



Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis Politeknik Caltex Riau

<https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jakb/>

| e- ISSN : 2476-9460 (Online) | p- ISSN : 2085-0751 (Print)

Pengaruh Pembayaran Digital Dan *E-Commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Di Desa Celep Kabupaten Sidoarjo

Siti Nur Syarif'ah¹, Chairil Anwar², Achmad Wicaksono³, Dian Fahriani⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Akuntansi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Rangkah Kidul, Sidoarjo, Sidoarjo, Jawa Timur 6123

*Korespondensi : 32421024.mhs@unusida.ac.id

Volume 18

Nomor 1

Halaman 55 - 63

Pekanbaru, 31 Mei 2025

Tanggal Masuk :

23 April 2025

Tanggal Revisi :

16 Mei 2025

Tanggal Diterima :

25 Mei 2025

Kata Kunci :

Pembayaran Digital, E-commerce, peningkatan pendapatan, UMKM

Mengutip ini sebagai :

Siti Nur Syarif'ah, C. A. (2025). Pengaruh Pembayaran Digital dan E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Desa Celep Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 18 Nomor 1, 55-63.

Abstrak

Tujuan Utama – Untuk mengetahui pengaruh pembayaran digital dan e-commerce terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Desa Celep, Kabupaten Sidoarjo.

Metode - Jenis Penelitian: Kuantitatif, Sampel: 237 responden (pelaku UMKM di Desa Celep, Teknik Pengumpulan Data: (tidak dijelaskan secara eksplisit, namun bisa diasumsikan berupa kuesioner atau survei berdasarkan metode kuantitatif)

Temuan Utama – Untuk mengetahui pengaruh pembayaran digital dan e-commerce terhadap peningkatan Pemnayaran digital berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Implikasi Teori dan Kebijakan – Mendukung teori bahwa transformasi digital dapat meningkatkan kinerja ekonomi UMKM, termasuk didaderah pedesaan.

Kebaruhan Penelitian – MendukungMemberikan focus pada konteks pedesaan (Desa Celep), yang masih jarang diteliti,, karena sebagian besar studi serupa dilakukan di wilayah perkotaan.

Abstract

Main Purpose - To determine the effect of digital payments and e-commerce on increasing MSME income in Celep Village, Sidoarjo Regency.

Method: Quantitative, Sample: 237 respondents (MSME actors in Celep Village), Analysis Technique:, Data Collection Technique: (not explicitly explained, but can be assumed to be a questionnaire or survey based on quantitative methods).

Key Findings - To determine the effect of digital payments and e-commerce on increasing Digital payments have a positive effect on increasing MSME income.

Theoretical and Policy Implications Supports the theory that digital transformation can improve the economic performance of MSMEs, including in rural areas.

Research Novelty Supports Focus on the rural context (Celep Village), which is still rarely studied, because most similar studies are conducted in urban areas.

Pendahuluan

Setiap individu menginginkan kehidupan yang layak dengan mencukupi kebutuhan finansial seperti sandang, pangan, dan papan. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, berbagai upaya dapat dilakukan, salah satunya dengan mendirikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM menyediakan akses modal pinjaman, regulasi yang jelas, serta edukasi kewirausahaan, yang menjadi strategi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dukungan dari pemerintah berpotensi menciptakan lebih banyak lapangan kerja dan memperkuat perekonomian Indonesia yang berpotensi menciptakan lebih banyak lapangan kerja dan memperkuat perekonomian Indonesia.

UMKM memiliki peran krusial dalam perekonomian suatu negara di tengah globalisasi dan pesatnya kemajuan teknologi. Mereka berfungsi sebagai pilar utama ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta mendorong pertumbuhan ekonomi secara menyeluruh. Di Indonesia, sektor UMKM juga memegang peranan penting dalam pengembangan ekonomi nasional (Wicaksono et al., 2023).

Penggunaan pembayaran digital di Indonesia meningkat pesat, terutama sejak pandemi COVID-19. Konsumen lebih memilih metode pembayaran yang cepat dan praktis, sehingga UMKM harus memanfaatkan teknologi agar tetap bersaing. Saat ini, masyarakat lebih suka menggunakan uang digital dibandingkan uang tunai. Pembayaran digital, atau e-money, menjadi solusi yang lebih efisien dan ekonomis. Transaksi non-tunai biasanya dilakukan melalui transfer antar bank atau dalam satu bank menggunakan jaringan internal (Zulfikar, 2023).

