

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH PEMANFAATAN *E-COMMERCE*
DAN MODAL USAHA TERHADAP PENDAPATAN USAHA
MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA
BANDA ACEH**



Disusun Oleh:

**NURIL MUKHLIFIDA
NIM: 210603029**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2026 M / 1447 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Nuril Mukhlifida

NIM : 210603029

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 30 Januari 2026

Yang Menyatakan



Nuril Mukhlifida

Nuril Mukhlifida

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Analisis Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce dan Modal Usaha Terhadap Pendapatan UMKM Dikota Banda Aceh

Nuril Mukhlifida

NIM: 210603029

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

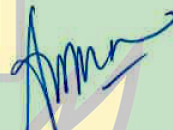
Pembimbing I



T. Syifa F. Nanda, S.E., M.Acc., Ak., CTA

NIP. 198511222023211015

Pembimbing II



Dara Amanatillah, M.sc.Finn

NIP. 198702222023212041

Mengetahui,
Ketua Prodi Perbankan Syariah,



Dr. Nevi Hasnita, M.Ag.

NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Analisi Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Dan Modal
Usaha Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Banda Aceh**

Nuril Mukhlifida

NIM: 210603029

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1)
dalam Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 29 Januari 2026 M
10 Syakban 1447 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

Sekretaris

T.Syifa F. Nanda, S.E., M.Acc., Ak., CTA
NIP. 198511222023211015

Dara Amanatillah, M.sc.Finn
NIP. 198702222023212041

Penguji I

Penguji II

Dr.Evy Iskandar, S.E., M.Si., AKI, CPA
NIP. 196902242025211001

Akmal Riza, S.E., M.Si.
NIP. 198402022023211023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,

Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec.
NIP. 198006252009011009



FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nuril Mukhlifida

NIM : 210603029

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

E-mail : 210603029@student.ar-raniry.ac.id

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir

KKU

Skripsi

yang berjudul:

Analisis Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce dan Modal Usaha Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Banda Aceh

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh


Pada tanggal : 30 Januari 2026

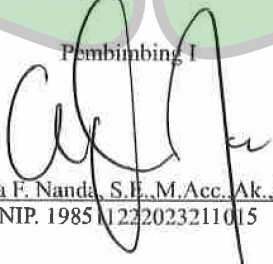
Mengetahui

Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II


Nuril Mukhlifida
NIM. 210603029


T.Syifa F. Nanda, S.E., M.Acc., Ak., CTA
NIP. 19851222023211015


Dara Amanatillah, M.sc.Finn
NIP. 198702222023212041

MOTTO

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Allah memang tidak menjanjikan hidupmu akan selalu mudah, tapi dua kali Allah berjanji bahwa: “Faa inna ma'al-'usri yusraa, Inna ma'al-'usri yusraa”

Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.

(QS. Al-Insyirah 95: 5-6)

“Aku membayangkan nyawa ibuku untuk melahirkanku ke dunia, jika tidak mungkin aku tidak ada artinya, dan aku membuat ayahku bekerja”

(penulis)

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

KATA PENGANTAR



Puji Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Pemanfaatan E-commerce dan Modal Usaha Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh”**. Shalawat beriring salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mengakui adanya beberapa kesalahan dan hambatan. Namun, dengan bantuan dan dukungan berbagai pihak, penulis bersyukur dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nevi Hasnita S.Ag., M.Ag dan Ana Fitria, S.E., M.Sc, RSA selaku ketua dan sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Hafiih Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. T Syifa F. Nanda, S.E., M.Acc.,Ak, CTA dan Dara Amanatillah, M.Sc.Fin. selaku pembimbing I dan

pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam mencurahkan ilmu pengetahuannya dan memberikan masukan-masukan, serta arahan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Dr. Evy Iskandar, S.E.,M.Si.,AK.,CPA dan Akmal Riza, S.E., M.Si. selaku penguji I dan penguji II atas waktu, dedikasi, dan masukan berharga yang telah diberikan selama proses sidang skripsi ini. Kritik dan saran yang disampaikan tidak hanya membantu dalam menyempurnakan skripsi ini, tetapi juga menjadi pelajaran berharga bagi pengembangan diri saya di masa depan.
6. Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
7. Pelaku UMKM di Kawasan Pusat Perdagangan Kota Banda Aceh yang telah bersedia untuk menjadi responden serta membantu penulis dalam pengisian kuesioner.
8. Kedua Orang Tua Tercinta Mukhtar Luthfi dan Nurzarina, sebagai tanda bakti dan hormat dan rasa terima kasih saya tiada terhingga ku persembahkan karya kecil ini untuk ayah dan mamak yang telah memberikan kasih sayang dan segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang hanya dapat ku balas dengan selembar kertas ini yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga dengan ini menjadi Langkah awal untuk membuat ayah dan

mamak Bahagia. Untuk kedua Orang Tuaku yang paling kucintai terima kasih banyak selama ini banyak memberikan motivasi, selalu mendoakan, selalu menyirami kasih sayang dan selalu menasehatiku untuk menjadi lebih baik.

9. Sahabat terbaik saya, Raisa Amini dan Zikra Amalia yang selalu mendukung, menguatkan, dan menemani di setiap proses ini. Tanpa kalian perjalanan ini tak akan seindah ini.
10. Teman-teman Angkatan 2021 Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya dengan balasan Akhir kata penulis ucapkan ribuan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu. Semoga bantuan yang diberikan kepada penulis dibalaskan oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 30 Januari 2026

Penulis
Nuril Mukhlifida

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
ˆ	<i>Fathah</i>	A
˙	<i>Kasrah</i>	I
˘	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
وَ	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ / ي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / ي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / ي	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يُقُولُ : *yaqūlu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta *marbutah* (ة) hidup
Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.
- b. Ta *marbutah* (ة) mati
Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رُؤُوسَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/ rauḍatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/
alMadīnatul Munawwarah*

طَلْحَةَ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Nuril Mukhlifida
NIM : 210603029
Fakultas/Program : Ekonomi dan Bisnis Islam/
Studi : Perbankan Syariah
Judul : Analisis Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce dan Modal Usaha Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh
Pembimbing I : T.Syifa F. Nanda, S.E.,M.Acc.,Ak.,CTA.
Pembimbing II : Dara Amanatillah, M.Sc.Fin.

Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan ekonomi, di mana UMKM memanfaatkan e-commerce untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan, didukung oleh modal usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan e-commerce dan modal usaha terhadap pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode random sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan pelaku UMKM di Kota Banda Aceh, yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM, sedangkan modal usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Secara simultan, pemanfaatan e-commerce dan modal usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh. Temuan ini menunjukkan bahwa optimalisasi pemanfaatan e-commerce dapat menjadi faktor penting dalam meningkatkan pendapatan UMKM.

Kata Kunci: Pemanfaatan E-Commerce, Modal Usaha, Pendapatan UMKM

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	xi
ABSTRAK.....	xv
DAFTAR ISI	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Sistematika Penulis	15
BAB II LANDASAN TEORI.....	17
2.1 Pendapatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	17
2.1.1 Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah	17
2.1.2 Pengertian Pendapatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	19
2.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi UMKM.....	22
2.1.4 Indikator Pendapatan UMKM.....	22
2.2 Tecnology Acceptance Model (TAM).....	24
2.3 Pemanfaatan E-Commerce.....	24
2.2.1 Pengerian Pemanfaatan E-Commerce	24
2.2.2 Kelebihan dan kekurangan E-Commerce Bagi Pelaku Usaha dan Konsumen.....	27
2.2.3 Indikator E-Commerce	28
2.3 Modal Usaha	30
2.3.1 Pengertian Modal Usaha	30
2.3.2 Jenis-jenis Modal Usaha.....	34
2.3.3 Indikator Modal Usaha.....	36
2.4 Penelitian Terdahulu	37

Tabel 2.1 - Lanjutan	45
Tabel 2.1 - Lanjutan	46
2.5 Skema kerangka berpikir	47
2.6 Pengembangan Hipotesis	47
2.6.1 Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce terhadap pendapatan UMKM.....	48
2.6.2 Pengaruh Modal Usaha Terhadap Pendapatan UMKM	49
2.6.3 Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce dan Modal Usaha Terhadap Pendapatan UMKM.....	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	53
3.1 Jenis Penelitian	53
3.2 Populasi dan Sampel	53
3.2.1 Populasi Penelitian	53
3.2.2 Sampel Penelitian	54
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	60
3.3.1 Sumber Data	60
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	61
3.4 Skala Pengukuran	62
3.5 Variabel Penelitian	62
3.6 Operasional Variabel	63
3.7 Uji Instrumen penelitian	65
3.7.1 Uji Validasi	66
3.7.2 Reliabilitas.....	67
3.8 Uji Asumsi Klasik	67
3.8.1 Uji Normalitas.....	67
3.8.2 Uji Multikolinearitas	68
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas	68
3.9 Pengujian Hipotesis	69
3.9.1 Uji Parsial (Uji T).....	70
3.9.2 Uji Simultan (Uji F)	70
3.10 Uji Regresi Linier Berganda	71
3.11 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	74
4.1.1 Perkembangan UMKM Kota Banda Aceh	74
4.2 Deskripsi Karakteristik dan Tanggapan Responden	76

4.2.1 Karakteristik Responden	76
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	76
4.2.3 Responden Berdasarkan Usia.....	77
4.2.4 Responden Berdasarkan Kecamatan	78
4.2.5 Responden Berdasarkan Lama Menggunakan E-Commerce	79
4.2.6 Responden Berdasarkan Jenis Usaha Yang Dikelola	80
4.2.7 Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjalankan Usaha.....	81
4.3 Deskripsi Tanggapan Responden	82
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan (X1)	82
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Modal Usaha (X2)	83
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pendapatan UMKM (Y)	84
4.4 Hasil Uji Valid dan Reliabilitas.....	85
4.4.1 Uji Validitas.....	85
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	86
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	87
4.5.1 Uji Normalitas	87
4.5.2 Uji Multikolinieritas	88
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	89
4.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	90
4.7 Hasil Uji Hipotesis.....	92
4.7.1 Uji Parsial (Uji T).....	92
4.7.2 Uji Simultan (Uji F)	93
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	95
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	95
4.8.1 Pengaruh Pemanfaatan <i>E-Commerce</i> Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh	95
4.8.2 Pengaruh Modal Usaha Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh.....	98
4.8.3 Pengaruh Pemanfaatan <i>E-Commerce</i> dan Modal usaha Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh	100

BAB V PENUTUP	103
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran	104
 DAFTAR PUSTAKA	 107
 LAMPIRAN	 114
Lampiran 1 Angket Penelitian	114
Lampiran 2 jawaban Responden	120
Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik	128
Lampiran 4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	130
Lampiran 5 Uji Hipotesis	130
Lampiran 6 r Tabel	132
Lampiran 7 t Tabel	136
Lampiran 8 f Tabel	141
 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	 147



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia yang pesat serta kemajuan teknologi yang semakin canggih menuntut setiap individu untuk berupaya lebih maksimal dalam meningkatkan kualitas hidupnya, baik melalui sektor formal maupun informal. Sektor formal merujuk pada jenis usaha yang mendapatkan perlindungan serta pengakuan dari pemerintah. Sementara itu, sektor informal terdiri dari usaha-usaha kecil yang memproduksi dan mendistribusikan barang atau jasa tanpa badan hukum resmi dan hanya berdasarkan kesepakatan bersama. Di Indonesia, jumlah UMKM terus mengalami peningkatan seiring dengan kemajuan teknologi. Namun, pertumbuhan ini juga membawa tantangan tersendiri, khususnya dalam hal pemasaran produk. Salah satu solusi yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM adalah penggunaan platform *E-Commerce* seperti Shopee, Lazada, dan sejenisnya. Aplikasi-aplikasi ini dapat menjadi sarana inovatif untuk mempercepat perkembangan usaha, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan produktivitas, serta menciptakan strategi pemasaran baru. Dengan dukungan teknologi yang terus berkembang, pelaku UMKM memiliki peluang lebih besar untuk bersaing di pasar global (Dewi et al., 2020).

Modal merupakan elemen penting yang harus dimiliki untuk memulai dan menjalankan suatu usaha. Sumber modal bisa berasal

dari dana pribadi, bantuan pemerintah, lembaga keuangan bank, maupun lembaga keuangan non-bank. Jika dianalogikan, memulai usaha seperti membangun sebuah rumah, maka modal berperan sebagai pondasi. Semakin kuat pondasi tersebut, maka semakin kokoh pula bangunan yang berdiri di atasnya. Hal yang sama berlaku dalam dunia usaha modal menjadi dasar utama dalam membangun bisnis yang berkelanjutan. Dalam praktiknya, modal usaha tidak hanya terbatas pada uang, tetapi juga mencakup tekad, pengalaman, keberanian, pengetahuan, jaringan relasi (*networking*), serta kemampuan manajerial. Meski demikian, banyak orang mengalami kesulitan dalam memulai usaha karena kendala dalam memperoleh modal finansial. Beberapa indikator yang digunakan untuk menilai aspek permodalan antara lain meliputi modal awal yang dibutuhkan, jumlah modal yang diperlukan, kendala dalam memperoleh modal, serta sumber pendanaan eksternal (Purwanti, 2012).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor usaha yang berperan sebagai penopang utama perekonomian nasional, sehingga kontribusinya terhadap performa ekonomi pun cukup signifikan. Kinerja UMKM dapat diartikan sebagai capaian hasil kerja dari individu atau pelaku usaha sesuai dengan tanggung jawab dan kewenangan masing-masing, dalam rangka mencapai tujuan serta melaksanakan program yang telah dirancang guna mewujudkan visi, misi, dan sasaran organisasi. Untuk menjaga kelangsungan hidup UMKM, dibutuhkan kinerja optimal di berbagai aspek, seperti keuangan, produksi, distribusi, dan pemasaran.

Kinerja yang baik diharapkan dapat memperkuat peran UMKM sebagai tulang punggung ekonomi nasional. Menurut Hasibuan dalam (Dinar, 2017), kinerja merupakan hasil kerja seseorang atau organisasi dalam menjalankan tugas berdasarkan kemampuan, pengalaman, kesungguhan, serta ketepatan waktu.

Berdasarkan data yang disajikan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Perdagangan (Diskopukmdag) Kota Banda Aceh, terdapat sebanyak 34.428 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tersebar di berbagai kecamatan di Banda Aceh. Kecamatan Kuta Alam mencatat jumlah UMKM tertinggi, yaitu 6.438 unit, diikuti oleh Kecamatan Baiturrahman dengan 5.720 unit, dan Meuraxa dengan 4.366 unit. Sebaliknya, Kecamatan Kutaraja memiliki jumlah UMKM terendah, yaitu 1.968 unit. Ketimpangan ini mencerminkan perbedaan potensi ekonomi, akses sumber daya, dan infrastruktur, sehingga diperlukan kebijakan pemerintah untuk mendorong pemerataan pertumbuhan UMKM dan kontribusinya terhadap ekonomi lokal (Dinas Koperasi UMKM dan Perdagangan Kota Banda Aceh, 2024).

Kota Banda Aceh mencatat sebanyak 15.230 UMKM dengan laju pertumbuhan rata-rata 5,2 % per tahun. Meski terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah pelaku usaha, adopsi teknologi digital seperti e-commerce belum merata. Oleh karena itu, perlu dieksplorasi faktor-faktor pendorong dan penghambat dalam memperluas penetrasi adopsi e-commerce pada UMKM

lokal (Diskominfotik Kota Banda Aceh, 2025).

Tingkat adopsi *E-commerce* oleh UMKM di Kota Banda Aceh berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,06 (dalam skala Likert 1–4). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM sudah cukup aktif menggunakan platform *e-commerce* dalam menjalankan usahanya, seperti untuk promosi, transaksi, hingga layanan pelanggan. Namun demikian, pemanfaatannya belum sepenuhnya optimal karena masih terdapat tantangan pada aspek sumber daya manusia, pemahaman teknologi, dan minimnya dukungan lingkungan eksternal, seperti bantuan dari pemerintah. Secara statistik, faktor-faktor yang paling signifikan mempengaruhi adopsi *e-commerce* adalah teknologi, manfaat teknologi, dan organisasi, sementara lingkungan eksternal tidak berpengaruh signifikan. Adopsi *e-commerce* terbukti memberikan dampak positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM, terutama pada masa pandemi Covid-19 (Keumala, Zakiah, & Safrida, 2023).

Kota Banda Aceh mengandalkan sektor UMKM sebagai roda penggerak perekonomiannya, dengan pertumbuhan sebesar 69,95% dalam 5 tahun terakhir. Pesatnya pertumbuhan UMKM yang terjadi pada era digitalisasi semestinya menjadi peluang bagi UMKM untuk meningkatkan profitabilitas usahanya bahkan ditengah kondisi krisis ekonomi sebagai dampak dari pandemi covid-19, melalui pemanfaatan *e-commerce*. Akan tetapi, pemanfaatan *e-commerce* oleh pelaku UMKM masih

tergolong rendah dan belum diterapkan secara optimal karena kurangnya sumber daya dan kemampuan yang menghambat peluang tersebut (Keumala et al., 2023).

Perkembangan ekonomi digital melalui penggunaan e-commerce telah membantu pelaku usaha mikro di Indonesia mengalami pergeseran model bisnis sehingga dapat tumbuh lebih cepat dan menjadi lebih kompetitif. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat vital dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UMKM berkontribusi besar dalam menggerakkan roda perekonomian, menciptakan lapangan kerja, dan menjadi tumpuan sumber pendapatan bagi sebagian besar masyarakat. Melalui inovasi digital, UMKM dapat memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta mengoptimalkan potensi ekonomi lokal. Dengan demikian, dukungan terhadap pengembangan UMKM, baik melalui kebijakan maupun pemberdayaan berbasis teknologi, sangatlah penting untuk memperkuat fondasi ekonomi nasional.

Berdasarkan dokumen Rencana Strategis Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Aceh tahun 2023–2026, hanya sekitar 19,39% UMKM yang memiliki akses terhadap pembiayaan formal seperti perbankan atau lembaga keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM masih memiliki kebutuhan besar terhadap pendanaan dari jalur resmi. Pada tahun 2023, tercatat lebih dari 300 UMKM di wilayah Aceh Besar, yang berada di

sekitar Banda Aceh, telah memanfaatkan pemasaran digital. Meskipun jumlah ini hanya berasal dari satu kabupaten dan menunjukkan adanya tren digitalisasi yang mulai berkembang, angkanya masih tergolong kecil dibandingkan dengan keseluruhan jumlah UMKM yang mencapai puluhan ribu (Dinas Koperasi, UKM Aceh, 2023).

Pemerintah Aceh melalui Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Aceh juga terus melakukan pembinaan terhadap pelaku usaha KUMKM dengan melaksanakan berbagai kegiatan peningkatan dan pengembangan usaha melalui pelatihan dan pendampingan serta fasilitasi usaha koperasi dan UMKM. Selain itu, untuk mengoptimalkan pembinaan terhadap UMKM, Pemerintah Aceh juga melakukan kemitraan dengan berbagai pihak baik itu dengan Kementerian/Lembaga, BUMN, Swasta dan Stakeholder lainnya. Seperti Program WUBI dengan Bank Indonesia, Program Dukungan Pengiriman Produk UMKM dengan PT. Pos Indonesia, Program Kemitraan dan Bina Lingkungan dengan PT. Pegadaian Syariah serta Program Inkubasi Bisnis dan Teknologi dengan Universitas. Pemerintah Aceh melalui Dinas Koperasi dan UKM dalam mempercepat proses digitalisasi KUMKM. Seiring dampak dari Pandemi Covid-19 dan memasuki era revolusi industri 4.0 telah melakukan peningkatan literasi digital bagi Koperasi dan UMKM salah satunya dengan membuka akses pasar melalui digitalisasi. Sampai dengan saat ini, 1.150 UMKM telah bersentuhan dengan digital melalui promosi secara digital,

UMKM Go Marketplace (acehsale.co.id), dan Digitalisasi Laporan Keuangan.

Pandemi Covid-19 juga berdampak terhadap kegiatan belajar mengajar pada Dayah/Pesantren termasuk kaum dhuafa dan fakir miskin. Untuk itu, Pemerintah Aceh melalui Baitul Mal telah menyalurkan bantuan stimulus dalam bentuk dana dan peralatan untuk Dayah/Pesantren dan Kelompok UMKM dengan sistem syariah melalui program Ziswaf Baitul Mal Aceh berbasis Dayah/Pesantren dan kelompok UMKM. Resiliensi UMKM ataupun usaha mikro di masa krisis tergolong tinggi. Peristiwa 1998 ataupun 2008 silam membuktikan bahwa UMKM mampu bertahan di tengah krisis global maupun nasional. UMKM menjadi juru selamat perekonomian nasional saat itu. Saat ini, di tengah pandemi yang berujung pada krisis global, ketahanan UMKM dan usaha mikro kembali diuji. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Bank Indonesia di Maret 2021, sebanyak 87,5% UMKM terdampak covid-19 yang pada akhirnya mengganggu performa bisnis baik dari sisi penjualan ataupun cashflow.

Pada tahun 2021, Aceh mendapatkan jatah penyaluran KUR sebesar Rp1,4 triliun dan masih akan ditambah oleh pemerintah pusat Rp500 miliar sehingga pagu untuk 2021 Rp1,9 triliun. Penyaluran sampai dengan triwulan III 2021 sudah mencapai Rp1,2 triliun. Penyaluran KUR menjadi angin segar bagi pelaku usaha kecil untuk bertahan ataupun untuk meningkatkan kapasitas usahanya setelah tertahan karena pandemi, sehingga menjadi

penting untuk terus mendorong pembiayaan terutama untuk UMKM dan usaha mikro. Kendati demikian, tantangan kualitas pembiayaan UMKM ataupun KUR yang relatif lebih berisiko perlu menjadi perhatian dunia usaha terutama bagi pemerintah dan perbankan untuk memberikan program tambahan seperti pendampingan ataupun pelatihan kepada penerima pembiayaan tersebut.

