

## PENGARUH *E-COMMERCE*, MODAL USAHA DAN PENGELOLAAN KEUANGAN TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN UKM DI KOTA MADIUN

Tisma Septiani Putri<sup>1</sup>, Sasmito Widi Nugroho<sup>2</sup>, Koerniawan Dwi Wibawa<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Madiun, Kota Madiun, Jawa Timur  
Corresponding email: [tismaputri257@gmail.com](mailto:tismaputri257@gmail.com)

### ARTICLE INFO

#### Article History

Submission : 29/07/2025  
Received : 14/12/2025  
Review : 25/02/2026  
Revised : 07/03/2026  
Accepted : 12/03/2026  
Publish : 11/04/2026

#### Keywords

*E-commerce*, Modal Usaha, Pengelolaan Keuangan, Usaha Kecil & Menengah

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of e-commerce, business capital, and financial management on the increase in income of SMEs in the trade sector in Madiun City. This type of research is quantitative using primary data. The population and sample in this study are small and medium-sized enterprises (SMEs) in the trade sector in Madiun City. The sampling technique used is purposive sampling, resulting in 100 SME actors as the sample. The method of data collection in this study is a field survey by distributing questionnaires to the respondents. The data in this study are primary data analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with Smart PLS (Partial Least Squares) software. The results of this study indicate that e-commerce has a positive effect on increasing income. Business capital has a positive effect on increasing income. Financial management does not affect increasing income.*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-commerce*, modal usaha, dan pengelolaan keuangan terhadap peningkatan pendapatan UKM sektor perdagangan di Kota Madiun. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan data primer. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah pelaku Usaha Kecil dan Menengah sektor perdagangan di Kota Madiun. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sehingga menghasilkan 100 pelaku UKM sebagai sampel. Metode pengumpulan data penelitian ini adalah survey lapangan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Data dalam penelitian ini merupakan data primer dengan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan perangkat lunak Smart PLS (*Partial Least Squares*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan. Modal usaha berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan. Pengelolaan keuangan menunjukkan tidak berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Berdasarkan UU Nomer 20 Tahun 2008, UMKM adalah kegiatan usaha yang dikelola perseorangan atau suatu entitas berbadan hukum dengan skala kecil hingga menengah. Di Madiun sendiri terdapat DisnakerKUKM, peranan DisnakerKUKM berfokus pada pengelolaan ketenagakerjaan dengan tugas utama untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja, memberikan perlindungan hak hak pekerja, serta menciptakan lapangan pekerjaan yang berkelanjutan. Peran UKM dalam perekonomian tidak bisa diabaikan, karena UKM terbukti memberikan kontribusi dalam perekonomian. Hal ini dibuktikan dengan peran UKM yaitu keterlibatannya dalam pembangunan, antara lain melalui kontribusinya terhadap PDB, kemampuannya dalam menciptakan lapangan pekerjaan, serta pengurangan kesenjangan antara daerah perkotaan dan pedesaan (Windusancono, 2021). Menurut data Kementrian Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (2024), jumlah pelaku usaha pada tahun 2023 di Indonesia tercatat 65.465.497 juta unit usaha. Jumlah ini menunjukkan peningkatan sebesar 2,02% dibandingkan tahun sebelumnya.

Kondisi UKM di Kota Madiun seperti halnya di daerah Indonesia lain, memiliki tantangan dan potensi yang signifikan. Kota Madiun dikenal sebagai daerah yang memiliki berbagai potensi di sektor pertanian, industri pengolahan, perdagangan, hotel dan restaurant, dll. Sektor yang mengalami pertumbuhan signifikan dalam jumlah usaha adalah sektor Industri Pengolahan dan Perdagangan, Hotel dan Restoran yang menunjukkan adanya dinamika dan perkembangan yang positif pada sektor ini. Namun sektor yang cenderung stabil tanpa perubahan signifikan adalah Pertambangan, Konstruksi dan Transportasi. Sektor yang memiliki potensi lebih besar seperti industri pengolahan dan sektor perdagangan, hal tersebut bisa meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian daerah.