Perkembangan teknologi di era digital sangat memengaruhi berbagai bidang, termasuk ekonomi. Teknologi digital telah mengubah cara bisnis beroperasi di seluruh dunia,

termasuk di Indonesia. UMKM, sebagai tulang punggung ekonomi nasional, berkontribusi sekitar 61% terhadap PDB dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2023).

Saat ini, kebutuhan individu terhadap berbagai fasilitas internet semakin meningkat, tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti sandang, pangan, dan papan, tetapi juga dalam mempertimbangkan layanan, kualitas, dan harga suatu produk atau jasa. Kondisi ini menciptakan peluang bagi banyak perusahaan *E-commerce* untuk menghadirkan pasar dalam bentuk transaksi jual beli online. Akibatnya, penggunaan *E-commerce* oleh masyarakat menjadi salah satu sarana dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari (Muzakki et al., 2022).

UMKM telah menerapkan digitalisasi dalam kegiatan usahanya. Pemanfaatan digitalisasi ini memungkinkan UMKM untuk meningkatkan daya saing baik di pasar domestik maupun internasional. Selain itu, penelitian tersebut juga mengungkapkan bahwa konsumen di Indonesia kini semakin terbiasa melakukan pembelian barang secara daring (Kriswibowo et al., 2020).

UMKM tetap menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi. Salah satu faktor yang mendukung pertumbuhan ini adalah kemampuan UMKM dalam menciptakan produk yang bisa dipasarkan. Dengan memanfaatkan teknologi, pelaku UMKM memiliki peluang besar di era digital saat ini. Di Sidoarjo merupakan pusat industri dan UMKM yang tengah berkembang pesat (Fahriani et al., 2023).

Menurut (Rianty et al., 2021) *E-Commerce* terbukti efektif dalam membantu UMKM memperluas pasar. UMKM yang memanfaatkan platform ini mengalami peningkatan pendapatan hingga 50%

dibandingkan yang tidak menggunakannya. Selain itu, *e-commerce* memungkinkan penggunaan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas produk. Dengan akses pasar yang lebih luas, UMKM dapat bersaing lebih baik di tengah persaingan yang semakin ketat

Digitalisasi, atau yang sering disebut digitisasi, merupakan proses perubahan dari teknologi analog, baik dalam bentuk mekanik maupun elektronik, menjadi teknologi digital. Transformasi ini sangat terkait dengan perkembangan internet dan teknologi komputer, di mana penggunaan perangkat canggih bertujuan untuk mempermudah aktivitas manusia. Dalam sistem pembayaran, terdapat dua metode utama, yaitu pembayaran tunai dan non-tunai. Pembayaran tunai mengharuskan pembeli memberikan uang secara langsung kepada penjual, sedangkan metode non-tunai menawarkan lebih banyak variasi. Salah satu bentuk pembayaran non-tunai adalah pembayaran digital, yaitu sistem yang dirancang khusus untuk memproses transaksi secara elektronik melalui internet (Dinia et al., 2023).

Menurut (Anggraeni et al., 2022), pembayaran digital merupakan salah satu bentuk teknologi *e-commerce* yang berfungsi sebagai layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran. Data ini digunakan sebagai metode transaksi, baik dengan kartu maupun uang elektronik. Adapun indikator pembayaran digital mencakup kecepatan, kemudahan, efisiensi, dan transparansi.

E-commerce merupakan teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang terus berkembang untuk menghubungkan bisnis, konsumen, serta komunitas tertentu. Selain itu, *e-commerce* juga menjadi metode berbelanja atau berdagang yang dilakukan secara online dengan memanfaatkan internet.

Beberapa situs web menyediakan layanan pemesanan dan pengantaran (*get and deliver*), yang berkontribusi dalam mengubah strategi pemasaran serta menekan biaya operasional bagi pelaku usaha yang menjalankan perdagangan melalui internet (Widani et al., 2019).

