



Pengaruh *E-Commerce*, Inovasi Produk Dan Modal Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kabupaten Pasuruan (Studi Pada UMKM Di Kabupaten Pasuruan)

Santi Nurmalasari

Universitas Yudharta Pasuruan

Jl. Yudharta No.7, Sengonagung, purwosari, pasuruan

Korespondensi penulis : Santinurmalasari857@gmail.com

Abstract. *The purpose of this study was to find out how much influence E-Commerce (X1), Product Innovation (X2) and Business Capital (X3) have on Increasing Income (Y). This study uses an explanatory research approach with quantitative methods. The data collection for this research was by distributing questionnaires to 100 respondents. The data analysis technique uses SPSS software version 25, in which the data will be processed, described and discussed to answer and prove the proposed hypotheses. The research results are as follows: (1). E-Commerce (X1) has a positive and significant effect on increasing income (Y). (2). Product Innovation (X2) has a positive and significant effect on Increasing Income (Y). (3). Business capital (X3) has a positive and significant effect on increasing income (Y). (4). E-Commerce (X1), Product Innovation (X2) and Business Capital (X3) simultaneously (together) have a positive and significant effect on Increasing Income (Y).*

Keywords: *E-Commerce, Product Innovation, Business Capital, Increased Income.*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *E-Commerce* (X1), Inovasi Produk (X2) dan Modal Usaha (X3) terhadap Peningkatan Pendapatan (Y). Penelitian ini menggunakan pendekatan explanatory research dengan metode kuantitatif. Pengumpulan data penelitian ini adalah melalui sebar kuesioner atau angket kepada 100 responden. Teknik analisis data menggunakan software SPSS versi 25, yang mana data tersebut akan diolah, diuraikan, dan dibahas untuk menjawab dan membuktikan hipotesis yang diajukan. Adapun hasil penelitian sebagai berikut: (1). *E-Commerce* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan (Y). (2). Inovasi Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan (Y). (3). Modal Usaha (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan (Y). (4). *E-Commerce* (X1), Inovasi Produk (X2) dan Modal Usaha (X3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan (Y).

Kata kunci: *E-Commerce, Inovasi Produk, Modal Usaha, Peningkatan Pendapatan.*

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bagian dari usaha nasional yang berperan penting dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional. UMKM juga dapat dianggap sebagai lokomotif pertumbuhan ekonomi nasional dan regional (daerah), karena berpotensi dalam memberdayakan semua sumber daya yang ada dan mendorong tumbuhnya pengembangan kewirausahaan.

Pasuruan dikenal sebagai kota UMKM Indonesia karena memiliki begitu banyak jumlah UMKM yang tersebar diseluruh Kecamatan yang ada di Kabupaten Pasuruan Jawa Timur. Keberadaan UMKM di Pasuruan telah terbukti dapat memberikan kontribusi terhadap pendapatan domestik regional bruto (PDRB) dan penyerapan tenaga kerja.

Persoalan pertama yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan infrastuktur pendukung, keterbatasan finansial, keterbatasan teknologi, serta rendahnya komitmen pemerintah dalam

menanggapi UMKM. pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini tentu perlu dilakukan dalam rangka menambah nilai jual suatu produk UMKM, dan yang paling utama Sayangnya perkembangan Dengan persoalan diatas potensi UMKM masih dihadapkan pada

Berbagai persoalan, sehingga menyebabkan lemahnya daya saing UMKM menjadi terhambat meskipun UMKM dikatakan mampu bertahan dari adanya krisis global, namun pada kenyataannya permasalahan-permasalahan yang dihadapi sangat banyak dan berat.

KAJIAN TEORITIS

UMKM merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria.

Pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharap keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula.

Menurut Karmawan (Jauhari) *e-commerce* adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (*business to business*) dan konsumen langsung (*business to consumer*), melewati kendala ruang dan waktu yang selama ini merupakan hal-hal yang dominan. Inovasi produk adalah menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian.

Nugraha, (2017) mendefinisikan modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan digunakan yaitu *Explanatory Research* dengan menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM Kabupaten Pasuruan. Teknik *sampling* yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel Probability Sampling dengan perhitungan Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e² = Tingkat kesalahan, atau batas toleransi dalam penelitian ini adalah 0,1

Diketahui:

N = 257.144

e = 0,1

$$n = \frac{257.144}{1 + 257.144 (0,1)^2}$$

$$= 99,96113$$

Uji signifikan parsial atau uji t bertujuan untuk melihat apakah variabel independen (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Jika nilai signifikansi $t > 0.05$ maka H₀ diterima dan H₁ ditolak. Hal ini berarti Tidak terdapat pengaruh secara parsial E-Commerce, Inovasi Produk, dan Modal Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di kabupaten Pasuruan. Jika nilai signifikansi $t < 0.05$ maka H₁ diterima dan H₀ ditolak. Hal ini berarti terdapat pengaruh secara parsial E-Commerce, Inovasi Produk, dan Modal Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di kabupaten Pasuruan. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel *independen* yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen untuk mengambil keputusan. Jika nilai signifikansi $F > 0.05$ maka H₀ diterima dan H₁ ditolak. Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh secara simultan E-Commerce, Inovasi Produk, dan Modal Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di kabupaten Pasuruan. Jika nilai signifikansi $F < 0.05$ maka H₁ diterima dan H₀ ditolak. Hal ini berarti terdapat pengaruh secara simultan E-Commerce, Inovasi Produk, dan Modal Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di kabupaten Pasuruan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, data yang disajikan terdiri dari dua jenis, yaitu data primer yang dikumpulkan saat penelitian dilakukan dan data sekunder yang digunakan sebagai referensi tambahan. Untuk mendapatkan data primer, peneliti menggunakan metode pengisian angket atau kuisisioner secara offline yang diberikan kepada pelaku UMKM. Setelah data primer terkumpul, peneliti kemudian menggunakan data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal, dan website sebagai sumber referensi tambahan untuk analisis dalam memecahkan masalah yang dihadapi dalam rumusan masalah. Kabupaten Pasuruan adalah kabupaten di Jawa Timur, Indonesia. Berkembangnya perekonomian di Pasuruan cukup besar karena statusnya sebagai

kabupaten provinsi, salah satunya ditandai dengan banyaknya jumlah UMKM yang ada di kabupaten Pasuruan, sumber dari pasuruankab.go.id jumlah UMKM mencapai 257.144 unit. Lokasi penelitian terdapat di Kabupaten Pasuruan, dengan obyek penelitian yaitu UMKM sebanyak 100 unit. Pada umumnya, UMKM yang menjadi obyek dalam penelitian ini merupakan usaha dengan skala kecil, belum memiliki struktur organisasi dan pembagian kerja, manajemen belum tertata dengan baik dan tempat usahanya pun relatif kecil. Usaha yang dimiliki dan dijalankan oleh para responden saat ini merupakan usaha yang sudah berjalan.

Regresi Linier Berganda

Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized		Standardized	T	Sig.
		Coefficients				
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5,259	1,722		-3,055	,003
	E-Commerce	,390	,117	,220	3,319	,001
	Inovasi Produk	,212	,099	,184	2,142	,035
	Modal Usaha	,755	,118	,550	6,376	,000

Nilai konstanta diperoleh sebesar -5.259 angka tersebut menunjukkan bahwa variabel *E-commerce* (X1), inovasi produk (X2) dan modal usaha (X3) bernilai 0, maka peningkatan pendapatan menurun sebesar 5.259. Nilai koefisien *E-commerce* (X1) sebesar 0.390, mengindikasikan bahwa *E-commerce* berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan. Hal ini berarti meningkatnya *E-commerce* sebesar 1 satuan maka cenderung dapat meningkatkan peningkatan pendapatan sebesar 0.390 Nilai koefisien inovasi produk (X2) sebesar 0.212, mengindikasikan bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan. Hal ini berarti meningkatnya inovasi produk sebesar 1 satuan maka cenderung dapat meningkatkan peningkatan pendapatan sebesar 0.212. Nilai koefisien modal usaha (X3) sebesar 0.755, mengindikasikan bahwa modal usaha berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan. Hal ini berarti meningkatnya modal usaha sebesar 1 satuan maka cenderung dapat meningkatkan peningkatan pendapatan sebesar 0.755.

Uji T

Tabel 2 Hasil Uji Parsial (Uji T)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5,259	1,722		-3,055	,003
	E-Commerce	,390	,117	,220	3,319	,001
	Inovasi Produk	,212	,099	,184	2,142	,035
	Modal Usaha	,755	,118	,550	6,376	,000

Diperoleh nilai t hitung dari variabel *E-commerce* sebesar 3.319 menunjukkan hasil lebih besar dari nilai T-tabel sebesar 1.98498 dengan nilai signifikansi (Sig. t) sebesar 0,001. Nilai Sig. t tersebut lebih kecil dari nilai alpha (α) dalam penelitian ini yakni sebesar 5% (0,05) yang berarti bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel *E-commerce* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Nilai t hitung dari variabel inovasi produk sebesar 2.142 menunjukkan hasil lebih besar dari nilai T-tabel sebesar 1.98498 dengan nilai signifikansi (Sig. t) sebesar 0,035. Nilai Sig. t tersebut lebih kecil dari nilai alpha (α) dalam penelitian ini yakni sebesar 5% (0,05) yang berarti bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Nilai t hitung dari variabel modal usaha sebesar 6.376 menunjukkan hasil lebih besar dari nilai T-tabel sebesar 1.98498 dengan nilai signifikansi (Sig. t) sebesar 0,000. Nilai Sig. t tersebut lebih kecil dari nilai alpha (α) dalam penelitian ini yakni sebesar 5% (0,05) yang berarti bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel modal usaha berpengaruh signifikan secara parsial terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Uji F