Di sisi lain, UKM juga dihadapkan pada peluang yang datang dari meningkatnya kebutuhan masyarakat. Peluang ini dapat dimanfaatkan dengan memenuhi permintaan konsumen yang terus berkembang. Dalam upaya tersebut, UKM harus bisa kreatif dan inovatif dalam menyusun strategi yang efektif. Dengan peningkatan sistem pelayanan, mempunyai daya tarik sendiri serta menjadi keuntungan untuk meningkatkan kinerja UKM. Dalam peningkatan sistem tersebut, pelaku usaha bisa memanfaatkan dengan kemajuan teknologi, yaitu memulai dengan sistem jual beli secara digital. Bagi pelaku UKM, *e-commerce* memberi peluang untuk melayani konsumen lebih efisien karena tidak perlu menangani transaksi secara langsung dalam waktu bersamaan. Ketertarikan konsumen dengan penawaran *e-commerce* ini, tentunya membantu meningkatkan kinerja UKM.

Modal usaha berperan dalam mendukung perkembangan UKM. Tanpa adanya modal usaha yang cukup, pelaku usaha akan menghadapi kesulitan dalam memulai atau

memperluas operasional mereka yang pada akhirnya dapat menghambat potensi pendapatan yang diperoleh. Dengan ketersediaan modal yang cukup, UKM bisa meningkatkan kapasitas produk mereka, memenuhi permintaan pasar yang lebih besar, dan memperluas skala operasional mereka. Pengelolaan keuangan yang efisien berperan penting dalam mencapai kesuksesan bagi pelaku usaha. Seperti yang dijelaskan oleh Fauziah et.al., (2024) bahwa pengelolaan keuangan mencakup berbagai hal mulai dari perencanaan, penganggaran hingga pengumpulan dana, yang semuanya bertujuan untuk memastikan data dapat dikelola secara optimal. Menurut Martono & Febriyanti (2023) pemilik yang sudah paham dalam mengelola keuangan lebih mudah mencapai tujuan yang ditetapkan serta dapat mengatasi tantangan atau resiko yang mungkin timbul. Kemudian, jika aspek keuangan tidak dikelola meskipun operasional berjalan lancar, hal ini dapat menyebabkan gangguan pada arus kas yang akhirnya berdampak buruk pada usaha tersebut.

### **Landasan Teori**

Peneliti menggunakan pendekatan teori difusi inovasi Bagi Rogers, difusi inovasi diartikan sebagai proses sosial yang mengkomunikasikan informasi tentang ide baru yang dipandang secara subjektif (Rogers et al., 2019). Makna inovasi dengan demikian perlahan lahan dikembangkan melalui *konstruksi social*. Sehingga proses difusi inovasi menurut (Rogers et al., 2019) mencakup empat elemen yaitu: (1) Bentuk inovasi dan sejumlah karakteristik inovasinya, (2) Saluran komunikasi digunakan untuk menyebarkan inovasi kepada masyarakat, (3) Jangka waktu, (4) Sistem sosial. Teori difusi dianggap sebagai dengan penelitian ini karena pada teori difusi inovasi menjelaskan tentang bagaimana proses inovasi yang dapat dilakukan berbagai bidang. Dalam bidang ekonomi, teori difusi inovasi dikembangkan dalam bentuk *e-commerce*.

Teori manajemen keuangan merupakan kegiatan yang mengatur tentang pengolahan, pendanaan serta penggunaan modal pada suatu perusahaan untuk mencapai suatu tujuan. Tujuan manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan atau memaksimalkan kemakmuran bagi pemegang saham. Fungsi manajemen keuangan adalah mendukung perusahaan atau organisasi dalam menetapkan tujuan untuk mencapai keuntungan optimal. Selain itu, fungsi ini juga berperan dalam mengidentifikasi potensi kendala yang dapat muncul dalam proses pengambilan keputusan keuangan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Pendekatan kuantitatif dipilih dalam penelitian, dengan tujuan mengidentifikasi serta mengukur pola keterkaitan bagi variabel yang bersifat korelasional. Pendekatan yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan jenis penelitian explanatory research

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian mencakup pelaku usaha yang bergerak di sektor perdagangan, hotel dan restaurant di Kota Madiun sejumlah 14.738 pelaku usaha. Penetapan sampel berupa pelaku usaha sektor perdagangan, hotel dan Restaurant di Kota Madiun yang terdaftar di DisnakerKUKM.

