

SKRIPSI
PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE* DAN
INOVASI PRODUK TERHADAP PENINGKATAN
PENDAPATAN USAHA PADA USAHA MIKRO KECIL



Skripsi Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi

Diusulkan oleh:
Ruby Rachel – 115210077

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Tarumanagara
Jakarta
2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK ADA PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Ruby Rachel
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210077
Program Studi : SI Manajemen



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 16 November 2024


Ruby Rachel.

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Ruby Rachel
NIM : 115210077
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : Kewirausahaan
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE*
DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
PENINGKATAN PENDAPATAN PADA
USAHA MIKRO KECIL

Jakarta, ..21.. November 2024

Pembimbing,


(R.R. Karina Ningsih)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

NAMA : Ruby Rachel

NIM : 115210077

PROGRAM / JURUSAN : S1/ Manajemen

JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Penggunaan E-commerce dan Inovasi
Produk Terhadap Peningkatan. Pendapatan Usaha
Mikro Kecil

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal dan
dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas

1. Ketua Penguji :

2. Anggota Penguji

Jakarta, Pembimbing,

(RR. Kartika Nuringsih, S.E., M.Si)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS

JAKARTA

(A) RUBY RACHEL (115210077)

(B) *THE INFLUENCE OF E-COMMERCE UTILIZATION AND PRODUCT INNOVATION ON INCOME IMPROVEMENT IN MICRO AND SMALL ENTERPRISES.*

(C) *Xiv + 75 pages, 2024, tables 19, pictures 6, attachments 4*

(D) *ENTREPRENEURSHIP*

(E) *Abstract: The increasing use of the internet in Indonesia presents significant opportunities for micro and small enterprises (MSEs) to leverage e-commerce as a marketing tool, while product innovation plays a key role in creating competitive advantages. This study aims to analyze the impact of e-commerce usage and product innovation on increasing the revenue of MSEs in West Jakarta. Using a quantitative approach and survey techniques with 95 respondents who are owners of MSEs in the culinary sector, the data were analyzed using Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results show that e-commerce usage has a stronger impact on increasing MSE revenue compared to product innovation, where e-commerce helps expand the market and improve efficiency, while product innovation creates appeal and added value according to consumer needs. Data analysis also confirms that all variables meet the criteria for validity, reliability, and are free from multicollinearity. Therefore, this study recommends that MSE owners optimize the use of e-commerce and enhance product innovation to support business sustainability and improve competitiveness. (F) References List (1989-2024)*

(G) RR. Kartika Nuringsih, S.E., M.Si

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JAKARTA

(A) RUBY RACHEL (115210077)

(B) PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE* DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA PADA USAHA
MIKRO KECIL

(C) Xiv + 75 halaman, 2024, 15 tabel, 5 gambar, 4 lampiran

(D) KEWIRAUSAHAAN

(E) Abstrak: Penggunaan internet yang semakin meluas di Indonesia membuka peluang besar bagi usaha mikro dan kecil (UMK) untuk memanfaatkan *e-commerce* sebagai sarana pemasaran, sementara inovasi produk menjadi faktor kunci dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan *e-commerce* dan inovasi produk terhadap peningkatan pendapatan UMK di Jakarta Barat. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik survei terhadap 95 responden pemilik UMK sektor kuliner, data dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* memiliki pengaruh lebih kuat terhadap peningkatan pendapatan UMK dibandingkan inovasi produk, di mana *e-commerce* membantu memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi, sedangkan inovasi produk menciptakan daya tarik dan nilai tambah sesuai kebutuhan konsumen. Analisis data juga mengonfirmasi bahwa seluruh variabel memenuhi kriteria validitas, reliabilitas, dan bebas dari multikolinearitas. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan pelaku UMK untuk mengoptimalkan penggunaan *e-commerce* serta meningkatkan inovasi produk guna mendukung keberlanjutan usaha dan peningkatan daya saing.

