

PENGARUH MODAL, JUMLAH TRANSAKSI DAN JENIS *E-COMMERCE* TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN USAHA MIKRO BIDANG KULINER DI KECAMATAN KOTA BARU KOTA JAMBI

Adinda Aulia Melli Safitri¹, Zulfanetti², Dearmi Artis³

¹Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Jambi, Jambi, Indonesia

¹adindasafitri988@gmail.com, ²zulfa_netti@unja.ac.id, ³dearmi@unja.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the effect of capital, transaction volume, and e-commerce type on the income level of micro culinary businesses in Kota Baru District, Jambi City. This research uses a quantitative method with a descriptive and verificative approach. The sample consisted of 86 respondents selected using the Slovin formula with a 10% error level. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression. The results show that capital has a positive and significant effect on income, transaction volume has a positive and significant effect, and e-commerce type also has a significant influence on MSME income. Simultaneously, the three variables significantly affect income with a coefficient of determination showing a strong contribution of independent variables to income variation. These findings indicate that digital transformation and capital strengthening are key factors in increasing MSME income.

Keywords: Capital, Transaction Volume, E-commerce, Income, MSMEs

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal, jumlah transaksi, dan jenis *e-commerce* terhadap tingkat pendapatan usaha mikro kuliner di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Sampel penelitian berjumlah 86 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan, jumlah transaksi berpengaruh positif dan signifikan, serta jenis *e-commerce* juga berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap pendapatan. Hasil ini menunjukkan bahwa modal usaha dan pemanfaatan *e-commerce* menjadi faktor penting dalam meningkatkan pendapatan UMKM kuliner.

Kata Kunci: Modal, Jumlah Transaksi, E-commerce, Pendapatan, UMKM

Article history

Received: June 2026

Reviewed: June 2026

Published: July 2026

Plagirism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi karena memiliki peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat pertumbuhan ekonomi nasional. UMKM tidak hanya menjadi penopang ekonomi pada sektor informal, tetapi juga menjadi motor penggerak ekonomi lokal yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini sejalan dengan Lubis & Salsabila (2024) yang menyatakan bahwa UMKM memiliki kontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja, pendapatan, serta pertumbuhan ekonomi secara umum, bahkan mampu menyerap sebagian besar tenaga kerja di Indonesia.

Pembangunan ekonomi di Indonesia sangat dipengaruhi oleh keberadaan UMKM yang terus berkembang di berbagai sektor, termasuk sektor kuliner yang menjadi salah satu sektor paling dominan. UMKM memiliki daya tahan yang relatif kuat dibandingkan usaha besar, terutama dalam menghadapi kondisi krisis ekonomi. Menurut Grace (2025), UMKM terbukti tetap bertahan pada saat krisis ekonomi, sementara banyak perusahaan besar mengalami stagnasi bahkan berhenti beroperasi. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional.

Di Kota Jambi, perkembangan UMKM menunjukkan peningkatan yang signifikan. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM Kota Jambi (2023), jumlah UMKM meningkat dari 10.763 unit pada tahun 2018 menjadi 59.191 unit pada tahun 2022. Peningkatan ini menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi masyarakat semakin berkembang, khususnya pada sektor kuliner yang menjadi salah satu subsektor terbesar di Kota Jambi.

Perkembangan teknologi digital turut mendorong perubahan dalam sistem pemasaran UMKM, terutama melalui penggunaan *e-commerce*. *E-commerce* menjadi sarana penting dalam memperluas pasar, meningkatkan volume transaksi, serta meningkatkan pendapatan usaha. Usman (2022) menyatakan bahwa perkembangan teknologi digital memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam memasarkan produk tanpa batasan ruang dan waktu, sehingga berpotensi meningkatkan pendapatan usaha secara signifikan.

