

# **Pengaruh Jual Beli Menggunakan Sistem E-Commerce Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kecamatan Pasir Limau Kapas**

**Fauziah.A<sup>1</sup>, Eli Agustami<sup>2</sup>, Abdul Rahman<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Sumatera Utara

e-mail : [fauziahziia07@gmail.com](mailto:fauziahziia07@gmail.com) <sup>1</sup>, [eliagustamiuisu@gmail.com](mailto:eliagustamiuisu@gmail.com) <sup>2</sup>, [abdul\\_rahman@fai.uisu.ac.id](mailto:abdul_rahman@fai.uisu.ac.id) <sup>3</sup>

## **ABSTRAK**

UMKM yang ada di Kecamatan Pasir Limau Kapas terjadi peningkatan pendapatan, hal ini menurut data yang diperoleh pedagang UMKM yang telah menggunakan E-Commerce. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Konsep perdagangan jual beli e-commerce menimbulkan perikatan antara para pihak untuk memberikan suatu prestasi. Berdasarkan Fiqih Sunnah, jual beli adalah tukar menukar harta (apapun bentuknya) yang dilakukan secara sukarela atau proses mengalihkan hak milik harta pada orang lain dengan kompensasi atau imbalan tertentu. Pandangan Hukum Islam pada jual beli e-commerce adalah boleh, jika sesuai dengan kaidah fikih dalam prinsip dasar transaksi muamalah dan persyaratannya selama tidak dilarang oleh syariah atau bertentangan dengan dalil. Terdapat pengaruh yang signifikan antara jual beli menggunakan e-commerce terhadap pendapatan usaha pada Usaha Kecil Menengah di Bidang Kuliner Kecamatan Pasir Limau Kapas sebagaimana hasil uji-t ( $3.687 > 0,05$ ). Dan nilai t hitung 3.349 lebih besar dari t tabel 2,021 ( $3,687 > 2,021$ ) dengan kearah positif. Maka  $H_0$  di terima dan  $H_a$  di tolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Variabel orientasi kewirausahaan secara parsial berpengaruh signifikan dengan nilai positif terhadap keunggulan bersaing. Jual beli menggunakan e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunggulan bersaing dan uji determinan, maka 99,6 % jual beli menggunakan e-commerce berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha pada Usaha Kecil Menengah di Kecamatan Pasir Limau Kapas.

**Kata Kunci: Jual Beli, Sistem E-Commerce dan Pendapatan UMKM**

## **1. PENDAHULUAN**

Arus globalisasi yang cepat membuat perkembangan teknologi kearah serba digital saat ini semakin pesat. Teknologi menjadi alat yang mampu membantu sebagian besar kebutuhan manusia. Teknologi telah dapat digunakan oleh manusia untuk mempermudah melakukan apapun tugas dan pekerjaan penting Tantangan pada era digital telah pula masuk kedalam berbagai bidang seperti politik, ekonomi, sosial budaya, pertahanan, keamanan, dan teknologi informasi itu sendiri. Pemasaran memegang suatu peranan yang sangat penting dalam bergulirnya suatu bisnis. pemasaran pun dibutuhkan untuk menganalisis perilaku konsumen yang digunakan untuk mengetahui tempat yang tepat untuk menjual produk. Tingginya pengaruh digital marketing kini merupakan strategi pemasaran yang lebih prospektif karena para calon pelanggan potensial mulai membeli produk melalui internet. Dengan menggunakan digital marketing proses transaksi lebih mudah dan murah karena media komunikasi hanya mengeluarkan biaya pulsa untuk mendukung komunikasi. Media promosi yang paling baik bisa menampilkan dan berbagi gambar lewat media ke komunitas dan masyarakat, mengupdate informasi dapat dilakukan setiap waktu.

Usaha Mikro Kecil Menengah UMKM merupakan salah satu andalan utama bagi ketahanan ekonomi sebuah Negara. Terbukti dimasa krisis dengan berkembangnya banyak usaha konglomerasi yang dililit hutang luar negeri, usaha kecil menengah terutama yang berorientasi ekspor justru meraup keuntungan yang luar biasa. Kurangnya kemampuan manajerial dan minimnya keterampilan pengoprasian dalam mengorganisir dan terbatasnya pemasaran merupakan hal yang mendasar selalu dihadapi oleh UMKM dalam merintis sebuah usaha bisnis untuk dapat berkembang.

Kecamatan Pasir Limau Kapas merupakan Panipahan Laut salah satu kelurahan yang ada di kota Provinsi Riau. Panipahan merupakan kota yang sebagian besar wilayahnya berada diatas lautan ini selain dikenal sebagai kota nelayan juga merupakan ibu kota Kecamatan Pasir Limau Kapas. Kuliner merupakan suatu usaha dagang yang cukup menjanjikan di kalangan masyarakat terutama kuliner makanan dan minuman, terutama bagi pedagang yang bergabung di dalam UMKM. Adapun jumlah pelaku UMKM yang ada di Kecamatan Pasir Limau Kapas berjumlah 42 orang pelaku usaha dengan berbagai jenis usaha.