Selain pembiayaan UMKM dan KUR, terdapat juga beberapa program untuk mendorong UMKM yaitu program Banpres Produktif Usaha Mikro (BPUM). Program ini adalah bentuk bantuan kepada pelaku usaha mikro yang terdampak Covid-19 di tahun 2021 dengan jumlah bantuan sebesar Rp1.200.000 per pelaku UMKM. Berbagai program yang menysasar UMKM seperti ini memiliki peluang untuk diintegrasikan seperti menindaklanjuti penerima bantuan BPUM untuk dapat mengakses program KUR sehingga penyaluran pembiayaan kepada UMKM akan lebih massif dengan risiko yang lebih terukur yang pada gilirannya diharapkan bisa mendorong pemulihan ekonomi.

Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak signifikan terhadap keberlangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh. Berdasarkan data, pelaku UMKM mengalami penurunan omset hingga 22,9%, menghadapi kenaikan harga dan kelangkaan bahan baku sebesar 18,87%, serta keterbatasan akses pembiayaan formal sebesar 19,39%. Kondisi ini menekan stabilitas pendapatan UMKM dan memperlihatkan lemahnya ketahanan usaha dalam menghadapi krisis. Dalam upaya

mengatasi permasalahan tersebut, pemerintah bersama pemangku kepentingan mendorong digitalisasi melalui pemanfaatan e-commerce dan dukungan modal usaha sebagai instrumen penting pemulihan ekonomi.

Pemanfaatan e-commerce terbukti mampu membantu UMKM memperluas pasar, meningkatkan akses konsumen, serta memperbaiki sistem pemasaran di tengah keterbatasan mobilitas akibat pandemi. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa e-commerce berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja keuangan dan omzet UMKM, termasuk pada UMKM di Kota Banda Aceh yang telah menerapkan sistem penjualan digital (Ayem, 2024; Husna, 2021). Selain itu, modal usaha juga merupakan faktor fundamental yang menentukan kapasitas produksi dan pendapatan. Studi empiris menunjukkan bahwa semakin besar modal yang dimiliki UMKM, semakin tinggi pula kemampuan usaha dalam meningkatkan skala produksi, daya saing, dan pendapatan yang diperoleh (Zakaria et al., 2024; Salim, 2024).

Dengan demikian, dalam konteks UMKM di Kota Banda Aceh, sinergi antara pemanfaatan e-commerce dan ketersediaan modal usaha menjadi sangat penting dalam meningkatkan pendapatan. Pemanfaatan e-commerce memberikan peluang perluasan pasar dan efisiensi pemasaran, sementara modal usaha memperkuat kapasitas produksi dan operasional. Keduanya saling melengkapi sebagai determinan utama dalam mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM pasca pandemi.

Pendapatan merupakan faktor kunci bagi keberlangsungan dan pertumbuhan sebuah perusahaan. Tanpa pendapatan, mustahil bagi perusahaan untuk memperoleh penghasilan yang dibutuhkan untuk operasional dan pengembangan usaha. Oleh karena itu, perusahaan harus berupaya maksimal untuk menghasilkan pendapatan dengan cara memanfaatkan sumber daya yang ada secara efektif dan efisien. Menurut Kasmir (2006), dalam menentukan pendapatan, seorang pengusaha perlu mempertimbangkan berbagai faktor penting, seperti kepentingan pengusaha, modal, keuntungan pengusaha, waktu yang pasti, lingkungan, tenaga kerja, teknologi, dan pengalaman. Faktor-faktor tersebut saling berhubungan dan berkontribusi dalam menciptakan pendapatan yang optimal dan berkelanjutan bagi perusahaan (Kasmir, 2006).

Kemajuan ekonomi yang terus berkembang dapat terlihat dari meningkatnya jumlah UMKM yang beroperasi, di mana hal ini tidak lepas dari peran teknologi yang semakin modern. Untuk memperluas jangkauan pemasaran produk UMKM ke tingkat global, dibutuhkan pemanfaatan teknologi digital, salah satunya melalui penggunaan aplikasi *E-Commerce*. Inovasi ini telah berkembang pesat di tengah masyarakat dan menjadi faktor penting dalam mendukung ekspansi usaha, meningkatkan produktivitas, serta menciptakan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Salah satu bentuk *E-Commerce* yang berkembang pesat di

Indonesia adalah jenis marketplace. Menurut Harmayani et al., (2020), *E-Commerce* mencakup seluruh proses penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran, dan distribusi produk atau jasa secara online melalui internet. Dengan kata lain, *E-Commerce* melibatkan setiap aktivitas transaksi yang menggunakan jaringan internet, mulai dari pemesanan hingga pengiriman produk atau jasa kepada pelanggan. Kesiapan suatu usaha dalam mengadopsi teknologi menjadi faktor kunci dalam menentukan kinerja usaha di era digital. Teknologi ini digunakan dalam bentuk sistem virtual melalui jaringan internet, yang dikenal dengan istilah *E-Commerce* (Hussain, et al., 2022).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Misrahul Khair dan Jalalluddin (2021), ditemukan bahwa pendapatan UMKM setelah menerapkan sistem penjualan berbasis *E-Commerce* mengalami peningkatan dibandingkan sebelum penerapannya. Penggunaan *E-Commerce* secara parsial juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Banda Aceh, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi di bawah 0,05 (Khaira & Jalalluddin, 2021). Selanjutnya, penelitian oleh Ulyasari dan rekan-rekan (2023) menunjukkan bahwa *E-Commerce* serta sistem informasi akuntansi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM pada sektor industri di Kecamatan Sungai Liat (Ulyasari, Agustina, Wardhani, & Ilhamsyah, 2023). Sementara itu, Penelitian oleh Santi Nurmalasari (2021) menunjukkan bahwa penggunaan *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan

terhadap peningkatan pendapatan UMKM. *E-Commerce* membantu UMKM memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi penjualan, sehingga mendorong pertumbuhan usaha di era digital (Nurmalasari, 2021).

Meskipun belum terdapat penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh *E-Commerce* dan modal usaha terhadap pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh, berbagai studi sebelumnya telah menunjukkan adanya dampak positif kedua faktor tersebut terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan hal ini, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh pemanfaatan *E-Commerce* dan modal usaha terhadap pendapatan UMKM di Banda Aceh. Oleh karena itu, judul penelitian ini dipilih untuk mengkaji lebih lanjut dengan judul penelitian **“Analisis pengaruh pemanfaatan e-commerce dan modal usaha terhadap pendapatan UMKM di kota banda aceh”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan beberapa uraian di atas, pertanyaan penelitian yang ingin diajukan antara lain sebagai berikut:

1. Apakah *E-Commerce* berpengaruh terhadap pendapatan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Banda Aceh?
2. Apakah Modal Usaha berpengaruh terhadap pendapatan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Banda Aceh?

3. Apakah *E-Commerce* dan Modal Usaha secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil dan Menengah di Kota Banda Aceh?
2. Untuk mengetahui pengaruh Modal Usaha terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil dan Menengah di Kota Banda Aceh?
3. Untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan *e-commerce* dan modal usaha secara simultan terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil dan menengah di Kota Banda Aceh?

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah dan Tujuan Penelitian tersebut, maka manfaat yang diharapkan setelah dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi para pelaku usaha mikro, sebagai bahan masukan dan bahan referensi untuk memperluas usaha dan meningkatkan pendapatannya. Selain itu, untuk menjadikan pelaku usaha mikro terus maju mengikuti perkembangan perkembangan teknologi semakin canggih.

2. Manfaat bagi akademisi, sebagai tambahan referensi dan informasi bagi peneliti sejenis dengan penelitian ini. Serta sebagai tambahan informasi dan pengetahuan bagi mahasiswa serta bahan studi diperpustakaan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Manfaat bagi penulis, penelitian ini sangat berguna untuk melatih kemampuan penulis dalam membuat sebuah karya ilmiah, menganalisis permasalahan, dan mempraktik ilmu yang telah didapat selama masa perkuliahan.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen, kewirausahaan, dan ekonomi digital. Temuan penelitian dapat memperkuat teori mengenai pengaruh pemanfaatan teknologi, khususnya e-commerce, serta peran modal usaha terhadap peningkatan kinerja UMKM. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi rujukan akademik dan literatur tambahan bagi mahasiswa, peneliti, maupun akademisi yang tertarik meneliti isu serupa di konteks daerah atau sektor yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan manfaat bagi pelaku UMKM di Kota Banda Aceh. Hasil penelitian dapat menjadi acuan dalam mengoptimalkan penggunaan e-commerce sebagai strategi pemasaran dan penjualan, serta mengelola modal usaha secara lebih

efektif untuk mendukung keberlangsungan usaha. Dengan demikian, UMKM dapat meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan usaha.

3. Manfaat Kebijakan

Secara kebijakan, penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pemerintah daerah, dinas terkait, maupun lembaga pembina UMKM di Kota Banda Aceh. Hasil penelitian dapat dijadikan dasar dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan UMKM, seperti penyediaan pelatihan digitalisasi usaha, peningkatan literasi e-commerce, serta kebijakan akses permodalan yang lebih mudah dan terjangkau. Dengan adanya dukungan kebijakan yang tepat, diharapkan UMKM dapat tumbuh lebih produktif dan berkontribusi signifikan terhadap perekonomian daerah.

1.5 Sistematika Penulis

Penulisan dalam penelitian ini disusun berdasarkan sistematika berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian, pembahasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas landasan teori yang mencakup definisi dan konsep terkait *E-Commerce* dan modal usaha terhadap pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh. Selain itu, bab ini juga mencakup

penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, uraian teoritis, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan jenis penelitian, pendekatan penelitian, tujuan dan arah penelitian, jenis data yang digunakan, Teknik pengumpulan data, serta metode analisis data yang diterapkan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang meliputi karakteristik responden, analisis deskriptif, hasil pengujian, serta pembahasan mengenai Analisis Pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* dan Modal Usaha Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi Kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang diberikan oleh penulis kepada pihak-pihak terkait berdasarkan temuan penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pendapatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

2.1.1 Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Industri merupakan kegiatan ekonomi yang melibatkan proses pengolahan bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, atau barang jadi menjadi produk yang memiliki nilai tambah lebih tinggi. Aktivitas ini meliputi berbagai aspek, seperti perancangan dan rekayasa di bidang industri. Dari perspektif ekonomi makro, industri berperan penting dalam menciptakan nilai tambah dan memperkuat pembentukan kekayaan nasional. Secara umum, industri terbagi menjadi dua kelompok utama: industri penghasil barang dan industri penyedia jasa. Istilah "industri" sendiri memiliki dua pengertian. Secara umum, istilah ini merujuk pada perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor ekonomi sekunder. Sementara itu, dalam teori ekonomi, industri merujuk pada kumpulan perusahaan yang memproduksi jenis barang yang sama dalam satu pasar, yang dikategorikan ke dalam tiga sektor utama, yaitu sektor primer, sekunder, dan tersier (Tambunan, 2019).

Menurut Badan Pusat Statistik, (2019), klasifikasi industri dalam sektor pengolahan didasarkan pada jumlah tenaga kerja yang terlibat. Berdasarkan kriteria ini, industri pengolahan terbagi menjadi empat kategori utama:

1. Industri besar, yaitu industri yang mempekerjakan lebih dari 100 orang
2. Industri menengah, yang melibatkan 20 hingga 99 tenaga kerja
3. Industri kecil, dengan jumlah pekerja antara 5 hingga 19 orang
4. Industri rumah tangga, yang dijalankan oleh 1 hingga 4 tenaga kerja.

Dalam perspektif teori ekonomi makro, industri diartikan sebagai kumpulan perusahaan yang memproduksi barang sejenis atau barang yang dapat saling menggantikan fungsinya. Sementara itu, definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Berdasarkan Pasal 1 undang-undang tersebut, usaha mikro merupakan usaha produktif yang dijalankan oleh perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro sebagaimana diatur dalam ketentuan undang-undang tersebut. Kriteria lebih lanjut mengenai UMKM dijelaskan dalam Pasal 6 dari undang-undang yang sama.

Kriteria UMKM mencakup nilai kekayaan bersih atau aset, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta total pendapatan penjualan tahunan. Rinciannya sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah jenis usaha dengan aset maksimal Rp. 50 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)

dan memiliki pendapatan penjualan tahunan tidak lebih dari Rp. 300 juta.

2. Usaha kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50 juta hingga paling banyak Rp. 500 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha), dengan pendapatan tahunan antara Rp. 300 juta hingga Rp. 2,5 miliar.
3. Usaha menengah mencakup perusahaan dengan kekayaan bersih lebih dari Rp. 500 juta hingga Rp. 100 miliar, dan memiliki pendapatan penjualan tahunan di atas Rp. 2,5 miliar hingga maksimal Rp. 50 miliar.

2.1.2 Pengertian Pendapatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Pendapatan ialah arus masuk atau peningkatan aset dari suatu entitas atau penyelesaian kewajiban (atau kombinasi dari keduanya) selama suatu periode dari pengiriman atau produksi barang, pemberian jasa, atau aktivitas lainnya yang merupakan operasi utama yang berkelanjutan (Kieso, Weygandt, & Warfield, 2018). Menurut Suarjana dan Wahyuni (2017) menyatakan bahwa pendapatan ialah suatu penghasilan yang diperoleh seseorang baik itu berupa uang maupun barang (Wahyuni & Suarjana, 2017). Dengan melakukan wirausaha dapat memberikan pendapatan yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dengan adanya keinginan untuk memperoleh pendapatan itulah yang menjadi faktor tumbuhnya minat seseorang untuk berwirausaha. Menurut (Ikatan Akuntansi Indonesia, 2020) Pendapatan adalah

kenaikan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi dalam bentuk arus masuk atau penambahan aset atau penurunan liabilitas yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal (Ikatan Akuntan Indonesia, 2020). Menurut Raharja (2013) menyatakan bahwa jenis pendapatan dapat di bagi menjadi dua bentuk yaitu (Raharja & Manurung, 2016):

1. Pendapatan Ekonomi

Pendapatan ekonomi adalah sejumlah uang yang dapat digunakan oleh keluarga dalam suatu periode tertentu untuk membelanjakan diri tanpa mengurangi atau menambah aset, termasuk dalam pendapatan ekonomi termasuk upah gaji, pendapatan bunga deposito, penghasilan transfer dari pemerintah, dan lain-lain.

2. Pendapatan Uang

Pendapatan Uang adalah sejumlah uang yang diterima oleh keluarga dalam periode tertentu sebagai balas jasa atau faktor produksi yang diberikan karena tidak memperhitungkan pendapatan bahkan kas dan non kas, terutama penghasilan transferan cakupannya lebih sempit dari pendapatan ekonomi. Macam-macam pendapatan menurut perolehannya:

- a. Pendapatan kotor adalah pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi pengeluaran dan biaya lain.
- b. Pendapatan bersih adalah pendapatan yang diperoleh setelah dikurangi pengeluaran dan biaya lainnya.

Dalam penelitian ini fokus pada Pendapatan UMKM, Pendapatan adalah komponen integral dari upaya perdagangan, karena tujuan utama dari proses perdagangan adalah untuk menghasikan keuntungan dari pendapatan bisnis. Berbagai interpretasi pendapatan diperiksa dari perspektif yang berbeda dalam konteks penggunaan pendapatan, seperti dalam akuntansi dan industri jasa. Meskipun ada definisi pendapatan yang berbeda-beda dibidang ini, mereka pada akhirnya melayani tujuan yang sama ketika pendapatan adalah hasil dari operasi bisnis. Pemeriksaan pendapatan dalam penelitian ini didekati dari sudut pandang ekonomi. Istilah pendapatan sebagaimana didefinisikan oleh Fadilla & Rahadi, (2019) adalah “uang yang diterima oleh individu atau perusahaan sebagai kompensasi untuk menyediakan barang, jasa, atau menghasilkan pendapatan umumnya dikenal sebagai pendapatan”. Pendapatan, menurut Subandriyo (2016) dapat didefinisikan sebagai keuntungan finansial yang diperoleh dari pemanfaatan sumber daya manusia atau jasa, seperti yang dijelaskan dalam ekonomi. Pendapatan merupakan jumlah penerimaan dari berbagai aktivitas seperti upah, hasil usaha, tabungan, dan investasi yang mencerminkan ekonomi makro dan dipengaruhi secara signifikan oleh tabungan dan investasi (Masniadi, 2012).

Konsep pendapatan, sebagaimana didefinisikan dalam bidang Ilmu Ekonomi oleh Hidayat (2017), mengacu pada “tingkat konsumsi tertinggi yang dapat dicapai dalam jangka waktutertentu sambil mempertahankan keadaan awal pada akhir jangka waktu

tersebut”. Menurut beberapa perspektif yang disebutkan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa dalam bidang studi ekonomi, pendapatan pada dasarnya adalah hasil dari terlibat dalam perdagangan atau pembelian barang, oleh karena itu mewakili surplus yang tersisa setelah pedagang memperhitungkan modal, sewa, dan upah karyawan.

2.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi UMKM

Menurut Utari & Dewi, (2014), Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan, diantaranya adalah:

1. Modal Usaha

Semakin besar modal usaha yang dimiliki maka semakin besar pula pendapatan yang akan diterima oleh UMKM.

2. Teknologi

Semakin modern teknologi yang digunakan oleh pelaku UMKM maka semakin besar pula pendapatan yang akan didapatkan oleh pelaku UMKM.

2.1.4 Indikator Pendapatan UMKM

Pendapatan merupakan salah satu indikator utama dalam menilai kinerja dan keberhasilan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dalam penelitian ini, indikator pendapatan UMKM diukur melalui beberapa aspek utama yang relevan dengan perkembangan usaha.

1. pendapatan per bulan, yaitu jumlah pendapatan yang diterima secara rutin dari hasil penjualan produk atau jasa. Pendapatan bulanan dipandang sebagai indikator paling langsung untuk

mencerminkan kondisi finansial UMKM (Sutrisno & Hartono, 2022).

2. sumber pendapatan, yang merujuk pada keragaman asal pendapatan yang dimiliki pelaku usaha, baik yang berasal dari usaha utama, usaha tambahan, maupun dari pemanfaatan platform digital seperti e-commerce. Diversifikasi sumber pendapatan terbukti dapat memperkuat ketahanan usaha di tengah dinamika pasar (Wahyudi & Pratama, 2023).
3. pertumbuhan pendapatan usaha, yang ditunjukkan melalui adanya peningkatan jumlah pendapatan dari waktu ke waktu. Pertumbuhan ini tidak hanya mengindikasikan keberhasilan strategi pemasaran, tetapi juga mencerminkan kemampuan UMKM dalam beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis (Handayani & Sari, 2022).
4. stabilitas pendapatan usaha, yang mencerminkan konsistensi pemasukan dari bulan ke bulan. Stabilitas pendapatan sangat penting karena berhubungan erat dengan keberlanjutan usaha serta kemampuan UMKM dalam melakukan perencanaan jangka panjang (Nugroho & Wulandari, 2023).

Dengan demikian, indikator pendapatan tidak hanya berfokus pada besaran nominal, tetapi juga pada keberagaman sumber, pola pertumbuhan, serta kestabilan yang mampu mendukung keberlangsungan usaha secara berkelanjutan.

2.2 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) - Davis (1989) Ini adalah teori paling populer. TAM menjelaskan bahwa penerimaan teknologi (aplikasi/web e-commerce) ditentukan oleh dua faktor utama: Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use) dan Persepsi Kemanfaatan (Perceived Usefulness). Technology Acceptance Model yang diperkenalkan oleh Fred D. Davis (1989) menjelaskan bahwa tingkat penerimaan seseorang terhadap teknologi ditentukan oleh dua faktor utama, yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Dalam penelitian ini, penggunaan e-commerce oleh pelaku usaha dipengaruhi oleh sejauh mana mereka memandang teknologi tersebut bermanfaat serta mudah untuk dioperasikan. Semakin tinggi tingkat persepsi terhadap kegunaan dan kemudahan, maka semakin besar kecenderungan pelaku usaha untuk memanfaatkan e-commerce secara maksimal dalam aktivitas usahanya (Davis, 1989).

2.3 Pemanfaatan E-Commerce

2.2.1 Pengerian Pemanfaatan E-Commerce

Industri *E-commerce* berkembang sangat pesat di Indonesia belakangan ini. Bahkan, negara kita berada di puncak 10 negara dengan pertumbuhan *E-commerce* tercepat di dunia. Pada tahun 2018 sendiri, *E-commerce* di Indonesia memiliki pertumbuhan 78%. Dinilai dari statistik tersebut, *E-commerce* tentunya akan sangat menguntungkan, baik bagi yang sudah memiliki bisnis maupun yang

baru akan memulai. Perkembangan industri *E-commerce* di Indonesia sangatlah pesat. Dengan banyaknya pelaku bisnis online. Kini siapapun dapat memulai bisnis *E-commerce* dengan mudah. Setidaknya ada tiga sarana yang bisa digunakan untuk berjualan secara daring, yaitu marketplace online (seperti: Tokopedia dan Bukalapak) website sendiri, dan media sosial. Sosial media atau marketplace memang merupakan etalase online yang mudah digunakan (Tangkary, 2018).

Terdapat lima konsep utama dalam *E-Commerce*, yaitu (Asari et al., 2023):

1. *Automation*, yang berfokus pada perencanaan sumber daya perusahaan;
2. *Streamlining/Integration*, yaitu integrasi siklus kerja yang meningkatkan efisiensi dan kapasitas operasional;
3. *Publishing*, yakni penyediaan layanan promosi dan penyebaran informasi produk atau jasa;
4. *Interaction*, berupa pertukaran data antar kelompok yang berbeda untuk meminimalisir kesalahan manusia;
5. *Transaction*, yaitu perjanjian antara dua pihak yang melibatkan pembayaran dan kontrol transaksi.

Menurut Harmayani et al. (2020) *E-Commerce* adalah penyebaran, penjualan, pemasaran, pembelian barang atau jasa dengan sarana elektronik seperti jaringan komputer, televisi, dan jaringan internet lainnya. *E-commerce* juga melibatkan transfer dana elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, pertukaran data elektronik dan sistem pengumpulan data otomatis. Menurut Akbar & Alam, (2020), *E-commerce* merupakan pembelian, penjualan dan

pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik. Seperti televisi, radio, dan komputer atau jaringan internet. Transaksi bisnis yang terjadi di jaringan elektronik seperti internet. Setiap orang yang memiliki koneksi internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan *E-commerce*. Sedangkan pengertian *E-commerce* menurut Riswandi, (2019) adalah satu set dinamis ekonomi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan/jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Dari beberapa definisi *E-commerce* tersebut dapat disimpulkan bahwa *E-commerce* adalah sistem dalam melakukan jual beli barang maupun jasa melalui media elektronik yang memberikan kemudahan transaksi baik untuk penjual dan pembeli.

Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa *E-Commerce* adalah sistem dalam melakukan jual beli barang maupun jasa melalui media elektronik yang memberikan kemudahan transaksi baik untuk penjual dan pembeli. Lebih lanjut, *E-Commerce* berarti transaksi paperless dimana inovasi seperti pertukaran data elektronik, surat elektronik, papan buletin elektronik, transfer dana elektronik dan teknologi berbasis jaringan lainnya diterapkan berdasarkan jaringan.

2.2.2 Kelebihan dan kekurangan E-Commerce Bagi Pelaku Usaha dan Konsumen

1. Kelebihan *E-commerce*

Berikut ini adalah poin-poin yang dapat menjadikan e-commerce sebagai sebuah peluang yang sangat menjanjikan terutama dalam hal transaksi penjualan dalam dunia digital:

- 1) Menambah pelanggan
- 2) Memperluas area pemasaran produk
- 3) Meningkatkan merk (brand)
- 4) Biaya hosting web (domain) yang jauh lebih murah daripada biaya sewa toko dalam bentuk fisik, hal ini berarti dapat menurunkan tingkat biaya operasional
- 5) Kemudahan dalam hal pemesanan produk karena bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun oleh masing masing konsumen
- 6) Kemudahan dalam hal pembayaran tanpa perlu menggunakan uang tunai, melainkan pembayaran transfer via ATM (Automatic Teller Machine), menggunakan bantuan pihak ketiga, maupun penggunaan kartu kredit
- 7) Kemudahan dalam akses memperoleh informasi produk tanpa perlu mendatangi lokasi toko.

2. Kekurangan *E-Commerce*

Meskipun *e-commerce* merupakan sistem yang menguntungkan karena dapat mengurangi biaya transaksi bisnis dan dapat memperbaiki kualitas pelayanan terhadap para

pelanggan. Namun demikian, bukan berarti tidak terdapat kelemahan dalam sistem *e-commerce* itu sendiri:

- 1) Munculnya modus kriminal atau tindak kejahatan baru yaitu penipuan online yang juga sangat marak beberapa tahun terakhir ini.
- 2) Pembajakan kartu kredit yang dilakukan oleh para peretas (black hacker) yang menerobos masuk ke dalam jaringan sistem server perbankan, maupun para merchant online.
- 3) Kepercayaan konsumen khususnya terhadap penggunaan teknologi *e-commerce* di Indonesia

2.2.3 Indikator E-Commerce

E-Commerce adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara bisnis, maka dari itu keberhasilan dari penggunaan *E-Commerce* tergantung dari apa saja indikatornya. Menurut Irawati & Prasetyo, (2021), terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kesuksesan *e-commerce*, di antaranya: **جامعة الراندي**

1. Efisiensi Biaya Pengeluaran (*Cost Leadership*)

Strategi *cost leadership* bertujuan untuk menekan pengeluaran agar seminimal mungkin. Dalam praktiknya, efisiensi suatu unit usaha dapat dinilai lebih unggul jika menggunakan lebih sedikit sumber daya dibandingkan unit lain untuk menghasilkan produk yang sama, atau mampu menghasilkan lebih banyak produk dengan jumlah sumber daya yang sama. Efisiensi ini dapat diukur melalui

perbandingan antar unit usaha seperti dijelaskan oleh Anthony dan Govindarajan, atau melalui perbandingan antara perencanaan dan hasil realisasi (Muiz & Sunarta, 2020).

2. Reputasi (*Reputation*)

Reputasi menjadi aspek penting bagi konsumen karena dapat meningkatkan kepercayaan terhadap pelaku usaha. Reputasi memberikan gambaran kualitas produk dan layanan, yang diperoleh konsumen dari pengalaman atau informasi sebelumnya. Kepercayaan terbentuk dari interaksi sebelumnya antara penjual dan pembeli, sehingga reputasi sangat berperan dalam pengembangan bisnis, terutama karena mayoritas pelaku dan konsumen *e-commerce* umumnya tidak saling mengenal secara langsung, dan membangun kepercayaan di lingkungan tersebut bukanlah hal yang mudah (Reputation Marketing, 2022).

3. Pemasaran (*Market*)

Pada era digital saat ini, masyarakat menuntut informasi yang jelas dan terpercaya mengenai kualitas produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk menyusun strategi pemasaran yang tepat sasaran. Pemasaran menjadi elemen krusial dalam mendukung pertumbuhan dan kelangsungan bisnis. Strategi pemasaran yang diterapkan melalui internet atau website pada dasarnya memiliki tujuan yang serupa dengan strategi pemasaran konvensional, yakni menciptakan nilai bagi pelanggan, menarik minat mereka, serta mempertahankan loyalitas pelanggan tersebut (Siddiqa et al., 2023).

4. Kemudahan dalam Berbisnis Online (*Bussines Entry*)

Bertransaksi menggunakan *e-commerce* merupakan ukuran tingkat kekuatan niat seseorang dalam berperilaku tertentu yakni transaksi menggunakan *e-commerce* atau transaksi secara online. Kemudahan dalam bertransaksi berdampak dari perilaku, yakni semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan dalam penggunaan sistem, maka dalam pemanfaatan teknologi informasi juga akan meningkat. Dengan adanya informasi yang diterima maka lebih mudah untuk masyarakat dalam menggunakan kegiatan basis internet, dan hal tersebut juga akan berdampak pada usaha yang dilakukan secara online (Ighomereho et al., 2022; Fitriani et al., 2022).

2.3 Modal Usaha

2.3.1 Pengertian Modal Usaha

Modal merupakan salah satu faktor produksi yang memiliki peran penting dalam meningkatkan produktivitas atau hasil produksi. Dalam skala makro, modal berfungsi sebagai pendorong utama untuk memperbesar investasi, baik yang berkaitan langsung dengan proses produksi maupun yang mendukung sarana produksi. Hal ini berkontribusi pada peningkatan produktivitas dan hasil produksi (Husein, 2000). Sementara itu, menurut (Riyanto, 2010), modal didefinisikan sebagai kumpulan barang-barang modal yang tercatat di sisi debit neraca. Barang-barang modal tersebut mencakup seluruh aset perusahaan yang digunakan dalam kegiatan produktif guna menghasilkan pendapatan.

Menurut Ricardo, D (2001), modal merupakan salah satu faktor produksi utama yang berperan penting dalam meningkatkan produktivitas dan pertumbuhan ekonomi. Modal dipandang sebagai hasil dari akumulasi tabungan yang digunakan secara produktif untuk kegiatan produksi, seperti pembelian bahan baku, peralatan, dan pembayaran tenaga kerja. Ricardo menegaskan bahwa semakin besar akumulasi modal, semakin tinggi pula kemampuan usaha dalam meningkatkan output dan pendapatan. Namun, ia juga memperingatkan adanya *diminishing returns*, yaitu hasil yang menurun jika penambahan modal tidak diimbangi peningkatan efisiensi. Dalam konteks UMKM, ketersediaan modal usaha menjadi faktor utama yang menentukan kemampuan pelaku usaha untuk mengembangkan skala produksi dan meningkatkan pendapatan.

Jumlah modal yang diperlukan bergantung pada jenis usaha yang dijalankan. Secara umum, masyarakat mengenal kategori usaha seperti mikro, kecil, menengah, dan besar, yang masing-masing memiliki kebutuhan modal dalam kisaran tertentu. Oleh karena itu, jenis usaha menjadi faktor utama dalam menentukan besar kecilnya modal. Selain itu, durasi waktu yang dibutuhkan oleh suatu usaha untuk menghasilkan produk juga turut memengaruhi jumlah modal yang dibutuhkan. Semakin lama waktu yang diperlukan, maka semakin besar pula modal yang harus disediakan (Riyanto, 2010).

Modal usaha sendiri merupakan sejumlah aset atau dana yang dimiliki oleh seorang pelaku bisnis untuk memulai dan mengembangkan usahanya, baik dalam memproduksi barang atau

jasa maupun dalam kegiatan pemasarannya. Modal dalam bentuk dana dibutuhkan untuk membiayai berbagai kebutuhan usaha, mulai dari tahap prainvestasi, pengurusan perizinan, pembelian aset tetap, hingga kebutuhan modal kerja (Riyanto, 2010).

Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia Modal Usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang dan sebagainya; harta benda (uang, barang dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu untuk menambah kekayaan. Atau bisa dikatakan juga modal usaha adalah segala sumber daya yang dibutuhkan untuk menjalankan suatu usaha. Sumber daya ini tidak hanya terbatas pada uang tunai, tetapi bisa juga berupa aset tetap, keahlian, jaringan, dan lain sebagainya. Namun pada nyatanya modal dalam bentuk uang sangatlah dibutuhkan dalam membangun sebuah usaha. Dalam hal ini yang menjadi intinya adalah bagaimana mengelola modal tersebut akan dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk menjalankan usaha. Menurut Bambang Riyanto pengertian Modal Usaha adalah ikhtisar neraca suatu Perusahaan yang menggunakan modal konkrit dan modal abstrak. Dimana Modal konkrit yang dimaksud adalah modal aktif sedangkan untuk modal abstrak adalah modal pasif (Riyanto, 2010).

Besarnya modal yang dibutuhkan untuk menjalankan suatu usaha sangat bergantung pada jenis usaha yang akan dijalankan. Secara umum, usaha dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok, yaitu usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Setiap kategori

usaha tersebut memerlukan jumlah modal yang berbeda sesuai dengan skala dan kompleksitas operasionalnya. Dengan demikian, jenis usaha sangat menentukan seberapa besar modal yang harus disiapkan. Selain itu, faktor lain yang memengaruhi kebutuhan modal adalah jangka waktu lamanya usaha akan berjalan maupun durasi proses produksi. Semakin panjang waktu yang dibutuhkan untuk memproduksi suatu produk, maka semakin besar pula biaya atau modal yang diperlukan (Tambunan, 2022).

Modal usaha merupakan salah satu aspek yang harus ada dalam berwirausaha, selain aspek modal usaha yang tidak kalah pentingnya yaitu Sumber Daya Manusia (keahlian tenaga kerja), teknologi ekonomi, serta organisasi atau legalitas. Namun, permasalahan klasik yaitu modal keuangan (finansial) muncul di urutan pertama bagi pengusaha mikro, kecil, dan menengah dalam mengelola usahanya (Tambunan, 2022).

Sementara itu, pendapat lain menyatakan bahwa modal usaha dapat di artikan sebagai pengeluaran untuk membeli suatu barang modal ataupun peralatan produksi dengan tujuan untuk menambah modal di dalam menjalankan kegiatan perekonomian untuk menghasilkan barang dan jasa. Modal usaha faktor penting dalam usaha, karena modal usaha merupakan unsur penting bagi wirausaha untuk menjalankan usahanya dan mendapatkan keuntungan. Secara riil, modal usaha merupakan sejumlah uang yang di gunakan untuk menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis. Banyak kalangan yang memandang bahwa modal usaha (uang) bukanlah segala-galanya

dalam sebuah bisnis, tetapi uang di pahami sebagai elemen yang sangat di perlukan (Tambunan, 2022).

Modal usaha dapat di artikan sebagai dana yang di gunakan untuk menjalankan usaha agar tetap berjalan. Modal usaha dapat juga di artikan dari berbagai segi yaitu:

1. Modal pertama kali membuka usaha,
2. Modal untuk melakukan perluasan usaha,
3. Modal untuk menjalankan usaha sehari-hari.

2.3.2 Jenis-jenis Modal Usaha

Modal dapat digolongkan berdasarkan sumbernya, bentuknya, berdasarkan kepemilikan, serta berdasarkan sifatnya (Nasution, 2007):

1. Berdasarkan sumbernya, modal dibagi menjadi dua yaitu modal sendiri dan modal asing. Modal sendiri misalnya setoran dari pemilik Perusahaan. Sementara modal asing misalnya modal berupa pinjaman bank.
2. Berdasarkan bentuknya, modal dibagi menjadi modal konkret dan modal absrtak. Modal konkret meliputi mesin, Gedung, mobil dan peralatan lainnya. Sedangkan modal abstrak meliputi nama baik dan hal merk.
3. Berdasarkan kepemilikannya, modal dibagi menjadi modal individu dan modal Masyarakat. Contoh dari modal individu adalah rumah pribadi yang disewakan. Sedangkan contoh modal Masyarakat yaitu rumah sakir umum milik pemerintah, jalan, jembatan.

4. Berdasarkan sifatnya modal tetap dan modal lancar. Modal tetap seperti mesin dan bangunan pabrik. Sedangkan modal lancar seperti bahan-bahan baku.

Sementara itu, menurut Kasmir, (2006) terdapat beberapa jenis modal yang digunakan untuk kegiatan usaha. Pada dasarnya kebutuhan modal untuk melakukan usaha terdiri dari dua jenis yaitu:

1. Modal investasi

Modal investasi adalah modal yang digunakan untuk jangka Panjang dan dapat digunsksn berulang-ulang. Biasanya umumnya lebih dari satu tahun. Penggunaan utama modal investasi jangka Panjang adalah untuk membeli aktiva tetap, seperti tanah, bangunan dan Gedung, mesin-mesin, peralatan, kendaraan, serta inventaris lainnya.

2. Modal kerja

Modal kerja adalah modal yang digunakan untuk jangka pendek dan beberapa kali dalam satu proses produksi. Jangka waktu modal kerja biasanya tidak lebih dari satu tahun. Modal kerja digunakan untuk keperluan membeli bahan baju, membayar gaji karyawan, dan biaya pemeliharaan serta biaya-biaya lainnya.

Kebutuhan modal, baik modal investasi maupun modal kerja dapat di cari dari berbagai sumber dana yang ada, yaitu modal sendiri atau modal pinjaman (modal asing). Modal sendiri adalah modal dari

pemilik usaha sedangkan modal asing adalah modal dari luar Perusahaan.

2.3.3 Indikator Modal Usaha

Modal usaha merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi keberlangsungan dan perkembangan UMKM, karena tanpa dukungan modal yang memadai pelaku usaha sulit untuk meningkatkan kapasitas produksi maupun memperluas pasar (Salim, 2024). Indikator modal usaha dalam penelitian ini mencakup beberapa aspek utama.

1. Modal kerja, yaitu ketersediaan dana yang digunakan untuk mendanai kegiatan operasional harian seperti pembelian bahan baku, pembayaran tenaga kerja, dan kebutuhan produksi lainnya (Brigham & Houston, 2021).
2. Pembiayaan usaha, yang berkaitan dengan sumber dan besaran dana yang diperoleh baik dari modal pribadi, pinjaman keluarga, koperasi, maupun lembaga keuangan formal (BKPM, 2022).
3. Akses kredit, yang menilai sejauh mana pelaku UMKM dapat memperoleh pembiayaan melalui lembaga perbankan maupun non-bank, termasuk kemudahan prosedur dan beban bunga pinjaman yang ditanggung Msomi (2023).
4. Aset lancar, yakni kepemilikan aset yang mudah dicairkan seperti kas, tabungan, atau piutang dagang, yang dapat mendukung keberlangsungan modal kerja (Ross, Westerfield, & Jordan, 2019).

5. Alat produksi, yang mengacu pada kepemilikan, kecukupan, serta kondisi peralatan usaha yang digunakan dalam proses produksi sehingga dapat memengaruhi efisiensi dan produktivitas (Gitman & Zutter, 2018).

Dengan demikian, modal usaha tidak hanya dipahami sebagai jumlah dana yang dimiliki, tetapi juga meliputi kemampuan pelaku UMKM dalam mengakses pembiayaan, mengelola aset, serta memanfaatkan sarana produksi untuk meningkatkan pendapatan usaha.

2.4 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti telah melampirkan beberapa penelitian sebelumnya sebagai referensi untuk memperkuat teori penelitian saat ini yang diajukan untuk memperjelas perbedaan dan persamaan antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya sebagai berikut:

Penelitian Nur (2023) meneliti pengaruh literasi keuangan, pengelolaan keuangan, pemanfaatan e-commerce, dan akses permodalan terhadap kinerja keuangan UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dua hipotesis diterima, yaitu pengelolaan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, serta akses permodalan berpengaruh negatif dan signifikan. Sementara itu, literasi keuangan dan pemanfaatan e-commerce tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Nur (2023) terletak pada objek kajian yang sama, yaitu UMKM, serta sama-sama

menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi. Perbedaannya terletak pada lingkup kajian dan fokus variabel. Penelitian Nur berfokus pada kinerja keuangan UMKM dengan empat variabel independen, sedangkan penelitian ini secara khusus meneliti pendapatan UMKM dengan dua variabel utama, yaitu modal usaha dan pemanfaatan e-commerce, yang relevan dengan konteks digitalisasi UMKM di Banda Aceh. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat melengkapi penelitian sebelumnya dengan memberikan fokus yang lebih spesifik dan kontekstual.

Pada Penelitian yang dilakukan oleh Rafinas dan Makmur (2024) “Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, dan modal psikologis terhadap perkembangan UMKM jenis kuliner di Pasir Pengaraian”. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda, di mana data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial ketiga variabel independen, yaitu karakteristik wirausaha, modal usaha, dan modal psikologis, berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM. Selanjutnya, secara simultan ketiga variabel tersebut juga terbukti berpengaruh signifikan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 98,7%, yang berarti hampir seluruh variasi perkembangan UMKM dapat dijelaskan oleh variabel yang diteliti. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan pengembangan usaha tidak hanya ditentukan oleh modal usaha, tetapi juga sangat

dipengaruhi oleh kualitas wirausaha dan kekuatan modal psikologis yang dimiliki pelaku usaha.

Pada penelitian yang dilakukan Yanti, Meidy, & Julica, (2022) “Pengaruh Implementasi Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Kasus UMKM Kuliner Di Kota Lubuklinggau)”. Penelitian di Kota Lubuklinggau meneliti pengaruh ekonomi digital dan inovasi produk terhadap pendapatan UMKM kuliner, dan hasilnya menunjukkan bahwa ekonomi digital berpengaruh signifikan terhadap pendapatan. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama berfokus pada pendapatan UMKM dan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi. Perbedaannya terletak pada scope kajian dan variabel bebas. Penelitian di Lubuklinggau menyoroti UMKM kuliner dengan variabel ekonomi digital dan inovasi produk, sedangkan penelitian ini meneliti UMKM di Banda Aceh dengan variabel modal usaha dan pemanfaatan e-commerce, yang berlandaskan pada teori pendapatan usaha dan adopsi teknologi e-commerce.

Pada penelitian Zafira, (2021) “Pengaruh Ekonomi Digital, Modal dan Tingkat pendidikan Terhadap Pendapatan Usaha (Studi Pada Usaha Mikro di Kota Tangerang)”. Penelitian yang meneliti pengaruh ekonomi digital, modal, dan tingkat pendidikan terhadap pendapatan UMKM menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha. Persamaan penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah sama-sama meneliti pendapatan UMKM

sebagai variabel dependen dan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi. Perbedaannya terletak pada scope kajian dan variabel yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan variabel bebas ekonomi digital, modal, dan tingkat pendidikan, sedangkan penelitian ini berfokus pada modal usaha dan pemanfaatan e-commerce sebagai faktor yang memengaruhi pendapatan UMKM di Banda Aceh. Dari sisi grand theory, penelitian terdahulu mengacu pada teori ekonomi digital dan modal usaha, sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada teori pendapatan usaha dan adopsi teknologi e-commerce yang sesuai dengan konteks digitalisasi UMKM.

Penelitian yang dilakukan oleh Rafinas & Makmur (2024) dengan judul *“Pengaruh E-commerce dan Modal Usaha terhadap Pendapatan UMKM Kuliner di Pasir Pengaraian”* menunjukkan bahwa pemanfaatan e-commerce dan modal usaha berpengaruh positif serta signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan melibatkan pelaku UMKM kuliner sebagai sampel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik pemanfaatan e-commerce maupun modal usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Artinya, semakin tinggi tingkat pemanfaatan e-commerce dan semakin kuat modal usaha yang dimiliki, maka semakin besar pula peningkatan pendapatan UMKM kuliner.

Penelitian yang dilakukan oleh Salma Ridhiyawati, Ai Fitri Nur Avia, dan Gunardi pada tahun 2022 berjudul *“Pengaruh Modal Usaha dan E-Commerce terhadap Pendapatan UMKM di Kota*

Bandung” bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal usaha dan penggunaan e-commerce terhadap pendapatan UMKM. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa modal usaha dan e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Artinya, semakin besar modal usaha yang dimiliki dan semakin optimal penggunaan e-commerce, maka pendapatan UMKM akan mengalami peningkatan. Penelitian ini menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital mampu membantu pelaku usaha dalam memperluas pemasaran dan meningkatkan penjualan produk. Perbedaannya. Penelitian terdahulu dilakukan pada UMKM di Kota Bandung, sedangkan penelitian ini dilakukan pada UMKM di Banda Aceh yang memiliki karakteristik ekonomi, tingkat penggunaan teknologi, dan kondisi usaha yang berbeda. Selain itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pemanfaatan e-commerce dan modal usaha juga memberikan pengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih spesifik sesuai kondisi UMKM di Kota Banda Aceh serta menjadi pengembangan dari penelitian sebelumnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Astrid Berliana Septyanti pada tahun 2023 berjudul “*Pengaruh Modal Usaha dan Teknologi Digital (E-Commerce) terhadap Kinerja Usaha Pelaku UMKM Food and Beverage di Kota Bandung Timur*” bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal usaha dan teknologi digital (e-commerce) terhadap kinerja usaha UMKM sektor food and beverage. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-commerce berpengaruh signifikan terhadap

kinerja usaha, sedangkan modal usaha berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa penggunaan e-commerce mampu membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan pemasaran dan penjualan produk, sementara modal usaha belum tentu secara langsung memengaruhi kinerja usaha apabila tidak diimbangi dengan pengelolaan usaha yang baik. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada variabel dependen, objek penelitian, lokasi penelitian, serta fokus penelitian. Penelitian terdahulu menggunakan kinerja usaha sebagai variabel dependen, sedangkan penelitian yang penulis lakukan menggunakan pendapatan UMKM sebagai variabel dependen. Kinerja usaha lebih menekankan pada keberhasilan usaha secara umum, seperti perkembangan usaha, peningkatan penjualan, dan kemampuan bersaing, sedangkan penelitian ini lebih berfokus pada peningkatan pendapatan yang diperoleh pelaku UMKM.