### Teknik Sampling

Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Perhitungan menggunakan rumus slovin yang menghasilkan 100 sampel. Sampel tersebut terdiri dari pelaku usaha yang berlokasi di Kota Madiun dan telah memenuhi kriteria tertentu.

### Sumber Data

Ada dua sumber data yakni data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari jawaban responden yang disebarkan melalui kuesioner. Data sekunder berasal dari internet, dokumen, jurnal dan artikel terkait.

### Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui survey lapangan menggunakan kuesioner yang diberikan untuk responden. Pengukuran dalam penelitian ini mengukur opini responden menggunakan skala likert (Sugiyono, 2019). Instrumen pengukuran ada lima yaitu: (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Netral, (4) Setuju, (5) Sangat Setuju.

### Teknik Analisis Data

Teknik ini dianalisis dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. PLS-SEM terdiri dari dua jenis model utama yaitu model pengukuran yang menggambarkan keterkaitan konstruk dan indikatornya dan model struktural yang menggambarkan hubungan antara konstruk endogen dalam suatu penelitian.

### Outer Model

Uji validitas dilakukan dengan melihat nilai *Convergent Validity* dengan acuan cross loading  $>0,7$ . *Discriminant Validity* dengan skor *outer loading*  $>0,7$  maka indikator dikatakan valid. Average Variance Extracted (AVE) dengan acuan  $>0,5$ . (Hair et al., 2021). Uji reliabilitas dilakukan dengan dua metode yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Suatu instrumen penelitian dikatakan dapat diandalkan jika *Composite Reliability* harus lebih besar 0,70 dan *Cronbach's Alpha* dengan lebih besar 0,70. (Hair et al., 2021).

### Inner Model

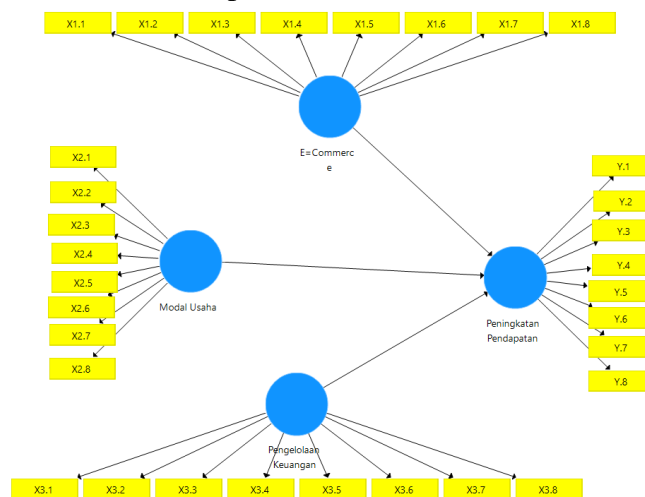
Nilai R-square bisa menjelaskan seberapa besar pengaruh pada variabel *eksogen* terhadap variabel *endogen*. Kriteria R-Square sebagai berikut: 0.75 (kuat),  $\geq 0.50 - 0,75$  (sedang),  $\geq 0.25$  lemah (buruk) (Hair et al., 2021). *Path coefficient* berada dalam rentang -1 dan +1. Koefisien yang mendekati -1 mengindikasikan adanya pengaruh negatif, maka nilai yang mendekati +1 menunjukkan pengaruh positif (Hair et al., 2021)

## Hipotesis

Nilai t-tabel menggunakan satu arah (one-tailed). Jika nilai t-statistik  $>1,660$  dan P-value  $> 0,05$  maka hipotesis dinyatakan diterima. Sedangkan nilai t-statistik  $<1,660$  dan P-value  $< 0,05$  maka hipotesis tidak diterima.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang diperoleh dari penelitian ini berasal dari 100 responden pelaku UKM di Kota Madiun melalui pembagian kuesioner yang telah disebar melalui Google Form dengan menggunakan metode purposive sampling dan menggunakan rumus slovin dengan batas minimal sampel yang memenuhi syarat margin of error 10%. Hasil pengujian hipotesis disajikan dalam bagian ini sebagai bentuk analisis verifikatif untuk mengkaji *pengaruh e-commerce, modal usaha, dan pengelolaan keuangan terhadap peningkatan pendapatan* yang diolah menggunakan SmartPLS 3.0. Adapun model penelitian diuji dalam analisis ini ditampilkan dibawah ini:



Gambar 1 Model Penelitian

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

## Convergent Validity

Suatu indikator dianggap memiliki validitas yang kuat apabila korelasinya lebih dari 0,70 Indikator dengan nilai dibawah 0,70 sebaiknya dipertimbangkan untuk dihapus.