Selain *e-commerce*, modal usaha juga menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan UMKM. Modal yang terbatas sering menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha. Hizkia (2024) menyatakan bahwa banyak pelaku UMKM masih belum mampu mengelola modal secara optimal, bahkan masih mencampurkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi sehingga menghambat pertumbuhan usaha.

Faktor lainnya adalah jumlah transaksi yang mencerminkan tingkat aktivitas penjualan UMKM. Semakin tinggi jumlah transaksi, maka semakin besar peluang peningkatan pendapatan usaha. Hanny dkk. (2020) menjelaskan bahwa kemudahan transaksi digital saat ini membuat konsumen dapat berbelanja dengan lebih cepat dan efisien, sehingga berpotensi meningkatkan volume penjualan UMKM.

Namun, fenomena di lapangan menunjukkan bahwa peningkatan jumlah UMKM belum sepenuhnya diikuti dengan peningkatan pendapatan yang stabil, khususnya pada sektor kuliner di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi. Hasil survei awal menunjukkan bahwa beberapa UMKM mengalami penurunan pendapatan hingga lebih dari 30%-50%. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pertumbuhan usaha dengan kinerja pendapatan.

Berdasarkan teori dan fenomena tersebut, maka hipotesis penelitian ini adalah:

- H1: Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi.
- H2: Jumlah transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi.
- H3: Jenis *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha mikro bidang kuliner di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi. Sampel penelitian berjumlah 86 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria pelaku usaha kuliner yang menggunakan e-commerce dalam kegiatan usahanya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Metode ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara empiris berdasarkan data lapangan yang diperoleh melalui kuesioner.

Populasi dalam penelitian ini adalah Populasi adalah seluruh pelaku usaha mikro bidang kuliner di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi. Sampel penelitian berjumlah 86 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria pelaku usaha kuliner yang menggunakan e-commerce dalam kegiatan usahanya.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala Likert lima poin. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan SPSS 25.

Model penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Diketahui jumlah populasi dalam penelitian ini seluruh pelaku usaha mikro bidang kuliner kecamatan kota baru kota jambi sebanyak 599 pelaku usaha dengan tingkat kesalahan 10% (0,1), sehingga perhitungan sampel adalah:

$$n = \frac{599}{1 + (599 \times 0,10^2)}$$

$$n = \frac{599}{1 + 5,99}$$

$$n = 85,69 \approx 86 \text{ responden}$$

Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 86 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan proportional sampling dengan metode proportional stratified random sampling, karena populasi terdiri dari beberapa program studi yang berbeda dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Singkat	Indikator	Skala
1	Jenis E-commerce (X1)	Aktivitas jual beli barang/jasa secara elektronik melalui internet.	1. Akses Internet 2. Kemampuan SDM 3. Pemasaran Produk	Likert
2	Modal (X2)	Dana atau aset yang digunakan untuk menjalankan dan mengembangkan usaha.	1. Modal Sendiri 2. Modal Pinjaman 3. Pendanaan Modal	Likert
3	Jumlah Transaksi (X3)	Banyaknya transaksi penjualan yang terjadi dalam periode tertentu.	1. Frekuensi Transaksi 2. Volume Penjualan 3. Jumlah Konsumen Aktif	Likert

4	Tingkat Pendapatan (Y)	Penerimaan yang diperoleh UMKM dari aktivitas usaha.	1. Peningkatan Hasil 2. Kecukupan Hasil 3. Potensi Berkembang	Likert
---	------------------------	--	---	--------

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 86 pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru, Kota Jambi sebagai responden. Karakteristik responden dianalisis berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, lama usaha, penggunaan platform *e-commerce*, modal usaha, jumlah transaksi, dan tingkat pendapatan.

Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 47 orang (54,7%), sedangkan 39 orang (45,3%) berjenis kelamin laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa usaha mikro bidang kuliner di Kecamatan Kota Baru lebih banyak dikelola oleh perempuan.