Berikut tabel pelaku usaha yang disajikan sebagai berikut :

**Tabel. 1**  
**Jumlah pelaku UMKM di Kecamatan Pasir Limau Kapas**

No	Jenis Usaha UMKM	Jumlah
1	Kerupuk Kerang	3
2	Keripik Pisang	5
3	Dimsum Udang	4
4	Risol Mayones	4
5	Bakso Mercon	8
6	Kentucky Asoy	6
7	Tempura Mercon	3
8	Salad Buah	5
9	Mie Level Pedes	2
10	Piscok Keju Lumer	2
	<b>Jumlah</b>	<b>42</b>

Sumber : Data Pelaku UMKM, 2023

Berdasarkan tabel diatas maka peneliti melakukan wawancara dengan salah seorang anggota UMKM yaitu Bapak Hartono selaku pengusaha kerupuk kerang bahwa sebelum melakukan jual beli menggunakan sistem digital, saya melakukan jual beli dengan sistem pajang dan jajakan secara berjalan keliling, bila dibandingkan pendapatan sebelum menggunakan sistem digital jauh lebih baik dan meningkat setelah menggunakan sistem digital. Hasil observasi awal dan hasil wawancara peneliti dengan salah seorang pengusaha UMKM menunjukkan bahwa peran sistem digital mempengaruhi terhadap peningkatan pendapatan para pedagang.

Berdasarkan table di atas menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang ada di Kecamatan Pasir Limau Kapas terjadi peningkatan pendapatan, hal ini menurut data yang diperoleh pedagang UMKM sudah menggunakan E-Commerce. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan sementara bahwa jual beli sistem E- Commerce berpengaruh terhadap pendapatan usaha UMKM di Kecamatan Pasir Limau Kapas.

Perkembangan pendapatan para pelaku UMKM di Kecamatan Pasir Limau dapat dilihat berdasarkan tabel berikut :

**Tabel 2**  
**Kondisi Pendapatan UMKM Bulan Agustus-Oktober 2022**

No	Jenis Usaha	Bulan/2022		
		Agustus	September	Oktober
1	Kerupuk Kerang	1.500.000	1.800.000	2.400.000
2	Keripik Pisang	1.250.000	1.450.000	1.600.000
3	Dimsum Udang	1.600.000	1.750.000	1.900.000
4	Risol Mayones	1.300.000	1.500.000	1.800.000
5	Bakso Mercon	1.230.000	1.450.000	1.600.000
6	Kentucky Asoy	1.250.000	1.450.000	1.600.000
7	Tempura Mercon	1.350.000	1.460.000	1.650.000
8	Salad Buah	1.300.000	1.500.000	1.800.000
9	Mie Level Pedes	1.360.000	1.800.000	2.000.000
10	Piscok Keju Lumer	1.250.000	1.450.000	1.600.000

Sumber : Data Pelaku UMKM, 2023

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa pendapatan bersih para pelaku UMKM selama tiga bulan terakhir ini terjadi peningkatan, adanya peningkatan ini pada dasarnya setelah pelaku UMKM menggunakan digital sebagai alat promosi dan transaksi jual beli terhadap usaha yang dijalankan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi digital mempengaruhi terhadap perkembangan pendapatan para pelaku UMKM. Hal inilah yang menjadi dasar pemikiran bagi penulis untuk melakukan penelitian lebih mendalam.

Berdasarkan pada latar belakang diatas dan dengan adanya penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki hasil yang berbeda maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian lebih dalam lagi. Tujuan kegiatan dan rencana pemecahan masalah yang disajikan hukum jual beli dengan menggunakan e-commerce, untuk mengetahui apakah ada pengaruh jual beli menggunakan system e-commerce terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah di Kecamatan Pasir Limau Kapas, untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh jual beli menggunakan system e-commerce terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah di Kecamatan Pasir Limau Kapas.

## 2. METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini Adalah adalah pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah UMKM yang ada di Kelurahan Panipahan Darat Kecamatan Pasir Limau Kapas Kabupaten Rokan Hilir dimana keseluruhan berjumlah 42 orang. Sampel adalah sebagian dari jumlah populasi. Apabila populasinya lebih dari 100 maka ambillah minimal 10% -20% atau 25-35% atau 50%, tapi jika populasinya kurang dari 100 maka lebih baik seluruh populasi menjadi sampel. Melihat populasi dalam penelitian ini berjumlah 42 atau kurang dari 100 maka penulis menetapkan seluruh populasi menjadi sampel atau yang disebut dengan sampel jenuh.