Dalam beberapa tahun terakhir, *e-commerce* telah berkembang pesat dan menjadi lebih canggih. Secara umum, istilah tersebut merujuk pada aktivitas penjualan barang dan jasa melalui internet, yang sebelumnya sering dikaitkan dengan sekadar membuat situs web untuk mempromosikan produk. Saat ini, bisnis *e-commerce* telah menghadirkan toko online yang memungkinkan konsumen menjelajahi ribuan produk, melakukan pemesanan, memilih metode pengiriman, serta membayar melalui kartu kredit, ATM, atau *mobile banking*.

Menurut (Wildani, 2022), terdapat beberapa indikator yang memengaruhi keberhasilan *e-commerce*, di antaranya adalah kemudahan akses, kemudahan dalam bertransaksi, ketersediaan modal, keamanan transaksi, serta kecepatan dalam proses layanan.

Pendapatan adalah hasil yang diperoleh dari pekerjaan, baik di bidang bisnis maupun bidang lainnya. Dalam administrasi, pendapatan mengacu pada sejumlah uang yang diterima oleh individu atau perusahaan dari berbagai sumber, seperti gaji, tarif layanan, sewa, komisi, pengeluaran, serta tunjangan atau keuntungan. Pendapatan nasional merupakan keseluruhan pendapatan yang diperoleh oleh warga negara, perusahaan, dan pemerintah dalam suatu negara selama periode tertentu. Umumnya, pendapatan nasional dihitung dalam jangka waktu satu tahun dan dikenal sebagai Produk Domestik Bruto (PDB). PDB dihitung dengan

menjumlahkan seluruh nilai barang dan jasa yang telah diproduksi dalam suatu negara (Apriliana, 2022).

Indikator pendapatan yang diadaptasi dari Danang (2017) dalam penelitian (Thori, 2023) mencakup beberapa aspek, yaitu pendapatan atau omset penjualan, keuntungan usaha, jam kerja pedagang, serta jumlah tenaga kerja.

Penggunaan teknologi digital terus meningkat seiring dengan ketersediaan dan kemudahan perangkat elektronik. Dalam era globalisasi saat ini, adopsi teknologi informasi adalah keharusan. Pengembangan model aplikasi bisnis berbasis web menjadi kunci utama dalam konteks UMKM untuk meningkatkan daya saing. Menurut wawancara, penggunaan e-commerce dapat meningkatkan pendapatan bersih dari penjualan hingga 20% hingga 30%. Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menekankan bahwa ada banyak faktor yang mempengaruhi kemampuan UMKM untuk mendapatkan dan mengelola keuntungan. UMKM dapat memperluas jangkauan pelanggan dan meningkatkan volume penjualan dengan mendapatkan akses ke pasar, baik lokal maupun internasional. Selain itu, kebijakan pemerintah yang mendukung, seperti insentif, pelatihan, dan pengurangan hambatan birokrasi, sangat penting untuk meningkatkan pendapatan UMKM (Ayem et al., 2024).

Dengan pesatnya perkembangan teknologi, pembayaran digital dan *e-commerce* berperan dalam meningkatkan pendapatan UMKM. Namun, banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) masih mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen serta persaingan pasar yang semakin ketat di era digital.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus wilayah pedesaan, yaitu Desa Celep, Kabupaten Sidoarjo, yang belum banyak dikaji dalam studi sebelumnya mengenai digitalisasi UMKM. Penelitian ini secara empiris mengukur pengaruh pembayaran digital dan *e-commerce* terhadap pendapatan UMKM di wilayah dengan keterbatasan infrastruktur dan literasi digital, sehingga memberikan kontribusi baru dalam pengembangan literatur dan kebijakan digitalisasi UMKM yang lebih inklusif.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pembayaran Digital dan *E-Commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Desa Celep, Kabupaten Sidoarjo.”

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2020), metode kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme dan umumnya digunakan untuk mengkaji populasi atau sampel tertentu. Data dikumpulkan melalui instrumen penelitian, kemudian dianalisis secara kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.