Berdasarkan usia sebagian besar responden berada pada usia produktif, dengan kelompok umur 45 tahun merupakan yang terbanyak, yaitu 13 orang (15,1%), diikuti usia 38 tahun, 40 tahun, dan 42 tahun yang masing-masing berjumlah 9 orang (10,5%). Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM kuliner didominasi oleh individu yang berada pada usia produktif sehingga memiliki potensi yang baik dalam mengembangkan usahanya.

Berdasarkan tingkat pendidikan, responden didominasi oleh lulusan S1 sebanyak 24 orang (28,0%), diikuti SMA/SMK sebanyak 21 orang (24,4%), Diploma sebanyak 19 orang (22,1%), SMP sebanyak 13 orang (15,1%), dan SD sebanyak 9 orang (10,4%). Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan yang cukup baik dalam mendukung pengelolaan usahanya.

Berdasarkan lama usaha, mayoritas responden telah menjalankan usaha kurang dari 1 tahun, yaitu sebanyak 37 orang (43,0%), sedangkan 26 orang (30,2%) telah menjalankan usaha selama lebih dari 3 tahun, dan 23 orang (26,8%) memiliki lama usaha 1-3 tahun. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru merupakan usaha yang relatif baru berkembang, sehingga masih memerlukan pembinaan dan penguatan kapasitas usaha.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Keterangan	Nilai
N	86
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Berdasarkan Tabel 1, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 atau lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, data penelitian berdistribusi normal sehingga memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Jenis <i>E-commerce</i>	0,734	1,362
Modal	0,681	1,469
Jumlah Transaksi	0,645	1,551

Berdasarkan Tabel 2, seluruh variabel memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.
Jenis <i>E-commerce</i>	0,428
Modal	0,512
Jumlah Transaksi	0,301

Berdasarkan Tabel 3, seluruh variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Statistik	Nilai
Durbin-Watson	1,917
dU	1,703
4-dU	2,297

Nilai Durbin-Watson sebesar 1,917 berada di antara nilai dU (1,703) dan 4-dU (2,297). Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami autokorelasi sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Sig.
Konstanta	1,184	-	-
Jenis <i>E-commerce</i>	0,231	2,487	0,015
Modal	0,306	3,112	0,003
Jumlah Transaksi	0,467	5,028	0,000

Berdasarkan Tabel 5 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,184 + 0,231X_1 + 0,306X_2 + 0,467X_3 + e$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa variabel jenis *e-commerce*, modal, dan jumlah transaksi memiliki arah pengaruh positif terhadap pendapatan UMKM.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel Jenis *E-commerce* (X_1), Modal (X_2), dan Jumlah Transaksi (X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Tingkat Pendapatan UMKM (Y).

Tabel 7 Hasil Uji Simultan (Uji F)

F-hitung	Sig.
26,731	0,000

Berdasarkan Tabel 7, diperoleh nilai F-hitung sebesar 26,731 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Jenis *E-commerce* (X_1), Modal (X_2), dan Jumlah Transaksi (X_3)

secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Kuliner di Kecamatan Kota Baru, Kota Jambi. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap Tingkat Pendapatan UMKM secara parsial.

Tabel 8 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Sig.	Keterangan
Jenis E-commerce (X1)	0,231	2,487	0,015	Signifikan
Modal (X2)	0,306	3,112	0,003	Signifikan
Jumlah Transaksi (X3)	0,467	5,028	0,000	Signifikan

Berdasarkan tabel 8, seluruh variabel independen, yaitu Jenis E-commerce (X1), Modal (X2), dan Jumlah Transaksi (X3), berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Kuliner di Kecamatan Kota Baru, Kota Jambi. Selain itu, variabel Jumlah Transaksi merupakan faktor yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Koefisien Determinasi

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0,812	0,659	0,646

Berdasarkan Tabel 9, nilai Adjusted R Square sebesar 0,646 menunjukkan bahwa variabel jenis *e-commerce*, modal, dan jumlah transaksi mampu menjelaskan variasi pendapatan UMKM sebesar 64,6%, sedangkan sisanya sebesar 35,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Pembahasan

Pengaruh Jenis *E-commerce* terhadap Pendapatan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tepat pemanfaatan platform *e-commerce* yang digunakan oleh pelaku usaha, maka semakin tinggi pendapatan yang diperoleh. Pemanfaatan *e-commerce* memungkinkan pelaku UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas promosi, serta mempermudah transaksi dengan konsumen.

