .....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4.1 Observasi .....	33
3.4.2 Kuesioner.....	33
3.5 Teknik Analisi Data .....	34
3.5.1 Uji validitas dan uji reliabilitas.....	34
3.5.2 Uji asumsi Klasik .....	35
3.5.3 Uji Hipotesis .....	36
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM KECAMATAN BATANG KUIS .....</b>	<b>38</b>
4.1 Ringkasan Umum Profil Kecamatan Batang Kuis .....	38
<b>BAB V ANALISIS DAN EVALUASI.....</b>	<b>41</b>
5.1 Analisis Data.....	41
5.1.1 Populasi Berdasarkan Jenis Usahanya.....	41

5.1.2 Populasi Berdasarkan Lama Pengguna <i>E-Commerce</i> dan <i>Digital Payment</i> .....	42
5.2 Distribusi Tanggapan Responden.....	42
5.2.1 Variabel <i>E-Commerce</i> ( $X_1$ ).....	43
5.2.2 Variabel <i>Digital Payment</i> ( $X_2$ ).....	43
5.2.3 Variabel Pendapatan ( $Y$ ).....	44
5.3 Hasil Uji Kualitas Data.....	45
5.3.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	45
5.3.2 Hasil Uji Normalitas.....	47
5.3.3 Hasil Uji Multikolinieritas .....	48
5.3.4 Hasil Uji Heterokedasitas.....	48
5.3.5 Hasil Uji Hipotesis.....	49
5.4 Evaluasi Data .....	51
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>55</b>
6.1 Kesimpulan .....	55
6.2 Saran.....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>57</b>

## DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
3.1 Waktu Penelitian .....	26
3.2 Data UMKM.....	27
3.3 Definisi Overasional Variabel.....	32
4.1 Jumlah Masyarakat setiap Desa di Kecamatan Batang Kuis.....	39
5.1 Responden Berdasarkan Jenis Usaha .....	41
5.2 Responden berdasarkan lama pengguna <i>E-Commerce</i> dan <i>Digital Payment</i> .....	42
5.3 Variabel <i>E-Commerce</i> .....	43
5.4 Variabel <i>Digital Payment</i> .....	43
5.5 Variabel Pendapatan.....	44
5.6 Hasil uji validitas variabel <i>E-Commerce</i> .....	45
5.7 Hasil uji validitas variabel <i>Digital Payment</i> .....	46
5.8 Hasil uji validitas variabel Pendapatan.....	46
5.9 Hasil uji reliabilitas.....	47
5.10 Hasil uji normalitas.....	47
5.11 Hasil uji multikolinieritas.....	48
5.12 Hasil uji heterokedasitas .....	49
5.13 Hasil uji t.....	49
5.14 Hasil uji F.....	50
5.15 Hasil uji R <sup>2</sup> .....	50

## DAFTAR GAMBAR

1.1 Data UMKM 2019-2023 .....	4
2.1 <i>Model Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	10
2.2 Kerangka Konseptual .....	22

## DAFTAR PUSTAKA

- Apasrawirote, D., & Yawised, K. (2021). The Factors Influencing the Adoption of E-Payment System by SMEs. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. *Www.Ijicc.Net*, 15(8), 471–481. [www.ijicc.net](http://www.ijicc.net)
- Apriyanto, A. I. (2020). Pengaruh E-Commerce Dan Proses Halal Terhadap Kinerja UMKM Di Gerai Ayam Geprek. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Aris Ariyanto, Fery Wongso, H. W., Irjus Indrawan, Musnaini, M. F. A., Nia Anggraini, Suherman, S., & Devi, W. S. G. R. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*.
- Bramastuti. (2009). *Pengaruh Prestasi Sekolah Dan Tingkat Pendapatan Keluarga Terhadap Motivasi Berwiraswasta Siswa*.
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., Panatap Soehaditama, J., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>
- Chierici, R., Tortora, D., Del Giudice, M., & Quacquarelli, B. (2020). Strengthening digital collaboration to enhance social innovation capital: an analysis of Italian small innovative enterprises. *Journal of Intellectual Capital*, 22(3), 610–632. <https://doi.org/10.1108/JIC-02-2020-0058>
- Danang, F. F. (2017). *Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pengusaha Lanting Di Lemah Duwur Kecamatan Kewurusan Kabupaten Kebumen, Universitas Negeri Yogyakarta*.

- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. GUEPEDIA.
- Fatma, M., Studi Ilmu Administrasi Bisnis, P., Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, F., & Riau, U. (2024). The Effect Of Using E-Commerce And Digital Payment On UMKM Income (Case Study On UMKM In The Culinary Sector Of Tuah Madani Sub-District, Pekanbaru City). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 3518–3535.  
<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto, A. H. (2020). *Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal*.
- Firdaus, Z. Y., Krisbiantoro, D., & Afiana, F. N. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). *Journal of Information System Management (JOISM)*, 3(2), 56–62.  
<https://doi.org/10.24076/joism.2022v3i2.619>
- 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.  
<https://doi.org/10.51179/vrs.v13i3.857>
- Galang Nusantara Achmad, & Jannah, S. S. (2021). Pengaruh Fitur E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Masa Pandemi Covid-19. *Mabny : Journal of Sharia Management and Business*, 1(02), 166–172.

<https://doi.org/10.19105/mabny.v1i02.5199>

- Ghozali, I. (2011). *Ghozali\_Imam\_2011\_Aplikasi\_Analisis\_Mult.pdf* (p. 129).
- Goo, K. M. G., Mulyadi, J., & Syam, M. A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Moderating Pada Pemerintah Kabupaten Ende. In *Ekobisman* (Vol. 4, Issue 2).
- Habiba, A. F. C., & Prasetyia, F. (2022). Analisis Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM Di Masa Pandemi (Studi Kasus Sektor Kuliner di Kota Malang). *Journal of Development Economic and Social Studies*, 1(3), 408–420. <https://doi.org/10.21776/jdess.2022.01.3.06>
- Hasna Indarti Titasari. (2024). Pengaruh E-Commerce dan Digital Payment terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Sunan Kalijaga: Islamic Economics Journal*, 2(1), 25–51. <https://doi.org/10.14421/skiej.2023.2.1.1750>
- Hastuti, P., & dkk. (2021). Kewirausahaan Dan Umkm. In *Yayasan Kita Menulis* (Issue February 2021).
- Helmalia, H., & Afrinawati, A. (2020). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.182>
- Jefry Tarantang, Annisa Awwaliyah, Maulidia Astuti, M. M. (2020). *Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia*. <https://doi.org/https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>

- Lestari, P. A. (2020). *Pengaruh Sistem Informasi dan Pemanfaatan E-Commerce terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kota Makassar.*
- Liang Xiao , Feipeng Guo , Fumao Yu, and Shengnan L., & Liu, S. (2020). *The Effects of Online Shopping Context Cues on Consumers' Purchase Intention for Cross-Border E-Commerce Sustainability.*
- Linawati, N. (2022). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan Mobile Payment terhadap Spending Behavior Character count : 19477.*
- Liu, Z., & Li, Z. (2020). *A blockchain-based framework of cross-border e-commerce supply chain.*
- Lubis, A. R. (2021). *Analisis pengaruh penggunaan E-commerce terhadap Peningkatan Penerimaan Penjualan Usaha Mikro di Kota Medan.*
- Ma, C., Cheok, M. Y., & Chok, N. V. (2023). *Economic recovery through multisector management resources in small and medium businesses in China.*
- Makmur, R. (2018). *Manajemen E-commerce. Bandung.* Informatika.
- Mouzas, S. (2022). *hat drives business transformation? Evidence from manufacturer-retailer networks.*
- OECD. (2021). *The Digital Transformation of SMEs. In OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship.*
- Ph.D. Ummul Aiman, S. P. D. K. A. S. H. M. A. Ciq. M. J. M. P., Suryadin  
 Hasda, M. P. Z. F., M.Kes. Masita, M. P. I. N. T. S. K., & M.Pd. Meilida Eka  
 Sari, M. P. M. K. N. A. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif. In Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.*
- Purnamasari, E. D. (2020). *Pengaruh Payment Gateway dan Peer to Peer Lending*