Tabel 1 Nilai Outer Loadings

Nama Indikator	Hasil Outer Loadings	Keterangan
E-commerce		
X1.1	0,729	Valid
X1.2	0,820	Valid
X1.3	0,742	Valid
X1.4	0,727	Valid

Nama Indikator	Hasil <i>Outer Loadings</i>	Keterangan
X1.5	0,702	Valid
X1.6	0,882	Valid
X1.7	0,863	Valid
X1.8	0,781	Valid
Modal Usaha		
X2.1	0,826	Valid
X2.2	0,770	Valid
X2.3	0,718	Valid
X2.4	0,755	Valid
X2.5	0,760	Valid
X2.6	0,791	Valid
X2.7	0,718	Valid
X2.8	0,708	Valid
Pengelolaan Keuangan		
X3.1	0,768	Valid
X3.2	0,782	Valid
X3.3	0,827	Valid
X3.4	0,777	Valid
X3.5	0,702	Valid
X3.6	0,768	Valid
X3.7	0,750	Valid
X3.8	0,771	Valid
Peningkatan Pendapatan		
Y.1	0,720	Valid
Y.2	0,761	Valid
Y.3	0,779	Valid
Y.4	0,719	Valid
Y.5	0,740	Valid
Y.6	0,736	Valid
Y.7	0,755	Valid
Y.8	0,748	Valid

Sumber : Data Primer diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SEM-PLS pada Tabel 1, dapat dilihat bahwa nilai dari *outer model* atau korelasi antara konstruk dengan indikator telah memenuhi kriteria *convergent validity* dengan *loading factor* seluruhnya diatas 0,70 sehingga tidak perlu adanya modifikasi model untuk mengeliminasi indikator dengan nilai dibawah ambang batas tersebut.

#### **AVE (*Average Variance Extracted*)**

AVE mempresentasikan rata-rata varians yang berhasil dijelaskan oleh indikator terhadap konstraknya. Nilai AVE dianggap memenuhi syarat apabila berada pada angka 0,50 atau lebih tinggi.(Hair et al., 2021)

Tabel 2 Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
<i>E-commerce</i>	0,614	Valid
Modal Usaha	0,573	Valid
Pengelolaan Keuangan	0,591	Valid
Peningkatan Pendapatan	0,555	Valid

Sumber : Data primer diolah peneliti (2025)

Variabel *e-commerce*, modal usaha, pengelolaan keuangan dan peningkatan pendapatan pada Tabel 2 menunjukkan lebih dari 0,50. Seluruh variabel dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria *convergent validity*, sehingga analisis dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

### Discriminant Validity

*Discriminant Validity* bertujuan dalam memastikan setiap konstruk variabel laten benar-benar berbeda dengan variabel lainnya. Suatu variabel dikatakan memiliki *discriminant validity* yang memadai apabila nilai cross loading setiap indikator lebih tinggi terhadap variabelnya sendiri dibandingkan dengan cross loading terhadap variabel lain.

Tabel 3 Disriminant Validity (Cross Loading)

Indikator	<i>E-commerce</i>	Modal Usaha	Pengelolaan Keuangan	Peningkatan Pendapatan
X1.1	0.729	0.237	0.228	0.465
X1.2	0.820	0.452	0.502	0.536
X1.3	0.742	0.270	0.254	0.385
X1.4	0.727	0.259	0.202	0.388
X1.5	0.702	0.346	0.232	0.325
X1.6	0.882	0.340	0.298	0.522
X1.7	0.863	0.311	0.259	0.486
X1.8	0.781	0.411	0.390	0.469
X2.1	0.328	0.826	0.452	0.471
X2.2	0.327	0.770	0.431	0.421
X2.3	0.295	0.718	0.477	0.367
X2.4	0.351	0.755	0.354	0.395
X2.5	0.377	0.760	0.405	0.461
X2.6	0.357	0.791	0.537	0.479
X2.7	0.271	0.718	0.533	0.456
X2.8	0.231	0.708	0.576	0.332
X3.1	0.371	0.474	0.768	0.419
X3.2	0.261	0.460	0.782	0.330
X3.3	0.407	0.494	0.827	0.439
X3.4	0.271	0.427	0.777	0.270
X3.5	0.214	0.505	0.702	0.205