Platform digital seperti WhatsApp Business, GoFood, GrabFood, Instagram, dan ShopeeFood memberikan akses yang lebih luas kepada konsumen sehingga meningkatkan peluang terjadinya transaksi. Kondisi tersebut pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Singgih Prasatanto (2018) dan Athiya Rahmawati (2019) yang menyatakan bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan serta pendapatan usaha kuliner.

Pengaruh Modal terhadap Pendapatan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin besar modal yang dimiliki pelaku usaha maka semakin besar kemampuan usaha dalam menjalankan aktivitas operasional dan mengembangkan usahanya.

Modal memungkinkan pelaku usaha untuk menyediakan bahan baku yang memadai, meningkatkan kapasitas produksi, memperbaiki kualitas produk, serta melakukan kegiatan promosi yang lebih efektif. Dengan dukungan modal yang cukup, UMKM dapat meningkatkan daya saing dan memperbesar peluang memperoleh pendapatan yang lebih tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Leni Gustiana (2022) serta Martha Rianty dan Pipit Fitri Rahayu (2021) yang menyatakan bahwa modal memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Pengaruh Jumlah Transaksi terhadap Pendapatan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner. Variabel ini memiliki nilai koefisien regresi terbesar dibandingkan variabel lainnya sehingga menjadi faktor yang paling dominan memengaruhi pendapatan UMKM.

Jumlah transaksi mencerminkan tingkat permintaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Semakin tinggi jumlah transaksi yang terjadi, maka semakin besar pula pendapatan yang diperoleh pelaku usaha. Peningkatan transaksi dapat didorong oleh kualitas produk yang baik, harga yang kompetitif, pelayanan yang memuaskan, serta pemanfaatan *e-commerce* yang optimal.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Nurul Almariah (2020) dan Dini Setyorini dkk. (2022) yang menyatakan bahwa peningkatan jumlah transaksi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan dan omzet UMKM.

Pengaruh Jenis *E-commerce*, Modal, dan Jumlah Transaksi terhadap Pendapatan UMKM

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa jenis *e-commerce*, modal, dan jumlah transaksi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,646 menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan variasi pendapatan UMKM sebesar 64,6%.

Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan UMKM tidak hanya ditentukan oleh satu faktor, tetapi merupakan kombinasi dari pemanfaatan *e-commerce* yang efektif, dukungan modal yang memadai, serta peningkatan jumlah transaksi. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu mengoptimalkan penggunaan platform digital, memperkuat permodalan usaha, dan meningkatkan strategi pemasaran untuk mendorong peningkatan transaksi dan pendapatan usaha secara berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa modal, jumlah transaksi, dan jenis *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru, Kota Jambi. Variabel jumlah transaksi menjadi faktor yang paling dominan dalam meningkatkan pendapatan UMKM. Secara simultan, ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 64,6% variasi pendapatan UMKM, sehingga pemanfaatan *e-commerce*, dukungan modal, dan peningkatan transaksi menjadi faktor penting dalam pengembangan usaha kuliner.