Penelitian yang dilakukan oleh Mutia Fatma dan Ruzikna pada tahun 2024 berjudul *“Pengaruh Penggunaan E-Commerce dan Digital Payment terhadap Pendapatan UMKM Sektor Kuliner Kota Pekanbaru”* bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan e-commerce dan digital payment terhadap pendapatan UMKM sektor kuliner di Kota Pekanbaru. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi digital yang semakin pesat dan perubahan perilaku konsumen yang mulai beralih menggunakan sistem transaksi online dan pembayaran digital. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa e-commerce memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam memasarkan produk secara lebih luas tanpa terbatas

oleh lokasi dan waktu. Selain itu, penggunaan digital payment juga membantu mempercepat proses transaksi sehingga dapat meningkatkan kenyamanan konsumen dalam melakukan pembelian produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM sektor kuliner di Kota Pekanbaru. Hal ini menunjukkan bahwa semakin optimal penggunaan e-commerce, maka semakin meningkat pula pendapatan yang diperoleh pelaku UMKM. Selain itu, digital payment juga memberikan pengaruh positif terhadap pendapatan UMKM karena sistem pembayaran digital dinilai lebih praktis, cepat, dan efisien dalam mendukung aktivitas transaksi usaha. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada variabel penelitian, objek penelitian, lokasi penelitian, dan fokus kajian penelitian. Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen berupa e-commerce dan digital payment, sedangkan penelitian yang penulis lakukan menggunakan variabel pemanfaatan e-commerce dan modal usaha. Dengan demikian, penelitian ini lebih menekankan pada bagaimana pengaruh penggunaan teknologi digital serta kemampuan modal usaha terhadap pendapatan UMKM.

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No	Penelitian dan Judul	Metode Penelitian dan Variabel	Hasil Penelitian
1	Rafinas & Makmur (2024) “Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, dan modal psikologis terhadap perkembangan UMKM jenis kuliner di Pasir Pengaraian”	Metode ini dilakukan metode kuantitatif dengan pendekatan regresi linier berganda. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM jenis kuliner di Pasir Pengaraian, kemudian dianalisis secara statistik untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap perkembangan usaha.	Hasil dari penelitian ini secara parsial dan simultan variabel independen (karakteristik wirausaha, modal usaha, dan modal psikologis) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM.
2	Rafinas & Makmur (2024) “Pengaruh E-commerce dan Modal Usaha terhadap Pendapatan UMKM Kuliner Pasir Pengaraian”	Dari metode ini menunjukkan bahwa pemanfaatan e-commerce dan modal usaha berpengaruh positif serta signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan melibatkan pelaku UMKM kuliner sebagai sampel penelitian.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik pemanfaatan e-commerce maupun modal usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM

Tabel 2.1 - Lanjutan

No	Penelitian dan Judul	Metode Penelitian dan Variabel	Hasil Penelitian
3	Nur (2023). “Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan, Pemanfaatan E-Commerce dan akses permodalan berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM Binaan Balai Desa Giri”	Metode yang digunakan yaitu kuantitatif pada analisis linier berganda yang dibantu dengan alat uji menggunakan Smart PLS 4.0. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu bersumber dari data kuesioner (angket Gform) bahwasannya mayoritas pendidikan para UMKM Binaan Balai Desa Giri.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.
4	Yanti, Meidy, Julica (2022) Pengaruh Implementasi Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Kasus UMKM Kuliner Di Kota Lubuklinggau)	Dari metode ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama yaitu ekonomi digital berpengaruh terhadap pendapatan pelaku UMKM kuliner di Kota Lubuklinggau, hal ini dibuktikan dengan hasil analisis uji t yang menunjukkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama yaitu ekonomi digital berpengaruh terhadap pendapatan pelaku UMKM kuliner di kota lubuklinggau.
5	Azizah Zafira (2021) Pengaruh Ekonomi Digital, Modal dan Tingkat pendidikan Terhadap Pendapatan Usaha (Studi Pada Usaha Mikro di Kota Tangerang)	Dari metode ini menunjukkan bahwa pengaruh dari variabel ekonomi digital, modal dan tingkat Pendidikan terhadap pendapatan usaha maka dapat di simpulkan bahwa secara simultan atau bersama sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekonomi digital, modal dan tingkat Pendidikan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha di Kota Tangerang.

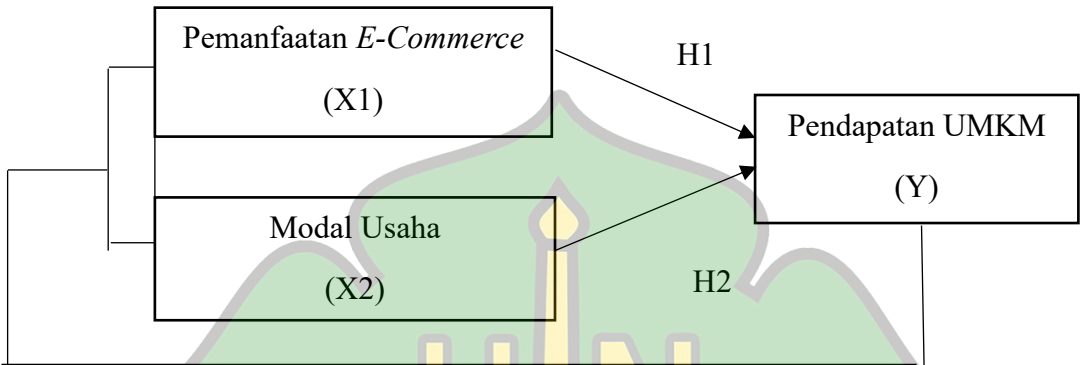
Tabel 2.1 - Lanjutan

No	Penelitian dan Judul	Metode Penelitian dan Variabel	Hasil Penelitian
6	Salma Ridhiyawati, Ai Fitri Nur Avia, & Gunardi (2022)	Pengaruh Modal Usaha dan E-Commerce terhadap Pendapatan UMKM di Kota Bandung	Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal usaha dan e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.
7	Astrid Berliana Septyanti (2023)	pengaruh Modal Usaha dan Teknologi Digital (E-Commerce) terhadap Kinerja Usaha Pelaku UMKM Food and Beverage di Kota Bandung Timur	E-commerce berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha, sedangkan modal usaha berpengaruh positif tetapi tidak signifikan.
8	Mutia Fatma & Ruzikna (2024)	Pengaruh Penggunaan E-Commerce dan Digital Payment terhadap Pendapatan UMKM Sektor Kuliner Kota Pekanbaru	Pengaruh Penggunaan E-Commerce dan Digital Payment terhadap Pendapatan UMKM Sektor Kuliner Kota Pekanbaru



2.5 Skema kerangka berpikir

Gambar 2.1
Skema kerangka berpikir



2.6 Pengembangan Hipotesis

Menurut Sugiyono, (2020), hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang disajikan dalam bentuk kalimat pernyataan. Istilah "sementara" digunakan karena hipotesis ini belum didukung oleh data empiris yang diperoleh dari pengumpulan data atau kuesioner, melainkan didasarkan pada teori-teori yang relevan. Dengan kata lain, hipotesis merupakan respon awal atau kesimpulan sementara terhadap masalah penelitian yang diungkapkan dalam bentuk pertanyaan, dan hipotesis ini akan dianggap valid setelah informasi yang diperoleh melalui penelitian lapangan tersedia.

2.6.1 Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce terhadap pendapatan UMKM

Penerapan teknologi dalam aktivitas pemasaran, khususnya melalui *e-commerce*, diharapkan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kinerja UMKM. Penggunaan teknologi informasi dalam kegiatan bisnis, yang dikenal sebagai *e-commerce*, memberikan banyak keuntungan bagi usaha kecil, seperti fleksibilitas dalam proses produksi, efisiensi dalam pengiriman produk kepada konsumen, serta mendukung proses transaksi yang cepat dan tanpa dokumen fisik. Melalui internet, UMKM memiliki peluang untuk menembus pasar internasional. Artinya, dengan memanfaatkan *e-commerce*, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, mempermudah akses terhadap konsumen, dan pada akhirnya berdampak positif terhadap peningkatan kinerja usahanya (Bukhari & Pasaribu, 2019).

Di era digital saat ini, pelaku UMKM dihadapkan pada tantangan sekaligus peluang besar dalam hal pemasaran dan penjualan. Salah satu peluang utama adalah melalui pemanfaatan *e-commerce*. Platform *e-commerce* seperti marketplace (Tokopedia, Shopee, Bukalapak), media sosial (Instagram, Facebook), hingga website toko online memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk:

- Menjangkau pasar yang lebih luas
- Menekan biaya operasional (tidak perlu toko fisik)
- Meningkatkan efisiensi dan kemudahan transaksi

H1: Terdapat pengaruh pemanfaatan E-commerce terhadap Pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh

2.6.2 Pengaruh Modal Usaha Terhadap Pendapatan UMKM

Modal usaha merupakan elemen yang sangat krusial bagi suatu perusahaan karena dibutuhkan untuk mendanai aktivitas operasional sehari-hari. Jika modal kerja yang dimiliki terlalu sedikit atau tidak mencukupi, maka perusahaan akan mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan operasional, seperti pengadaan bahan baku, pembayaran upah karyawan, dan pelunasan kewajiban jangka pendek lainnya. Sebaliknya, apabila modal kerja tersedia dalam jumlah yang memadai, hal ini akan memberikan manfaat bagi perusahaan serta memungkinkan proses operasional berjalan secara efisien dan ekonomis.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Vijaya dan Irwansyah (2017) yang menunjukkan bahwa modal usaha memiliki pengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap pertumbuhan UMKM, dengan objek penelitian pelaku UMKM di Kecamatan Buleleng. Penelitian lain oleh Safitri & Setiaji, (2018) juga membuktikan bahwa secara parsial, modal usaha memberikan pengaruh terhadap perkembangan usaha sebesar 14,21%. Demikian pula, studi yang dilakukan oleh Triwidatin & Hutomo, (2022) menemukan bahwa modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Surakarta, Kabupaten Bogor. Modal usaha dalam konteks ini mencakup dana

yang digunakan untuk mendukung kegiatan usaha serta kemudahan dalam mengakses pembiayaan. Semakin mudah pelaku usaha memperoleh modal, maka semakin besar pula potensi pertumbuhan usahanya.

H2: Terdapat pengaruh modal usaha terhadap pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh

2.6.3 Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce dan Modal Usaha Terhadap Pendapatan UMKM

Pemanfaatan e-commerce dan modal usaha memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM. E-commerce berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar tanpa batasan geografis, sehingga pelaku usaha dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, bahkan hingga pasar global. Melalui platform digital, UMKM juga dapat menekan berbagai biaya operasional seperti sewa tempat, pemasaran konvensional, dan biaya tenaga kerja, sehingga kegiatan usaha menjadi lebih efisien. Selain itu, kemudahan akses bagi konsumen untuk berbelanja kapan saja dan di mana saja turut meningkatkan potensi transaksi, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan volume penjualan dan omzet. Dengan demikian, pemanfaatan e-commerce memungkinkan UMKM untuk bersaing secara lebih efektif dengan pelaku usaha lainnya, baik dalam skala kecil maupun besar, sebagaimana dijelaskan oleh Kenneth C. Laudon dan Carol Guercio Traver dalam kajian e-commerce.

Modal usaha merupakan faktor penting yang menentukan kemampuan UMKM dalam mengembangkan usahanya.

Ketersediaan modal yang memadai memungkinkan pelaku usaha untuk meningkatkan kapasitas produksi guna memenuhi permintaan pasar yang lebih besar, sekaligus menekan biaya produksi per unit. Modal juga dapat digunakan untuk investasi dalam peralatan, teknologi, serta peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan, yang pada akhirnya meningkatkan efisiensi dan produktivitas usaha. Selain itu, dengan dukungan modal yang cukup, UMKM memiliki peluang lebih besar untuk melakukan inovasi produk, riset pasar, serta pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif. Hal ini sejalan dengan teori modal sebagai faktor produksi yang dikemukakan oleh David Ricardo serta diperkuat oleh pemikiran N. Gregory Mankiw.

Pemanfaatan e-commerce dan modal usaha memiliki hubungan yang saling melengkapi dalam meningkatkan kinerja UMKM. E-commerce dapat menjadi sarana pemasaran yang efektif, sementara modal usaha memungkinkan pelaku UMKM untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi tersebut, seperti dalam pembangunan toko online, penggunaan platform digital, hingga pengelolaan sistem inventaris dan distribusi yang lebih efisien. UMKM yang memiliki modal yang cukup cenderung lebih mudah dalam mengadopsi teknologi digital, sehingga mampu memaksimalkan potensi pasar yang tersedia. Oleh karena itu, kombinasi antara pemanfaatan e-commerce dan dukungan modal usaha yang memadai akan mendorong pertumbuhan usaha yang lebih cepat, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan

pendapatan secara keseluruhan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pemanfaatan e-commerce dan modal usaha terhadap pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh.



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Menurut Sugiyono (2020), penelitian kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan teknik pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik. Penelitian asosiatif kausal dipilih karena bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antar variabel, yakni bagaimana pemanfaatan e-commerce (X1) dan modal usaha (X2) memengaruhi pendapatan UMKM (Y). Pemilihan metode kuantitatif ini didasarkan pada alasan bahwa penelitian berfokus pada pengujian hipotesis dan pengukuran pengaruh antar variabel secara objektif, terukur, dan sistematis. Data yang diperoleh berupa angka-angka dari kuesioner, sehingga dapat dianalisis dengan metode statistik untuk menghasilkan kesimpulan yang valid.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Sugiyono (2020) menyatakan bahwa populasi merujuk pada wilayah generalisasi yang mencakup orang atau benda dengan karakteristik khusus yang telah ditentukan oleh peneliti untuk keperluan analisis dan penarikan kesimpulan. Dengan demikian,

populasi terdiri dari individu- individu yang memiliki karakteristik yang serupa. Meskipun tingkat kesamaannya mungkin rendah, namun semua individu tersebut akan dijadikan objek studi. Dalam konteks penelitian ini, populasi yang menjadi fokus adalah semua pelaku UMKM di Kota Banda Aceh.

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, serta Perdagangan (DISKOPUKMDAG) Kota Banda Aceh, jumlah total populasi dalam studi ini adalah sebanyak 34.428 pelaku UMKM di Kota Banda Aceh, Provinsi Aceh (DISKOPUKMDAG, n.d.).

3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2020), sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi tersebut besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada pada populasi tersebut, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Kesimpulan yang diperoleh dari studi terhadap sampel tersebut dapat diberlakukan untuk populasi secara umum. Oleh karena itu, penting bagi sampel yang diambil dari

populasi untuk benar-benar mewakili populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena penting untuk mendapatkan sampel yang representatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasi. Keuntungan menggunakan rumus ini adalah tidak perlu menggunakan tabel jumlah sampel, melainkan dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan yang sederhana. Penentuan jumlah sampel yakni menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{34.428}{1 + 34.428(10\%)^2}$$

$n = 99.71038$ dibulatkan menjadi 100

UMKM

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Ukuran sampel

e : Persentase kelonggaran, ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih ada ditolerir, $e = 0,1$ (10%)

Dengan demikian berdasarkan perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 UMKM di kota Banda Aceh.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin, margin of error pada penelitian ini ditetapkan sebesar 10%.

Pemilihan margin of error tersebut didasari oleh pertimbangan praktis dan teknis di lapangan. Dengan margin of error 10%, jumlah sampel yang diperoleh masih dapat merepresentasikan populasi secara memadai, namun tetap realistis untuk dijangkau mengingat keterbatasan waktu, biaya, dan sumber daya penelitian. Selain itu, karakteristik populasi penelitian relatif homogen, sehingga tingkat presisi sebesar 10% dinilai masih memadai untuk menghasilkan temuan yang valid. Apabila margin of error yang digunakan lebih kecil, misalnya 5% atau 1%, maka jumlah sampel yang dibutuhkan akan meningkat secara signifikan. Hal tersebut berpotensi menghambat proses pengumpulan data dan tidak sejalan dengan kondisi serta batasan penelitian ini. Oleh karena itu, margin of error 10% dipandang sebagai pilihan yang seimbang antara kebutuhan ketelitian dan kelayakan pelaksanaan penelitian.

Dalam penelitian ini digunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel. Rumus Slovin dipilih karena populasi penelitian berjumlah besar dan jelas (UMKM di Kota Banda Aceh), sementara peneliti memiliki keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga dalam mengumpulkan data. Menurut Umar (2011), rumus Slovin banyak digunakan pada penelitian sosial untuk menghitung kebutuhan sampel ketika jumlah populasi diketahui, tetapi peneliti belum mengetahui secara pasti ragam (variance) populasi. Penggunaan rumus Slovin memungkinkan peneliti menentukan ukuran sampel dengan mempertimbangkan tingkat kelonggaran kesalahan (margin of error) tertentu, misalnya 5% atau 10%,

sehingga ukuran sampel yang diperoleh tetap representatif terhadap populasi. Dengan demikian, hasil penelitian dapat digeneralisasi secara ilmiah, tetapi tetap efisien dari sisi waktu, tenaga, dan biaya penelitian.

Penelitian ini menggunakan *metode Proportionate Stratified Random Sampling* dalam pengambilan sampel, yaitu dengan membagi populasi ke dalam beberapa subpopulasi atau strata berdasarkan proporsi tertentu, kemudian dilakukan pemilihan sampel secara acak. Dalam penerapannya, teknik ini diawali dengan menghimpun data jumlah UMKM di tiap kecamatan, lalu dihitung kebutuhan sampel dari masing-masing kecamatan secara proporsional. Jumlah sampel untuk setiap kecamatan ditentukan menggunakan rumus *Proportionate Stratified Random Sampling* berikut:

$$\text{Jumlah} = \frac{\text{jumlah sub populasi}}{\text{jumlah populasi}} \times \text{Jumlah Sampel}$$

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Proportionate Stratified Random Sampling*. Teknik ini merupakan salah satu metode sampling acak (*random sampling*) yang dilakukan dengan cara membagi populasi ke dalam beberapa kelompok (*strata*) tertentu, kemudian jumlah sampel dari tiap strata ditentukan secara proporsional sesuai dengan ukuran populasi strata tersebut, dan pengambilannya dilakukan secara acak.

Tabel 3.1
Total Sampel Setiap Kecamatan

No	Kecamatan	Populasi UMKM	Sampel	Sampel Riil
1	Meuraxa	4.366	12.55472	13
2	Jaya Baru	3.706	10.11337	10
3	Banda Raya	3.036	8.73022	9
4	Baiturrahman	5.720	16.44824	16
5	Kuta Alam	6.438	18.5129	18
6	Lueng Bata	3.212	9.236319	9
7	Kuta Raja	1.968	5.659115	6
8	Syiah Kuala	3.706	10.65685	11
9	Ulee Kareng	2.465	7.088271	7
	Total	34.428	Total	100

Berdasarkan tabel tersebut, maka pengambilan sampel menurut kecamatan dapat dibuat gambaran statistik teknik pengambilan sampel sebagai berikut :

$$\text{Meuraxa} = \frac{4366}{34428} \times 100 = 12,5129 = 13$$

$$\text{Jaya Baru} = \frac{3517}{34428} \times 100 = 10.11337 = 10$$

$$\text{Banda Raya} = \frac{3036}{34428} \times 100 = 8,73022 = 9$$

$$\text{Baiturrahman} = \frac{5720}{34428} \times 100 = 16,44824 = 16$$

$$\text{Kuta Alam} = \frac{6438}{34428} \times 100 = 18,5129 = 18$$

$$\text{Lueng Bata} = \frac{3212}{34428} \times 100 = 9,236319 = 9$$

$$\text{Kuta Raja} = \frac{1968}{34428} \times 100 = 5,659115 = 6$$

$$\text{Syiah Kuala} = \frac{3706}{34428} \times 100 = 10,656855 = 11$$

$$\text{Ulee Kareng} = \frac{2465}{34428} \times 100 = 7,088271 = 7$$

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan (Diskopukmdag). Jumlah UMKM di Kota Banda Aceh pada tahun 2023 tercatat sebanyak 34.428 unit usaha. Distribusi UMKM tersebut tersebar di seluruh kecamatan dengan jumlah yang bervariasi.

Kecamatan Kuta Alam menempati posisi tertinggi dengan jumlah UMKM sebanyak 6.438 unit, diikuti oleh Kecamatan Baiturrahman dengan 5.720 unit, serta Kecamatan Meuraxa dengan 4.366 unit. Selanjutnya, Kecamatan Syiah Kuala memiliki 3.706 unit, Kecamatan Jaya Baru sebanyak 3.517 unit, dan Kecamatan

Lueng Bata sebanyak 3.212 unit. Adapun Kecamatan Banda Raya tercatat memiliki 3.036 unit, disusul Kecamatan Ulee Kareng dengan 2.465 unit, dan yang terendah adalah Kecamatan Kutaraja dengan 1.968 unit. Hasil ini menunjukkan bahwa persebaran UMKM di Kota Banda Aceh cenderung terkonsentrasi pada kecamatan yang berada di pusat kota, seperti Kuta Alam dan Baiturrahman, yang merupakan wilayah dengan akses ekonomi, perdagangan, dan kepadatan penduduk yang lebih tinggi. Sebaliknya, jumlah UMKM di kecamatan seperti Kutaraja dan Ulee Kareng relatif lebih rendah, yang mengindikasikan adanya perbedaan potensi ekonomi dan aktivitas usaha antar wilayah.