Indikator	E-commerce	Modal Usaha	Pengelolaan Keuangan	Peningkatan Pendapatan
X3.6	0.230	0.497	0.768	0.293
X3.7	0.287	0.498	0.750	0.322
X3.8	0.259	0.472	0.771	0.400
Y.1	0.343	0.274	0.124	0.720
Y.2	0.391	0.414	0.372	0.761
Y.3	0.416	0.509	0.389	0.779
Y.4	0.389	0.328	0.235	0.719
Y.5	0.451	0.380	0.289	0.740
Y.6	0.449	0.379	0.244	0.736
Y.7	0.431	0.402	0.397	0.755
Y.8	0.533	0.571	0.519	0.748

Sumber : Data Primer diolah peneliti (2025)

Hasil pengolahan *Discriminant Validity* pada Tabel 3 dapat ditarik kesimpulan bahwa masing-masing konstruk laten menunjukkan nilai lebih tinggi daripada indikator dalam bloknnya sendiri dibandingkan dengan indikator pada konstruk lain. Nilai *cross Loadings* di dalam blok tersebut nilainya  $>0,50$  dan lebih tinggi terhadap variabelnya dibanding variabel lain. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak adanya tumpah tindih antar konstruk, sehingga discriminant validity terpenuhi dan model pengukuran dikatakan layak (Hair et al., 2021).

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dalam membuktikan akurasi, konsistensi serta ketetapan instrument dalam pengukuran konstruk. *Composite reliability* dengan nilai  $> 0,70$  variabel tersebut dinyatakan sebagai reliabilitas. Jika suatu *Cronbach's alpha*  $> 0,70$  maka konstruk tersebut dianggap memenuhi kriteria reliabilitas (Hair et al., 2021).

Tabel 4 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
E-Commerce (X1)	0.909	0.927	Reliabel
Modal Usaha (X2)	0.893	0.914	Reliabel
Pengelolaan Keuangan (X3)	0.902	0.920	Reliabel
Peningkatan Pendapatan (Y)	0.886	0.909	Reliabel

Sumber : Data primer diolah peneliti (2025)

Berdasarkan dari Tabel 4, nilai *composite reliability* tiap variabel diatas angka 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Selain itu, nilai *cronbach's alpha* juga berada diatas 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memenuhi kriteria reliabilitas yang baik.

### R-Square

Koefisien determinasi R-Square mencerminkan bagaimana variabel terikat dipengaruhi oleh variabel lainnya. Semakin tinggi nilai R-Square, maka semakin baik kemampuan model dalam menjelaskan variabel endogen (Tampubolon, 2023).

**Tabel 5 Nilai R-Square**

	<b>R Square Adjusted</b>
Peningkatan Pendapatan	0.449

Sumber : Data primer diolah (2025)

Hasil pengujian menunjukkan nilai *R-Square* 0,449 yang dapat diartikan bahwa moderat karena lebih dari 33% namun kurang dari 67% . Ini menunjukkan bahwa ketiga variabel dapat menjelaskan secara sedang sebesar 44,9% dari total varian variabel peningkatan pendapatan.

### Path Coefficients

Path coefficient dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atau hubungan antara variabel eksogen terhadap variabel endogen. Jika semakin mendekati nilai +1 menunjukkan bahwa hubungan antar konstruk bersifat positif dan kuat, sedangkan semakin mendekati -1 menunjukkan bahwa hubungan bersifat negatif.