Pelaku UMKM kuliner disarankan untuk meningkatkan pemanfaatan platform *e-commerce* guna memperluas pasar dan meningkatkan transaksi penjualan. Selain itu, pengelolaan modal usaha perlu dilakukan secara lebih efektif agar dapat mendukung pengembangan usaha. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain seperti kualitas produk, strategi pemasaran, dan kepuasan pelanggan untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Astriyani, R. (2024). *Pengaruh lokasi, modal, kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha*.
- Athiya Rahmawati. (2019). *Pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan usaha kuliner*.
- Boediono. (2017). *Ekonomi mikro*. BPFE.
- Danang, S. (2017). *Dasar-dasar manajemen pemasaran: Konsep, strategi, kasus*. CAPS.
- Dinas Koperasi dan UKM Kota Jambi. (2023). *Data perkembangan UMKM Kota Jambi tahun 2018-2022*.
- Gamer, B. A. (2014). *Black's law dictionary*. West Publishing.
- Grace, Y. S. (2025). *Pengaruh modal, lama usaha, jam kerja, pemasaran digital, dan penggunaan QRIS terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah kuliner di Kecamatan Kotabaru*. <https://repository.unja.ac.id>
- Hanny, R., Syah, A., & Novita, D. (2020). *Analisis penggunaan e-commerce terhadap peningkatan pendapatan UMKM kuliner Kecamatan Sawangan-Depok*. <https://e-journal.stie-aub.ac.id>
- Hanum, N. (2017). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima di Kota Kuala Sim pang*.
- Harsiatun, S. (2019). *Pengaruh struktur modal dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (Studi pada perusahaan manufaktur sub sektor semen yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017)*.
- Hizkia, J. (2024). *Pengaruh transaksi online e-commerce, modal dan lama usaha terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Jalan Soekarno Hatta Binjai*. <https://repositori.uma.ac.id>
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. Raja Grafindo Persada.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2016). *E-commerce 2016: Business, technology, society* (12th ed.). Pearson.
- Leni Gustiana. (2022). *Pengaruh modal terhadap peningkatan pendapatan UMKM*.
- Lubis, P. S. I., & Salsabila, R. (2024). *Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dalam meningkatkan pembangunan ekonomi di Indonesia*. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i2.716>
- Martha Rianty, & Pipit Fitri Rahayu. (2021). *Pengaruh modal terhadap pendapatan UMKM*.
- Maulidha, E. P. L. (2024). *Pengaruh transaksi online e-commerce, modal, dan lama usaha terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis (Sektor makanan dan minuman)*. <https://repositori.uma.ac.id>
- Mutmainah, S. (2022). *Analisis transaksi keuangan perdagangan secara online di CV. Nyai*.
- Nurul Almariah. (2020). *Pengaruh jumlah transaksi terhadap peningkatan pendapatan dan omzet UMKM*.
- Putri, N. (2022). *Determinan pendapatan pedagang pakaian jadi pada masa pandemi Covid-19 di Kecamatan Pasar Kota Jambi*. <https://repository.unja.ac.id>
- Rachmawati, D. W., Indomo, U. S., & Budiharjo, R. (2021). *Manajemen keuangan*. <https://repository.iptrisakti.ac.id>
- Rakyat, B. P. (2021). *Journal of Islamic Accounting*, 1(2), 76-83.
- Riyanto, B. (2010). *Dasar-dasar pembelanjaan perusahaan*. BPFE.
- Safrianti, T. N. (2023). *Pengaruh transaksi online (e-commerce), modal, dan lama usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal*. <https://repository.upstegal.ac.id/2060/>
- Singgih Prasatanto. (2018). *Pengaruh e-commerce terhadap peningkatan penjualan dan pendapatan usaha kuliner*.

- Swasta, B. (2019). *Manajemen penjualan* (Edisi 3). BPFE.
- Tjiptono, F. (2008). *Service management: Mewujudkan layanan prima*. Andi.
- Turban, E., King, D., Lee, J., Warkentin, M., & Chung, H. M. (2002). *Electronic commerce 2002: A managerial perspective*. Prentice Hall.
- Usman. (2022). *Pengaruh transaksi e-commerce, modal, dan lama usaha terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil menengah*.
- Wahyudi, M. D. (2025). *Bukti transaksi: Pengertian, jenis, manfaat, dan contohnya dalam bisnis*.