p-ISSN: 2723-1488
e-ISSN: 2723-1399
JURNAL AKUNTANSI KEUANGAN DAN TEKNOLOGI INFORMASI AKUNTANSI
Available online at: http://jurnal.umb.ac.id/index.php/JAKTA

PENGARUH PENGGUNAAN ELECTRONIC COMMERCE (E-COMMERCE) DAN FINTECH TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DI KOTA BENGKULU

Dinal Eka Pertiwi[1], Desi Fitriani Efendi[2], Allensha Mezi Reriscie[3]
Universitas Muhammadiyah Bengkulu[12]
desifitriaraflesia@gmail.com, mezzirerisCie0432@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL
Diterima : 12/12/2024
Direvisi : 25/12/2024
Disetujui : 28/12/2024

Keywords:
Increased Income, Msmes, E-Commerce, Fintech

Kata Kunci:
Peningkatan Pendapatan, UMKM, E-Commorce, Fintech

ABSTRAK :

This study aims to determine the effect of the use of e-commerce and fintech on increasing income in Bengkulu City. The population of this study was 163 MSMEs specifically for Food, namely all MSMEs in 4 Districts in Bengkulu City, namely Ratu Agung District, Gading Cempaka District, Singaran Pati District and Selebar District. The sampling method is the Nonprobability Sampling technique, namely using the purposive sampling technique. The number of research samples was determined by the Slovin formula of 33 MSMEs based on questionnaires distributed to respondents. This research is a quantitative study with primary data. The data analysis technique uses multiple regression analysis which is processed using the SPSS (Statistical Product And Service) application. The data collection method uses a questionnaire. The results of this study can be concluded. E-Commerce has a positive and significant effect on MSME Income. This indicates that the more E-Commerce increases, the more it will increase MSME Income. Fintech has a positive and significant effect on MSME Income. This indicates that the better Fintech, the more it will increase MSME Income and E-Commerce and Fintech have an effect

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-commerce* dan *fintech* terhadap peningkatan pendapatan di Kota Bengkulu. Populasi penelitian ini berjumlah 163 UMKM khusus Makanan yaitu seluruh UMKM di 4 Kecamatan yang ada di Kota Bengkulu yaitu Kecamatan Ratu Agung, Kecamatan Gading Cempaka, Kecamatan Singaran Pati dan Kecamatan Selebar. Metode penarikan sampel adalah *teknik Nonprobability Sampling* yaitu menggunakan *teknik purposive sampling* Jumlah sampel penelitian ditentukan dengan rumus slovin sejumlah 33 UMKM berdasarkan kuesioner yang disebarkan kepada responden. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan data primer. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda yang diolah menggunakan aplikasi SPSS *(Statistical Product And Service)*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan. *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin *E-Commerce* meningkat, maka akan meningkatkan Pendapatan UMKM. *Fintech* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan

p-ISSN: 2723-1488
e-ISSN: 2723-1399
JURNAL AKUNTANSI KEUANGAN DAN TEKNOLOGI INFORMASI AKUNTANSI
Available online at: http://jurnal.umb.ac.id/index.php/JAKTA

UMKM.Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik *Fintech*, maka akan meningkatkan Pendapatan UMKM dan E-Commerce dan Fintech berpengaruh simultan terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