Penelitian ini dilakukan di UMKM yang ada di Desa Celep, Kecamatan Sidoarjo yang bertujuan untuk mengetahui apakah pembayaran digital dan *E-commerce* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Desa Celep Kabupaten Sidoarjo

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan karakteristik dan kualitas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dikaji dan dijadikan dasar dalam penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah para pelaku UMKM yang tergabung dalam paguyuban di Desa Celep,

Kabupaten Sidoarjo, dengan total sebanyak 584 pengusaha. Metode ini digunakan untuk mempermudah dalam menentukan sampel yang representatif dibandingkan dengan teknik pengambilan sampel secara acak sederhana atau bertingkat. Dari total 584 UMKM yang ada di Desa Celep, Kabupaten Sidoarjo, ditetapkan batas toleransi kesalahan sebesar 5%. Dengan demikian, jumlah minimal sampel yang mewakili populasi dalam penelitian ini adalah 237 responden.

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2020), data kuantitatif merupakan informasi penelitian berbentuk angka yang dianalisis secara statistik. Data dikumpulkan melalui penyebaran angket atau kuesioner kepada responden.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan data primer. Menurut Sugiyono (2019) dalam (Cahyadi, 2022), data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari lapangan. Dalam penelitian ini, data primer

dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada pelaku UMKM di Desa Celep, Kabupaten Sidoarjo.

Hasil dan Pembahasan

Uji instrumen penelitian untuk mengetahui validitas dan reabilitas menggunakan 237 responden. Uji validitas secara keseluruhan diketahui bahwa nilai r hitung $> r$ tabel 0,318 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dinyatakan valid. Uji reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS. Pada variabel Pembayaran Digital (X1) mendapatkan hasil *Cronbach Alpha* 0,631 $>$ 0,60, *E-commerce* (X2) mendapatkan hasil *Cronbach Alpha* 0,627 $>$ 0,60 dan Peningkatan pendapatan (Y) mendapatkan hasil dari *Cronbach Alpha* 0,630 $>$ 0,60. Uji tersebut mendapatkan hasil *Cronbach Alpha* untuk variabel Pembayaran Digital (X₁), *E-commerce* (X₂) dan Peningkatan Pendapatan (Y) di atas 0,60. Dengan itu, dinyatakan bahwa variabel variabel tersebut reliabel.

Tabel 1. Uji Normalitas

		Unstandardized
		Residual
N		237
Normal Parameters ^{a,B}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.30134562
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.052
	Negative	-.100

Test Statistic	.100
Asymp. Sig. (2-Tailed)	.200 ^c

Sumber : Data Diolah SPSS 27

Uji normalitas yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS mendapatkan hasil *Asymp. Sig. (2-tailed)* variabel Pembayaran Digital (X1), *E-Commerce* (X2) dan Peningkatan Pendapatan (Y) > 0.05 . Dengan ini, hasil uji ini mendapatkan data berdistribusi normal.

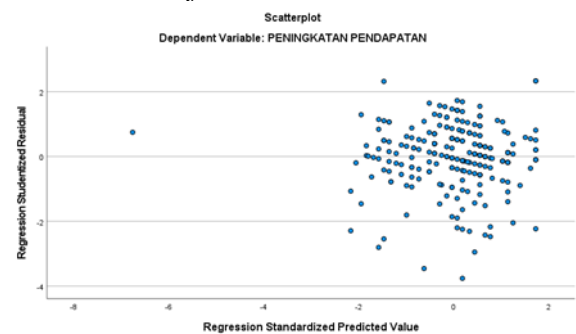
Uji multikolinearitas memiliki tujuan menguji apabila dalam regresi yang dapat berbentuk korelasi tinggi di dalam variabel bebas atau tidak. Pengujian ini menggunakan dasar sebagai berikut: a) Apabila mempunyai angka tolerance diatas > 0.1 terjadi gejala multikolinearitas. b) Apabila memiliki nilai VIF dibawah < 10.00 tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Hasil uji multikolinieritas yang dilakukan menggunakan aplikasi SPSS menghasilkan nilai *Tolerance* variabel Pembayaran Digital (X1) $0.755 > 0.100$ dan *E-commerce* (X2) $0.755 > 0.100$ sedangkan nilai *VIF* Pembayaran Digital (X1) $1.324 < 10.00$

dan *E-commerce* (X2) $1.324 < 10.00$, maka dapat dikatakan bebas dari atau terjadi gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Diolah SPSS 27

Hasil pengujian heteroskedastisitas yang dilakukan menggunakan aplikasi SPSS dengan menggunakan *scatterplot*, dilihat bahwa titik-titik pada gambar tersebut tidak menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 2. Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	39.790	2.830		14.059	<,001
	Pembayaran Digital	.136	.154	.062	.881	.379
	<i>E-commerce</i>	.593	.132	.317	4.500	<,001

Sumber: Data Diolah SPSS 27

Kesimpulan sebagai berikut:

Hipotesis 1 yang diperoleh dari pengolahan SPSS pada nilai signifikansi Pembayaran Digital berpengaruh terhadap Peningkatan Pendapatan. Hal ini dapat dilihat dari nilai sig. yang menunjukkan $0.379 > 0.05$, dan t hitung $881 < 1.972$ dapat disimpulkan berpengaruh tetapi tidak signifikan.

Hipotesis 2 yang diperoleh dari pengolahan SPSS pada nilai signifikansi

E-commerce berpengaruh terhadap Peningkatan Pendapatan. Hal ini dapat dilihat dari nilai sig. yang menunjukkan $0,001 < 0,05$, dan t hitung $4.500 > 1.972$ dapat disimpulkan pengaruh yang diberikan bersifat positif dan signifikan.

Tabel 3. Uji F

Model	Sum of		Mean		Sig
		squares	df	Square	
1	Regression	363.062	2	181.531	16.515
	Residual	2572.136	234	10.992	
	Total	2935.198	236		

Sumber : Data olahan SPSS

Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa secara bersama sama atau simultan, variabel independen (Pembayaran Digital dan *E-commerce*) berpengaruh terhadap variabel dependen (Peningkatan Pendapatan). Dengan kata lain, hipotesis diterima dengan nilai sig. 0,000

Pengaruh Pembayaran Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Desa Celep Kabupaten Sidoarjo

Berdasarkan pengujian hipotesis, hasil pengujian menunjukkan bahwa pembayaran digital berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM atau hipotesisnya diterima dengan nilai sig. > 0,05. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh tetapi tidak signifikan antara pembayaran digital dengan peningkatan pendapatan UMKM dimana meningkatnya pembayaran digital berdampak pada meningkatnya peningkatan pendapatan pada UMKM di Desa Celep.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Fatimah et al., 2024) menunjukkan bahwa pembayaran digital berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Desa Celep Kabupaten Sidoarjo

Berdasarkan pengujian hipotesis, hasil pengujian menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM atau hipotesisnya diterima dengan nilai sig. < 0,05. Hasil ini menunjukkan adanya hubungan

positif antara *e-commerce* dan peningkatan pendapatan UMKM dimana meningkatnya penggunaan akses *e-commerce* berdampak pada meningkatnya Peningkatan Pendapatan pada UMKM di Desa Celep.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Gustina et al., 2022) menunjukkan bahwa *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan UMKM binaan RKB BNI Kota Padang, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *e-commerce* (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan (Y) UMKM binaan RKB BNI Kota Padang. Dengan dibuktikan nilai signifikan *e-commerce* secara parsial dari uji signifikan parametrik individual (uji t) sebesar $0,000 < \text{dari } \alpha=0,05$. Sementara dari hasil analisis diketahui nilai thitung yaitu sebesar $4,050 > \text{dari } t \text{ tabel } 2,009$

Pengaruh Pembayaran Digital dan E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Desa Celep Kabupaten Sidoarjo

Berdasarkan pengujian hipotesis melalui uji F, hasil pengujian menunjukkan bahwa pembayaran digital dan *e-commerce* secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM atau hipotesisnya diterima dengan nilai sig. < 0,05. Hasil ini menunjukkan adanya hubungan positif antara pembayaran digital dan *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fatma et al., 2024) menunjukkan bahwa hasil yang signifikan pada

variabel *e-commerce* dan *digital payment* terhadap pendapatan UMKM diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $f\text{-hitung } 111,489 > f\text{-tabel } 3.12$. Maka *e-commerce* dan *digital payment* berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan UMKM pada pelaku UMKM sektor kuliner di Kecamatan Tuah Madani.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut: (1) Pembayaran Digital berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Desa Celep Kabupaten Sidoarjo. (2) Pengaruh *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Desa Celep Kabupaten Sidoarjo. (3) Pembayaran Digital dan *E-commerce* berpengaruh secara simultan terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Desa Celep Kabupaten Sidoarjo.