Teknik pengumpulan data menggunakan angket (kuesioner), dokumentasi, dan observasi. Instrument penelitian ini menggunakan *skala likert*. Skala likert merupakan metode perhitungan kuisisioner yang dibagikan kepada responden untuk mengetahui skala sikap suatu objek tertentu dengan menggunakan angket. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, uji hipotesis, uji F, dan koefisien determinasi.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Hasil penelitian

##### Uji Validitas

Nilai  $r$  di sini menunjukkan koefisien korelasi antara butir-butir pernyataan dengan total jawaban responden. Tingkat signifikansi 5 % dengan  $n=70-2$ , maka diperoleh nilai  $r_{tabel}$  yakni 0,235 (Sugiyono,2008:137). Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir tersebut valid, sedangkan jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir tersebut tidak valid.

**Tabel 19**  
**Analisis Hasil Uji Validitas E-Commerse (Variabel X)**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Validitas
1	0.609	0.304	Valid
2	0.629	0.304	Valid
3	0.652	0.304	Valid
4	0.623	0.304	Valid
5	0.601	0.304	Valid
6	0.622	0.304	Valid
7	0.692	0.304	Valid
8	0.658	0.304	Valid
9	0.605	0.304	Valid
10	0.605	0.304	Valid

Sumber: Data Diolah, 2023

Tabel di atas dapat dilihat hasil uji validitas variabel orientasi kewirausahaan, yang menunjukkan bahwa masing-masing indikator variabel yang telah diuji dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  (0,05). Dari tabel pengujian diketahui bahwa seluruh pernyataan dinyatakan valid dan telah memenuhi syarat validitas artinya ke-10 pernyataan tersebut relevan digunakan sebagai indikator orientasi kewirausahaan.

**Tabel 1**  
**Analisis Hasil Uji Validitas Pendapatan Usaha (Variabel Y)**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Validitas
1	0.628	0.304	Valid
2	0.644	0.304	Valid
3	0.666	0.304	Valid
4	0.623	0.304	Valid
5	0.602	0.304	Valid
6	0.636	0.304	Valid
7	0.702	0.304	Valid
8	0.670	0.304	Valid
9	0.619	0.304	Valid
10	0.619	0.304	Valid

Sumber: Data Diolah, 202

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat hasil uji validitas variabel keunggulan bersaing (Y), yang menunjukkan bahwa masing-masing indikator variabel yang telah diuji dengan membandingkan nilai r hitung dengan rtabel (0,05). Dari tabel pengujian diketahui bahwa seluruh pernyataan dinyatakan valid dan telah memenuhi syarat validitas artinya ke-10 pernyataan tersebut valid digunakan sebagai indikator keunggulan bersaing (Y).

### Uji Reliabilitas

Reliabel bila nilai Cronbach's Alpha > 0,70. Dari hasil perhitungan Cronbach's Alpha semua variabel > 0,70, dengan demikian variabel yang digunakan dalam penelitian dapat dikatakan reliabel yang berarti dipercaya dan diandalkan.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel**

Variabel	Cronbac's Alpha	Status
Jual beli menggunakan E-Commerse (X)	0,756	Reliabel
Pendapatan Usaha (Y)	0,768	Reliabel

Sumber : Data diolah menggunakan SP SANGAT SETUJU 20

Dari hasil perhitungan uji reliabilitas kualitas pelayanan (X1) pada = 0,756, Y = 0,768 bila dibandingkan dengan nilai nilai Cronbach's Alpha > 0,70, maka dapat diketahui bahwa seluruh dikatakan reliabel yang berarti dipercaya dan diandalkan.