PENDAHULUAN

Perekonomian dunia pada tahun 2019-2021 mulai mengalami kondisi yang tidak stabil dikarenakan terkena dampak dari Covid-19. Hasil survei Asian Development Bank (ADB) menyimpulkan bahwa ada sebanyak 50% atau sekitar 37.000 UMKM yang dinyatakan bankrut karena pandemi. Para pelaku usaha mengalami penurunan pendapatan dikarenakan turunnya daya beli masyarakat ditambah dengan adanya pembatasan sosial yang dianjurkan pemerintah menjadi salah satu alasan banyaknya UMKM Indonesia yang bankrut (Sugiarti et al., 2020). Hal yang dapat dilakukan untuk mempertahankan usaha mereka hanyalah dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada karena secara tidak langsung ini dapat memperluas pangsa pasar yang berdampak pada pendapatan kita (Soetrisno & Yoku, 2019). Akibat pandemi dan krisis global tersebut banyak usaha besar dan pabrik terpaksa gulung tikar. Namun ternyata lebih dari 60 persen UMKM di Indonesia termasuk di Bengkulu mampu bertahan hingga saat ini, karena menggunakan 90 persen bahan lokal dan juga memanfaatkan bahan yang tidak terpakai atau limbah rumah tangga yang bisa kembali diolah menjadi kerajinan tangan (*handy craft*) yang menarik, juga termasuk menjadi produk *eco enzim* dan *ecobrik*. Menurut Usin Abdisyah (2022) "Dengan adanya market place khusus bagi promosi dan penjualan produk UMKM Bengkulu, diharapkan pelaku UMKM Bengkulu bisa semakin maju dan sejahtera. Tentunya juga dengan dukungan baik dari pemerintah daerah bersama lembaga keuangan dalam hal permodalan,". Munculnya pasar e-commerce telah menciptakan peluang pasar yang luas bagi para pengecer dan penyedia layanan logistik, dapat meningkatkan kepuasan pembelian dan penjualan serta dapat memfasilitasi kemampuan penyedia layanan logistik untuk mengelolah yang lebih besar. Meskipun pandemi Covid-19 sedang melanda, namum akses internet tetap bisa di manfaatkan.



Gambar 1. Launching Market Place UMKM dengan nama "Aplikasi Bengkulu Mall" Di Sport Center Pantai Panjang (Sumber : Pemerintah Provinsi Bengkulu)

Berdasarkan gambar 1 menunjukan bahwa di Kota Bengkulu pemanfaatan e-commerce dimulai sejak satu tahun terakhir pada tanggal 18 Desember 2022 dengan launcing market place UMKM dengan nama "Aplikasi Bengkulu Mall" di Sport Center Pantai Panjang.

p-ISSN: 2723-1488
e-ISSN: 2723-1399
JURNAL AKUNTANSI KEUANGAN DAN TEKNOLOGI INFORMASI AKUNTANSI
Available online at: http://jurnal.umb.ac.id/index.php/JAKTA

Launching Aplikasi Bengkulu Mall ini ditandai dengan ditekannya tombol peresmian oleh Gubernur Bengkulu Rohidin Mersyah bersama Anggota DPRD Provinsi Bengkulu Usin Abdisyah Sembiring dan Kadis Koperasi dan UKM Provinsi Bengkulu Erdiwan. Sementara itu disampaikan Anggota DPRD Provinsi Bengkulu Usin Abdisyah Putra Sembiring, lahirnya aplikasi Bengkulu Mall yang diperuntukkan khusus sebagai e-commerce produk UMKM Bengkulu ini berawal dari kegelisahan atas keterbatasan melaksanakan aktivitas tatap muka selama pandemi COVID-19 selama lebih 2 tahun terakhir serta adanya ancaman krisis ekonomi dan keuangan secara global. Penggunaan e-commerce di Kota Bengkulu paling banyak digunakan oleh UMKM industri perdagangan khusus makanan. Karena UMKM industri makanan di Kota Bengkulu merupakan UMKM yang paling banyak dijumpai dan diminati oleh masyarakat. Sedangkan untuk UMKM yang paling sedikit adalah industri jasa dikarenakan di Kota Bengkulu masih kurangnya keahlian dan keterampilan pada industri jasa. (Sumber : Pemerintah Provinsi Bengkulu).