**Tabel 6 Path Coefficient**

	<i>Path Coefficient</i>	<b>Keterangan</b>
<i>E-Commerce</i>	0.402	Berpengaruh positif
Modal Usaha	0.340	Berpengaruh positif
Pengelolaan Keuangan	0.089	Berpengaruh positif

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa seluruh hubungan antar variabel bernilai positif. Kondisi ini menunjukkan kecenderungan hubungan variabel yang searah. Dengan kata lain, semakin tinggi penerapan e-commerce, ketersediaan modal usaha dan pengelolaan keuangan baik maka semakin tinggi pula potensi peningkatan pendapatan yang dicapai.

### Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis ini harus memenuhi dua kriteria, Pertama, nilai t-statistic harus menunjukkan pengaruh signifikan dari hubungan antar variabel, yang diperoleh dari hasil pengolahan data sebelumnya. Kedua, nilai P-value harus berada dibawah tingkat signifikansi yang telah ditetapkan. Asumsi dasar dalam pengujian hipotesis menyatakan bahwa hipotesis dapat diterima apabila kedua kriteria tersebut terpenuhi secara bersamaan. Jika salah satu atau keduanya tidak memenuhi syarat, maka hipotesis

dinyatakan ditolak (Subhaktiyasa, 2024). Kriteria pengambilan keputusan berdasarkan nilai t-statistik  $>1,660$  dengan nilai P-value 0,005. Apabila nilai t-statistik  $>1,660$  dan P-value  $\leq 0,05$  maka hipotesis diterima.

**Tabel 7 Hasil uji hipotesis**

	t- Statistics	P Values
E-Commerce -> Peningkatan Pendapatan	3.856	0.000
Modal Usaha -> Peningkatan Pendapatan	3.684	0.000
Pengelolaan Keuangan -> Peningkatan Pendapatan	0.812	<b>0.417</b>

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

### **Pengaruh *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan**

Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa variabel *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan yang dipadatkan dilihat dari nilai t-statistic sebesar  $3.856 > 1,660$  hal ini membuktikan jika hipotesis memiliki pengaruh yang signifikan. P-value  $0,000 < 0,05$ , maka disimpulkan bahwa *e-commerce* secara signifikan memiliki pengaruh terhadap peningkatan pendapatan sehingga **H1 dapat diterima**. Pelaku UKM bisa mudah menarik perhatian pembeli lewat media sosial yang didukung fitur dan keunggulan yang ditawarkan platform *e-commerce*. Temuan ini sejalan dengan (Gladys Yuliasasianti et al., 2023) menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan. Hal ini disebabkan karena teknologi informasi khususnya *e-commerce* berefek terhadap peningkatan jumlah produksi, jumlah pesanan yang diterima, dll. Hal ini tentunya meningkatkan peluang penjualan lebih besar dibandingkan mengandalkan pasar konvensional. Kemudian keberadaan *e-commerce* juga memberikan kemudahan karena dapat diakses dimanapun dan kapanpun guna meningkatkan pendapatan.

### **Pengaruh modal usaha terhadap peningkatan pendapatan**

Pengaruh modal usaha terhadap peningkatan pendapatan menghasilkan nilai t-statistic sebesar  $3.684 > 1,660$  menunjukkan bahwa hipotesis memiliki pengaruh yang signifikan. P-value  $0,000 < 0,05$ , maka disimpulkan bahwa modal usaha secara signifikan memiliki pengaruh terhadap peningkatan pendapatan sehingga **H2 dapat diterima**. Tanpa adanya modal usaha, maka pelaku usaha akan kesulitan untuk mengembangkan usahanya. Modal yang cukup bisa membuat para pelaku UKM memiliki kebebasan dalam menjalankan aktivitas bisnis menjadi produktif dan efisien. Hasil penelitian juga sejalan dengan (Nurmalasari, 2023) bahwa ukuran suatu usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha sangat ditentukan oleh jumlah modal yang dimiliki. Semakin besar skala usaha yang dijalankan,

maka semakin besar pula peluang untuk memperoleh pendapatan yang optimal.

