

**Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM
Di Kota Probolinggo Jawa Timur**

Oleh:

Yudi Purwanto *)

Budi Wahono **)

Ratna Tri Hardaningtyas *)**

E-mail: yudipurwanto590@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This research was conducted to determine the effect of the use of e-commerce on the income of SMEs in Probolinggo City, East Java. This research belongs to the type of explanatory research with a quantitative approach, which was conducted to examine the effect between variables. The population in this study is MSMEs in Probolinggo City. From this population a sample will be determined using the formula method of Slovin so that a sample of 99 samples is obtained. Data analysis in this study consisted of instrument testing, classical assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, and coefficient of determination test.

The results of this study indicate that based on the results of the t test there is an influence between the variables of e-commerce utilization on the income variable of MSMEs in Probolinggo City. R Square of 17.3% to the dependent variable, namely MSME income (Y) can be explained by the variable of e-commerce utilization (X) while 82.7% is explained by other variables outside the research model.

Keywords: *UMKM Income, Utilization of E-Commerce*

Pendahuluan

Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini, maka dalam operasional usaha juga harus diiringi dengan pemanfaatan teknologi yang mumpuni juga. Faktor pemasaran dan pengenalan produk sudah mulai dilakukan melalui *e-commerce* yang tersambung ke jaringan internet. Sebenarnya secara tidak sadar masyarakat telah menggunakannya dalam proses memenuhi kebutuhan sehari-harinya, tetapi tanpa memahami banyak hal bahwa *e-commerce* sebenarnya bisa dijadikan sumber pendapatan bagi para pelaku usaha. Penggunaan *e-commerce* merupakan keharusan dalam dunia usaha yang semakin banyak untuk selalu mengikuti perkembangan dunia global serta mengharuskan untuk selalu bertindak kreatif dan inovatif. *E-commerce* merupakan perusahaan yang menawarkan penjualan atau mempromosikan produk atau jasa secara online. *E-commerce* sangat digemari oleh penjual karena bisa melakukan promosi dengan media online dan lebih mudah menjangkau konsumen. Selain itu, *e-commerce* sangat membantu antara konsumen dengan penjual dalam melakukan transaksi. Faktor penting dari *e-commerce* yaitu bisa mendapatkan *feedback* dari pelanggan secara cepat. *E-commerce* merupakan salah satu bagian dari UMKM untuk meningkatkan penjualan dari produk yang dijual serta *e-commerce* juga bisa

menghemat waktu, biaya dan tenaga. dampak diterapkannya *e-commerce* akan meningkatkan kepuasan bagi konsumen. Dengan memanfaatkan *e-commerce* pemilik UMKM juga bisa melakukan komunikasi secara intensif dengan calon konsumen untuk memasarkan produk. Pemanfaatan sebuah *e-commerce* dianggap sangat penting serta merupakan salah satu solusi yang dapat digunakan untuk membantu terhadap pendapatan sebuah UMKM. Jika suatu UMKM tidak memanfaatkan sistem *e-commerce* maka akan melemah dalam proses pemasaran suatu produknya. Memasuki era 4.0, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) seolah-olah dituntut untuk terus mengembangkan pendapatan melalui pemanfaatan *e-commerce*, tidak terkecuali bagi para pelaku UMKM yang mewarnai kehidupan sektor ekonomi di Kota Probolinggo seperti pengolahan makanan, minuman, batik dan lain sebagainya. Perkembangan UMKM di Kota Probolinggo tumbuh sangat pesat, banyak produk yang terkenal dari UMKM di Kota Probolinggo seperti produk olahan makanan dari ikan contohnya keripik korbala, keripik ikan teri, kerupuk ikan, keripik kulit ikan kakap, penjualan kain batik, minuman susu kedelai dan lain sebagainya. Di Kota Probolinggo terdapat sekitar 19.253 pelaku UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian dan Perdagangan (DKUPP) Kota Probolinggo melakukan kerja sama dengan PT Telkomsel untuk melakukan pelatihan tentang transaksi online yang diikuti sebanyak 60 pelaku UMKM di Kota Probolinggo. Pelatihan ini hanya diikuti bagi UMKM yang sudah mempunyai kartu e-UMKM pintar, PT Telkomsel juga memberikan bantuan paket data internet guna untuk menunjang kegiatan UMKM dalam melakukan kegiatan digital online. Dalam laporannya, kepala DKUPP Fitriawati menjelaskan bahwa dengan melakukan kerja sama ini, UMKM diharapkan dapat meningkatkan produktivitas usaha serta memperluas pangsa pasar secara digital online hal ini dikarenakan masih banyak dari pelaku UMKM yang belum memanfaatkan *e-commerce* atau digital online. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Probolinggo Jawa Timur. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan *e-commerce* dan pengaruhnya terhadap pendapatan UMKM di Kota Probolinggo.

Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah 1. Bagi Pelaku UMKM, penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan bagi masyarakat umum dan dapat menjadi bahan untuk memberikan informasi kepada pihak yang berkepentingan yaitu UMKM Kota Probolinggo tentang seberapa besar pengaruh pemanfaatan *e-commerce* terhadap pendapatan. 2. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini diharapkan bisa memberikan penjelasan tentang fenomena yang ada dengan teori-teori yang relevan dan sebagai referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pemanfaatan *e-commerce*. 3. Bagi Akademisi, penelitian ini dapat dijadikan pedoman untuk motivasi belajar dan untuk pemanfaatan sumber pembelajaran sehingga mampu memotivasi ke depannya. 4. Bagi Penulis, untuk memberi pengalaman dan menambah wawasan tentang meningkatkan wawasan tentang pemanfaatan *e-commerce*

Tinjauan Teori Pendapatan

Menurut Hastuti dan Waluyo (2015) pendapatan merupakan peningkatan aktiva suatu organisasi ataupun penurunan kewajiban-kewajiban selama suatu periode akuntansi, terutama berasal dari aktiva operasi. Pendapatan juga bisa dikatakan sebagai penghasilan yang timbul dari

perusahaan yang di kenal dengan sebutan berbeda seperti penjualan, penghasilan jasa, deviden dan lain sebagainya. Menurut pendapat lain Hendriksen (2002) menyatakan bahwa pendapatan adalah hasil suatu perusahaan serta biasanya diukur dalam satuan harga pertukaran yang berlaku, pendapatan juga sangat berperan aktif bagi suatu usaha.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Pendapatan merupakan unsur terpenting dalam sebuah perusahaan karena pendapatan akan menentukan maju atau mundurnya sebuah perusahaan, oleh karena itu perusahaan harus berusaha maksimal mungkin untuk memperoleh pendapatan yang diharapkan.

Jenis-Jenis Pendapatan

Secara garis besar pendapatan digolongkan menjadi tiga golongan (Ham, Karamoy dan Alexander, 2015), yaitu:

1. Gaji atau Pendapatan.
2. Pendapatan dari usaha milik sendiri.
3. Pendapatan dari usaha lain.

Sumber-Sumber Pendapatan

Sumber pendapatan didapatkan dengan beberapa aspek dan dijabarkan menjadi tiga sumber pendapatan yaitu:

1. Pendapatan operasional merupakan pendapatan yang didapat dari aktivitas perusahaan.
2. Pendapatan bukan operasional adalah pendapatan yang didapat dari faktor eksternal.
3. Pendapatan luar biasa yaitu pendapatan yang tidak terduga dan biasanya diharapkan tidak akan terulang lagi dimasa yang akan datang. (Baridwan, 2014:28-35).

Indikator Pendapatan

Menurut Mulyati (2017) indikator-indikator pendapatan sebagai berikut:

1. Unsur-Unsur Pendapatan, meliputi:
 - a. Pendapatan hasil produksi barang atau jasa.
 - b. Imbalan yang diterima atas penggunaan aktiva atau sumber-sumber ekonomis perusahaan oleh pihak lain.
 - c. Penjualan aktiva diluar barang dagangan merupakan unsur-unsur pendapatan lain-lain suatu perusahaan.
2. Sumber-Sumber Pendapatan, meliputi:
 - a. Pendapatan operasional merupakan pendapatan yang didapat dari aktivitas perusahaan.
 - b. Pendapatan bukan operasional adalah pendapatan yang didapat dari faktor eksternal.
 - c. Pendapatan luar biasa yaitu pendapatan yang tidak terduga dan biasanya diharapkan tidak akan terulang lagi dimasa yang akan datang.
3. Biaya, merupakan harga pokok atau bagiannya yang telah dimanfaatkan atau dikonsumsi untuk memperoleh pendapatan yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Kriteria UMKM menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 pasal 6 bab IV sebagai berikut:

1. Kriteria Usaha Mikro sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00

2. Kriteria Usaha Kecil sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 sampai dengan Rp. 500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00.
3. Kriteria Usaha Menengah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih dari Rp. 500.000.000,00 sampai paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00.