(F) Daftar pustaka (1989-2024)

(G) RR. Kartika Nuringsih, S.E., M.Si

HALAMAN MOTTO

Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku.
Filipi 4:13

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulisan ini saya persembahkan untuk:
Orang Tuaku yang tercinta Mama dan Papa,
Adik tersayang
Pasangan yang saya sayangi,
Serta teman yang saya kasihi

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas rahmat, kekuatan, kesehatan, dan kesabaran ehingga skripsi “Pengaruh Penggunaan E-commerce dan Inovasi Produk terhadap Peningkatan Pendapatan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah di Jakarat Barat” diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya disampaikan atas kontribusi seluruh pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan emosional, motivasi, dan semangat dalam penyusunan skripsi ini Kepada yang terhormat:

1. Ibu RR. Kartika Nuringsih, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang membantu, mengarahkan dan memberikan masukan bermanfaat selama penyusunan skripsi.
2. Bapak Prof. Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E, M.M., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Frangky Slamet, S.E., M.M., selaku Kepala Program Studi Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
4. Ibu Dr. Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M., selaku Sekretaris Program Studi II Manajemen Universitas Tarumanagara.
5. Kedua orang tua tercinta yang memberikan dukungan serta membantu dari segi materi maupun non materi sehingga saya dapat menyusun skripsi ini dengan baik
6. Kepada pasangan dan teman saya yang senantiasa memberi dukungan dan membantu saya dalam penyusunan skripsi

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan akibat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki. Semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi para pembaca.

Jakarta, 8 November 2024



Ruby RacheL

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK ADA PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah	3
D. Perumusan Masalah	3
E. Tujuan Penelitian.....	4
F. Manfaat Teoritis dan Praktis.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
A. Gambaran Umum Teori.....	5
B. Definisi Konseptual Variabel.....	5
C. Kaitan Antara Variabel-Variabel	10
D. Penelitian yang Relevan	11
E. Kerangka Model Penelitian dan Hipotesis	15
BAB III METODE PENELITIAN	17
A. Desain Penelitian.....	17
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Skripsi.....	17
C. Operasionalisasi Variabel Penelitian	18
D. Analisis Validitas dan Reabilitas	20
E. Analisis Data	26
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	29

A. Deskripsi Subyek Penelitian	29
B. Deskripsi Objek Penelitian	31
C. Hasil Analisis Data.....	39
D. Pembahasan.....	43
BAB V PENUTUP	46
A. Kesimpulan.....	46
B. Keterbatasan dan Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....	48
LAMPIRAN	53
Lampiran 1. Kuesioner.....	53
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner	60
Lampiran 3. Hasil Olah Data.....	69
Lampiran 4. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner di UMKM.....	73
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	0

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Studi Literatur.....	11
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Perceived Usefulness.....	18
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Perceived Ease of Use	19
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Inovasi Produk	20
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Peningkatan Pendapatan.....	20
Tabel 3.5 Hasil Uji Outer Loadings Sebelum Penghapusan Indikator	21
Tabel 3.6 Hasil Uji Outer Loadings Setelah Penghapusan Indikator.....	22
Tabel 3.7 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	24
Tabel 3.8 Hasil Pengujian Fornell-larcker Criterion	24
Tabel 3.9 Hasil Pengujian Cross Loading	25
Tabel 3.10 Hasil Uji Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.....	26
Tabel 4.1 Tabel Pernyataan Kuesioner Perceived Usefulness.....	31
Tabel 4. 2Tabel Pernyataan Kuesioner Perceived Ease of Use	34
Tabel 4.3 Tabel Pernyataan Kuesioner Inovasi Produk	35
Tabel 4.4 Tabel Pernyataan Kuesioner Peningkatan Pendapatan Usaha	37
Tabel 4.5 Hasil Uji R-Square	39
Tabel 4.6 Hasil Uji Q-Square.....	40
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Path Coefficient.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	16
Gambar 4.1 Kategori Jenis Kelamin.....	29
Gambar 4.2 Kategori Usia	30
Gambar 4.3 Kategori Jenjang Pendidikan.....	30
Gambar 4.4 Aplikasi E-commerce	31