Data yang didapatkan dari hasil observasi turun ke lapangan di beberapa tempat di Kota Bengkulu seperti di Kecamatan Singaran Pati, Gading Cempaka, dan Selebar peneliti menemukan bahwa rata-rata UMKM di Kota Bengkulu masih ada yang belum menggunakan sistem teknologi untuk pemasaran melalui e-commerce dan sistem pembayarannya lewat fintech namun tidak hanya itu banyak juga UMKM yang sudah menggunakan E-Commerce dan Fintech dalam penjualannya seperti UMKM dikalangan anak muda di Kecamatan Ratu Samban. Terdapat kelebihan anatara UMKM yang sudah dan belum menggunakan teknologi E-Commerce dan Fintech, perbedaan tersebut seperti omset penjualan yang naik karena pemasarannya sudah menggunakan E-Commerce dan Fintech yang bisa menjangkau konsumen lebih luas. Namun, tidak hanya itu kemudahan bertransaksi juga memudahkan para pelaku UMKM untuk tidak perlu turun ke lapangan atau membuka kedai dan lapak untuk jualan. Penelitian mengenai pengaruh e-commerce terhadap pendapatan UMKM mempunyai cukup sumber yang pernah meneliti. Dari penelitian Helmalia & Afrinawati (2018) mendapatkan hasil bahwa e-commerce berpengaruh signifikan terhadap pendapatan. Hasil yang yang sama juga di dapat pada penelitian Haryono & Nurlaela (2018) yaitu bahwa e-commerce berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan UMKM. Sehingga dapat disimpulkan bahwa E-Commerce berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Teknologi yang didapat dalam bidang keuangan yang membutuhkan usaha cukup keras dalam menguasai berbagai aturan sistem yang menjanjikan keuntungan besar bagi pengembangan kedepannya. Inovasi dalam teknologi dalam keuangan ini disebut juga dengan financial technology atau fintech. Fintech dapat bekerja sebagai alat atau teknologi untuk memfasilitasi sebuah proses transaksi antara penjual dan pembeli dan dapat mengurangi penipuan dalam proses transaksi. Menurut National Digital Research Centre di Dublin, Irlandia (Yahya dkk, 2021) mendefinisikan financial technology atau fintech sebagai: "*innovation in financial services*" atau "inovasi dalam layanan keuangan".

Berdasarkan pendapat Bank Indonesia, financial technology atau teknologi finansial merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya sistem pembayaran dilakukan dengan tatap muka dan membawa sejumlah uang tunai, kini dapat dilakukan dengan transaksi jarak jauh dan dapat dilakukan dalam hitungan detik. Penelitian mengenai pengaruh fintech terhadap pendapatan UMKM sebelumnya tidak banyak dilakukan oleh peneliti. Penelitian yang dilakukan oleh Nova Urba, Yuliani, Rasyid HS Umrie (2019) menunjukkan kesimpulan bahwa fintech berpengaruh yang signifikan terhadap pendapatan

p-ISSN: 2723-1488
e-ISSN: 2723-1399
JURNAL AKUNTANSI KEUANGAN DAN TEKNOLOGI INFORMASI AKUNTANSI
Available online at: http://jurnal.umb.ac.id/index.php/JAKTA

UMKM. Penelitian ini mengacu pada penelitian Helmalia dan Afrinawati (2018) yang meneliti tentang Pengaruh e-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang. Perbedaan dalam penelitian ini adalah penambahan variabel independen fintech yang diharapkan akan menjadi penyebab dari perubahan dalam peningkatan pendapatan UMKM. Dengan adanya fintech akan membantu mempermudah dalam proses transaksi yang dilakukan sehingga tidak terjadi kesalahan transaksi dan pada saat pencatatan keuangan terutama dalam pencatatan penjualan yang merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah usaha.

KAJIAN TEORI

Usaha Mikro Kecil Menengah

Dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menyebutkan beberapa definisi dari UMKM pada pasal 1:

- Usaha Mikro, merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah dan Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 dalam pasal 6 bab IV adalah sebagai berikut:

a. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
   - Memiliki kekayaan tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, kekayaan bersih minimal Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah); atau
   - Memiliki hasil penjualan tahunan tidak lebih dari Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) dalam penjualan setiap tahun.

b. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
   - Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta) hingga Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah), tanpa tanah dan bangunan yang digunakan untuk bisnis; atau
   - memiliki hasil penjualan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) setiap tahun hingga maksimal Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

c. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
   - Memiliki kekayaan bersih di atas Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tetapi tidak melebihi Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah), dan tidak termasuk tanah dan bangunan yang digunakan untuk

p-ISSN: 2723-1488
e-ISSN: 2723-1399
JURNAL AKUNTANSI KEUANGAN DAN TEKNOLOGI INFORMASI AKUNTANSI
Available online at: http://jurnal.umb.ac.id/index.php/JAKTA

bisnis.

Pendapatan

Alasan didirikannya suatu usaha adalah untuk mendapatkan penghasilan atau pendapatan. Pendapatan merupakan suatu penghasilan yang didapatkan atau diterima oleh seorang atau rumah tangga dari usaha atau bekerja. Menurut (Yusuf, 2021) pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharap keadaan yang sama pada pada akhir periode seperti keadaan semula. Pada dasarnya pendapatan adalah penerimaan atau balas jasa dari sebuah faktor-faktor produksi. Dalam hal ini penerimaan yang dimaksud adalah penerimaan produsen dalam bentuk uang yang yang diperoleh dari hasil penjualan barang yang diproduksi. Menurut pendapat (Sugeng, 2018) pendapatan adalah arus yang masuk melalui pengiriman, produksi, atau kombinasi keduanya; penyediaan jasa; atau melakukan aktivitas lain yang merupakan aktivitas utama atau aktifitas utama yang terus berlangsung. Dalam penelitian (Khoirun Nisak, 2013) menyatakan bahwa, "pendapatan *(revenue)* dapat secara umum didefinisikan sebagai hasil dari suatu usaha. Pendapatan adalah darah kehidupan dari suatu perusahaan. Mengingat pentingnya sangat sulit mendefinisikan pendapatan sebagai unsur akuntansi pada pada dirinya sendiri. Pada dasarnya pendapatan adalah proses arus penciptaan barang atau jasa oleh suatu perusahaan selama suatu kurun waktu tertentu. Umumnya, pendapatan dinyatakan dalam satuan moneter (uang)".

E-Commerce

Menurut (Turban dkk, 2017) *e-commerce* adalah perusahaan atau usaha menawarkan untuk transaksi atau memfasilitasi penjualan produk dan jasa secara elektronik commerce yang selanjutnya akan menimbulkan *e-purchasing* dan *e-marketing*. *E- Purchasing* berarti perusahaan memutuskan membeli barang, jasa, dan informasi dari berbagai pemasok online. *E-Purchasing* yang cerdas sudah menghemat jutaan dolar uang perusahaan. *E-Marketing* menggambarkan usaha perusahaan untuk memberitahu pembeli, mengomunikasikan, mempromosikan, juga menjual produk dan jasa lewat internet (Setyorini et al., 2019).

E-Commerce merupakan sarana perdagangan pembelian dan penjualan barang atau jasa dengan menggunakan internet dan menyediakan kemampuan untuk melakukan transaksi yang melibatkan barang atau jasa antara dua puhak atau lebih dengan menggunakan teknik dan alat-alat elektronik. Menurut pendapat (Nurrohmah & Alfanur, 2015) *E-Commerce* adalah penggunaan internet dan web untuk bertransaksi bisnis, memungkinkan terjadinya transaksi komersial antara organisasi dan individu. (Nurcahya & Dewi, 2019) mendefinisikan *E-Commerce*sebagai: *"The process of buying and selling goods electronically by consumers and from company to company through computerized business transaction"*. Berdasarkan definisi tersebut, terdapat tiga poin utama dalam *E-Commerce* yaitu yang pertama, adanya sebuah proses dari penjualan atau pembelian yang secara elektronis. Yang kedua adanya konsumen atau perusahaan. Dan yang ketiga adanya jaringan penggunaan komputer secara online untuk melakukan sebuah transaksi bisnis. Menurut (Nurrohmah & Alfanur, 2015) *E-Commerce* adalah pertukaran barang, jasa dan atau informasi melalui medium elektronik dengan imbalan uang.