E-Commerce

Menurut Rahmawati (2009) *E-commerce* atau Electronic Commerce merupakan sistem pemasaran secara online atau media elektronik. *E-commerce* mencakup distribusi, penjualan, pembelian, marketing dan service dari sebuah produk yang dilakukan oleh sistem internet. Terdapat beberapa definisi mengenai *elektronik commerce (E-Commerce)* atau *Online Shopping* yaitu merupakan transaksi jual, beli, pesanan, pembayaran, maupun promosi suatu produk berupa barang atau jasa yang dilakukan dengan memanfaatkan komputer serta sarana komunikasi elektronik digital melalui jaringan internet.

Secara bahasa e-commerce dapat diartikan sebagai proses transaksi jual beli, pertukaran produk atau jasa dan informasi yang terhubung dalam suatu jaringan melalui komputer, dalam hal ini adalah jaringan internet.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* adalah suatu sistem baru dalam dunia bisnis yang menggeser sistem perdagangan tradisional menjadi online yakni dengan memanfaatkan teknologi ICT (*Information and Communication Technology*) atau dengan kata lain teknologi internet..

Dampak E-Commerce

1. Dampak Positif

Menurut Aco dan Endang (2017) ada beberapa dampak positif dari *e-commerce*, yaitu:

- a. Aliran pendapatan yang mungkin lebih menjanjikan dan tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional.
- b. Dapat meningkatkan pangsa pasar.
- c. Menurunkan biaya operasional
- d. Melebarkan jangkauan.
- e. Meningkatkan pelanggan yang loyal.
- f. Meningkatkan pemasok.
- g. Mempersingkat waktu produksi.
- h. Meningkatkan mata rantai pendapatan.

2. Dampak Negatif

Menurut Aco dan Endang (2017) ada beberapa dampak negatif dari *e-commerce*, yaitu:

- a. Kehilangan segi finansial secara langsung karena kecurangan.
- b. Pencurian informasi rahasia yang berharga.
- c. Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan.
- d. Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak.
- e. Kehilangan kepercayaan dari para konsumen.

f. Kerugian yang tidak terduga.

Indikator *E-Commerce*

Menurut Sarastyarini dan Yadnyana (2018) ada beberapa indikator *e-commerce*, yaitu sebagai berikut:

1. Aktivitas Pembelian
2. Aktivitas Penjualan
3. Pemasaran Barang dan Jasa
4. Sistem Elektronik

Hubungan Antar Variabel

Pemanfaatan *E-commerce* Terhadap Pendapatan

Menurut Nuryanti (2013) menyatakan bahwa penggunaan *e-commerce* maka UMKM akan mendapatkan akses pasar yang lebih luas sehingga menyebabkan bertambah pelanggan baru serta juga akan meningkatkan omzet pendapatan. Banyak keuntungan atau manfaat yang bisa didapatkan dengan menggunakan *e-commerce* bagi pelaku UMKM, selain itu juga bisa melakukan promosi dan sebagai informasi yang jangkauannya paling luas serta paling murah untuk digunakan.

Keterkaitan antara pemanfaatan *e-commerce* terhadap pendapatan diperkuat oleh penelitian Helmalia dan Afrinawati (2018) menyatakan bahwa pemanfaatane-commerce berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan.

Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konsep

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penelitian terdahulu serta tinjauan teori, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ha: Terdapat pengaruh yang positif dari pemanfaatane-commerce terhadap pendapatan.

Metode Penelitian

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada pelaku UMKM di Kota Probolinggo. Sedangkan data sekunder diperoleh dari Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perdagangan dan Perindustrian Kota Probolinggo.

Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini, populasi yang digunakan adalah UMKM di Kota Probolinggo dengan jumlah UMKM sebanyak 19.253 UMKM. Karena jumlah populasi yang terlalu banyak, maka digunakan rumus Slovin yaitu:

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Jadi jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 99 sampel. Metode yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda.

Hasil Dan Pembahasan

Uji Validitas

Hasil uji validitas menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 16 *for windows* maka diperoleh hasil terhadap masing-masing pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel pendapatan (Y) dan variabel pemanfaatan *e-commerce* (X). Menurut Kuncoro (2015) menyatakan bahwa uji validitas dilaksanakan untuk bisa mengetahui adanya konsistensi alat ukur mempunyai hasil yang konsisten ketika dilaksanakan sesering mungkin pada tempo waktu yang tidak sama.

Instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang sedang diukur dari variabel yang diteliti, teknik yang digunakan untuk uji validitas yaitu *bivariate pearson* (produk momen pearson) dengan nilai signifikan 0,05. Nilai korelasi atau (r hitung) yang sudah didapatkan, kemudian dibandingkan dengan nilai korelasi pada tabel atau (r tabel). Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel berarti variabel yang digunakan dinyatakan valid, nilai r tabel dengan taraf signifikan 0,05 atau 5% dengan uji dua arah yaitu jumlah sampel dikurangi dengan 2 atau $77 - 2 = 75$ maka r tabel sebesar 0,224

Berdasarkan pengujian validitas diperoleh hasil r hitung > r tabel, maka dapat dikatakan bahwa masing-masing pernyataan dalam kuisioner untuk setiap variabel dinyatakan valid.

Uji Reabilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui apakah pernyataan-pernyataan dalam kuisioner penelitian. Suatu variabel dikatakan realibel apabila memiliki *Croanbach Alpha* lebih besar dari 0,6%. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan 77 responden menggunakan software SPSS *for windows* versi 16, dapat dilihat pada tabel diatas. Makamenunjukkan masing-masing variabel memiliki nilai koefisien *Alpha Croncach* > 0,6. Oleh karena itu, setiap variabel dependen ataupun independen dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk melihat ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan lain. Dilakukan uji ini untuk memastikan bahwa asumsi heteroskedastisitas terpenuhi. Hasil pengujian asumsi klasik heteroskedastisitas didapatkan bahwa nilai signifikansi untuk seluruh variabel yaitu tidak signifikan dengan p value > nilai a (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi residual memiliki distribusi normal. Model regresi dengan distribusi residual normal adalah model yang baik, pengujian normalitas residual dilakukan dengan menggunakan teknik statistik Kolmogorov-Smirnov Test. Jika nilai signifikansi (sig) atau nilai probabilitas (prob) > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Uji normalitas residual dengan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig sebesar 0,443. Berdasarkan tabel output diatas, maka uji Kolmogorov-Smirnov > nilai α (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi residual telah menyebar normal atau asumsi klasik normalitas telah terpenuhi.

Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi pada *elektronik commerce* atau *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM Di Kota Probolinggo. Hasil dalam pengujian ini dilihat dari parameter hipotesis akan diterima jika p value lebih kecil dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan. multikolineritas atau tidak. Jika nilai VIF < 10 maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolineritas.

Berdasarkan hasil Uji T diatas dapat diketahui bahwa variabel pemanfaatan *e-commerce* (X) terhadap pendapatan (Y) sebesar 3,959 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap pendapatan.

Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 4.12
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	14.839	2,485		5,972
	Pemanfaatan E-Commerce	0,391	0,099	0,417	3,959

a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Data primer diolah, 2021

Uji regresi linear sederhana dapat diketahui terdapat atau tidaknya pengaruh antara variabel pemanfaatan *e-commerce* (X) terhadap variabel pendapatan (Y). Regresi sederhana digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan pada penelitian ini. Berikut ini adalah hasil regresi linear sederhana:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + e$$

$$Y = 14,839 + 0,391 + e$$

Keterangan:

α = Nilai Konstanta

Y = Pendapatan UMKM

b_1X_1 = Pemanfaatan *E-Commerce*

e = Nilai Error

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana dengan memperhatikan nilai koefisien sebesar 14,839 menunjukkan bahwa variabel pemanfaatan *e-commerce* (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan (Y). Pengujian pengaruh antara pemanfaatan *e-commerce* (X) terhadap pendapatan (Y) diperoleh nilai koefisien sebesar 0.391. Mengingat koefisien bertanda positif mengindikasikan bahwa hubungan keduanya positif, Artinya semakin tinggi pemanfaatan *e-commerce* (X) akan mengakibatkan semakin tinggi pula pendapatan (Y) begitu juga sebaliknya.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya nilai kontribusi variabel bebas Pemanfaatan *E-commerce* (X) terhadap variabel terikat yaitu Pendapatan (Y). Analisis ini digunakan sebagai pengukur besarnya pengaruh variabel pemanfaatan *e-commerce* (X) terhadap variabel pendapatan (Y). Nilai R Square adalah 0,173 yang dapat disimpulkan pemanfaatan *e-commerce* (X) mempunyai pengaruh sebesar 17,3% sedangkan sisanya 82,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Simpulan Dan Saran

Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian Pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Probolinggo Jawa Timur maka dapat disimpulkan bahwa variabel pemanfaatan *e-commerce* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel pendapatan. Hal ini menunjukkan dengan adanya *e-commerce* membuat pendapatan dari pemilik usaha akan meningkat, karena *e-commerce* dapat memudahkan dan fleksibilitas dalam kegiatan memasarkan suatu produk. Dengan adanya pelaku UMKM yang memanfaatkan *e-commerce* dapat memberikan nilai tambah dalam meningkatkan pendapatan.

Keterbatasan

Keterbatasan penelitian pada riset penelitian ini adalah:

- a. Sampel yang ada pada penelitian masih kurang banyak.
- b. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini hanya menggunakan kuisioner saja dan masih jauh dari kata sempurna.

Saran

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan oleh peneliti yang menggunakan SPSS *for windows* maka saran yang diberikan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi pemerintah untuk terus memberikan pelatihan dalam hal penggunaan teknologi bagi para pelaku UMKM agar dapat terus mengembangkan usahanya dan meningkatkan omzet penjualannya.
2. Penelitian ini hanya melibatkan beberapa UMKM Di Kota Probolinggo untuk diteliti. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan bisa menggunakan lebih banyak tempat penelitian sejenis untuk diteliti supaya hasil penelitian dapat mewakili pembanding.
3. Bagi peneliti selanjutnya apabila ingin melanjutkan penelitian dengan tema yang sama diharapkan menambah jumlah variabel, hal ini dikarenakan supaya dapat diketahui lebih banyak faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM.



Daftar Pustaka

- Aco, A., dan Endang, H. (2017). *Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*. Jurnal INSYPRO (Information System and Processing), 2(1): 113.
- Baridwan, Zaki. (2014). *Intermediate Accounting*. Yogyakarta: BPFE
- Ham, F. C., Karamoy, H., dan Alexander, S. (2018). *Analisis Pengakuan Pendapatan dan Beban Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Prisma Dana Manado*. Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi, 13(02).
- Hastuti, D., dan Waluyo, H. (2015). *Kamus Terbaru Ekonomi Dan Bisnis*. Reality Publisher.
- Helmalia, H., dan Afrinawati, A. (2018). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang*. JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam), 3(2), 237. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.182>
- Hendriksen, E. S. (2002). *Teori Akuntansi*. Edisi 5. Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Kuncoro, Mudrajad, (2015). *Indikator Ekonomi*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Mulyati, S. (2017). *Pengaruh Pemberian Kredit Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha*
- Nuryanti. (2013). *Peran E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (UKM)*. Jurnal Ekonomi Vol 21 No 4:h: 1-15.
- Rahmawati. (2009). *Pemanfaatan E-commerce Dalam Bisnis Di Indonesia*
- Sarastyarini, Ni Made Werin, dan Yadnyana, I. Ketut. (2018). *"Pengaruh E-Commerce dan Efektivitas Kerja Pengguna Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Usaha Kecil dan Menengah di Denpasar."* E-Jurnal Akuntansi 24.3: 1880-1907
- Yudi Purwanto *) Adalah mahasiswa FEB Unisma
Budi Wahono **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma
Ratna Tri Hardaningtyas ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma