



Cristian Sampelimbong<sup>1</sup>  
 Jemi Pabisangan Tahirs<sup>2</sup>  
 Stefani M.Palimbong<sup>3</sup>

## DAMPAK IMPLEMENTASI E-COMMERCE TERHADAP KINERJA KEUANGAN UMKM DI KABUPATEN TORAJA UTARA

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak implementasi E-commerce terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kabupaten Toraja Utara. Teknik pengambilan sampel dengan metode purposive sampling. Teknik analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana dengan aplikasi software SPSS versi 26. Pengumpulan data dengan kuesioner dan 81 orang sampel pelaku UMKM di Kabupaten Toraja Utara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa E-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM. Ini ditunjukkan dari hasil pengujian statistic diperoleh nilai t hitung > nilai t tabel yang sebesar  $22.331 > 1.99045$ , sedangkan nilai signifikansi diperoleh nilai sebesar  $0.000 < 0.05$ .

**Kata Kunci:** E-Commerce, Kinerja Keuangan, UMKM

### Abstract

This research aims to analyze the impact of E-commerce implementation on the Financial Performance of MSMEs in North Toraja Regency. The sampling technique uses a purposive sampling method. The data analysis technique used in this research is simple linear regression analysis with the SPSS version 26 software application. Data was collected using a questionnaire and a sample of 81 MSME actors in North Toraja Regency. The research results show that E-commerce has a positive and significant effect on the Financial Performance of MSMEs. This is shown from the results of statistical testing, the calculated t value > t table value is  $22,331 > 1.99045$ , while the significance value obtained is  $0.000 < 0.05$ .

**Keywords:** E-commerce, Financial Performance, MSMEs

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dipercaya dapat menjadi tulang punggung perekonomian nasional dan pertahanan bagi perekonomian pada kondisi krisis (DJKN, 2016). Dalam tahun terakhir UMKM berperan besar dalam mensejahterakan masyarakat dengan menyerap sebagian besar tenaga kerja, membantu masyarakat memiliki daya beli yang memperlancar perekonomian nasional. Hal ini ditunjukkan dari hasil survei yakni 64,2 juta (99,9%) dari total pelaku usaha di Indonesia adalah UMKM dan 119,6 juta (96,92%) dari total tenaga kerja Indonesia diserap oleh UMKM (Katadata, 2021), serta (61,97%) total PDB berasal dari segmen UMKM (Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), 2017). Namun, kontribusi UMKM yang sangat signifikan tidak diimbangi oleh ketersediaan akses terhadap sumber daya modal, pelatihan dan pembekalan terhadap kemampuan untuk dapat mengelola usaha dan mengelola keterbatasan sumber daya yang dimiliki untuk kemudian menciptakan lingkup usaha yang sustainable atau berkelanjutan.

Kinerja UMKM tercermin dari keuntungan yang dicapai dari aktivitas yang telah dilakukan. Sehingga penelitian ini mengukur kinerja keuangan dengan indikatornya pencapaian penjualan, pertumbuhan modal dan peningkatan keuntungan. (Alamsyah, 2020a). Selain itu UMKM seringkali mengalami keterlambatan perkembangan karena terbatasnya pembiayaan, pengelolaan usaha, sumber daya manusia dan pemasaran (Mulyanti dkk., 2020). Sehingga

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Indonesia Toraja  
 Email : cristiansampelimbong@gmail.com,tahirsjemi@gmail.com

fintech hadir untuk menjadi suatu alternatif yang bisa membantu UMKM dalam pelayanan pada finansial yang mencakupi, karena fintech dapat mempermudah dalam menjalankan usaha seperti payment gateway atau pembayaran online yang bisa menarik konsumen untuk memanfaatkan layanan yang ditawarkan misalnya cashback, diskon atau promo lainnya. Selain itu UMKM juga dapat memanfaatkan fintech (e-commerce) untuk mendapatkan akses produk dan berbagai layanan keuangan dimanapun dengan mudah (Hijir, 2022).

Dengan adanya e-commerce ini maka memberikan kesempatan besar bagi UMKM, karena mereka dapat melakukan jual-beli secara online dengan tidak harus bertemu secara langsung antara pembeli dan penjual. Banyak platform e-commerce juga yang tersedia seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dll. Adanya perkembangan usaha yang baru, dibutuhkan bantuan dari sistem informasi dan teknologi yang akurat dan cepat. Sistem perlu mempunyai tujuan yang saling berinteraksi, terintegrasi serta terpusat. Masalah lain yang sering dihadapi para pelaku usaha UMKM dalam menjalankan usahanya yaitu dalam proses pemasaran produk mereka. Pemasaran mempunyai peran penting karena pemasaran merupakan nyawa untuk meningkatkan penjualan dan menambah nilai jual suatu produk. Para pelaku UMKM masih kurang memanfaatkan teknologi yang sudah berkembang. Pemanfaatan teknologi pada pemilik UMKM sangat penting bagi pemilik UMKM itu sendiri. Beberapa UMKM masih mengandalkan jasa para reseller yang hanya akan menjual kembali produk mereka kepada pembeli yang dimana hal tersebut dapat menghambat pendapatan usaha.

Pemanfaatan teknologi informasi sangatlah mudah digunakan dan sangat penting. Salah satu pemanfaatan teknologi informasi yang dapat diterapkan yaitu dengan sistem e-commerce, dimana sistem ini sebagai salah satu solusi dalam proses pembelian, penjualan, dan pemasaran produk UMKM. Seperti yang telah diketahui pelaku usaha UMKM saat ini dituntut untuk menggunakan teknologi dalam melakukan pemasaran, penjualan maupun dalam mengembangkan usahanya, namun kenyataannya minat pelaku usaha UMKM dalam menggunakan teknologi seperti e-commerce sangat minim. Padahal dengan mereka memanfaatkan teknologi khususnya e-commerce ini bisa memberikan dampak yang bagus terhadap UMKM dalam hal pemasaran, operasi serta Kinerja dari UMKM.

**METODE**

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan lokasi penelitian di Kabupaten Toraja Utara yakni Kecamatan Tallunglipu dan Kecamatan Rantepao. Pemilihan lokasi penelitian ini karena di kecamatan tersebut memiliki jumlah UMKM. Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder yang diperoleh dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kabupaten Toraja Utara. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 440 dengan sampel sebanyak 81. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu uji instrumen penelitian, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear sederhana, uji T, uji koefisien determinasi.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**HASIL PENELITIAN**

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas

Variabel	P	T-Tabel	T-Hitung	Keterangan
(X) E-commerce	E1	0,218	0,852	Valid
	E2	0,218	0,843	Valid
	E3	0,218	0,836	Valid
	E4	0,218	0,821	Valid
	E5	0,218	0,789	Valid
	E6	0,218	0,864	Valid
	E7	0,218	0,841	Valid
	E8	0,218	0,811	Valid
	E9	0,218	0,830	Valid

(Y) Kinerja Keuangan	E10	0,218	0,826	Valid
	E11	0,218	0,839	Valid
	E12	0,218	0,854	Valid
	E13	0,218	0,835	Valid
	E14	0,218	0,825	Valid
	E15	0,218	0,876	Valid
	K1	0,218	0,806	Valid
	K2	0,218	0,838	Valid
	K3	0,218	0,772	Valid
	K4	0,218	0,809	Valid
	K5	0,218	0,805	Valid
	K6	0,218	0,834	Valid
	K7	0,218	0,807	Valid
	K8	0,218	0,825	Valid
	K9	0,218	0,798	Valid
K10	0,218	0,879	Valid	
K11	0,218	0,731	Valid	
K12	0,218	0,824	Valid	
K13	0,218	0,790	Valid	
K14	0,218	0,844	Valid	
K15	0,218	0,868	Valid	

Sumber : Data diolah

Dari tabel 1 diatas dengan item pertanyaan dari variabel E-commerce (X1) dan Kinerja keuangan (Y) diperoleh hasil nilai t hitung > nilai t tabel (t-hitung > 0,218). Hasil ini dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan yang tersusun dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Pengujian Reliabilitas

No	Variabel	Batas Reliabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	E-commerce	0,6	0,969	Reliabel
2	Kinerja Keuangan	0,6	0,963	Reliabel

Sumber : Data diolah

Dari tabel 2 diatas dengan item pertanyaan dari variabel E-commerce (X1) dan Kinerja keuangan (Y) diperoleh nilai Cronbach Alpha > Nilai Reliabel (Cronback Alpha > dari 0,60) sehingga kuesionernya reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		81	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	4.38363027	
Most Extreme Differences	Absolute	.068	
	Positive	.059	
	Negative	-.068	
Test Statistic		.068	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200 <sup>d</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.	.456	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.443
		Upper Bound	.469

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 3 diperoleh nilai signifikansi Asymp, sig adalah sebesar  $0,200 > 0,05$ . Hasil ini mengukur bahwa uji normalitas Kolmogorov-smirnov dapat disimpulkan berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	172.824	177.964		.971	.334
	E-Commerce	1.128	3.744	.034	.301	.764

Sumber : Data diolah

Berdasarkan output diatas nilai signifikansi (Sig) pada variable X adalah sebesar 0,764 dan lebih besar daripada 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan Keputusan dalam uji glejser, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini. Dimana model regresi yang baik adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-1.057	2.180		-.485	.629
	E-Commerce	1.024	.046	.929	22.331	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

Sumber : Data diolah

Diketahui pada analisis regresi linier sederhana, diketahui persamaan regresi adalah dengan rumus  $Y = a + bX$

Dimana,

Y = Variabel Y (Kinerja Keuangan)

a = Konstanta (Nilai variable y jika variable x diasumsikan bernilai tetap atau sama dengan nol)

b = Koefisien Regresi

X = Variabel X (E-Commerce)

Diketahui

$$Y = -1,057 + 1,024$$

Artinya jika variable X bernilai tetap atau sama dengan nol maka variable Y bernilai -1,057, jika variable X (E-Commerce) mengalami kenaikan satu-satuan akan menambah variable Y sebesar 1,024 satu-satuan, artinya Variabel E-Commerce terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap variable Kinerja Keuangan.

Uji T

Tabel 6. Hasil Uji T  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-1.057	2.180		-.485	.629
	E-Commerce	1.024	.046	.929	22.331	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

Sumber : Data diolah

Diketahui nilai sig pada variable E-Commerce sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dan nilai t hitung sebesar 22,331 dan lebih besar daripada t table (1,99045). Artinya terdapat pengaruh positif dan

signifikan yang dihasilkan oleh variable E-Commerce terhadap Kinerja Keuangan. Dan Ha diterima, H0 ditolak

Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.929 <sup>a</sup>	.863	.862	4.411

a. Predictors: (Constant), E-Commerce

Sumber: Data diolah

Dari tabel 7 diatas menunjukkan nilai r square adalah sebesar 0,863, artinya variable E-Commerce mampu menjelaskan variable Kinerja Keuangan sebesar 0,863 atau 86,3% sedangkan sisanya dipengaruhi variabel bebas diluar penelitian ini.

**PEMBAHASAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa dampak implementasi E-commerce memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan pada Usaha Micro Kecil dan Menengah (UMKM), Ini ditunjukkan dari hasil pengujian variabel E-commerce nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yang diperoleh sebesar 22,331 > 1.99045 dan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0.000<0.05. Hasil dari pengujian pada penelitian ini telah sependapat dengan penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya yaitu oleh penelitian (Pasaribu, 2019 dan Purnata, 2019) yang mengungkapkan bahwa E-commerce mampu memberikan pengaruhnya secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan pada Usaha Micro, Kecil dan Menengah (UMKM). Dari hasil penelitian dapat dikatakan bahwa dengan implementasi E-commerce dapat membantu para pelaku usaha dalam membuka pangsa pasar baru serta menjangkau pasar yang lebih luas. dengan demikian UMKM akan dengan mudah memperoleh konsumen baru yang sebelumnya belum tersentuh oleh strategi promosi sebelum implementasi E-commerce karena keterbatasan geografis dan banyak hal lain, dengan adanya konsumen baru diharapkan dapat memberikan pengaruh terhadap Kinerja Keuangan pada Usaha Micro, Kecil dan Menengah (UMKM) berupa peningkatan kinerja keuangannya. Selain itu dengan implementasi E-commerce juga dapat memberikan peningkatan berupa akurasi dan juga kecepatan pertukaran informasi pada saat proses transaksi dengan konsumen, selain itu implementasi E-commerce juga dapat membantu para pelaku usaha guna melakukan penghematan biaya oprerasional pada Usaha Micro, Kecil dan Menengah (UMKM) karena dengan implementasi E-commerce dapat mengurangi jumlah karyawan.

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Puji dan syukur peneliti ucapkan kehadiran Tuhan yang maha esa atas segala berkah, rahmat dan karunianya yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, kekuatan, dan kesabaran sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih kepada orang tua yang telah memberikan doa dan dukungan sehingga peneliti bisa sampai pada tahap ini serta untuk dosen pembimbing yang selalu mendukung dengan baik dan memberikan saran kepada peneliti. Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan sehingga penyusunan ini berjalan dengan baik

**SIMPULAN**

E-commerce memiliki kemampuan untuk memberikan dampak secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan pada Usaha Micro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang berada di kabupaten toraja utara. Ini dapat dibuktikan dengan hasil pengujian yang telah dilakukan berupa melihat hasil yang diperoleh melalui pengujian statistik t yang memperlihatkan bahwasanya dari hasil pengujian yang dilakukan diperoleh nilai t hitung > jika di dibandingkan dengan nilai t tabel yang sebesar 22.331 > 1.99045, sedangkan berdasarkan hasil pengujian nilai signifikansi t memperoleh nilai sebesar 0.000<0.05.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Adoe, V. S., Yusfina, M., Diana, A., Lubis, R., & Harahap, M. (2022). Buku Ajar E-commerce. Feniks Muda Sejahtera.
- Alamsyah, M. F. (2020a). Pengaruh literasi keuangan dan kualitas manajemen keuangan terhadap kinerja keuangan pada ukm meubel di kota gorontalo. FORUM EKONOMI, 22 (2) 2020, 245-255 [Http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Forumekonomi](http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Forumekonomi), 22(2), 245–255.
- Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM). (2017). Upaya Pemerintah Untuk Memajukan UMKM Indonesia. <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>
- Dewi, M. (2017b). Analisis Rasio Keuangan untuk Mengukur Kinerja Keuangan PT Smartfren Telecom, *tbk. Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi*, Vol 1, 1–14.
- Djaali. (2020). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Bumi Aksara.
- (DJKN), D. J. K. N. (2016). Pemulihan Ekonomi Nasional Dimulai dari UMKM. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-sumut/baca-artikel/13495/Pemulihan-Ekonomi-Nasional-Dimulai-dari-UMKM.html>
- Wayan Raka Purnata, L. M. S. S. (2019), Pengaruh E-Commerce, Rudaya Organisasi, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan pada UKM. 35(33), 10589-10593.
- Ghozali. 1. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Universitas Diponegoro,
- Hermiati, R., Asnawati, & Kanedi, I. (2021). Pembuatan E-Commerce pada Raja Komputer Menggunakan Bahasa Pemrograman Php dan Database Mysql. *jurnal Media Infotama*, Vol 17, 54–66.
- Hijir, P. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Dengan Financial Technology Sebagai Variabel Intervening Pada UKM di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 11(01), 147–156.
- Hutabarja, F. (2021). Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan. Desanta Publisher.
- Katadata. (2021). Kontribusi UMKM terhadap Ekonomi Terus Meningkat. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/13/kontribusi-umkm-terhadap-ekonomi-terus-meningkat>
- Khaira, M., & Jalalluddin. (2021). Pengaruh Sistem Penjualan E-Commerce Bagi Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di Kota Banda Aceh. Vol.3, 93–95.
- Kusumah, A. A., Pratiwi, A., & Fajar, M. (2021). "Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Platform E-Commerce Shopee". *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(1), 58-67.
- Lestari, Deka Anggun, Endah Dewi Purnamasari, and Budi Setiawan. "Pengaruh payment gateway terhadap kinerja keuangan UMKM." *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi* 1.1 (2020): 1-10.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [*Canarium Indicum L.*]). *Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, Vol 14, 334–340.
- Mukarromah, D., Jubaedah, & Miguna, A. (2020). Analisis Kinerja Keuangan pada Pelaku UMKM Produk Olahan Singkong di Cibadak Kabupaten Lebak, Banten . *Jurnal Economia*, Vol 16, 257–268.
- Mulyanti, D., Widjaja, Y. R., & Rohaeni, H. (2020). Keterkaitan Budaya dan Strategi Pemasaran Pada UMKM. *Altasia: Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(2), 90–98. <https://doi.org/10.37253/altasia.v2i2.550>
- Novia Ayu Wulandari, D., & Sista Paramita, R. (2023a). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, dan E-commerce Terhadap Kinerja Keuangan UMKM (Coffee Shop) di Kabupaten Kabupaten Jember. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(18), 199–210. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8310853>
- Pasaribu, I. S. (2019). Pengaruh Perangkat lunak Akuntansi dan E-Commerce Terhadap Kinerja Perusahaan pada Usaha Micro, Kecil, dan Menengah di lubuk Pakam. *Institusi USU*, 4(1), 64-75.
- Primandari, N. R., Nazipawati, Munajat, Lindawati, & Sari, E. K. (2023). Strategi Pengembangan UMKM. Deepublish.

- Purba, M. I., Simanjutak, D. C. Y., Malau, Y. N., Sholihat, W., & Ahmadi, E. A. (2021). The effect of digital marketing and e-commerce on financial performance and business sustainability of MSMEs during COVID-19 pandemic in Indonesia. *International Journal of Data and Network Science*, 5(3), 275–282
- Purnata, I. W. R., & Suardikha, I. M. S. (2019). Pengaruh E-commerce, Budaya Organisasi, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan pada UKM. *EJurnal Akuntansi*, 28, 296
- Rajagukguk, T. S. (2017). Pengaruh Internal Audit Dan Pencegahan Fraud Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Kasus Pada PT Perkebunan Nusantara IV). *Jurnal Akuntansi*, Vol 1, 9–10.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Rerung, R. R. (2018). *E-commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Deepublish.
- Robert Kurniawan, B. Y. (2016). *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R*.
- Sanjaya, S., & Rizky, M. F. (2018b). Analisis Profitabilitas Dalam Menilai Kinerja Keuangan Pada PT. Taspen (Persero) Medan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Syariah*, Vol 2, 276–293.
- Siregar, M. H., Susanti, R., Indriawati, R., Panma, Y., Hanaruddin, D. Y., Adhiwijaya, A., Akbar, H., Agustawan, Nugraha, D. P., & Renaldi, R. (2021). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Literasi Media Publishing
- Sugeng, B. (2020). *Fundamental metodologi penelitian kuantitatif (eksplanatif)*. Deepublish Publisher.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (2 ed.)*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi penelitian bisnis & ekonomi*.
- Sukmantari, N. K. Y., & Julianto, P. (2022). Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi, Kualitas Sumber Daya Manusia, dan Pemanfaatan E-commerce Terhadap Kinerja UMKM Pengrajin Batu Padas di Kecamatan Sukawati. *Jurnal Akuntansi Profesi*, Vol 13, 777–783.
- Surianto Zalukhu, R., Piter Sony Hutauruk, R., Collyn, D., Etri Jayanti, S. S., Sinaga, M., Winda Hardiyanti Damanik, S., & Tinggi Ilmu Ekonomi Bina Karya, S. (2024). Pengaruh E-commerce dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Keuangan UMKM. 2(1), 310–322. <https://doi.org/10.61132/menawan.v2i1.442>
- Tiandra, N., Hambali, D., Nurasia, & Nadhira, R. (2019). Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm (Studi Kasus Pada Umkm di Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, vol 4, 6–10.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada Bab 1 (ketentuan umum).
- Yuniastuti, R. M., & Nasyaroeka, J. (2017). Kinerja Keuangan Perusahaan Transportasi Berbasis Laporan Keuangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Magister*, Vol 3, 202–204
- Yusuf, M. (2022). Pengaruh Electronic Commerce (E-Commerce) terhadap Peningkatan Pendapatan pada UMKM di Kecamatan Bekasi Utara. *Jurnal Akuntansi STEI*, Vol 5, 19–30.