Fintech

p-ISSN: 2723-1488
e-ISSN: 2723-1399
JURNAL AKUNTANSI KEUANGAN DAN TEKNOLOGI INFORMASI AKUNTANSI
Available online at: http://jurnal.umb.ac.id/index.php/JAKTA

Bank Indonesia (2017) memaknai teknologi finansial (financial technology) adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran. Professor Douglas W. Arner dari Hongkong University membagi perkembangan Fintech ke dalam empat era. Fintech 1.0 berlangsung antara tahun 1866-1967, era pengembangan infrastruktur dan komputerisasi sehingga terbentuk jaringan keuangan global. Fintech 2.0 berlansung antara tahun 1967-2008, era penggunaan internet dan digitalisasi di sektor keuangan. Fintech 3.0 dan Fintech 3.5 berlangsung dari tahun 2008 sampai sekarang. Fintech 3.0 merupakan era pengunaan telepon maupun smartphone di sektor keuangan. Fintech 3.5 merupakan era kemunculan wujud bisnis tekologi keuangan sebagai pendatang baru yang memanfaatkan peluang dari inovasi proses teknologi, produk, dan model bisnis serta perubahan perilaku masyarakat (Suprapti & Abidin, 2017).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2018) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang didapat dengan menyebarkan kuesioner penelitian kepada pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Bengkulu. Variabel terikat (dependen) dalam penelitian ini adalah peningkatan pendapatan (Y), variabel bebas (independen) dalam penelitian ini adalah electronic commerce (X1), fintech (X2). Analisis data pada penelitian ini diolah dengan menggunakan alat analisis Statistical Package For Social Sciences (SPSS) dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini iyalah analisis regresi liner berganda. Sekaran dan Bougie. (2019) Statistik deskriftif merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan tabel-tabel dan angka sehingga lebih mudah dipahami. Uji yang akan diterapkan adalah sebagai berikut.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1.
Hasil uji validitas

Variabel	Item	*Pearsosn Correlation*	r-tabel	Ket
Electronic Commerce (X1)	1	0,389	0.229	Valid
	2	0,800	0.229	Valid
	3	0,456	0.229	Valid
	4	0,931	0.229	Valid
	5	0,896	0.229	Valid
	6	0,970	0.229	Valid
	7	0,624	0.229	Valid
	8	0,947	0.229	Valid
	9	0,564	0.229	Valid
Fintech (X2)	1	0,619	0.229	Valid

p-ISSN: 2723-1488
e-ISSN: 2723-1399
JURNAL AKUNTANSI KEUANGAN DAN TEKNOLOGI INFORMASI AKUNTANSI
Available online at: http://jurnal.umb.ac.id/index.php/JAKTA

	2	0,706	0.229	Valid
	3	0,592	0.229	Valid
	4	0,846	0.229	Valid
	5	0,918	0.229	Valid
	6	0,525	0.229	Valid
	7	0,805	0.229	Valid
	8	0,735	0.229	Valid
	9	0,867	0.229	Valid
Peningkatan Pendapatan (Y)	1	0,892	0.229	Valid
	2	0,554	0.229	Valid
	3	0,674	0.229	Valid
	4	0,549	0.229	Valid
	5	0,857	0.229	Valid
	6	0,909	0.229	Valid
	7	0,847	0.229	Valid
	8	0,782	0.229	Valid
	9	0,404	0.229	Valid

Berdasarkan pada Tabel 1 terlihat bahwa nilai r hitung pada kolom corrected item-total correlation untuk masing-masing item memiliki r-hitung lebih besar dibanding r tabel untuk rumus dari r tabel adalah (df) = N-2 jadi 33-2 = 31 sehingga r tabel yang di dapat sebesar 0.229, maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari keempat variabel pengetahuan auditor, pengalaman auditor, akuntabiltas auditor dan kualitas audit adalah valid.

Tabel 2.
Hasil uji Relibilitas

Variabel	***Cronbach Alpha***	**Keterangan**
E-Commerce	0.884	*Reliabel*
Fintech	0.897	*Reliabel*
Peningkatan Pendapatan	0.807	*Reliabel*

Bahwa seluruh varibel dalam penelitan ini dapat dikatakan reliabel, kerena koefisien Cronbach's Alpha > 0,6. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa butir- butir pertanyaan dapat digunakan sebagai instrument untuk penelitian selanjutnya.