### **Pengaruh pengelolaan keuangan terhadap peningkatan pendapatan**

Pengaruh pengelolaan keuangan terhadap peningkatan pendapatan menghasilkan nilai t-statistic sebesar  $0.812 < 1,660$  bahwa hipotesis tidak memiliki pengaruh yang signifikan. P-value  $0,417 < 0,05$ , maka disimpulkan bahwa pengelolaan keuangan secara tidak signifikan tidak memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan sehingga **H3 tidak diterima**. Hal ini terjadi karena berbagai kemungkinan, yaitu rendahnya literasi keuangan, kurangnya pemanfaatan hasil pengelolaan keuangan dll. Penelitian ini menghasilkan bukti yang baru yaitu (Saputri & Sendayani, 2021) temuan tersebut mencerminkan jika pengelolaan keuangan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan. Dimana pengelolaan keuangan harus dengan baik, untuk meningkatkan pendapatan dengan melakukan penerapan strategi pemasaran yang optimal.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

- a) *E-commerce* (X1) berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UKM di Kota Madiun. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan platform memungkinkan pelaku usaha bisa menjangkau pasar yang lebih luas, memperluas strategi pemasaran dll.
- b) Modal Usaha (X2) berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UKM di Kota Madiun. Ketersediaan modal yang memadai memungkinkan pelaku UKM bisa meningkatkan jumlah produksi, memperluas jangkauan pasar, dan memenuhi permintaan pasar.
- c) Pengelolaan Keuangan (X3) tidak berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UKM di Kota Madiun. Kemungkinan hal ini disebabkan oleh rendahnya tingkat literasi keuangan di pelaku usaha atau karena perhatian mereka lebih terfokus kegiatan produksi dan pemasaran daripada pengelolaan keuangan yang sistematis.

### **Saran**

- a) Studi ini bisa dijadikan dasar referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai pengaruh *e-commerce*, modal usaha, pengelolaan keuangan dan pendapatan UKM terhadap UKM di sektor lain, seperti pertanian, transportasi, keuangan dll di Kota Madiun.
- b) Penelitian selanjutnya bisa lebih mendalam tentang faktor faktor yang dapat memoderasi atau memediasi hubungan antara *e-commerce*, modal usaha, pengelolaan keuangan dan pendapatan UKM yang dapat memberikan wawasan lebih lanjut tentang dinamika yang terjadi.

- c) Untuk pengembangan penelitian mendatang, disarankan menambah variabel lain yang berpotensi terhadap peningkatan pendapatan, seperti inovasi produk, strategi pemasaran dll guna memberikan gambaran yang komprehensif.

### DAFTAR PUSTAKA

- Fauziah, R., Husadha, C., Rossa, E., Pangaribuan, D., & Yuniati, T. (2024). Pengaruh Inklusi Keuangan, Literasi Keuangan, Dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Yang Terdaftar Di Dinas Koperasi Dan Ukm Kota Bekasi. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(3), 1586–1609. <https://doi.org/10.55681/sentri.v3i3.2435>
- Gladys Yuliasianty, D., Nurhidayah, A., Nur Yesifa, A., Santika, L., & Halimah, A. (2023). Pengaruh E-commerce dalam Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Semarang. *Jurnal Potensial*, 2(1), 1–9. <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/potensial>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Evaluation of Formative Measurement Models*. Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_5)
- Nurmalasari, S. (2023). Pengaruh E-Commerce, Inovasi Produk Dan Modal Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), 285–292. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i3.1289>
- Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2019). Diffusion of innovations. *An Integrated Approach to Communication Theory and Research, Third Edition, December 2016*, 415–433. <https://doi.org/10.4324/9780203710753-35>
- Saputri, W. A., & Sendayani, R. (2021). Analisis Modal Kerja & Pengelolaan Keuangan Terhadap Pendapatan Umkm (Studi Kasus Umkm Srikandi Di Samarinda). *Borneo Student Research (BSR)*, 2(1), 1340–1346. <https://journals.umkt.ac.id/index.php/bsr/article/download/1601/720>
- Soegiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). *PLS-SEM for Multivariate Analysis : A Practical Guide to Educational Research using SmartPLS*. 4(3).
- Tampubolon, M. (2023). Metode Penelitian Metode Penelitian. In *Metode Penelitian Kualitatif* (Vol. 3, Issue 17). CV. EUREKA MEDIA AKSARA. [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)
- Windusancono, B. A. (2021). Upaya Percepatan Pertumbuhan Umkm Di Indonesia. *MIMBAR ADMINISTRASI FISIP UNTAG Semarang*, 18(2), 1–14. <http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/mia/article/view/2528>