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa teknik pengumpulan data adalah rangkaian langkah untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penelitian. Dalam studi ini, data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner secara online menggunakan Google Form yang disetel untuk privasi, sehingga responden hanya dapat melihat opsi jawaban yang telah disediakan. Penelitian ini menggunakan data primer yang merupakan informasi asli dan baru. Oleh karena itu, penelitian perlu mengumpulkan data langsung dari sumbernya (Ibrahim, 2023). Tujuan dari penyebaran kuesioner adalah untuk mendapatkan gambaran komprehensif tentang suatu masalah tanpa menimbulkan kekhawatiran terhadap kebenaran jawaban yang diberikan dalam pengisian pertanyaan

(Ibrahim,2023). Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada UMKM di Kota Banda Aceh.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahapan yang sangat penting dalam penelitian karena tujuan utamanya adalah untuk memperoleh data yang valid dan reliabel. Tanpa menguasai teknik pengumpulan data yang tepat, peneliti tidak akan dapat memperoleh data yang sesuai dengan standar yang ditetapkan. Oleh karena itu, penting bagi peneliti untuk memahami dan mengimplementasikan teknik pengumpulan data yang strategis agar hasil penelitian dapat diandalkan dan memiliki kekuatan empiris yang kuat (Sugiyono, 2020).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner. Sugiyono (2020) menjelaskan bahwa kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan pemberian serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, angket diberikan kepada para pelaku UMKM di Kota Banda Aceh dengan menggunakan jenis angket Skala Likert.

Kuesioner dalam penelitian ini dirancang untuk menggali informasi terkait tingkat pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh. Penelitian ini secara khusus difokuskan pada para UMKM yang berada di kawasan pusat perdagangan Kota Banda Aceh.

3.4 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala interval, yaitu skala yang memiliki jarak (interval) yang sama antara satu nilai dengan nilai lainnya, namun tidak memiliki titik nol absolut. Skala ini memungkinkan peneliti untuk mengukur tingkat persepsi, sikap, atau pendapat responden terhadap suatu variabel dengan tingkat ketelitian yang lebih tinggi. Pada penelitian ini, skala interval diimplementasikan melalui skala Likert, di mana responden diminta memberikan penilaian terhadap pernyataan yang disediakan, dengan pilihan jawaban yang memiliki bobot nilai tertentu.

Tabel 3.2
Pengukuran Skala Interval

NO	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Data penelitian (2024)

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2020) variabel penelitian dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan lainnya atau suatu objek dengan

objek lainnya. Artinya variabel penelitian merupakan sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu dua variabel independen dan satu variabel dependen.

3.6 Operasional Variabel

Menurut Noor, (2012) mengemukakan bahwa operasional variabel adalah sebuah metode yang berguna untuk mengukur suatu variabel dengan cara melihat pada indikator dan dimensi dari satu variabel tersebut. Pada operasional variabel peneliti menyusun berdasarkan indikator masing masing faktor.

Dalam penelitian ini definisi operasional variabelnya adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3
Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	skala
Pemanfaatan <i>E-Commerce</i> (X1)	<i>E-commerce</i> merupakan bentuk transaksi bisnis yang memanfaatkan teknologi digital sebagai media utama, khususnya internet, untuk melakukan pertukaran nilai antara penjual dan pembeli. Menurut	1. Efisiensi Biaya Pengeluaran (<i>Cost Leadership</i>) (Muiz & Sunarta, 2020). 2. Reputasi (<i>Reputation</i>) (Reputation Marketing, 2022). 3. Pemasaran (<i>Market</i>) (Siddiqa et al., 2023).	Interval

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	skala
	<p>Piarna dan Fathurohman (2019), e-commerce meliputi kegiatan jual-beli yang dilakukan secara daring tanpa memerlukan pertemuan fisik antara pihak-pihak yang terlibat. Kehadiran e-commerce memungkinkan proses transaksi menjadi lebih efisien, cepat, dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas.</p>	<p>4. Kemudahan dalam Berbisnis Online (<i>Bussines Entry</i>) (Ighomereho et al., 2022; Fitriani et al., 2022).</p>	
Modal usaha (X2)	<p>Modal Usaha adalah seluruh sumber daya finansial yang digunakan oleh pelaku UMKM untuk menjalankan, membiayai, dan mengembangkan kegiatan operasional usahanya. Modal usaha mencakup modal awal, tambahan modal, maupun pembiayaan dari pihak eksternal seperti pinjaman,</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modal kerja (Brigham & Houston, 2021). 2. Pembiayaan usaha (BKPM, 2022). 3. Akses kredit (Msomi, 2023) 4. Aset lancar (Ross, Westerfield, & Jordan, 2019). 5. Alat produksi (Gitman & Zutter, 2018). 	Interval

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	skala
	investasi, atau bantuan pemerintah. Modal ini digunakan untuk pembelian bahan baku, alat produksi, pembayaran upah tenaga kerja, sewa tempat usaha, serta kebutuhan lainnya yang mendukung kelangsungan operasional.		
Pendapatan (Y)	Pendapatan dari seorang masyarakat ialah hasil penjualannya dari faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi. Dan produksi “membeli faktor-faktor... (Boediono, 2012).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendapatan yang diterima perbulan (Wulandari & Hidayat, 2023). 2. Sumber pendapatan (Sari, 2021). 3. Pertumbuhan Pendapatan Usaha (Pratama & Nugroho, 2022). 4. Stabilitas Pendapatan Usaha (Yurahman & Satria, 2025). 	Interval

3.7 Uji Instrumen penelitian

Sebelum menyebarkan instrumen penelitian kepada responden, penting untuk melakukan analisis validitas dan

reliabilitas alat uji tersebut. Hal ini bertujuan agar instrumen yang digunakan dapat mengukur dengan akurat sesuai dengan kriteria pengukuran yang diinginkan.

3.7.1 Uji Validasi

Uji validitas dipergunakan untuk mengetahui valid atau tidak valid tidaknya suatu kuesioner, menurut (Ghozali, 2021) Apabila pertanyaan pada suatu kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur, maka kuesioner tersebut dianggap valid. Artinya kuesioner layak digunakan apabila setiap pertanyaan atau pernyataan mampu mencerminkan objek yang hendak diukur. Data yang sesuai dengan kondisi riil di lapangan dan apa yang dilaporkan oleh peneliti dianggap valid (Sugiyono, 2023). Uji validitas merupakan tahap krusial dalam penelitian kuantitatif untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan seperti kuesioner atau tes benar-benar mampu mengukur aspek yang dimaksud. Instrumen yang memiliki validitas tinggi akan menghasilkan data yang tepat dan dapat dipercaya, sehingga kesimpulan penelitian pun menjadi sah (Sugiyono, 2020).

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan software SPSS dengan taraf signifikansi 5%. Adapun kriteria pengujian validitas sebagai berikut

- a. Pernyataan dianggap valid apabila nilai r hitung lebih tinggi dari r tabel.
- b. Pernyataan dianggap tidak valid apabila nilai r hitung lebih rendah dari r tabel.

Uji validitas dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan atau pertanyaan pada kuesioner tersebut dapat mengungkapkan suatu hal yang ingin diukur dan layak untuk digunakan.

3.7.2 Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel, menurut (Ghozali & Kusumadewi, 2024) dalam bukunya. Apabila jawaban seorang responden terhadap pernyataan adalah konstan atau stabil dari waktu ke waktu, maka kuesioner tersebut dianggap reliabel. Terdapat pengukuran reliabilitas. Mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan atau membandingkan hasilnya dengan pertanyaan lain dikenal dengan pengukuran “one shot”. Menilai reliabilitas menggunakan uji statistik Cronbach Alpha (α) dengan perangkat lunak SPSS 22. Apabila alpha (α) > 0.6, maka suatu konstruk atau variabel dianggap reliabel.

3.8 Uji Asumsi Klasik جامعة الرانيري

3.8.1 Uji Normalitas R - R A N I R Y

Uji normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah variabel pengganggu atau residu mengikuti distribusi normal model regresi (Ghozali I, 2017). Suatu model regresi dikatakan baik jika mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Distribusi normal berarti data mengikuti garis diagonal dan tersebar di sekitar

garis tersebut. Untuk memudahkan penelitian ini, kami menghitung statistik uji normalitas menggunakan SPSS dan grafik histogram.

3.8.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menentukan adakah korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka model regresi tidak dapat dianalisis dengan baik karena variabel-variabel tersebut tidak bersifat ortogonal, yang berarti mereka tidak memiliki hubungan yang sepenuhnya independen satu sama lain. Keberadaan multikolinearitas di antara variabel bebas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Multikolinearitas terjadi ketika variabel bebas dalam persamaan regresi linear saling berhubungan. Kondisi ini akan menyebabkan kesalahan standar (*standard error*) dalam estimasi model.

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel bebas dalam model regresi, yaitu apakah hubungan linear tersebut sempurna atau mendekati sempurna. Dasar penentuan suatu model regresi dinyatakan terbebas dari gejala multikolinearitas, yaitu nilai toleransi ≥ 0.1 atau $VIF \leq 10$ (Purnomo, 2016).

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat ketidakseragaman dalam variansi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Ghozali (2013) menjelaskan bahwa ketika variansi residual tetap atau

konsisten antar pengamatan, kondisi ini disebut homoskedastisitas, sedangkan jika variasinya berbeda antar pengamatan, disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang dianggap baik adalah yang homoskedastis, artinya tidak mengalami heteroskedastisitas.

Dalam mengevaluasi grafik scatterplot untuk mengidentifikasi keberadaan heteroskedastisitas, berikut adalah panduan pengambilan keputusan.

1. Jika terdapat pola tertentu seperti pola gelombang, perluasan, atau penyempitan dari titik-titik, hal ini mengindikasikan adanya heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik tersebar secara merata tanpa ada tren yang signifikan di atas atau dibawah nilai nol pada sumbu Y, ini menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas yang terjadi.

3.9 Pengujian Hipotesis

Sugiyono (2020), hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang telah diajukan dalam bentuk pertanyaan. Uji hipotesis digunakan untuk menentukan apakah hasil hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak. Dan ada juga Pengujian hipotesis merupakan salah satu langkah dalam melakukan pengujian terhadap keputusan yang belum pasti kebenarannya baik ditolak maupun diterima. Dalam pengujian hipotesis, keputusan yang dibuat bersifat tidak pasti, adanya resiko kesalahan dalam jawaban.

3.9.1 Uji Parsial (Uji T)

Dalam penelitian ini, Ghozali (2016) menjelaskan bahwa uji t digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen secara parsial. Uji parsial ini bertujuan untuk menguji pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan uji t. Sebagai contoh, uji ini dapat dilakukan untuk menguji pengaruh variabel X1, X2 terhadap variabel Y. Penjelasan lebih rinci adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel atau nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka hipotesis diterima, yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika t hitung lebih kecil dari t tabel atau nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hipotesis ditolak, yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menilai sejauh mana pengaruh signifikan yang diberikan oleh variabel independen, seperti Modal, Tingkat Pendidikan, dan Teknologi, terhadap variabel dependen, yaitu pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh. Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel, atau nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa (H_a diterima dan H_0 ditolak).
2. Jika nilai F hitung lebih kecil dari F tabel, atau nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa (H_a ditolak dan H_0 diterima).

3.10 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Penggunaan regresi linear dalam penelitian ini bertujuan untuk memprediksi nilai variabel dependen serta menjelaskan hubungan pengaruhnya. Dalam konteks ini, peneliti menerapkan regresi linear berganda guna menganalisis pengaruh variabel X_1 dan X_2 secara simultan terhadap variabel Y . Regresi linear berganda sendiri digunakan ketika terdapat dua atau lebih variabel independen yang memengaruhi satu variabel dependen. Adapun rumus yang digunakan dalam analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

Adapun bentuk umum persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Pendapatan UMKM

X_1 = Pemanfaatan *E-Commerce*

X_2 = Modal Usaha

b_1 = Koefisien Pemanfaatan *E-Commerce*

b_2 = Koefisien Modal Usaha

a = Konstanta

e = Standard Error

3.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan suatu ukuran statistik yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana model regresi linear mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Dengan kata lain, R^2 mengukur proporsi variabilitas dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen yang terdapat dalam model (Montgomery, Peck, & Vining, 2021). Semakin kecil nilai R^2 berarti semakin sedikit kemampuan variabel variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan mengenai koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Nilai R^2

Nilai R^2 berkisar antara 0 dan 1.

$R^2 = 0$: Model regresi tidak menjelaskan variasi dalam variabel dependen.

$R^2 = 1$: Model regresi menjelaskan semua variasi dalam variabel dependen.

Semakin tinggi nilai R^2 , maka semakin baik kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur

sejauh mana kontribusi dari variabel Pemanfaatan E-Commerce dan Modal Usaha Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Perkembangan UMKM Kota Banda Aceh

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, termasuk di Kota Banda Aceh. UMKM menjadi penopang utama perekonomian masyarakat karena mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta menciptakan kemandirian ekonomi lokal. Di Kota Banda Aceh, UMKM berkembang dalam berbagai jenis usaha, antara lain sektor perdagangan, kuliner, jasa, kerajinan, serta industri rumah tangga. Sebagian besar UMKM di kota ini didominasi oleh usaha mikro dan kecil yang dikelola secara mandiri oleh pemilik usaha dengan jumlah tenaga kerja yang relatif terbatas. UMKM tersebut umumnya beroperasi dengan modal usaha yang masih terbatas dan manajemen usaha yang sederhana (Tambunan, 2012).

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, pelaku UMKM di Kota Banda Aceh mulai memanfaatkan platform e-commerce sebagai sarana pemasaran dan penjualan produk. Pemanfaatan e-commerce diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi transaksi, serta mendorong peningkatan pendapatan usaha. Namun demikian, tingkat pemanfaatan e-commerce di kalangan UMKM masih bervariasi,

tergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam mengakses teknologi, ketersediaan modal, serta pemahaman terhadap pemasaran digital. Selain pemanfaatan e-commerce, modal usaha juga menjadi faktor penting dalam menunjang keberlangsungan dan perkembangan UMKM. Modal usaha digunakan untuk pengadaan bahan baku, peralatan produksi, serta kegiatan operasional lainnya. Keterbatasan modal sering kali menjadi kendala bagi UMKM dalam meningkatkan skala usaha dan pendapatan. Oleh karena itu, ketersediaan dan pengelolaan modal usaha yang baik sangat berpengaruh terhadap kinerja pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh.

Di Kota Banda Aceh, perkembangan UMKM menunjukkan tren peningkatan jumlah pelaku usaha dari tahun ke tahun, baik dilihat dari jumlah unit usaha maupun variasi kegiatan usaha yang dijalankan (BPS Kota Banda Aceh, 2022). Berdasarkan data resmi pemerintah daerah, jumlah UMKM di Kota Banda Aceh mengalami pertumbuhan yang signifikan selama beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2017 jumlah UMKM tercatat sebanyak 9.591 unit, kemudian meningkat menjadi 10.944 unit pada tahun 2018, 12.012 unit pada tahun 2019, 15.107 unit pada tahun 2020, dan mencapai 16.970 unit pada tahun 2021. Jumlah tersebut terus meningkat hingga mencapai 17.308 unit pada tahun 2022, yang menunjukkan adanya tren peningkatan jumlah UMKM secara konsisten setiap tahunnya (Bappeda Kota Banda Aceh, 2024).

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dalam beberapa tahun terakhir telah memberikan dampak pada berbagai aspek kehidupan, termasuk bagi pelaku UMKM di Kota Banda Aceh. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM adalah teknologi keuangan syariah. Dengan memanfaatkan teknologi ini, UMKM dapat merasakan berbagai manfaat, seperti kemudahan dalam mengelola keuangan, mendukung perkembangan usaha, serta memperlancar transaksi dengan konsumen. Hal ini tentu memberikan dampak positif bagi pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka.

4.2 Deskripsi Karakteristik dan Tanggapan Responden

4.2.1 Karakteristik Responden

Pada studi ini ialah para pelaku UMKM yang terdapat di kota Banda Aceh. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung kepada para pelaku UMKM dengan menggunakan platform google terhadap 100 orang yang terdiri dari 9 kecamatan yang terdapat di Kota Banda Aceh. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang terkumpul dan diproses untuk diolah dalam mendapatkan hasil data dengan karakteristik responden yang digunakan yaitu: jenis kelamin, usia, Domisili, Lama Menggunakan E-Commerce, Lama Usaha Berjalan.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut data karakteristik berdasarkan jenis kelamin responden, antara lain:

Tabel 1.1
Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
1	Laki-laki	52	52%
2	Perempuan	48	48%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Diolah (2026)

Adapun responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1. Berdasarkan dari tabel tersebut karakteristik jenis kelamin laki-laki lebih dominan dengan jumlah 52 orang atau 52%, sedangkan perempuan dengan jumlah 48 orang atau 48%.

4.2.3 Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia responden, maka data dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.2
Jumlah Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	<25	8	8%
2	26-35	52	52%
3	36-45	19	19%
4	>46	21	21%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Diolah (2026)

Adapun responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.2. Berdasarkan dari tabel tersebut responden dengan usia <25 tahun dominan dengan jumlah 8 orang atau 8 %, kemudian usia 25-35 tahun dengan jumlah 52 orang atau 52%, usia 36-45 tahun dengan

jumlah 19 orang atau 19%, kemudian usia >45 dengan jumlah 21 orang atau 21%.

4.2.4 Responden Berdasarkan Kecamatan

Berdasarkan kecamatan responden, maka data dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.3
Jumlah UMKM Berdasarkan Kecamatan

No	kecamatan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Meraxa	14	14%
2	Jaya Baru	10	10%
3	Banda Raya	9	9%
4	Baiturrahman	16	16%
5	Kuta Alam	18	18%
6	Lueng Bata	9	9%
7	Kuta Raja	6	6%
8	Syiah Kuala	11	11%
9	Uleemkareng	7	7%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Diolah (2025)

Adapun responden berdasarkan tabel 4.4 menampakan bahwasanya 100 atau 100% responden ada ciri-ciri penjawab sesuai dengan tempat kecamatan, yakni kecamatan Meuraxa sebanyak 14% responden, kecamatan Jaya Baru sebanyak 10% responden, kecamatan Banda Raya memiliki sebanyak 9% responden, kecamatan Baiturrahman sebanyak 16% responden, kecamatan kuta Alam sebanyak 18% responden, kecamatan Lueng Bata sebanyak 9% responden, Kutaraja sebanyak 6% responden, Syiah Kuala

sebanyak 11% responden dan kecamatan Ulee Kareng sebanyak 7% responden.

4.2.5 Responden Berdasarkan Lama Menggunakan E-Commerce

Berikut data karakteristik berdasarkan jenis usaha yang dikelola responden, antara lain:

Table 4.4
Lama Menggunakan E-Commerce

No	Lama Menggunakan E-commerce	Frekuensi	Persentase %
1	<1 Tahun	7	7%
2	1-3 tahun	48	48%
3	4-5 Tahun	22	22%
4	>5 Tahun	23	23%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden berapa lama menggunakan E-Commerce. Berdasarkan dari tabel tersebut responden rentang kurang dari < 1 Tahun dominan dengan berjumlah 7 orang atau 7%, dengan rentang 1-3 Tahun berjumlah 48 orang atau 48%, kemudian responden dengan berapa lama menggunakan E-Commerce pada rentang 4-5 tahun berjumlah 22 orang atau 22%,

dan responden lebih dari > 5 Tahun berjumlah 23 orang dengan persentase 23%.

4.2.6 Responden Berdasarkan Jenis Usaha Yang Dikelola

Berikut data karakteristik berdasarkan jenis usaha yang dikelola responden, antara lain:

Tabel 4.5
Jenis Usaha Yang Dikelola

No	Usaha Yang Dikelola	Frekuensi	Persentase %
1	Fashion	9	9%
2	Jasa	16	16%
3	Perdagangan	14	14%
4	Kerajinan	10	10%
5	Makanan dan Minuman	46	46%
6	Lain-lain	5	5%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Diolah (2026)

Adapun responden berdasarkan jenis usaha yang dikelola dapat dilihat pada tabel 4.5. Berdasarkan tabel tersebut karakteristik jenis usaha yang dikelola bahwa responden dengan jenis usaha Fashion berjumlah 9 orang atau 9%, responden dengan jenis usaha Jasa berjumlah 16 orang atau 16%, kemudian responden dengan

jenis usaha Perdagangan berjumlah 14 orang atau 14%, responden dengan jenis usaha Kerajinan berjumlah 10 orang atau 10%, responden dengan jenis usaha Makanan dan Minuman berjumlah 46 orang atau 46% Dan responden dengan jenis usaha Lain-lain berjumlah 5 orang atau 5%.

4.2.7 Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjalankan Usaha

Berdasarkan berapa lama menjalankan usaha responden, maka data dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.6
Berapa Lama Menjalankan Usaha

No	Berapa Lama Menjalankan Usaha	Frekuensi	Persentase%
1	<1 Tahun	4	4%
2	1-3 Tahun	41	41%
3	4-6 Tahun	22	22%
4	>6 Tahun	33	33%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Diolah (2026)

Adapun responden berdasarkan berapa lama menjalankan usaha dapat dilihat pada tabel 4.6. Berdasarkan tabel tersebut karakteristik jenis berapa lama menjalankan usaha pada rentang kurang dari ≤ 1 Tahun berjumlah 4 orang atau 4%, dengan rentang 1-3 Tahun berjumlah 41 atau 41%, kemudian responden dengan berapa lama menjalankan usaha pada rentang 4-6 tahun berjumlah

22 orang atau 22%, dan responden lebih dari ≥ 6 Tahun dominan berjumlah 33 orang atau 33%.

4.3 Deskripsi Tanggapan Responden

Berikut ini penulisan yang menyatakan tanggapan para responden dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM. Responden terhadap kuesioner yang disebarakan yaitu sebagai berikut:

4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan (X1)

Tanggapan responden pada variabel kepercayaan penggunaan dapat diamati melalui indikator kepercayaan yang menggunakan 4 (Empat) item pernyataan. Hasil yang diperoleh dari 100 responden. Hal ini dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7

Karakteristik Jawaban Variabel Pemanfaatan E-Commerce (X1)

Indikator	SS	S	KS	TS	STS	Rata-Rata
X1.1	50	47	3	0	0	4.47
X1.2	3	60	2	0	0	4.02
X1.3	58	42	0	0	0	4.58
X1.4	40	57	2	1	0	4.36
Pemanfaatan E-Commerce (X1)						4.36

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata variabel kepercayaan adalah 4.36. Artinya rata-rata jawaban pada variabel kepercayaan adalah setuju.

4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Modal Usaha (X2)

Tanggapan responden pada variabel Modal usaha dapat diamati melalui indikator Modal usaha yang menggunakan 5 (lima) item pernyataan. Hasil yang diperoleh dari 100 responden. Hal ini dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Karakteristik Jawaban Variabel Modal Usaha

Idikator	SS	S	KS	TS	STS	Rata-rata
X2.1	2	72	26	0	0	3.76
X2.2	3	83	14	0	0	3.89
X2.3	13	60	23	4	0	3.82
X2.4	13	71	16	0	0	3.97
X2.5	12	73	14	1	0	3.96
Modal Usaha (X2)						3.88

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata variable Modal Usaha (X2) Adalah sebesar 3.88. Artinya, rata-rata jawaban responden terhadap variable modal usaha berada pada kategori setuju, yang menunjukkan bahwa modal usaha memiliki peranan penting dalam menunjang kegiatan usaha UMKM di kota Banda Aceh.

4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pendapatan UMKM (Y)

Tanggapan responden pada variabel Pendapatan UMKM dapat diamati melalui indikator Pendapatan UMKM yang menggunakan 5 (Lima) item pernyataan. Hasil yang diperoleh dari 100 responden. Hal ini dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9
Karakteristik Jawaban Variabel Pendapatan UMKM (Y)

Indikator	SS	S	KS	TS	STS	Rata-rata
Y1	36	62	2	0	0	4.34
Y2	28	71	1	0	0	4.27
Y3	34	64	2	0	0	4.32
Y4	42	58	0	0	0	4.42
Pendapatan UMKM (Y)						4.34

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata variabel pendapatan UMKM (Y) adalah sebesar 4,34. Artinya, rata-rata jawaban responden terhadap variabel pendapatan UMKM berada pada kategori setuju, yang menunjukkan bahwa pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh tergolong baik dan mengalami peningkatan.

4.4 Hasil Uji Valid dan Reliabilitas

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menilai setiap pertanyaan yang ada dalam angket yang dibagikan kepada 100 responden. Berikut adalah hasil uji validitas yang dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10
Uji Validitas

Indikator	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
X1.1	0.719	0.1966	Valid
X1.2	0.749	0.1966	Valid
X1.3	0.740	0.1966	Valid
X1.4	0.789	0.1966	Valid
X2.1	0.531	0.1966	Valid
X2.2	0.539	0.1966	Valid
X2.3	0.597	0.1966	Valid
X2.4	0.635	0.1966	Valid
X2.5	0.443	0.1966	Valid
Y1	0.812	0.1966	Valid
Y2	0.851	0.1966	Valid
Y3	0.857	0.1966	Valid
Y4	0.824	0.1966	Valid

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan uji signifikansi yang membandingkan nilai R hitung dengan R tabel. Untuk degree of freedom (df) = $n - k$ jumlah sample (n) dalam penelitian ini yaitu 100 responden, maka $df = 100 - 2 = 98$ dengan alpha 5% sehingga di dapat R tabel = 0.1966. Berdasarkan Tabel 4.10 dapat dilihat bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki R hitung > T tabel maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan adalah valid, sehingga kuesioner tersebut layak untuk digunakan dalam penelitian lebih lanjut.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ditujukan untuk mengukur keakuratan dalam menilai variabel penelitian ini. Peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 22 untuk melakukan uji reliabilitas. Hasil dari uji reliabilitas tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11

Uji Reabilitas

Indikator	Minimal Cronch's	Cronch's Alpha	Keterangan
Pemanfaatan E-Commrce (X1)	0.60	0.738	Reliabel
Modal Usaha (2)	0.60	0.697	Reliabel
Pendapatan UMKM (Y)	0.60	0.856	Reliabel

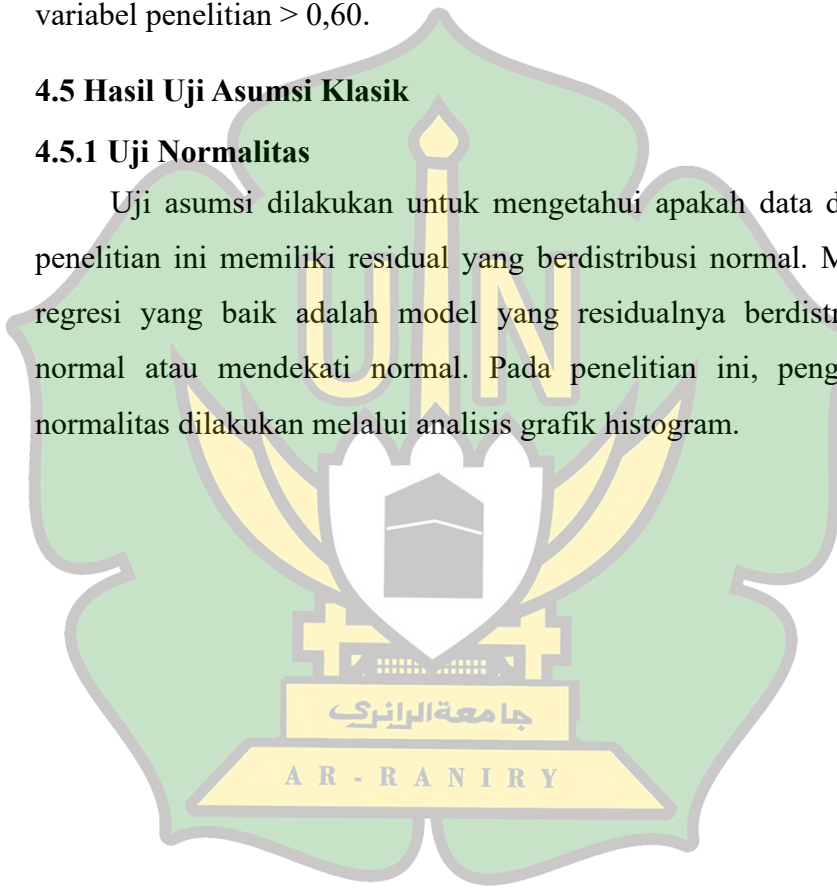
Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4.11, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X1) Pemanfaatan E-Commerce, (X2) Modal Usaha (X3), dan Pendapatan UMKM (Y) dinyatakan reliabel. Hal ini dikarenakan nilai *Cronbach's Alpha* untuk masing-masing variabel penelitian $> 0,60$.

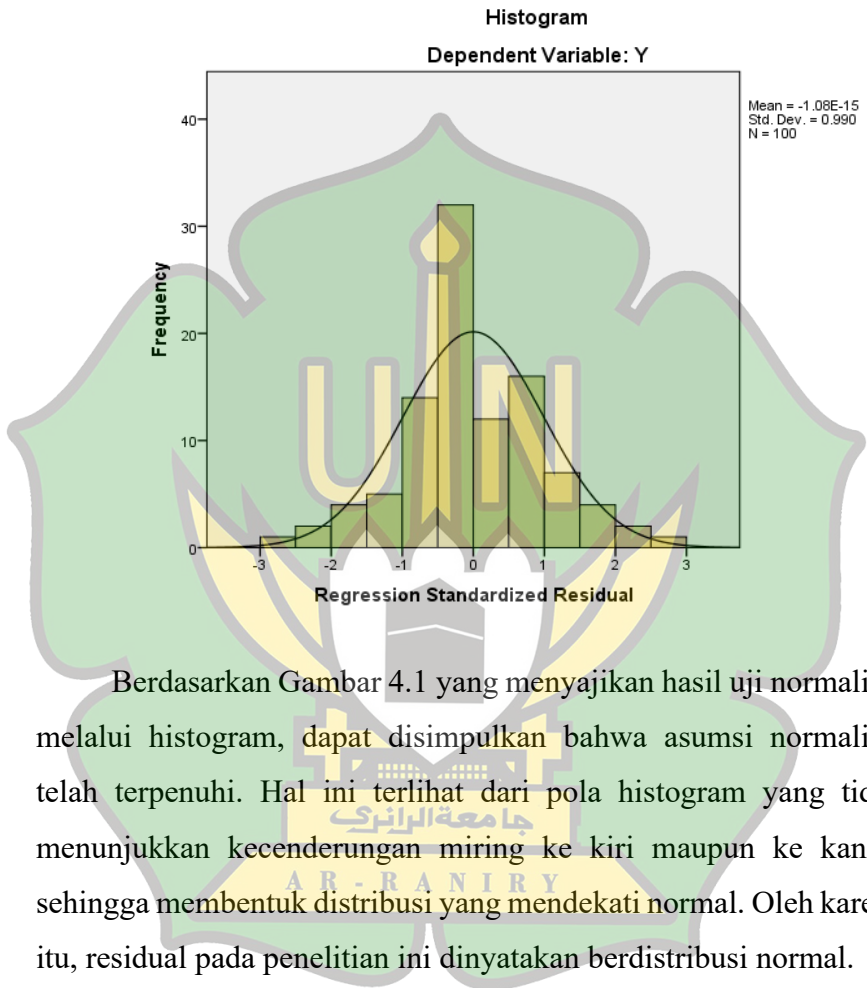
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji asumsi dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini memiliki residual yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model yang residualnya berdistribusi normal atau mendekati normal. Pada penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan melalui analisis grafik histogram.



Gambar 4.1
Uji Normalitas Histogram



Berdasarkan Gambar 4.1 yang menyajikan hasil uji normalitas melalui histogram, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi. Hal ini terlihat dari pola histogram yang tidak menunjukkan kecenderungan miring ke kiri maupun ke kanan, sehingga membentuk distribusi yang mendekati normal. Oleh karena itu, residual pada penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal.

4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang kuat atau sempurna antara variabel bebas dalam suatu model regresi. Pengujian ini dapat dilakukan dengan memeriksa nilai toleransi dan nilai variance inflation factor (VIF).

Jika nilai Tolerance $> 0,1$, atau nilai VIF < 10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.12
Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.997	1.003
	X2	.997	1.003

Sumber: Data Primer Diolah 2026

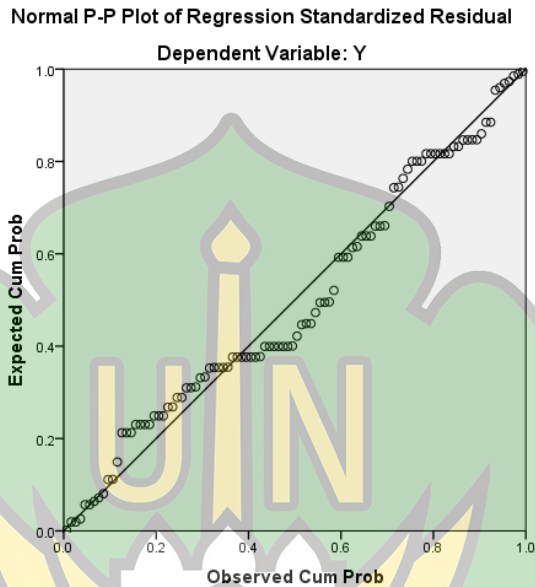
Berdasarkan Tabel 4.12 menunjukkan bahwa variabel Pemanfaatan E-Commerce (X1), Modal Usaha (X2), dan Pendapatan UMKM (Y) dalam penelitian ini memiliki nilai toleransi yang lebih besar dari 0.1 atau $> 0,1$, serta nilai VIF dari setiap variabel yang lebih kecil dari 10 atau < 10 . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinieritas.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bermaksud untuk mengevaluasi apakah terdapat perbedaan dalam variasi atau residu antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Model penelitian yang ideal adalah model yang bebas dari heteroskedastisitas.

Gambar 4.3

Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan Gambar 4.3 terlihat bahwa titik-titik pada scatterplot tersebar secara acak di atas dan di bawah garis 0 pada sumbu y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

4.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan serta menilai besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian regresi linear berganda disajikan pada Tabel 4.13:

Tabel 4.13
Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	5.478	2.314	
	X1	.581	.086	.562
	X2	.083	.094	.074

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah 2026

Berdasarkan tabel 4.13 hasil regresi linear berganda diatas, maka diperoleh persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 5,478 + 0,582X_1 + 0,083X_2 + e$$

Berdasarkan hasil dari persamaan regresi linier di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai 5.478 adalah konstanta, artinya jika semua variabel independen bernilai nol, maka nilai variabel dependen Adalah 5.478 atau 547,8%.
2. Nilai koefisien pemanfaatan *E-Commerce* (X1) sebesar 0.581: Bernilai positif, menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara X1 (pemanfaatan *E-Commerce*) dan

Y (pendapatan). Artinya, setiap peningkatan satu unit pada X1 akan meningkatkan Y sebesar 0.581 atau 58,1%.

3. Nilai koefisien Modal Usaha (X2) sebesar 0.083: Bernilai positif, menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara X2 (Modal Usaha) dan Y (pendapatan). Artinya, setiap peningkatan satu unit pada X2 akan meningkatkan Y sebesar 0.083 atau 8.3%.

4.7 Hasil Uji Hipotesis

4.7.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji t dilaksanakan untuk menguji hipotesis penelitian terkait pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Berikut adalah hasil uji T yang disajikan dalam Tabel 4.14:

Tabel 4.14
Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.478	2.314		2.367	.020
	X1	.581	.086		6.724	.000
	X2	.083	.094	.074	.885	.378

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah (2026)

Untuk menentukan pengaruh atau tidak pada suatu penelitian, dikatakan apabila nilai signifikansi uji $t > 0.05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka untuk mendapatkan degree of freedom pada uji T ($df = n - k - 1$). Jumlah sampel (n) dalam penelitian ini yaitu 100, maka $df = 100 - 2 - 1 = 97$ dengan alpha 5% sehingga didapat t tabel sebesar 1.98472.

Berdasarkan hasil pada tabel 4.14 dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel Pemanfaatan *E-Commerce* (X1) memiliki pengaruh parsial terhadap Pendapatan (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung yang lebih besar dari t tabel ($6.724 > 1.66071$) dan Tingkat signifikansi sebesar 0.006 yang lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian, H_a diterima.
2. Variabel modal Usaha (X2) tidak memiliki pengaruh parsial terhadap pendapatan (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel ($0.885 < 1.98472$) dan tingkat signifikansi sebesar 0.378 yang lebih besar dari 0.05. Oleh karena itu, H_0 diterima dan H_a ditolak.

4.7.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilaksanakan untuk menentukan apakah variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Berikut adalah hasil Uji F yang disajikan dalam Tabel 4.15:

Tabel 4.15**Uji f****ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88.349	2	44.174	23.362	.000 ^b
	Residual	183.411	97	1.891		
	Total	271.760	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel yang diberikan, nilai F hitung Adalah 23.362 dengan nilai sig. = 0.000. Derajat kebebasan (df) menunjukkan angka 97. Dapat dilihat bahwa nilai F tabel Adalah 3.090. Dapat dikatakan signifikan apabila F hitung > F tabel, yang dalam hal ini adalah $23.362 > 3.090$. Selain itu, nilai signifikansi F = 0.000 yang lebih kecil dari α (0.05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel Pemanfaatan E-Commerce (X_1) dan Modal Usaha (X_2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variable Pendapatan UMKM (Y).

4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana variabel bebas secara bersama-sama (simultan) dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel terikat. Berikut adalah hasil uji determinasi yang terdapat dalam Tabel 4.16:

Tabel 4.16
Uji Koefisien Determinasi (R)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.570 ^a	.325	.311	1.375	1.686
a. Predictors: (Constant), X2, X1					
b. Dependent Variable: Y					

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan pada Tabel 4.16 dapat disimpulkan bahwa angka R Square (R^2) sebesar 0.325, maka memiliki arti bahwa variable *Pemanfaatan E-Commerce* (X1), dan Modal Usaha (X2) memberikan pengaruh secara bersama-sama sebesar 32.5% terhadap variable Pendapatan UMKM (Y) dan sisanya 67.1% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

4.8 Pembahasan Hasil Penelitian

4.8.1 Pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh

Hasil Uji parsial menunjukkan bahwa variabel Pemanfaatan E-Commerce (X1) berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM (Y). Hal

ini dibuktikan oleh nilai t hitung yang lebih besar dibandingkan dengan t tabel ($6.724 > 1.98472$) serta nilai signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) dinyatakan diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pemanfaatan e-commerce, maka semakin besar pengaruhnya terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Pemanfaatan e-commerce memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar tanpa batasan wilayah geografis. Melalui platform digital seperti marketplace, media sosial, dan aplikasi pesan instan, produk UMKM dapat diakses oleh konsumen yang lebih luas, baik di dalam maupun di luar Kota Banda Aceh. Kondisi ini berdampak langsung pada peningkatan volume penjualan yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan usaha. Selain itu, e-commerce juga membantu UMKM dalam menekan biaya operasional, seperti biaya sewa tempat dan promosi konvensional. Dengan biaya pemasaran yang relatif lebih rendah dan efisiensi waktu transaksi, pelaku UMKM dapat mengalokasikan sumber daya secara lebih optimal untuk pengembangan usaha. Kemudahan dalam melakukan promosi produk secara digital juga meningkatkan daya saing UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Penelitian ini juga sejalan dengan hasil dari (Rafinas & Makmur 2024), menunjukkan bahwa Pemanfaatan *E-Commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan

UMKM. Artinya, semakin tinggi tingkat pemanfaatan e-commerce yang dimiliki, maka semakin besar pula peningkatan pendapatan UMKM.

Hasil serupa juga ditemukan dalam Penelitian Nur (2023) meneliti pengaruh literasi keuangan, pengelolaan keuangan, pemanfaatan e-commerce, dan akses permodalan terhadap kinerja keuangan UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dua hipotesis diterima, yaitu pengelolaan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, serta akses permodalan berpengaruh negatif dan signifikan. Sementara itu, literasi keuangan dan pemanfaatan e-commerce tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

Konsistensi hasil penelitian ini dengan teori dan temuan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pemanfaatan *E-Commerce* berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM. *E-commerce* memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan volume penjualan, serta mengefisienkan biaya operasional, sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan usaha. Konsistensi ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital, khususnya *E-Commerce*, merupakan faktor penting dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM, termasuk di Kota Banda Aceh.

4.8.2 Pengaruh Modal Usaha Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh

Hasil Uji Parsial menunjukkan bahwa variabel Modal Usaha (X_2) menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan UMKM (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 0.885 yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1.660 ($0.885 < 1.98472$), serta nilai signifikansi sebesar 0.378 yang lebih besar dari taraf signifikansi 0.05. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Hasil ini mengindikasikan bahwa modal usaha yang dimiliki pelaku UMKM belum menjadi faktor penentu utama dalam meningkatkan pendapatan usaha, sehingga peningkatan pendapatan UMKM kemungkinan lebih dipengaruhi oleh faktor lain di luar modal usaha, seperti kemampuan pengelolaan usaha, strategi pemasaran, dan pemanfaatan teknologi.

Berdasarkan hasil pengujian parsial, variabel modal usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya modal usaha yang dimiliki pelaku UMKM belum tentu secara langsung mampu meningkatkan pendapatan usaha. Dengan kata lain, peningkatan pendapatan UMKM tidak hanya ditentukan oleh jumlah modal yang digunakan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh bagaimana modal tersebut dikelola dalam kegiatan operasional usaha.

Tidak signifikannya pengaruh modal usaha terhadap pendapatan UMKM dapat disebabkan oleh beberapa kondisi di lapangan. Pertama, sebagian pelaku UMKM menggunakan tambahan modal

hanya untuk memenuhi kebutuhan operasional harian, seperti pembelian bahan baku, tanpa disertai perencanaan usaha yang matang. Akibatnya, modal yang dimiliki belum mampu mendorong peningkatan skala usaha maupun produktivitas secara optimal.

Keterbatasan kemampuan manajerial dan strategi pemasaran juga menjadi faktor yang menyebabkan modal usaha belum memberikan dampak langsung terhadap pendapatan. UMKM yang memiliki modal relatif besar, tetapi tidak didukung oleh pengelolaan keuangan yang baik, inovasi produk, serta akses pasar yang luas, cenderung tidak mengalami peningkatan pendapatan yang signifikan.

Dalam konteks perkembangan ekonomi digital, modal usaha saja tidak cukup untuk meningkatkan pendapatan UMKM. Pemanfaatan teknologi, khususnya e-commerce, promosi digital, dan perluasan jaringan pemasaran, menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan UMKM dalam meningkatkan pendapatan. Oleh karena itu, modal usaha akan lebih efektif apabila diiringi dengan kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan strategi bisnis yang tepat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa modal usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh Utari dan Dewi (2014) menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan UMKM tidak hanya ditentukan oleh modal, tetapi juga dipengaruhi oleh tingkat pendidikan dan pemanfaatan teknologi.

Selain itu, Safitri dan Setiaji (2018) menemukan bahwa modal usaha belum tentu meningkatkan perkembangan usaha apabila tidak diimbangi dengan karakteristik wirausaha yang baik.

Penelitian lain oleh Salim (2024) juga menyatakan bahwa modal usaha tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan UMKM, karena pelaku usaha cenderung menghadapi keterbatasan dalam pengelolaan modal dan akses pasar. Temuan ini memperkuat hasil penelitian bahwa modal usaha bukan satu-satunya faktor penentu peningkatan pendapatan UMKM.