Tabel 3.
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		33
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.88721908
Most Extreme Differences	Absolute	.140
	Positive	.139
	Negative	-.140

p-ISSN: 2723-1488
e-ISSN: 2723-1399
JURNAL AKUNTANSI KEUANGAN DAN TEKNOLOGI INFORMASI AKUNTANSI
Available online at: http://jurnal.umb.ac.id/index.php/JAKTA

Test Statistic	.140
Asymp. Sig. (2-tailed)	.099[c]

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 3, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini terdistribusi normal, karena nilai probabilitas yang dilakukan yaitu 0.200 > 0,05. Maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 4.
Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.248	1.243		4.222	.000		
	X1	.207	.084	.268	2.455	.020	.260	3.842
	X2	.578	.088	.713	6.537	.000	.260	3.842

Berdasarkan pada Tabel 4 diatas, maka model regresi yang diperoleh adalah sebagi berikut: Y = 5.248 + 0.207.X1 + 0.578.X2 + 0.785.X3 + e

1) Konstanta sebesar 5.248 dan nilai sig 0.000 (> 5%) , artinya konstantanya dianggap bernilai nol . Hal ini berarti jika semua variabel independen dianggap konstan maka pendapatan UMKM adalah tetap.

2) Koefisien regresi (β1) menunjukkan angka positif sebesar 0,207 dan nilai sig 0.020 (< 5%), artinya E- commerce berpengaruh positif dan sig terhadap pendapatan UMKM. Hal ini berarti semakin baik penerapan E- Commerce nya maka akan meningkatkan pendapatan UMKM.

Koefisien regresi (β2) menunjukkan angka positif sebesar 0.578 dan nilai sig 0.000 (< 5%), artinya *Fintech* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Hal ini berarti semakin baik penerapan *Fintech* maka akan meningkatkan pendapatan UMKM.

Tabel 5.
Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.248	1.243		4.222	.000		
	X1	.207	.084	.268	2.455	.020	.260	3.842
	X2	.578	.088	.713	6.537	.000	.260	3.842

p-ISSN: 2723-1488
e-ISSN: 2723-1399
JURNAL AKUNTANSI KEUANGAN DAN TEKNOLOGI INFORMASI AKUNTANSI
Available online at: http://jurnal.umb.ac.id/index.php/JAKTA

Berdasarkan Tabel 5 model persamaan pertama menunjukkan hasil:

1) Pada variabel X1 (*E-Commerce*) menujukkan nilai thitung sebesar 2.455 lebih besar dari nilai ttabel1,996 dan nilai signifikan sebesar 0,020 < 0,05. Artinya H1 dierima dan H0 ditolak. Hal ini berarti H1 yang berbunyi bahwa variabel *E-Commerce* secara signifikan berpengaruh terhadap variabel Pendapatan UMKM maka Hipotesis Diterima.
2) Pada variabel X2 (*Fintech*) menujukkan nilai thitung sebesar 6.537 lebih besar dari nilai ttabel1,996 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05, Artinya H1 dierima dan H0 ditolak. Hal ini berarti H2 yang berbunyi bahwa variabel *Fintech* secara signifikan berpengaruh terhadap variabel Pendapatan UMKM maka Hipotesis Diterima.

Tabel 6.
Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	246.326	2	123.163	146.686	.000b
	Residual	25.189	30	.840		
	Total	271.515	32			

Menurut ketentuan hipotesis, Ha ditolak jika signifikansi lebih besar dari 0.05. Dengan angka signifikansi 0,000, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 7 dapat disimpulkan bahwa tingkat signifikan α sebesar 0,05 lebih kecil dari angka signifikan sebesar 0,000. Maka kesimpulannya adalah Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya bahwa variabel *E-Commerce* (X1) dan *Fintech* (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM

Tabel 7.
Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.952	.907	.901	.91632	.836

Hasil perhitungan koefisien determinasi dapat dilihat melalui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,901 yang menunjukkan bahwa 90% variabel Pendapatan UMKM dapat dijelaskan oleh *E-Commerce* (X1) dan *Fintech* (X2). Sedangkan sisanya sebesar 10 % dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian.

PEMBAHASAN

Pengaruh *E-Commerce* terhadap Pendapatan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel E-Commerce, yang memiliki koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,473. Tingkat signifikannya 0,002 < 0,05 yang berarti *E-Commerce* berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM. Ini berarti bahwa pernyataan H1 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa e-commerce memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan UMKM. Ini menunjukkan bahwa semakin meningkat penggunaan e-commerce, maka semakin besar kemungkinan untuk meningkatkan pendapatan UMKM. *E-Commerce* adalah pembelian dan penjualan barang dan jasa di internet dan

p-ISSN: 2723-1488
e-ISSN: 2723-1399
JURNAL AKUNTANSI KEUANGAN DAN TEKNOLOGI INFORMASI AKUNTANSI
Available online at: http://jurnal.umb.ac.id/index.php/JAKTA

menyediakan kemampuan untuk melakukan transaksi yang melibatkan barang atau jasa antara dua pihak atau lebih dengan menggunakan alat-alat elektronik dan teknik (Nurrohmah & Alfanur, 2015). Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Helmalia dan Afrinawat (2018), Setyorini et al, (2019), dan Sugeng & Nurlaela (2018) yang menyatakan bahwa *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM.

Pengaruh *Fintech* terhadap Pendapatan UMKM

Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa variabel *Fintech* memiliki koefisien regresi bertanda positif sebesar 1,300 Tingkat signifikannya 0,000 < 0,05 yang berarti *Fintech* berpengaruh positif terhadap Pendapatan UMKM. Ini berarti bahwa pernyataan H2 diterima. Dapat disimpulkan bahwa *Fintech* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan UMKM. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin sering memanfaatkan dan mengaplikasikan *Fintech*, maka dapat meningkatkan Pendapatan UMKM. Dalam finansial dan ekonomi, Fintech adalah suatu istilah dengan beberapa pengertian yang berhubungan dengan bidang teknologi dan bidang ekonomi agar pendanaan semakin meningkat (Widyayanti, 2019). Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Widyayanti, (2020), dan Urba et al, (2017) yang menyatakan bahwa *Fintech* berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM.

Pengaruh E-Commerce Dan Fintech Secara Simultan Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM

Menurut ketentuan hipotesis, Ha ditolak jika signifikansi lebih besar dari 0.05. Dengan angka signifikansi 0,000, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4.17 dapat disimpulkan bahwa tingkat signifikan α sebesar 0,05 lebih kecil dari angka signifikan sebesar 0,000. Maka kesimpulannya adalah Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya bahwa variabel *E-Commerce* (X1) dan *Fintech* (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM. Ini berarti bahwa pernyataan H3 diterima.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan analisis penelitian diatas maka dapat ditarik kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut:

1) *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM di Kota Bengkulu.
2) *Fintech* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM di Kota Bengkulu.
3) *E-Commerce* dan *Fintech* secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kota Bengkul

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik (BPS). (2020). *Jumlah UMKM Inonesia*. Badan Pusat Statistik (BPS). https://www.bps.go.id/

Cahyono, A. S. (2021). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia 194–210. https://doi.org/10.1201/ebk1439811924-14

Candraningrat, I. R., Abundanti, N., Mujiati, N. W., Erlangga, R., & Jhuniantara, I. M. G. (2021). The role of financial technology on development of MSMEs. Accounting, 7(1), 225–230. https://doi.org/10.5267/j.ac.2020.9.014

Catalini, C., & Gans, J. S. (2020). The Economics of Fintech and Digital Currencies. MIT Press.

Damayanti, A., Khotmi, H., & Setiawati, E. (2023). Peran Inovasi Produk , Aspek Keuangan , Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Financial Technology Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Kota Mataram Pendahuluan Pembangunan ekonomi memegang peranan penting dalam meningkatkan pendapatan ekonomi daerah , termasuk k, *1*(2), 10–18.

Ella, S. (2022). Pengaruh Word Of Mouth Dan ECommerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Yummy Pie Kota Bandar Lampung). Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Fauzi, I. (2018). *analisis faktor faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan usaha mikro nasabah pembiayaan bmt (studi pada bmt at taqwa kemanggisan periode 2017)* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

Field, A. (2018). Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics. Sage Publications

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progran IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Haryono, Sugeng dan Nurlaela, 2018, Efektifitas Penggunaan Media E-Commerce eeTerhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Depok Dilihat Dari Etika Bisnis" Fakultas Teknik D an Ilmu Komputer, Universitas Insraprasta PGRI

Helmalia dan Afrinawati, 2018, "Pengaruh E-Commerce Tehadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kota Padang" Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam , Volume 3 No. 2

Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, *3*(6), 6707–6714.