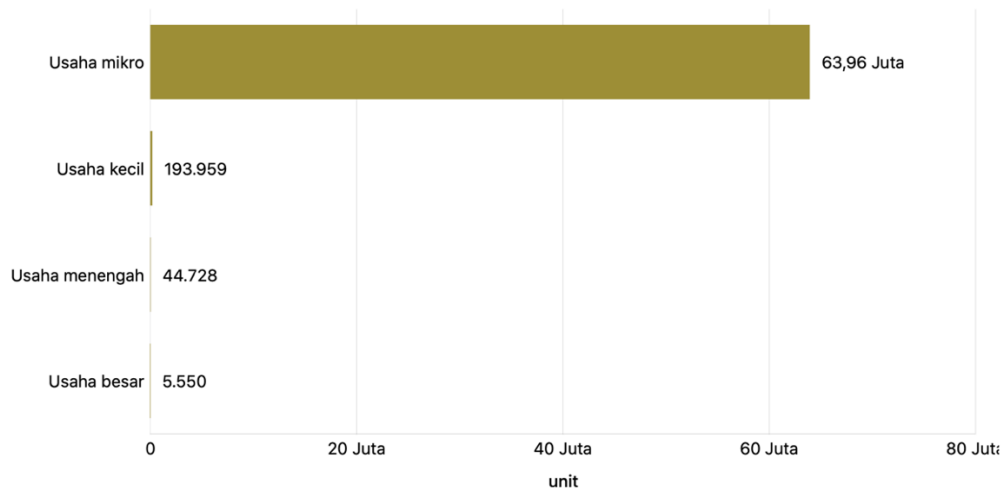
DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	53
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner	60
Lampiran 3. Hasil Olah Data.....	69
Lampiran 4. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner di UMKM.....	73
Lampiran 5. Hasil Turnitin.....	74

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, internet telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat dan menjadi gaya hidup yang tak terpisahkan. Pada tahun 2024, lebih dari 221 juta orang di Indonesia menggunakan internet (APJII, 2024), yang berarti sebanyak 79,5% dari total penduduk Indonesia telah terhubung dengan internet. Salah satu dampak yang paling terlihat adalah kemudahan berbisnis melalui sarana internet atau dunia maya dengan munculnya *e-commerce* (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2022). *E-commerce* adalah tempat membeli dan menjual produk dan layanan melalui internet dan penggunaan sistem computer untuk meningkatkan efisiensi perusahaan (Alzahrani, 2019).



Gambar 1.1 Data Jumlah UMKM di Indonesia Berdasarkan Kelasnya (2021)

Sumber: Databoks (2023)

Berdasarkan data dari Databoks (2023), usaha mikro dan kecil (UMK) adalah kategori usaha dengan jumlah terbanyak, yakni masing-masing mencapai 63,96 juta dan 193 ribu. Data ini menunjukkan bahwa UMK memberikan kontribusi yang

signifikan dalam menopang ekonomi Indonesia. Namun, jumlah yang besar tersebut juga mengindikasikan bahwa UMK menghadapi berbagai keterbatasan dalam pengembangan usaha, salah satunya dalam hal penggunaan *e-commerce* dan inovasi produk.

Kemudahan akses internet memberikan banyak informasi kepada semua kalangan, sehingga membuka peluang untuk pengusaha baru atau UMK dalam mengembangkan usaha. *E-commerce* memungkinkan para pengguna jejaring sosial untuk memanfaatkan sarana bisnis belanja *online*, sehingga menciptakan peluang bisnis baru yang lebih luas (Sudaryono, Rahwanto & Komala, 2020). Menurut survei, INDEF menemukan bahwa 33,86% responden UMKM yang awalnya hanya berjualan offline, kini telah memperluas bisnisnya secara *online*. (INDEF, 2024). Menurut survei yang dilakukan oleh INDEF, 33,86% responden UMKM yang sebelumnya hanya berjualan secara *offline* kini telah memperluas bisnis ke *platform online*. Survei ini menunjukkan bahwa lebih dari 30% UMKM memanfaatkan *e-commerce* sebagai sarana untuk meningkatkan pendapatan pelaku usaha.

Pendapatan merupakan penghasilan yang diterima dari aktivitas usaha atau pekerjaan (Hakim, 2022). Pelaku usaha tentu ingin memaksimalkan pendapatan dengan modal yang serendah mungkin. *E-commerce* memberikan kemudahan bagi pelaku UMK dalam hal ini, karena mengurangi biaya yang biasanya diperlukan untuk operasional toko fisik. *E-commerce* menghemat biaya yang harus dikeluarkan bagi para wirausahawan, dikarenakan biaya servis yang relatif murah karena tidak harus ada *display* barang, toko, dan lain sebagainya (Fauzia, 2016).

Selain *e-commerce*, inovasi produk juga memainkan peran penting dalam meningkatkan pendapatan UMK. Inovasi produk merujuk pada upaya yang dilakukan oleh para pelaku usaha untuk memperbaiki, mengembangkan, dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Hal ini dapat dilakukan baik melalui perubahan pada bentuk fisik produk maupun peningkatan kualitas layanan yang menyertainya (Ani, 2020).

Bagi UMK, inovasi produk menjadi kunci dalam menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif yang dapat menarik lebih banyak pelanggan. Produk yang terus dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pasar akan memberikan kesempatan

bagi pelaku usaha untuk memperluas pangsa pasar. Dengan demikian, inovasi produk dapat secara langsung berkontribusi pada peningkatan pendapatan melalui peningkatan daya tarik dan kualitas produk yang dihasilkan. Dengan penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Penggunaan *E-commerce* dan Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro dan Kecil” diharapkan dapat mendorong UMK untuk mengambil langkah untuk menggunakan *e-commerce* dan inovasi produk dalam mengembangkan usaha.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah disampaikan, identifikasi masalah yang menjadi fokus penelitian adalah sebagai berikut:

1. Tidak semua UMK dapat memanfaatkan *e-commerce* secara efektif untuk meningkatkan pendapatan
2. Tidak semua UMK mampu melakukan inovasi produk secara efektif untuk meningkatkan pendapatan.

C. Batasan Masalah

Untuk memastikan penelitian tetap fokus dan terarah serta membatasi ruang lingkup masalah yang diteliti, penulis menetapkan batasan sebagai berikut: Penelitian ini akan memfokuskan pada UMK di Jakarta Barat yang bergerak dalam sektor kuliner dengan syarat UMK tersebut telah beroperasi selama minimal tiga tahun. Penelitian ini hanya akan mencakup UMK yang awalnya berjualan secara offline dan kemudian merambah ke penjualan online. Dengan demikian, hasil penelitian tidak akan mencakup UMK di sektor lain, yang baru memulai usaha, atau yang hanya beroperasi secara online sejak awal.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan pada Usaha Mikro dan Kecil di Jakarta Barat?

2. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan pada Usaha Mikro dan Kecil di Jakarta Barat.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris tentang:

1. Menilai pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan pada Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Jakarta Barat.
2. Menilai pengaruh inovasi produk terhadap peningkatan pendapatan pada Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Jakarta Barat.

F. Manfaat Teoritis dan Praktis

Penelitian ini secara teoretis memberikan kontribusi dalam pemahaman tentang dampak penggunaan *e-commerce* dan inovasi produk terhadap peningkatan pendapatan pada UMK di Jakarta Barat. Temuan dari penelitian ini dapat memperluas pengetahuan tentang bagaimana penerapan *e-commerce* dan inovasi produk dapat mempengaruhi pendapatan UMK. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi pelaku UMK dalam merancang dan mengimplementasikan strategi *e-commerce* yang efektif, serta meningkatkan inovasi produk untuk memaksimalkan keuntungan dan pertumbuhan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Achira, S. P., Ambarwati, S., & Azwari, P. C. (2023). Pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil menengah (penelitian di Kota Palembang). *Jurnal Ekonomi KIAT*, 34(2), 1-15.
- Alzahrani, J. (2019). *The impact of e-commerce adoption on business strategy in Saudi Arabian small and medium enterprises (SMEs)*. *Review of Economics and Political Science*, 4(1), 73–88. <https://doi.org/10.1108/rep-10-2018-013>
- Anderson, J., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh kreativitas produk, inovasi produk, dan kualitas produk terhadap kinerja UKM. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 5(1), 185–194. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22566>
- Aprilyan, Y., Sasanti, E. E., & Nurabiah. (2022). Pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(2), 292–306. <https://doi.org/10.29303/risma.v2i2.216>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024, Ferbruari 7). Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. APJII. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Azzahra, F., Dianta Sebayang, K. A., & Iranto, D. (2024). Pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (studi kasus pada UMKM sektor kuliner di Kabupaten Bogor). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(5), 186–195. Universitas Negeri Jakarta.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>

- Dwiarti, R., & Wibowo, A. B. (2018). Analisis pengaruh tingkat pendidikan, kompensasi, dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Taman Wisata Candi Prambanan. *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis (JPSB)*, 157–170.
- Ekatama, M. R., Isabella, A. A., & Rizky, N. D. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Mesuji. In *Seminar Nasional–Universitas Borobudur* (Vol. 2, No. 1).
- Elok, N. (2020). Peningkatan Hasil Belajar Siswa Melalui Model Pembelajaran Kooperatif *Tipe Two Stay Two Stray* (TSTS) Pada siswa SMP. *Jurnal Suluh Edukasi*, Vol. 01 No. 01, 2020, h. 103
- Farid, Muhammad. (2024), Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Kota Banda Aceh <https://repository.arraniry.ac.id/id/eprint/38093/1/Skripsi%20Revisi%20Setelah%20Sidang%20Farid%20%28FIX%29.pdf>
- Fauzia, I. Y. (2016). Pemanfaatan *e-commerce* dan *m-commerce* dalam bisnis di kalangan wirausahawan perempuan. *Journal of Business & Banking*, 5(2), 237–256. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i2.705>
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program Pada PT. XL AXIATA Tbk. Dan PT. INDOSAT Tbk, *Jurnal EMBA*, 63 IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Iman, and Hengky Latan. (2021). Partial Least Square Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0. Edisi 2. Semarang: Badan penerbit- Undip.

- Hafizi, Muhammad. (2023). Pengaruh Kredit Usaha Rakyat (Kur) Mikro Bank Syariah Indonesia KCP Sungai Danau Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kecamatan Satui.
- Hair, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2018). *Article Information: When To Use And How To Report The Results Of PIs-Sem*.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). *When to use and how to report the results of PLS-SEM*. *European Business Review*, 31(1), 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hakim, D.L., & Okti Sri Purwanti, S.N. (2018). Hubungan Tingkat Sosial Ekonomi : Pendidikan, Penghasilan, Dan Fasilitas Dengan Pencegahan Komplikasi Kronis Pada Penyandang Diabetes Melitus Tipe 2 Di Surakarta.
- Haryono, T., & Marniyati, S. (2017). Pengaruh *market orientation*, inovasi produk, dan kualitas produk terhadap kinerja bisnis dalam menciptakan keunggulan bersaing. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (Journal of Business and Management)*, 17(2), 51-68.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2022). Memanfaatkan *e-commerce* dengan benar. Diakses dari [https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15814/Memanfaatkan-E-Commerce-Dengan-Benar.html#:~:text=Electronic%20Commerce%20atau%20e%2Dcommerce,saran%20media%20elektronik%20\(internet\)](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15814/Memanfaatkan-E-Commerce-Dengan-Benar.html#:~:text=Electronic%20Commerce%20atau%20e%2Dcommerce,saran%20media%20elektronik%20(internet).).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid I* (Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benjamin Molan). Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Marketing An Introduction*, Edisi 13, USA: Perason Education

- Muhamad, Nabilah. (2023). Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah/UMKM di Indonesia Berdasarkan Kelasnya. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/13/usaha-mikro-tetap-merajai-umkm-berapa-jumlahnya>
- Nafarin, M. (2015). Penganggaran Perusahaan (Edisi tiga). Jakarta: Salemba Empat.
- 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.
- Nugroho, I. I. (2024). Pengaruh teknologi digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Dusun Serut. *ECONOMIE*, 6(1). <https://doi.org/10.30742/economie.v5i2.3581>
- Sarstedt M., Ringle C.M., dan Hair J.F. (2017). *Partial Least Square Structural Equation Modeling*. Dalam : Homburg C., Klarmann M., Vomberg A. (eds) *Handbook of Marketing Research*. Springer, Cham.
- Sekaran, U. & Bougie, R.J., (2016). *Research Methods for Business: A skill Building Approach*. 7th Edition, John Wiley & Sons Inc. New York, US.
- Sudaryono, S., Rahwanto, E., & Komala, R. (2020). *E-COMMERCE DORONG PEREKONOMIAN INDONESIA, SELAMA PANDEMI COVID 19 SEBAGAI ENTREPRENEUR MODERN DAN PENGARUHNYA TERHADAP BISNIS OFFLINE*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(02), 110-124. <https://doi.org/10.47080/10.47080/vol1no02/jumanis>
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA, cv.

- Riyanto, T. (2015). Akuntabilitas Finansial Dalam Pengelolaan Alokasi Dana Desa (ADD) Di Kantor Desa Perangat Selatan Kecamatan Marangkayu Kabupaten Kutai Kartanegara, *Journal Administrasi Negara* Vol. 2 No. 1.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171–180. <https://doi.org/10.1002/smj.4250050207>
- Widiyanto, G., Satrianto, H., & Wibowo, F. P. P. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat di Kota Tangerang (Studi Kasus Peran UKM Pembuatan Makanan Ringan dan Snack). *ECo-Buss*, 3(3), 120–130. <https://doi.org/10.32877/eb.v3i3.208>