4.8.3 Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce dan Modal usaha Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh

Hasil uji simultan penelitian ini menunjukkan bahwa nilai F hitung Adalah 23.362 dengan nilai sig. = 0.000. Derajat kebebasan (df) menunjukkan angka 97. Dapat dilihat bahwa nilai F tabel adalah 2.70 Dapat dikatakan signifikan apabila F hitung > F tabel, yang dalam hal ini adalah $23.362 > 2.70$. Selain itu, nilai signifikansi F = 0.000 yang lebih kecil dari α (0.05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa variable Pemanfaatan E-Commerce (X1), Modal Usaha (X2), berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM (Y).

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi, nilai R Square sebesar 0,325 menunjukkan bahwa variabel Pemanfaatan E-Commerce dan Modal usaha Terhadap Pendapatan UMKM konsumtif secara bersama-sama mampu menjelaskan 32.5% variabilitas Pendapatan UMKM(Y). Hanya sebesar 67,1%

dijelaskan oleh variabel lain di luar Penelitian ini yaitu: dilakukan oleh (Rahmawati 2020) dalam skripsinya berjudul “*Pengaruh Modal Usaha terhadap Pendapatan UMKM di Kota Medan*”, yang menyimpulkan bahwa modal usaha berperan penting dalam meningkatkan kapasitas produksi dan volume penjualan. Hasil serupa juga ditemukan oleh (Fauzan 2021) dalam skripsi “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Mikro*”, yang menyatakan bahwa modal usaha secara signifikan memengaruhi pendapatan, meskipun terdapat faktor lain seperti pemasaran dan jam kerja yang turut berkontribusi.

Pemanfaatan *E-Commerce* dan modal usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh. Pemanfaatan e-commerce memungkinkan pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi pemasaran, serta mempermudah proses transaksi dengan konsumen. Melalui platform *e-commerce*, produk UMKM dapat dipasarkan secara lebih luas tanpa dibatasi oleh lokasi geografis, sehingga berpotensi meningkatkan volume penjualan dan pendapatan usaha.

Selain itu, modal usaha berperan penting dalam menunjang kelangsungan dan pengembangan UMKM. Ketersediaan modal yang memadai memungkinkan pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan operasional, meningkatkan kapasitas produksi, serta memperbaiki kualitas produk. Dengan adanya dukungan modal usaha yang cukup dan pemanfaatan e-commerce yang optimal,

UMKM di Kota Banda Aceh dapat meningkatkan daya saing dan pendapatan secara berkelanjutan.



BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pengujian yang telah dilakukan, ada beberapa yang dapat diambil kesimpulan, diantaranya sebagai berikut:

1. Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce terhadap Pendapatan UMKM Hasil uji parsial menunjukkan bahwa pemanfaatan e-commerce berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin optimal UMKM memanfaatkan e-commerce dalam kegiatan usahanya, maka semakin besar peluang peningkatan pendapatan yang dapat dicapai.
2. Pengaruh Modal Usaha terhadap Pendapatan UMKM Hasil uji parsial menunjukkan bahwa modal usaha tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya modal usaha yang dimiliki pelaku UMKM belum tentu secara langsung mampu meningkatkan pendapatan usaha. Peningkatan pendapatan UMKM lebih ditentukan oleh faktor lain, seperti pengelolaan usaha, strategi pemasaran, dan kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi.
3. Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce dan Modal Usaha secara Simultan terhadap Pendapatan UMKM Hasil uji simultan menunjukkan bahwa pemanfaatan e-commerce dan

modal usaha secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Hal ini menegaskan bahwa kombinasi antara pemanfaatan teknologi digital dan dukungan modal yang dikelola dengan baik mampu mendorong peningkatan pendapatan UMKM.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, peneliti dapat membuat beberapa rekomendasi berikut:

1. Saran Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan e-commerce memiliki pengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM, sedangkan modal usaha tidak berpengaruh secara signifikan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang lebih relevan dalam konteks ekonomi digital, seperti literasi digital, inovasi produk, strategi pemasaran digital, serta kemampuan manajerial pelaku usaha. Selain itu, penelitian ini juga mengindikasikan bahwa dalam perspektif teori berbasis sumber daya (resource-based view), keunggulan kompetitif tidak hanya ditentukan oleh besarnya modal finansial, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi dan mengelola sumber daya berbasis digital.

2. Saran Praktis

Secara praktis, pelaku UMKM di Kota Banda Aceh disarankan untuk lebih mengoptimalkan pemanfaatan e-commerce sebagai sarana pemasaran dan penjualan produk. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas tampilan produk, memberikan deskripsi yang menarik, serta menjaga kualitas pelayanan kepada konsumen. Selain itu, pelaku usaha tidak perlu terlalu bergantung pada besarnya modal sebagai faktor utama dalam meningkatkan pendapatan, melainkan perlu lebih fokus pada strategi pemasaran digital, penguatan branding, serta membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Peningkatan kemampuan dalam penggunaan teknologi digital juga menjadi hal yang penting, sehingga pelaku UMKM diharapkan dapat mengikuti pelatihan atau edukasi terkait digital marketing dan penggunaan platform e-commerce secara efektif.

3. Saran Kebijakan

Dari sisi kebijakan, pemerintah Kota Banda Aceh diharapkan dapat lebih mendorong program digitalisasi UMKM melalui penyediaan pelatihan, pendampingan, serta fasilitasi akses ke platform e-commerce. Selain itu, pemerintah juga perlu meningkatkan kualitas infrastruktur pendukung, seperti akses internet dan sistem distribusi, guna menunjang aktivitas bisnis digital UMKM. Kebijakan yang diberikan sebaiknya tidak hanya berfokus pada bantuan permodalan,

tetapi juga pada penguatan kapasitas teknologi dan akses pasar bagi pelaku usaha. Di samping itu, pemerintah dapat menjalin kerja sama dengan berbagai platform digital dan lembaga keuangan untuk memperluas jangkauan pemasaran serta meningkatkan inklusi ekonomi digital bagi UMKM di Kota Banda Aceh.



DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M., & Alam, N. (2020). E-commerce teori dalam bisnis digital. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Anjaningrum, M. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Mikro Kecil Sektor Industri Pengolahan di Kota Malang. *Jurnal Jibeka*.
- Apriliani, M., & Widiyanto, W. (2019). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha dan tenaga kerja terhadap keberhasilan UMKM Batik.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asari, A., Erwin, I., Wijanarko, A., Hapsari, I., & Purwati, A. (2023). *Konsep E Commerce*. Solok, Sumatera Barat: PT Mafy Media Literasi Indonesia.
- Ayem, S. (2024). Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM: Tinjauan Literatur Sistematis. *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 7(2).
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Direktori Industri Manufaktur 2019*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik E-Commerce 2021*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- BKPM. (2022). *Kajian Investasi dan Pembiayaan UMKM*. Badan Koordinasi Penanaman Modal Republik Indonesia.
- Boediono. (2012). *Ekonomi Makro*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Bramastuti, N. (2009). Pengaruh Prestasi Sekolah dan Tingkat Pendapatan Keluarga Terhadap Motivasi Berwiraswasta Siswa Smk Bakti Oetama Gondangrejo Karanganyar. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2021). *Fundamentals of Financial Management*. Cengage Learning.

- Bukhari, B., & Pasaribu, S. (2019). Pengaruh Motivasi, Kompetensi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja.
- Christiana, Y., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2014). Pengaruh Kompetensi Wirausaha, Pembinaan USAha Dan Inovasi Produk Terhadap Perkembangan USAha (Studi Pada Usaha Kecil Dan Menengah Batik Di Sentra Pesindon Kota Pekalongan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis SI Undip*.
- Ricardo, D. (2001). *On the Principles of Political Economy and Taxation*. Kitchener: Batoche Books.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Deloof, M. (2003). Does Working Capital Management Affect Profitability of Belgian Firms? *Journal of Business Finance & Accounting*, 30(3–4), 573–588.
- Dewi, S., Listyowati, D., & Napitupulu, B. E. (2020). Sektor informal dan kemajuan teknologi informasi di Indonesia. *Jurnal Mitra Manajemen*.
- Dinar. (2017). Pengaruh kinerja keuangan terhadap harga saham: studi empiris pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI. *YUME: Journal of Management*.
- Dinas Koperasi UMKM dan Perdagangan Kota Banda Aceh. (2024). Data pendataan UMKM per kecamatan di Kota Banda Aceh. Banda Aceh: Dinas Koperasi UMKM dan Perdagangan Kota Banda Aceh.
- Ega Keumala, Zakiah Zakiah, Safrida Safrida. (2023). Identifikasi adopsi e-commerce dan pengaruhnya terhadap kinerja umkm pada masa pandemi covid-19 (studi kasus kota banda aceh).
- Fadilla, N., & Rahadi, F. (2019). Rasio Keuangan dan Pengaruhnya Terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 210-219.

- Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21: Update PLS regresi (7 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2018). Principles of Managerial Finance. Pearson Education.
- Handayani, N., & Sari, M. (2022). Determinants of MSME Growth and Income in the Digital Economy Era. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(2), 540–552.
- Harmayani, Marpaung, D., Hamzah, A., Mulyani, N., & Hutahaeen, J. (2020). E-Commerce Suatu Pengantar Bisnis Digital. Kita Menulis.
- Husein, U. (2000). Riset Pemasaran Dan Penilaian Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Husna, A. (2021). Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 6(4). Universitas Syiah Kuala.
- Hussain, A., Hassain, R., Akbar, M., Shahzad, A., Poulova, P., & Akbar, A. (2022). E-Commerce And SME Performance: The Moderating Influence Of Entrepreneurial Competencies. *Administrative Sciences*.....
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2020). Standar Profesional Akuntan Publik. Jakarta: Salemba Empat.
- Irawati, R., & Prasetyo, I. (2021). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 114-133.
- Junedi, J., & Arumsari, M. D. (2021). Pengaruh modal usaha, kualitas produk, jaringan wirausaha terhadap kelangsungan usaha UMKM Madu Sari Lanceng. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 175-184.
- Kasmir. (2006). Kewirausahaan. Jakarta: Rajawali Pers.

- Khaira, M., & Jalalluddin. (2021). Pengaruh sistem penjualan e-commerce bagi kinerja keuangan UMKM di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam (JIMEKI)*, 93-103.
- Keumala, E., Zakiah, Z., & Safrida, S. (2023). Identifikasi Adopsi E-commerce dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 8(1). <https://doi.org/10.17969/jimfp.v8i1.22820>
- Kieso, D., Weygandt, J., & Warfield, T. (2018). Akuntansi Keuangan Menengah. Jakarta: Salemba Empat.
- marthen lanteng. (2024, 07 19). dampak e-commerce bagi perekonomian indonesia. p. 1.
- Masniadi, R. (2012). Analisis pengaruh jumlah penduduk, tabungan, dan investasi terhadap tingkat pendapatan per kapita Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 69-80.
- Montgomery, D., Peck, E., & Vining, G. (2021). Introduction to linear regression analysis (6th ed.). Wiley. Hoboken (NJ): John Wiley & Sons.
- Msomi, T. S. (2023). The effect of interest rates on credit access for small and medium-sized enterprises: A South African perspective. *Banks and Bank Systems*, 18(4), 140–148.
- Nasution, M. E. (2007). Investasi Pada Pasar Modal Syariah. Kencana Prenada Media Group.
- Noor, J. (2012). Metodologi penelitian: Skripsi, tesis, disertasi, dan karya ilmiah. Jakarta: Kencana.
- Nugroho, H., & Wulandari, D. (2023). Income Stability and Business Sustainability of MSMEs during Post-COVID Recovery. *Journal of Entrepreneurship Education*, 26(5), 112–123.
- Nurmalasari, S. (2021). Pengaruh E Commerce, Inovasi Produk, dan Modal Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di

- Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*.
- Piarna, R., & Fathurohman, F. (2019). Adopsi E Commerce pada UMKM di Kota Subang menggunakan model UTAUT. *Jurnal Ilmiah Ilmu dan Teknologi Rekayasa*.
- Purwanti, E. (2012). Pengaruh Pangsa Pasar, Rasio Leverage, Intensitas Modal Terhadap Profitabilitas Koperasi Simpan Pinjam di Salatiga. Among Makarti.
- Rafinas, & Makmur. (2024). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, dan Modal Psikologis terhadap Perkembangan UMKM Jenis Kuliner di Pasir Pengaraian. *Jurnal Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*.
- Raharja, P., & Manurung, M. (2016). Teori Ekonomi Makro: Suatu Pengantar. Jakarta: UI Press.
- Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Aceh. (2022). *Rencana strategis (RENSTRA) Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Aceh 2022–2026*. Banda Aceh: Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Aceh.
- ResearchGate. (2016). Dampak Pinjaman dan Bantuan Modal Kerja terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus UMKM Binaan KADIN Jawa Tengah).
- Riswandi, D. (2019). Transaksi Online E-Commerce Peluang dan Tantangan Dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Jurnal Econetica*.
- Riyanto, B. (2010). Dasar-dasar pembelanjaan perusahaan. Yogyakarta: BPFE.
- Rochmah, N. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan, Pemanfaatan E-Commerce, Dan Akses Permodalan Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Binaan Balai Desa Giri. Surabaya: Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya.

- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2019). *Fundamentals of Corporate Finance*. McGraw-Hill.
- Safitri, H., & Setiaji, K. (2018). Pengaruh modal usaha dan karakteristik wirausaha terhadap perkembangan usaha mikro dan kecil di Desa Kedungleper Kecamatan Bangsri Kabupaten Jepara. *Economic Education Analysis Journal*, 7(2), 792–800.
- Salim, N. (2024). Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, dan Lokasi terhadap Pendapatan UMKM di Bantul.
- Santoso, S. (2014). *Statistik parametrik: Konsep dan aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Subandriyo. (2016). *Pengaruh kebijakan pemerintah terhadap pendapatan petani kakao di Kabupaten Jayapura*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, E., & Hartono, A. (2022). Determinants of MSMEs Performance Post Pandemic in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(3), 87–95.
- Tambunan, F. (2022). Pengaruh modal usaha terhadap sikap berwirausaha dan peran orang tua sebagai variabel moderating. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 12(1), 115–128.
- Tangkary, S. (2018, Februari 27). E-commerce Indonesia tumbuh 78%. NusaBali.com.
- Triwidatin, Y., & Hutomo, Y. (2022). Analisis pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Sukaraja Kabupaten Bogor. *Jurnal Multidisiplin Madani*.
- Ulyasari, O., Agustina, D., Wardhani, R., & Ilhamsyah, A. (2023). Pengaruh e commerce dan sistem informasi akuntansi

terhadap kinerja UMKM sektor industri di Kecamatan Sungailiat.

- Utari, T., & Dewi, N. M. (2014). Pengaruh modal, tingkat pendidikan dan teknologi terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di kawasan Imam Bonjol, Denpasar Barat. *E Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 576-585.
- Vijaya, D. P., & Irwansyah, M. R. (2017). Pengaruh Modal Psikologis, Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha UMKM di Kecamatan Buleleng Tahun 2017. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*.
- Wahyudi, E., & Pratama, R. (2023). Digitalization and Income Diversification of MSMEs in Indonesia. *Journal of Business and Management Review*, 4(2), 115–128.
- Yanti, P. M., Meidy, R., & Julica, L. A. (2022). Pengaruh implementasi ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil dan menengah (Studi kasus UMKM kuliner di Kota Lubuklinggau). *Jurnal Interprof*, 8(2), Article 2
- Wahyuni, L. M., & Suarjana, A. A. (2017). Faktor Penentu Minat Berwirausaha Mahasiswa (Suatu Evaluasi Pembelajaran). *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*.
- Zafira, A. (2021). Pengaruh Ekonomi Digital, Modal Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan Usaha (Studi Pada Usaha Mikro di Kota Tangerang). Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Zakaria, S. A., Arham, M. A., & Badu, R. S. (2024). Pengaruh modal usaha terhadap pendapatan usaha mikro, kecil, dan menengah makanan dan minuman di Kota Gorontalo. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 2(4), 497–505.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb.,

Salam sejahtera,

Nama saya **Nuril Mukhlifida**, mahasiswa Program Studi **Perbankan Syariah**, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, **Universitas Islam Negeri Ar-Raniry**. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir (skripsi) dengan judul *Analisis Pengaruh pemanfaatan E-commerce dan Modal usaha Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat Pemanfaatan e-commerce dan modal usaha terhadap pendapatan umkm di kota banda aceh.

Saya memohon kesediaan Anda untuk meluangkan waktu mengisi kuisisioner ini dengan jujur dan sesuai dengan keadaan Anda. Data yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian ini.

Atas partisipasi dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Hormat saya,

Nuril Mukhlifida

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS PENGARUH PEMANFAATAN *E-COMMERCE* DAN MODAL USAHA TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KOTA BANDA ACEH

Kepada Yth,

Saudara /i

Assalamualikum Wr. Wb.

Salam sejahtera untuk kita semua, perkenalkan nama saya Nuril Mukhlifida mahasiswi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam rangka penyelesaian skripsi di prodi Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry, saya bermaksud melakukan penelitian tentang “ANALISIS PENGARUH PEMANFAATAN *E-COMMERCE* DAN MODAL USAHA TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DIKOTA BANDA ACEH.” untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Saya memohon kepada Saudara/I untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini dengan jujur dan terbuka.

Segala bentuk informasi pribadi anda akan dijaga dengan baik dan dijaga kerahasiaannya serta tidak akan digunakan diluar kegiatan penelitian ini. Atas kesediaan saudara/i sebagai responden, saya mengucapkan terima kasih dalam partisipasinya.

Wassalamualaikum, Wr. Wb.

Hormat Saya,

Nuril Mukhlifida

B. IDENTITAS RESPONDEN

Nama (opsional):

Jenis Kelamin:

- Laki-laki
- Perempuan

Usia:

- < 25 tahun
- 26–35 tahun
- 36–45 tahun
- > 46 tahun

Domisili:

- Jaya Baru
- Banda Raya
- Baiturrahman
- Kuta Alam
- Lueng Bata
- Kuta Raja
- Syiah Kuala
- Ulee Kareng

Lama Menggunakan E-commerce:

- Kurang dari 1 tahun
- 1 – 3 tahun
- 4 – 5 tahun



- Lebih dari 5 tahun

Jenis Usaha:

- Sektor Fashion
- Sektor Jasa
- Sektor Perdagangan
- Sektor Kerajinan
- Sektor Makanan dan Minuman
- Dan Lain-lain

Lama Usaha Berjalan:

- < 1 tahun
- 1–3 tahun
- 4–6 tahun
- > 6 tahun

C. PETUNJUK PENGISIAN

Silakan beri tanda centang pada kolom yang sesuai:

- Sangat Setuju (SS)
- Setuju (S)
- Netral (N)
- Tidak Setuju (TS)
- Sangat Tidak Setuju (STS)

D. DAFTAR PERTANYAAN

1. Pemanfaatan E-Commerce (X1)

No	Daftar Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	E-commerce membuat proses transaksi lebih hemat waktu dan biaya.					
2	Konsumen lebih mudah memberikan ulasan atau testimoni positif melalui e-commerce.					
3	E-commerce mempermudah saya menjangkau pelanggan baru dari berbagai wilayah					
4	Saya merasa tidak kesulitan menjalankan bisnis secara online melalui e-commerce.					

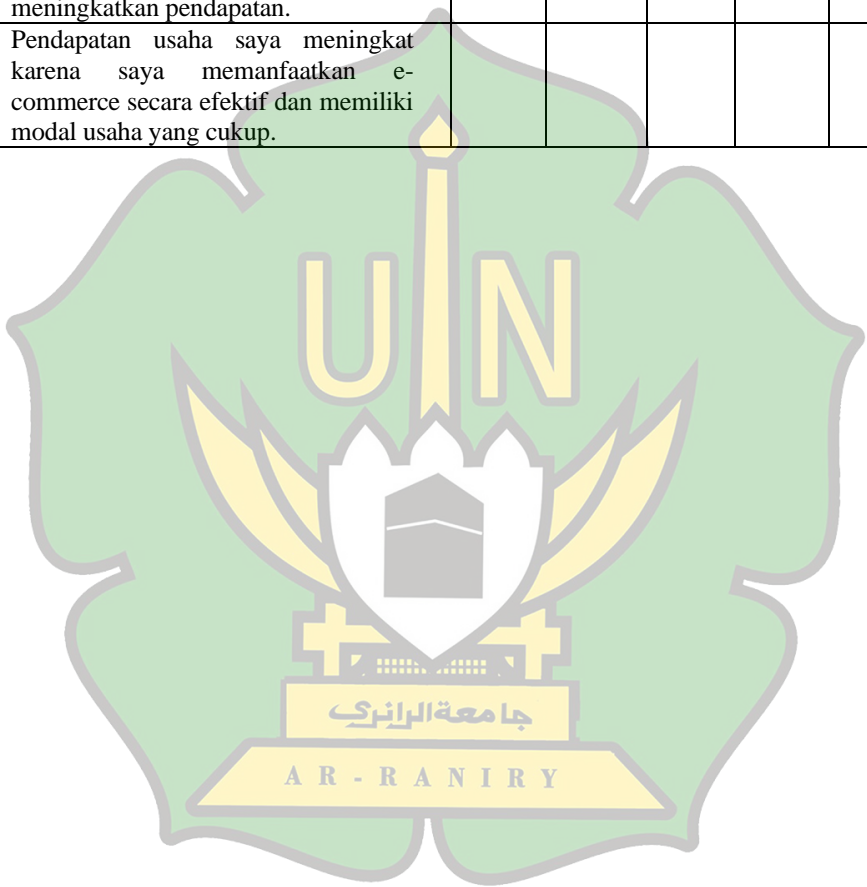
2. Modal Usaha (X2)

No	Daftar Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Modal yang saya miliki saat ini cukup untuk menjalankan operasi usaha sehari-hari.					
2	Saya pernah memperoleh pembiayaan dari koperasi atau lembaga keuangan lainnya.					
3	Prosedur pengajuan kredit bagi UMKM cukup sederhana dan mudah dipenuhi.					
4	Saya memiliki aset lancar berupa kas atau tabungan yang cukup mendukung modal kerja.					
5	Saya memiliki alat produksi yang memadai untuk mendukung kegiatan usaha.					