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan responden yang lebih banyak lagi dan menggunakan cakupan populasi yang lebih luas lagi.

Daftar Pustaka

- Anggraeni, O. F., Halim, M., & Zulkarnaeni, A. S. (2022). Pengaruh *E-Commerce*, *Digital Payment* dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Jember). *National Multidisciplinary Sciences*, 1(5), 718–734.
- Apriliana, E. S. (2022). Upaya Peningkatan Pendapatan Nasional di Tengah Wabah Virus Corona Perspektif Ekonomi Islam. *Al Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 6(1), 19.
- Ayem, S., Putri, F. K., Jannah, S. N.,

Hernindya, N. R., Yasinta, M., & Putri, S. (2024). Pengaruh Penerapan *E-Commerce* terhadap Pendapatan UMKM: Tinjauan Literature Sistematis. *LIABILITIES: Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 7(2), 35–43.

Cahyadi, C. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan di PT Arthanindo Cemerlang. *EMaBI: Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 60–73.

Diniah, Z., Rosmanidar, E., & Andriani, B. F. (2023). Pengaruh *Digital Payment* Shopeepay dan *Locus of Control* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 8(2), 409–426.

Fahriani, D., Anggraini, A. D., Wadhah, A. N., Syarif'ah, S. N., & Pramesari, F. T. (2023). Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi pada UMKM Pentol'E Cak Moha. *Abdi Jurnal Publikasi*, 1(6), 614–618.

Fatihah, N. S. A., Mahmud, M., & Panigoro, N. (2024). Pengaruh Penerapan *Digital Payment* dan *Digital Marketing* terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi pada UMKM Binaan Bank Indonesia di Kota Gorontalo). *Al-Buhuts*, 20(1), 563–581.

Fatma, M., & Ruzikna (2024). Pengaruh Penggunaan *E-Commerce* dan *Digital Payment* terhadap Pendapatan UMKM (Studi Kasus pada UMKM Sektor Kuliner Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 3518–3535.

Gustina, L., Novita, W., & Triadi, Y. (2022). Pengaruh *E-Commerce* terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(1), 152–

- 161.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2023). Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasi. *Www.Ekon.Gp.Id*, 1–5.
- Muzakki, K., & Fahriani, D. (2022). Implementasi *Digital Marketing* dan Strategi *Sustainability* UMKM Pengrajin Kayu Kota Blitar. *Journal of Research and Technology*, 8(1), 41-50.
- Rianty, M., & Rahayu, P. F. (2021). Pengaruh *E-Commerce* terhadap Pendapatan UMKM yang Bermitra Gojek dalam Masa Pandemi Covid-19. *Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2), 153–167.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Thori, M. (2023). Pengaruh Modal Kerja, Motivasi, dan Promosi terhadap Pendapatan dengan Lama Usaha sebagai Variabel Moderasi: Studi Kasus UMKM Dodol Pasar Bengkel Serdang Berdagai. *Economic Reviews Journal*, 3(1), 105–118.
- Wicaksono, A., & Anwar, C. (2023). Analysis of Cost of Goods Sold Calculation in MSMEs Pahala Geprek & Chicken. *International Journal of Global Accounting, Management, Education, and Entrepreneurship*, 4(1), 124–128.
- Widani, N. M., Abiyasa, A. P., & Darma, G. S. (2019). Menguji Ketajaman Implementasi *E-Commerce* dalam Penjualan Kamar Hotel di Bali. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(2), 79-98.
- Wijoyo, H., & Widiyanti, W. (2020). Digitalisasi UMKM Pasca Pandemi Covid-19 di Riau. *Prosiding Konferensi Nasional Administrasi Negara Sinagara*, 12.
- Wildani, F. A. (2022). Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha dengan Pengaruh Faktor *E-Commerce*, Sistem Informasi Akuntansi, dan *Self Efficacy*. *Jurnal Akuntansi UMMI*, 3(1), 86-98.
- Zulfikar, M. (2023). APJII-AFPI Jalin Kerja Sama Dukung Perluasan Digitalisasi Tanah Air. *ANTARA: Kantor Berita Indonesia*. <https://lnk.ink/3S3E>