- (P2P) terhadap Peningkatan Pendapatan di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 11(1), 63–65.  
<https://doi.org/10.36982/jiegmk.v11i1.1063>
- Purwanto, Y. (2022). *Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Probolinggo Jawa Timur*.
- Puspita, Y. C. (2019). Kesesuaian Teknologi Digital Payment Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen Informatika*, 9(2), 121–128.
- Respatiningsih, H. (2021). The Impact of E-Commerce on the Marketing Performance of MSMEs During the Covid19 Pandemic Mediated by Competitive Advantage. *Proceedings of the 3rd International Conference on Banking, Accounting, Management and Economics (ICOBAME 2020)*, 169(Icobame 2020), 166–169. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210311.032>
- Rika Widianita, D. (2023). Pengaruh Modal Kerja Terhadap Pendapatan Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Punggur Lampung Tengah. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Riska. (2022). SKIPSI Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN PAREPARE (Analisis Ekonomi Islam). *IAIN Pare Pare*, 1–23.
- Rosyidi. (2003). *Pengantar Teori Ekonomi*. Raja Grafindo Persada.
- 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). *Skripsi*, 1–97.

- Safrida, & Yusrita. (2020). The Influence of Trust, Usability, and Perceived Ease of Use of Financial Technology on Student Behavior Intention of Economic Faculty, UISU Medan. *Britain International of Humanities and Social Sciences (BIOHS) Journal*, 2(1), 359–366.  
<https://doi.org/10.33258/biohs.v2i1.200>
- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara (1)(2)(3). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 287–297.  
<http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Siswanti, T. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Sosial Ekonomi Terhadap Pemanfaatan Digital Payment Dengan Budaya Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsuraya*, 8(1), 30–43.  
<https://doi.org/10.35968/jbau.v8i1.1017>
- Sukayana, K., & Sinarwati, N. K. (2022). Analisis Pengaruh Financial Behaviour dan Actual Use Digital Payment System Terhadap Pendapatan Usaha Sektor UMKM di Bali. *Explore*, 12(1), 87–93. <https://doi.org/10.35200/ex.v12i1.93>
- Syuhada, S., Rahman, A., Idris, J., & Putra, B. S. (2021). *E-Commerce Application in Small-Medium Enterprises. June*.
- Trifena, G., Johny, S., Tampi, R. E., & Walangitan, O. F. C. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembeli Jasa Traveloka.com di Kota Manado. *Productivity*, 3(2), 168–173.
- Ulyasari, O. R., Agustina, D., Wardhani, R. S., & Ilhamsyah, A. W. (2023). Pengaruh E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja

- Umkm Terhadap Kinerja Umkm Sektor Industri. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(2), 799–808. <https://doi.org/10.55681/jige.v4i2.642>
- Wati, S. E. P. (2020). *Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN*.
- Widyayanti, E. R. (2019). Pengaruh Marketplace Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada Ukm (Studi Pada Ukm Di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Optimum*, 9(1), 1–14.
- Wildani, F. A. (2022). Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha Dengan Pengaruh Faktor E-commerce, Sistem Informasi Akuntansi, dan Self Efficacy. *Jurnal Akuntansi UMMI*, 3(September).  
<https://jurnal.ummi.ac.id/index.php/jammi/article/view/1780%0Ahttps://jurnal.ummi.ac.id/index.php/jammi/article/download/1780/953>
- Yusrita, & Fahmi, N. A. (2023). Inoasi Produk Terhadap Komitmen Berusaha ( Studi Kasus UMKM IWAPI Kota Medan ). *Jurnal Bisnis Net*, 6(1), 40–55.
- Yusvita Aprilyan, Elin Erlina Sasanti, & Isnawati. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(2), 292–306. <https://doi.org/10.29303/risma.v2i2.216>

**1. Tabel Jawaban Responden**

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total
1	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24	4	4	5	4	4	21
2	5	5	5	5	5	25	4	4	5	4	4	21	5	4	4	5	5	23
3	5	4	5	5	4	23	4	4	4	4	5	21	5	5	4	4	4	22
4	4	3	4	4	3	18	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19	4	3	4	4	4	19
6	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	5	21	3	2	4	3	4	16
7	4	3	4	3	4	18	4	3	4	4	4	19	4	3	3	3	3	16
8	4	5	5	5	5	24	4	5	4	5	4	22	5	5	5	5	5	25
9	5	5	3	3	3	19	4	5	5	5	5	24	4	3	4	5	5	21
10	5	5	4	4	4	22	4	5	5	5	5	24	4	5	4	3	5	21
11	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	4	22	4	3	4	5	5	21
12	4	5	4	4	4	21	5	4	4	5	4	22	4	5	4	5	4	22
13	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	4	23	4	5	5	4	4	22
14	5	5	5	5	5	25	4	5	4	4	5	22	4	5	4	5	5	23
15	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	5	22	4	4	5	4	5	22
16	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	5	4	4	5	22
17	4	3	4	4	4	19	3	4	3	3	4	17	5	4	3	3	4	19
18	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	5	22	5	4	5	4	5	23
19	4	5	5	4	3	21	3	5	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25
20	4	4	5	5	4	22	4	5	5	3	3	20	4	5	4	4	4	21
21	3	3	3	3	3	15	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
22	5	4	4	5	4	22	4	3	4	3	4	18	3	4	4	4	4	19
23	4	5	4	4	4	21	4	3	3	3	4	17	4	3	4	3	4	18
24	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	4	16	4	2	3	3	2	14
25	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	5	22	4	5	4	5	4	22
26	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25

27	5	5	4	4	4	22	4	5	5	5	5	24	4	5	4	5	4	22
28	4	3	4	4	3	18	4	4	5	5	4	22	3	4	4	3	4	18
29	4	4	4	4	4	20	5	4	3	3	5	20	4	4	4	3	4	19
30	5	4	4	5	5	23	5	4	5	5	5	24	4	4	4	5	4	21
31	5	5	5	5	5	25	4	4	5	4	5	22	4	5	4	5	4	22
32	3	3	3	3	3	15	4	4	5	4	4	21	4	4	3	4	5	20

# **LAMPIRAN**

## 2. E-Commerce (X1)

### Hasil Uji Validitas

#### Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	E-Commerce
X1.1	Pearson Correlation	1	.659**	.553**	.669**	.637**	.823**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000
	N	32	32	32	32	32	32
X1.2	Pearson Correlation	.659**	1	.554**	.514**	.568**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.003	.001	.000
	N	32	32	32	32	32	32
X1.3	Pearson Correlation	.553**	.554**	1	.854**	.710**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001		.000	.000	.000
	N	32	32	32	32	32	32
X1.4	Pearson Correlation	.669**	.514**	.854**	1	.793**	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000		.000	.000
	N	32	32	32	32	32	32
X1.5	Pearson Correlation	.637**	.568**	.710**	.793**	1	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000
	N	32	32	32	32	32	32
E-Commerce	Pearson Correlation	.823**	.793**	.859**	.895**	.873**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	32	32	32	32	32	32

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

### Hasil Uji Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.898	5

## 3. Digital Payment (X2)

### Hasil Uji Validitas

#### Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Digital Payment
X2.1	Pearson Correlation	1	.150	.261	.329	.121	.507**
	Sig. (2-tailed)		.411	.148	.066	.509	.003
	N	32	32	32	32	32	32
X2.2	Pearson Correlation	.150	1	.575**	.493**	.316	.752**
	Sig. (2-tailed)	.411		.001	.004	.078	.000

	N	32	32	32	32	32	32
X2.3	Pearson Correlation	.261	.575**	1	.597**	.151	.784**
	Sig. (2-tailed)	.148	.001		.000	.408	.000
	N	32	32	32	32	32	32
X2.4	Pearson Correlation	.329	.493**	.597**	1	.375*	.839**
	Sig. (2-tailed)	.066	.004	.000		.035	.000
	N	32	32	32	32	32	32
X2.5	Pearson Correlation	.121	.316	.151	.375*	1	.535**
	Sig. (2-tailed)	.509	.078	.408	.035		.002
	N	32	32	32	32	32	32
Digital Payment	Pearson Correlation	.507**	.752**	.784**	.839**	.535**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.002	
	N	32	32	32	32	32	32

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Hasil Uji Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.733	5

## 4. Pendapatan (Y)

### Hasil Uji Validitas

#### Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Pendapatan
Y.1	Pearson Correlation	1	.353*	.260	.331	.331	.594**
	Sig. (2-tailed)		.047	.150	.065	.065	.000
	N	32	32	32	32	32	32
Y.2	Pearson Correlation	.353*	1	.401*	.471**	.410*	.780**
	Sig. (2-tailed)	.047		.023	.007	.020	.000
	N	32	32	32	32	32	32
Y.3	Pearson Correlation	.260	.401*	1	.389*	.494**	.682**
	Sig. (2-tailed)	.150	.023		.028	.004	.000
	N	32	32	32	32	32	32
Y.4	Pearson Correlation	.331	.471**	.389*	1	.469**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.065	.007	.028		.007	.000
	N	32	32	32	32	32	32
Y.5	Pearson Correlation	.331	.410*	.494**	.469**	1	.745**

	Sig. (2-tailed)	.065	.020	.004	.007		.000
	N	32	32	32	32	32	32
Pendapatan	Pearson Correlation	.594**	.780**	.682**	.765**	.745**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	32	32	32	32	32	32

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

## Hasil Uji Reliabilitas

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.757	5

## 5. Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.80129655
Most Extreme Differences	Absolute	.103
	Positive	.097
	Negative	-.103
Test Statistic		.103
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

## 6. Uji Multikolinearitas

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.243	3.260		.995	.328		
	E-Commerce	.300	.129	.342	2.329	.027	.794	1.259
	Digital Payment	.527	.160	.484	3.293	.003	.794	1.259

a. Dependent Variable: Pendapatan

## 7. Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients <sup>a</sup>		Standardized		
Model		Unstandardized	Coefficients	Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.721	1.873		1.987	.056
	E-Commerce	-.107	.074	-.288	-1.442	.160
	Digital Payment	-.001	.092	-.003	-.014	.989

a. Dependent Variable: ABS\_RES

## 8. Uji Regresi Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>		Standardized		
Model		Unstandardized	Coefficients	Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.243	3.260		.995	.328
	E-Commerce	.300	.129	.342	2.329	.027
	Digital Payment	.527	.160	.484	3.293	.003

a. Dependent Variable: Pendapatan

## 9. Uji t (Parsial)

		Coefficients <sup>a</sup>		Standardized		
Model		Unstandardized	Coefficients	Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.243	3.260		.995	.328
	E-Commerce	.300	.129	.342	2.329	.027
	Digital Payment	.527	.160	.484	3.293	.003

a. Dependent Variable: Pendapatan

## 10. Uji F (Simultan)

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	101.415	2	50.708	14.620	.000 <sup>b</sup>
	Residual	100.585	29	3.468		
	Total	202.000	31			

a. Dependent Variable: Pendapatan

b. Predictors: (Constant), Digital Payment, E-Commerce

## 11. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.709 <sup>a</sup>	.502	.468	1.862

a. Predictors: (Constant), Digital Payment, E-Commerce

b. Dependent Variable: Pendapatan

## LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum wr.wb

Responden yang terhormat, perkenalkan saya Fahimah Harahap saat ini sedang menempuh strata satu program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Sumatra Utara. Dengan ini saya bermaksud melakukan penelitian sebagai bentuk penyelesaian tugas akhir atau skripsi saya. Dengan judul penelitian:

### **Pengaruh *E-Commerce* dan *Digital Payment* Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kecamatan Batang Kuis.**

Pada kuesioner ini, terdapat beberapa pertanyaan yang bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi Bapak/Ibu/Saudara selaku responden dalam penelitian yang saya lakukan. Responden dalam penelitian ini ditujukan pada UMKM yang Menggunakan *E-Commerce* dan *Digital Payment* sebagai system penjualan dan pembayaran digital yang berada di Kecamatan Batang Kuis.

Adapun tujuan dari penelitian ini semata-mata hanya digunakan untuk kepentingan penelitian, sehingga semua data responden yang terkait akan dijaga kerahasiaannya dan tidak akan disebarluaskan tanpa persetujuan yang bersangkutan. Saya sangat menghargai partisipasi anda dalam penelitian ini, Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatian dan Kerjasama saudara/I yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Fahimah Harahap

## **Identitas responden**

Nama usaha :

Jenis usaha :

- a. *Food & Beverage*
- b. Jasa
- c. Ritel
- d. *Fashion*

Sudah berapa lama menggunakan *E-Commerce* dan *Digital Payment*

- a. < 1 tahun
- b. 1-2 tahun
- c. 3 tahun atau lebih

*Digital payment* yang sering digunakan

- a. *E-Wallet* (Shopeepay, Gopay, DANA, OVO, Link Aja)
- b. QRIS
- c. Kartu kredit
- d. Lain-lain

## **Petunjuk pengisian kuesioner**

Silahkan bapak/ibu/saudara menjawab pertanyaan dibawah ini dengan memilih satu jawaban yang disediakan sesuai dengan keadaan anda karena tidak ada jawaban salah ataupun benar dalam menjawab pertanyaan ini. Adapun keterangan nilai skala antara lain sebagai berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Setuju (S)
- 4 = Sangat Setuju (SS)

## Daftar Pernyataan

### Deskripsi Responden terhadap Variabel *E-Commerce* (X1)

NO	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	<i>E-Commerce</i> menyediakan saya fasilitas yang mudah diakses dimana saja dan kapan saja				
2	<i>E-Commerce</i> menyediakan beragam metode pembayaran agar transaksi saya mudah dilakukan				
3	Saya menggunakan <i>E-Commerce</i> untuk memulai usaha karena dapat meminimalisir modal yang perlu dikeluarkan untuk memulai usaha				
4	<i>E-Commerce</i> dibuat menggunakan pemrograman berbasis web sehingga system keamanan dapat mengamankan data transaksi saya				
5	Saya merasa dengan menggunakan <i>E-Commerce</i> proses pelayanan berlangsung dengan cepat				

### Deskripsi Responden Terhadap Variabel *Digital Payment* (X2)

NO	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Dengan <i>digital payment</i> semua transaksi pembayaran terasa lebih praktis				
2	Saya dapat melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun				
3	Saya merasa aman menggunakan <i>digital payment</i> sejak awal penggunaan				
4	Saya merasa menggunakan <i>digital payment</i> karena ulasan dari teman				
5	Saya menggunakan <i>digital payment</i> lebih dari 5 kali dalam sebulan				

### Deskripsi Responden Terhadap Variabel Pendapatan UMKM (Y)

NO	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Pendapatan yang saya terima setiap hari bisa memperbesar omset penjualan				
2	Pendapatan yang saya terima mampu mencukupi kebutuhan operasional				
3	UMKM ini menjadi sumber pendapatan utama saya				
4	Pendapatan yang saya miliki meningkat setiap tahunnya				
5	Pendapatan saya menjadi bertambah Ketika membuka usaha				