3. Pendapatan UMKM (Y)

No	Daftar Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Pemanfaatan e-commerce membantu saya meningkatkan pendapatan usaha dengan modal yang saya miliki.					

2	Penggunaan e-commerce membuat modal usaha saya lebih efisien dan berdampak pada peningkatan keuntungan.					
3	Saya merasa modal usaha yang dikelola dengan baik dan dukungan e-commerce memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan.					
4	Pendapatan usaha saya meningkat karena saya memanfaatkan e-commerce secara efektif dan memiliki modal usaha yang cukup.					



Lampiran 2 jawaban Responden

1. Pemanfaatan E-commerce (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL
1	4	5	4	4	17
2	5	5	5	5	20
3	5	5	5	4	19
4	5	5	4	4	18
5	5	4	4	5	18
6	5	4	4	4	17
7	5	4	5	4	18
8	5	4	5	4	18
9	4	4	4	4	16
10	5	5	5	5	20
11	4	5	4	4	17
12	3	3	4	4	14
13	5	4	5	5	19
14	3	4	4	4	15
15	4	5	4	4	17
16	5	5	5	5	20
17	4	4	4	4	16
18	3	4	4	4	15
19	4	4	4	4	16
20	5	5	5	5	20
21	4	4	4	4	16
22	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	20
24	5	4	4	4	17
25	4	4	5	2	15
26	5	4	4	4	17
27	5	4	4	4	17
28	4	4	4	4	16
29	5	4	4	4	17
30	4	4	4	4	16
31	4	5	5	5	19
32	4	5	5	5	19
33	4	5	5	4	18
34	5	4	4	5	18
35	4	4	4	4	16
36	5	5	4	4	18
37	5	5	5	5	20
38	5	4	5	5	19
39	4	4	4	5	17

40	5	4	5	4	18
41	4	5	4	4	17
42	5	4	4	5	18
43	4	4	4	4	16
44	4	4	4	4	16
45	5	5	5	5	20
46	5	4	5	4	18
47	4	4	4	4	16
48	5	5	5	5	20
49	4	4	4	4	16
50	5	4	5	4	18
51	4	4	4	4	16
52	5	5	5	5	20
53	5	5	5	5	20
54	5	4	4	4	17
55	4	4	4	4	16
56	4	4	4	4	16
57	4	5	5	5	19
58	4	4	4	4	16
59	5	5	5	5	20
60	4	4	4	4	16
61	4	5	4	4	17
62	5	4	4	5	18
63	4	5	5	5	19
64	5	4	4	4	17
65	5	5	5	5	20
66	4	4	4	4	16
67	4	4	4	4	16
68	5	5	5	5	20
69	5	4	4	5	18
70	4	4	4	4	16
71	4	4	4	4	16
72	5	5	5	5	20
73	5	5	4	4	18
74	5	5	5	5	20
75	4	3	5	3	15
76	4	4	5	4	17
77	4	4	5	4	17
78	4	4	4	4	16
79	5	4	4	4	17
80	4	4	4	4	16
81	4	4	4	4	16
82	5	4	5	5	19

83	5	4	5	5	19
84	4	4	4	4	16
85	4	4	4	5	17
86	5	5	4	4	18
87	4	4	4	4	16
88	5	4	4	4	17
89	4	4	4	4	16
90	5	4	4	4	17
91	5	5	4	4	18
92	5	5	5	5	20
93	4	4	4	4	16
94	5	4	4	5	18
95	5	5	5	5	20
96	5	5	5	5	20
97	5	5	5	5	20
98	4	5	5	5	19
99	4	5	4	5	18
100	4	4	5	5	18

2. Modal Usaha (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
1	4	4	3	4	4	20
2	3	4	3	4	5	19
3	4	4	3	4	4	19
4	3	4	4	4	4	19
5	4	4	3	4	5	20
6	4	4	4	4	5	21
7	4	4	3	4	4	19
8	4	4	3	4	3	18
9	3	3	3	3	4	16
10	3	4	4	4	4	19
11	4	4	3	4	4	19
12	4	4	4	4	4	20
13	3	3	4	4	5	19
14	4	4	4	4	4	20
15	4	4	5	4	4	21
16	4	4	4	4	5	21
17	4	4	3	4	5	20
18	4	4	4	5	5	22
19	3	4	4	4	4	19
20	4	4	3	5	5	21

21	3	4	4	4	4	19
22	4	4	4	5	3	20
23	4	4	3	3	5	19
24	3	4	3	4	3	17
25	3	4	2	4	4	17
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	4	5	21
29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	4	4	4	20
31	4	4	4	4	4	20
32	4	4	4	4	4	20
33	4	4	5	4	4	21
34	3	4	3	4	4	18
35	3	4	3	4	4	18
36	4	4	3	3	3	17
37	3	4	4	4	3	18
38	4	4	4	3	4	19
39	4	4	3	3	4	18
40	4	4	4	4	4	20
41	3	4	4	5	4	20
42	4	4	4	5	4	21
43	4	4	4	4	4	20
44	4	4	4	4	4	20
45	4	4	5	4	4	21
46	4	4	5	4	4	21
47	3	4	4	5	4	20
48	3	4	3	4	4	18
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	3	5	5	21
51	4	4	4	4	4	20
52	4	4	3	3	4	18
53	4	4	4	5	3	20
54	4	4	5	4	4	21
55	4	4	5	4	5	22
56	4	4	4	4	4	20
57	4	4	5	4	3	20
58	4	4	5	4	4	21
59	3	4	4	4	4	19
60	3	4	4	4	4	19
61	4	3	4	3	2	16
62	4	4	4	3	3	18
63	3	3	4	3	4	17

64	4	4	3	3	3	17
65	3	4	4	4	4	19
66	4	4	4	3	4	19
67	3	4	4	4	4	19
68	4	4	5	4	3	20
69	4	4	4	4	3	19
70	4	5	4	4	4	21
71	3	3	3	3	3	15
72	4	5	3	5	3	20
73	4	4	5	4	4	21
74	4	3	4	5	4	20
75	3	3	3	3	4	16
76	4	4	5	4	4	21
77	3	4	4	4	4	19
78	4	3	4	4	4	19
79	4	4	4	3	4	19
80	5	4	4	4	4	21
81	5	5	4	5	4	23
82	4	4	2	4	4	18
83	4	4	2	4	3	17
84	4	3	2	4	4	17
85	4	4	4	4	4	20
86	3	3	4	4	4	18
87	4	4	4	4	4	20
88	4	3	4	3	4	18
89	3	4	4	4	4	19
90	4	4	4	4	4	20
91	4	4	4	4	4	20
92	4	4	4	4	4	20
93	4	3	4	4	4	19
94	4	3	4	4	4	19
95	4	4	5	5	4	22
96	4	4	4	5	4	21
97	4	4	5	4	4	21
98	4	4	4	4	4	20
99	3	3	4	3	4	17
100	4	4	4	4	4	20

3. Pendapatan UMKM (Y)

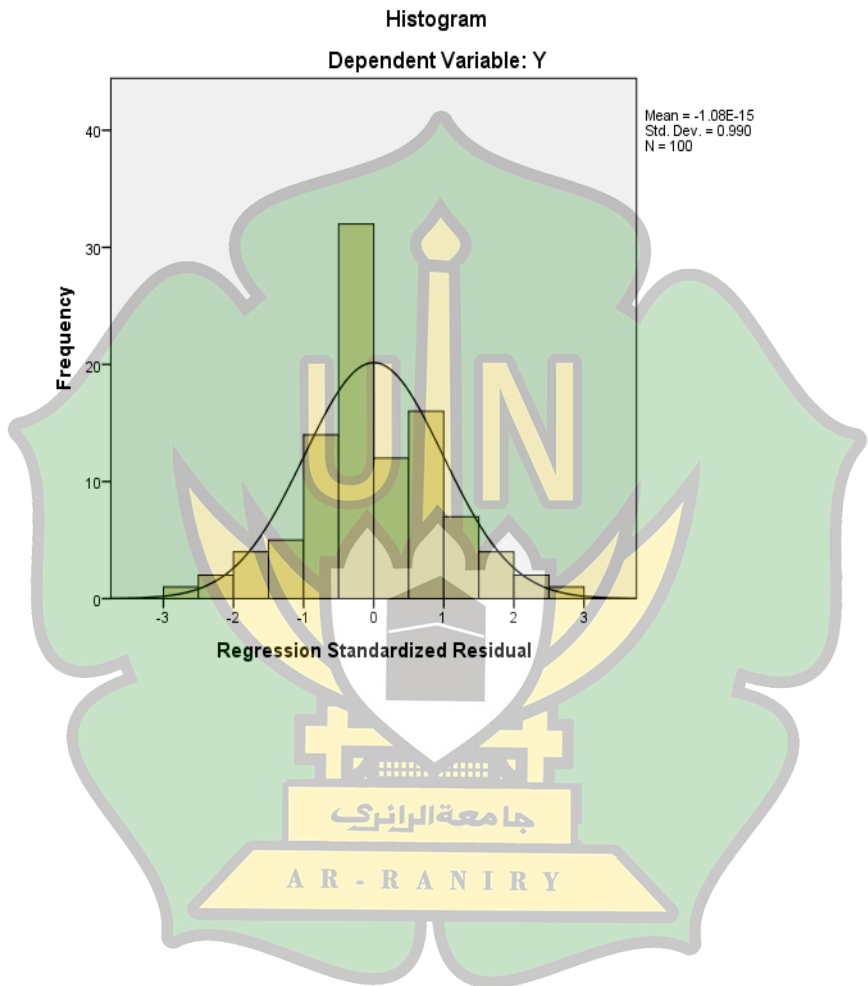
NO	Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL
1	4	5	5	4	18
2	5	5	5	5	20
3	3	3	4	4	14
4	4	5	4	5	18
5	4	4	5	5	18
6	4	4	5	5	18
7	5	4	5	4	18
8	4	4	5	5	18
9	4	4	4	5	17
10	5	5	5	5	20
11	4	4	4	4	16
12	4	4	3	4	15
13	4	4	4	4	16
14	4	4	3	4	15
15	4	4	4	4	16
16	4	4	4	4	16
17	4	4	4	4	16
18	4	4	4	4	16
19	4	4	4	4	16
20	4	4	4	4	16
21	4	4	4	4	16
22	5	5	5	5	20
23	5	4	4	4	17
24	4	4	4	4	16
25	4	4	4	4	16
26	4	4	4	4	16
27	4	4	4	4	16
28	4	4	4	4	16
29	4	4	4	4	16
30	4	4	4	4	16
31	4	4	4	4	16
32	5	4	4	5	18
33	5	4	4	5	18
34	4	4	4	5	17
35	4	4	4	5	17

36	4	4	4	5	17
37	5	5	5	5	20
38	5	4	4	5	18
39	5	5	5	5	20
40	4	5	5	5	19
41	4	4	4	4	16
42	5	4	5	4	18
43	4	4	4	4	16
44	4	4	4	4	16
45	5	5	5	5	20
46	4	4	4	4	16
47	5	4	4	4	17
48	5	5	5	5	20
49	5	5	5	5	20
50	5	5	5	5	20
51	4	4	4	4	16
52	4	5	4	5	18
53	5	5	5	5	20
54	4	4	4	4	16
55	4	4	4	4	16
56	4	5	4	4	17
57	5	4	5	4	18
58	4	4	4	4	16
59	5	4	5	4	18
60	4	4	4	4	16
61	4	4	4	4	16
62	4	4	4	4	16
63	5	4	5	4	18
64	4	4	4	4	16
65	4	4	4	4	16
66	5	4	4	5	18
67	4	4	4	4	16
68	5	5	5	5	20
69	4	4	4	5	17
70	4	4	4	4	16
71	4	4	4	4	16
72	5	5	5	5	20

73	4	4	5	5	18
74	5	5	5	5	20
75	3	4	4	4	15
76	4	4	4	4	16
77	4	4	4	4	16
78	4	4	5	5	18
79	4	4	4	4	16
80	5	4	4	5	18
81	4	4	4	4	16
82	4	4	4	4	16
83	4	4	4	4	16
84	4	4	4	4	16
85	5	5	5	5	20
86	5	5	5	5	20
87	4	4	4	4	16
88	4	4	4	4	16
89	4	4	4	4	16
90	5	4	4	4	17
91	4	5	5	5	19
92	5	5	5	5	20
93	4	4	4	4	16
94	5	4	4	5	18
95	5	5	5	5	20
96	5	5	5	5	20
97	5	5	5	5	20
98	4	4	4	4	16
99	5	5	5	5	20
100	5	5	5	5	20

Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik

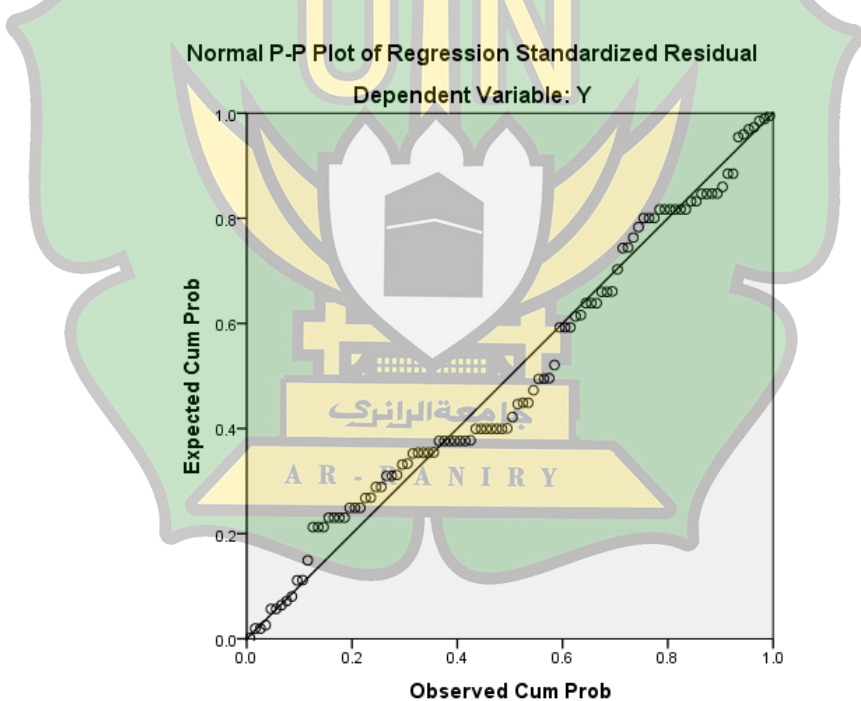
1. Uji Normalitas



2. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.997	1.003
	X2	.997	1.003

3. Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.478	2.314		2.367	.020		
	X1	.581	.086	.562	6.724	.000	.997	1.003
	X2	.083	.094	.074	.885	.378	.997	1.003
a. Dependent Variable: Y								

Lampiran 5 Uji Hipotesis

1. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.478	2.314		2.367	.020
	X1	.581	.086	.562	6.724	.000
	X2	.083	.094	.074	.885	.378
a. Dependent Variable: Y						

2. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88.349	2	44.174	23.362	.000 ^b
	Residual	183.411	97	1.891		
	Total	271.760	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

3. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.570 ^a	.325	.311	1.375	1.686
a. Predictors: (Constant), X2, X1					
b. Dependent Variable: Y					

Lampiran 6 r Tabel

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

Tabel r untuk df = 151 - 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298

Lampiran 7 t Tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07700	6.31375	12.70620	31.82052	63.05674	318.30884	
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92464	22.32712	
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.10245	4.54070	5.84091	10.21453	
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17316	
5	0.72609	1.47588	2.01505	2.57056	3.36493	4.03214	5.89343	
6	0.71756	1.43976	1.94310	2.44091	3.14267	3.70743	5.20763	
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529	
8	0.70639	1.39652	1.85955	2.30000	2.89646	3.35539	4.50079	
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681	
10	0.69961	1.37216	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370	
11	0.69745	1.36343	1.79586	2.20089	2.71806	3.10561	4.02470	
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17851	2.68100	3.05454	3.92963	
13	0.69363	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85196	
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739	
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60246	2.94671	3.73283	
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615	
17	0.68920	1.33336	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577	
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87944	3.61048	
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86389	3.57940	
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52790	2.84934	3.55181	
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715	
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07367	2.50632	2.81676	3.50499	
23	0.68531	1.31948	1.71387	2.06806	2.49567	2.80734	3.48496	
24	0.68485	1.31784	1.71086	2.06390	2.48516	2.79884	3.46678	
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05994	2.47511	2.79144	3.45019	
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47063	2.78571	3.43500	
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05163	2.47266	2.78066	3.42103	
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.77626	3.40816	
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.77239	3.39624	
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38516	
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490	
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44866	2.73846	3.36531	
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73326	3.35634	
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793	
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005	
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71940	3.33262	
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563	
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71186	3.31903	
39	0.68083	1.30364	1.68486	2.02268	2.42584	2.70791	3.31279	
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02106	2.42326	2.70446	3.30686	

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.69052	1.30254	1.65258	2.01954	2.42060	2.70115	3.30127
42	0.69036	1.30204	1.65195	2.01805	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.69024	1.30155	1.65107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.69011	1.30109	1.65023	2.01537	2.41413	2.69226	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00956	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66996	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39606	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23946
58	0.67874	1.29632	1.67158	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66513	1.99167	2.37642	2.64206	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66486	1.99125	2.37576	2.64120	3.19946
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19525

A R - R A N I R Y

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.06366	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.06365	1.98932	2.37209	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.06342	1.98996	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.06320	1.98951	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.06296	1.98927	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.06277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.06256	1.98761	2.36996	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.06235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.06216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.06196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.06177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.06159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.06140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.06123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.06105	1.98525	2.36624	2.62859	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.06088	1.98496	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.06071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.06055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.06039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.06023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.06006	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.05993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.05976	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.05964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.05950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.05936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.05922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.05908	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.05895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.05882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16596
111	0.67671	1.28922	1.05870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16525
112	0.67669	1.28916	1.05857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.05845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.05833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.05821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.05810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.05798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.05787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.05776	1.98010	2.35809	2.61776	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.05765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.90	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
121	0.67652	1.28659	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28653	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15836
123	0.67649	1.28647	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15771
124	0.67647	1.28642	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28636	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28631	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28625	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28620	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28615	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28610	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28605	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28600	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28595	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28590	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28585	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28581	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28576	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28572	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28567	1.65589	1.97716	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28563	1.65581	1.97703	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28558	1.65573	1.97689	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28554	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28550	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28546	1.65550	1.97656	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28542	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28538	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28534	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28530	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28526	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28522	1.65506	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28518	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28515	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28511	1.65487	1.97558	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28507	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28504	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28500	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28497	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28493	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28490	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14226
160	0.67603	1.28487	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

AR - RANIRY

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
161	0.67602	1.26603	1.05437	1.97481	2.34973	2.60071	3.14162
162	0.67601	1.26600	1.05431	1.97472	2.34959	2.60052	3.14130
163	0.67600	1.26677	1.05426	1.97462	2.34944	2.60033	3.14096
164	0.67599	1.26673	1.05420	1.97453	2.34930	2.60014	3.14067
165	0.67598	1.26670	1.05414	1.97445	2.34916	2.60095	3.14036
166	0.67597	1.26667	1.05408	1.97436	2.34902	2.60077	3.14005
167	0.67596	1.26664	1.05403	1.97427	2.34886	2.60059	3.13975
168	0.67595	1.26661	1.05397	1.97419	2.34875	2.60041	3.13945
169	0.67594	1.26658	1.05392	1.97410	2.34862	2.60023	3.13915
170	0.67594	1.26655	1.05387	1.97402	2.34848	2.60006	3.13886
171	0.67593	1.26652	1.05381	1.97393	2.34835	2.60009	3.13857
172	0.67592	1.26649	1.05376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.26646	1.05371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.26644	1.05366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.26641	1.05361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.26638	1.05356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13716
177	0.67588	1.26635	1.05351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13689
178	0.67587	1.26633	1.05346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.26630	1.05341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13636
180	0.67586	1.26627	1.05336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.26625	1.05332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.26622	1.05327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.26619	1.05322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.26617	1.05318	1.97294	2.34676	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.26614	1.05313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.26612	1.05309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.26610	1.05304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.26607	1.05300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.26605	1.05296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.26602	1.05291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13366
191	0.67578	1.26600	1.05287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.26598	1.05283	1.97240	2.34593	2.60166	3.13322
193	0.67576	1.26595	1.05279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.26593	1.05275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.26591	1.05271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.26589	1.05267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.26586	1.05263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.26584	1.05259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.26582	1.05255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.26580	1.05251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13146

A R - R A N I R Y

Lampiran 8 f Tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	10.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.26	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.01	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.59	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.48	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.19	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.58	2.47	2.38	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.06	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.96
34	4.13	3.26	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.48	2.37	2.28	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.46	2.36	2.27	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.45	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.44	2.34	2.25	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.44	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.58	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.56	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.01	1.97	1.93	1.90	1.87	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

AR - RANIRY

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.10	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.10	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.10	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.10	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.10	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.10	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.10	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.10	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.10	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.10	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.10	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.10	2.08	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.10	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.10	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.28	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.28	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.88	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.88	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Nuril Mukhlifida
NIM : 210603029
Tempat/Tanggal Lahir : Aceh Besar, 16 Mei 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswa
Agama : Islam
Alamat : Gp. Cot Meutiwan, Kec. Ingin Jaya,
Kab. Aceh Besar
Email : nurilmukhlifida653@gmail.com

Riwayat Pendidikan

MIN : MIN Lamjampok
SMP : SMPS Islam Al-Falah Abu Lam-U
SMA : SMAS Islam Al-Falah Abu Lam-U
Perguruan Tinggi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry

Data Orang Tua

Nama Ayah : Mukhtar Luthfi
Nama Ibu : Nurzarina
Alamat Orang Tua : Gp. Cot Meutiwan, Kec. Ingin Jaya,
Kab. Aceh Besar