Tabel 3 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	449,976	3	149,992	56,465	,000 ^b
	Residual	255,014	96	2,656		
	Total	704,990	99			

Nilai F-hitung sebesar 56,465 menunjukkan nilai lebih besar dari nilai F-tabel sebesar 2.70 dan nilai sig./probabilitas 0,000. Sedangkan nilai alpha 0,05(5%) hasil pengujian tersebut menunjukkan nilai sig./probabilitas (0,000) lebih kecil dari nilai alpha 0,05(5%) dengan demikian H_0 ditolak H_4 diterima. hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan

secara simultan (bersama-sama) antara *E-commerce*, inovasi produk dan modal usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan mengenai Pengaruh E-commerce (X1) dan Inovasi Produk (X2) Modal Usaha (X3) terhadap Peningkatan Pendapatan (Y), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: E-commerce berpengaruh secara positif signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Pasuruan. Inovasi Produk berpengaruh secara positif signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Pasuruan. Modal usaha berpengaruh secara positif signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Pasuruan. E-commerce, Inovasi Produk dan Modal usaha berpengaruh secara positif signifikan simultan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Pasuruan.

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, saran yang dapat diberikan sebagai berikut : Untuk melakukan peningkatan pendapatan sebaiknya para pelaku UMKM lebih meningkatkan kembali dalam penggunaan *E-commerce* dan juga membuat ide-ide baru dalam produknya sehingga dapat menarik perhatian para konsumen. Selain itu *E-commerce* dapat menjadi peluang besar untuk pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnisnya serta memungkinkan UMKM melakukan pemasaran dengan tujuan pasar global, sehingga berpeluang menembus ekspor. Peningkatan pesat bisnis ecommerce menunjukkan banyak sekali kelebihan yang ditawarkan. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari factor lain yang dapat menciptakan terjadinya peningkatan pendapatan.

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, T. & Tantri, F. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada.
- Agus Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM dan SPSS 21. In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Pogram iIBM SPSS 21*. <https://doi.org/10.1126/science.1158668>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 :Update PLS Regresi. In *Semarang* (8th ed.). Universitas Diponegoro. <https://doi.org/10.2307/1579941>
- Izati, I. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM pada masa pandemi Covid-19 di Kecamatan Dukuhturi Kabupaten Tegal. *Politeknik Harapan Bersama Tegal*.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata. Anak Hebat Indonesia*. ANAK HEBAT INDONESIA.
- Kotler, P. & K. (2017). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kuswiratmo, B. A. (2016). Memulai Usaha Itu Gampang! In *Visimedia* (p. 163).
- Lena Elitan dan Lina Anatan, *Manajemen Inovasi*, (Bandung; alfabeta, 2009), 4.
- Mursid. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara.
- Nopiyanti, S. (2022). Pengaruh Modal dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Pedagang Sembako di Pasar Parungkuda Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 5(2), 235-242.
- Polandos, P., Engka, D., & Tolosang, K. (2019). Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha, Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Langowan Timur. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(4), 36-47.
- Rerung, R. R (2018). *E-commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi - Google Books*. Yohyakarta : Deepublish, 2018, Rintho Rante Rerung 2018, Deepublish Punlisher.
- Riyanto, setyo et al. (2017). The Impact of Working Motivation and Working Environment on Employees Performance in Indonesia Stock Exchange. *International Review of Management and Marketing*.
- Rosyidi, S. (2003). *Pengantar Teori EKonomi*. Grafindo Persada.
- Stanton, W. J. . Y. L. (1993). *Prinsip pemasaran*. Airlangga.
- Suaryadi Purwanto dkk. (2007). *Kewirausahaan Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*. Salemba empat.
- Sugiyono. (2014). Metode penelitian. *Metode Penelitian*.
- Sugiyono. (2014). Populasi dan sampel. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R &D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
In Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Supardi. (2005). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. UII Press Yogyakarta.
- Segati Ahda, "Pengaruh Perspsi Halal, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan," *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, Vol.3, no.2 (2018).
- Swastha B., *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Liberty, 1998.
- Tabanan, D. I. K., & Artini, N. I. R. A. I. (2019). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM*. 13, 71-77
- Tambunan, T. T. . (2009). *Umkm Di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Umar, H. (2008). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada.
- Undang-Undang Nomor Tahun 2008 Tentang Umkm, Bab Iv Pasal 6*. (N.D.).
- Yafiz, M., Arif, M., & Naser Daulay, A. (2016). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Medan: Febi Press UINSU