Indriyati, R. N., & Aisyah, M. N. (2019). Determinan Minat Individu Menggunakan Layanan Financial Technology Dengan Kerangka Innovation Diffusion Theory. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, *8*(2), 209–223. https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26660

Isrososiawan, S., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2019). User mobile payment behavior using technology acceptance model (TAM): Study of" Dana" E-wallet users. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, *6*(2), 181-192.

Karunianingsih, D. A. (2020). Mediatisasi Jasa Layanan Makanan Melalui Aplikasi GoFood dan GrabFood. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, *23*(2), 129–142. https://doi.org/10.20422/jpk.v2i23.688

Mulyati, M. (2020). Analisis Implementasi Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik Pada Kpri Pengayoman 1 Lapas Dompu. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *4*(1), 225-238.

Noviono, H., & Pelitawati, D. (2019). Pengaruh modal kerja, pendidikan dan teknologi terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Sentra Industri Tas dan koper Tanggulangin. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, *5*(2).

Nuraryo, I. (2016). Difusi Inovasi "Belanja Daring" di Media Sosial dan Dampaknya Pada Motif Berbisnis di Kalangan Anak Muda. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, *6*(1), 50–61.

Nurcahya, Y. A., & Dewi, R. P. (2019). Analisis pengaruh perkembangan fintech dan e-commerce terhadap perekonomian masyarakat. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, *5*(02).

Nurrohmah, A., & Alfanur, F. (2016). Adopsi E-Commerce Pada Usaha Mikro Dan Kecil Di Bandung (Studi Kasus Subsektor Fesyen. *E-Proceeding of Management*, *3*(2), 1120–1127.

Pallant, J. (2016). SPSS Survival Manual. Open University Press.

Respatiningsih, H. (2011). Manajemen Kredit Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *SEGMEN: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, *7*(1).

Rianty, M., & Rahayu, P. F. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM Yang Bermitra Gojek Dalam Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, Vol. 16, N, Hal. 153-167.

Rizal, M., Maulina, E., & Kostini, N. (2018). Fintech As One Of The Financing Solutions For Smes Muhamad. Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan, 24(3), 146–150.

Rogers, E. M. (1983). Diffusion of Innovations. New York, NY: Free Press.

Rumondang, A., Effendy, F., Simarmata, J., Sudirman, A., & Agustin, T. (2019). Fintech: Inovasi Sistem Keuangan di Era Digital. Yayasan Kita Menulis.

Setyorini, D., Nurhayaty, E., & Rosmita, R. (2019). Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce) Terhadap Peningkatan Laba Umkm (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). *Jurnal Mitra Manajemen*, *3*(5), 501–509. https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i5.228

Sugeng, S. (2018). E-Commerce Sebagai Pendukung Pemasaran. *JSI (Jurnal Sistem Informasi) Universitas Suryadarma*, *4*(1), 143-156.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.

Suprapti, N. W., & Abidin, Z. (2017). Fintech for financial inclusion in Indonesia. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan, 5(2), 176-189.

Suyanto, S., & Kurniawan, T. A. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan FinTech pada UMKM Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, *16*(1). https://doi.org/10.31316/akmenika.v16i1.166

Turban, E., King, D., McKay, J., Marshall, P., Lee, J., & Viehland, D. (2017). Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective. Springer.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Winarto, W. W. A. (2020). Peran Fintech dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, *3*(1), 61–73. https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.132

Yahya, M. F., Pratitha, N. K., & Puspaningtyas, M. (2021). Peran fintech dalam membantu umkm memperoleh modal berwirausaha di era digital. In *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)* (Vol. 1, No. 11).

Yoyo, S., Sofiati, N. A., Yosep, M. A., & Nurdiansyah, B. (2020). Digital Marketing dan Fintech diIndonesia. ANDI

Yusuf, M. (2021). Pengaruh Electronic Commerce (E- Commerce) Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM di Kecamatan Bekasi Utara. *Jurnal Akuntansi STEI*, *05*(01), 19–30.