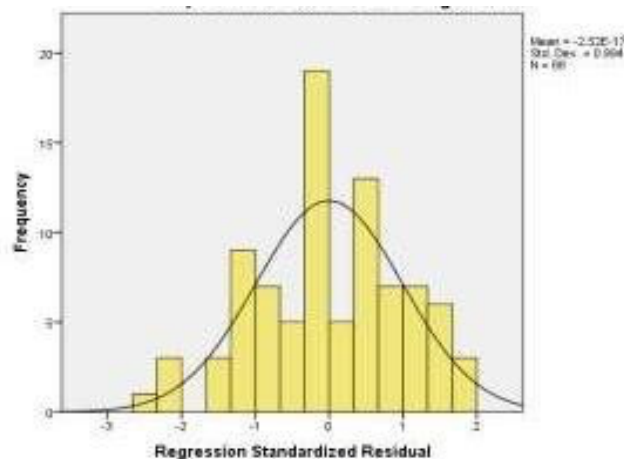
### Teknik Analisis Data

#### a. Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

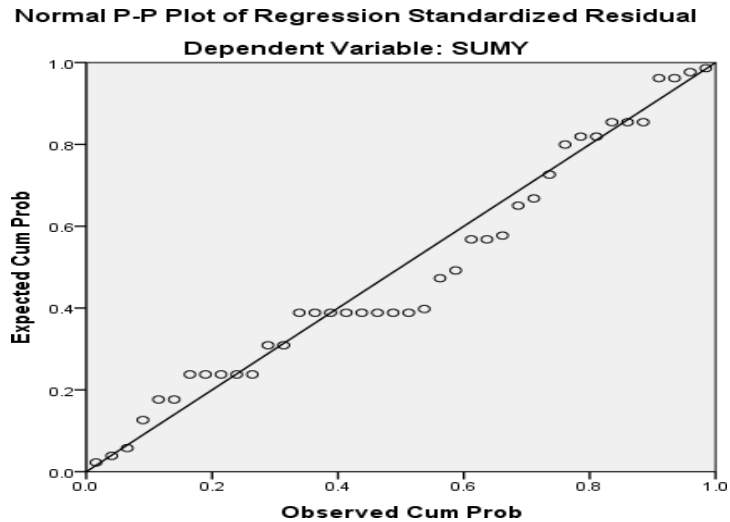
Tujuan uji normalitas adalah untuk menguji model regresi distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian ini adalah data yang berdistribusi normal, dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji normalitas dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Berikut adalah hasil uji Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat dari :

**Gambar 1. Histogram Uji Normalitas**



Berdasarkan gambar 1 dapat diketahui bahwa variabel berdistribusi menunjukkan hasil yang normal, hal ini dapat ditunjukkan oleh data tersebut yang membentuk gambar yang menyerupai lonceng. Data variabel distribusi yang ditampilkan menunjukkan hasil uji statistik yang tidak melanggar asumsi yang berarti menunjukkan hasil yang valid.

**Gambar 2. Plot Uji Normalitas**



Sumber: hasil Pengelolaan Data SPSS 22 (2023)

Berdasarkan gambar 2 dapat diketahui bahwa variabel berdistribusi menunjukkan hasil yang normal, hal ini dapat ditunjukkan oleh data tersebut yang tidak melenceng ke kiri atau ke kanan, sedangkan pada gambar dapat juga terlihat titik yang mengikuti data disamping garis diagonal, hal ini berarti data berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independent. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent lainnya.

**Tabel 3. Uji Multikolinearitas Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	7.566	3.281		2.306	.027		
	x	.321	.077	.562	4.189	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: y

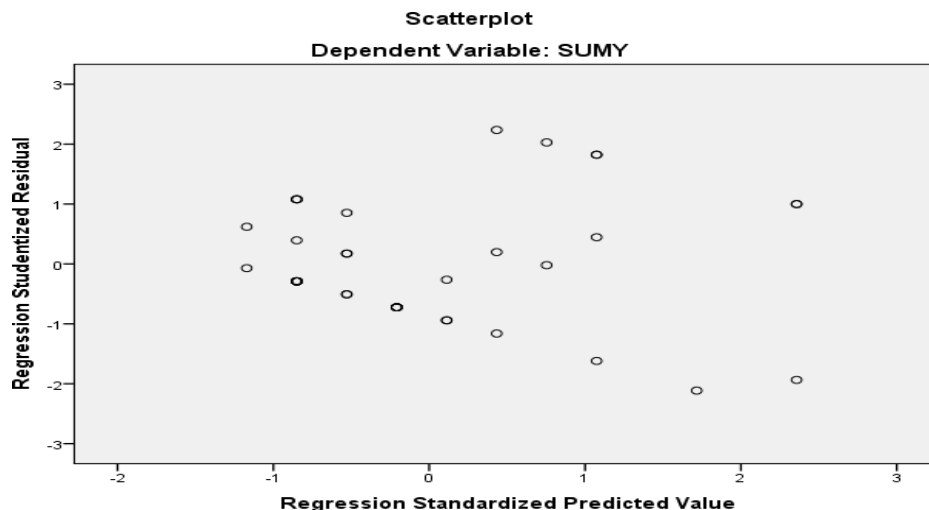
Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 22 (2023)

- 1) Nilai VIF dari variabel Jual beli menggunakan system E-Commerce lebih kecil atau dibawah 10 ( $VIF < 10$ ), ini berarti tidak terdapat multikolinearitas antara independen dalam model regresi dan layak digunakan.
- 2) Nilai tolerance dari variabel Jual Beli Menggunakan Sistem E-Commerce lebih besar dari 0.1. ini berarti tidak terdapat multikolinearitas antara variabel independent dalam model regresi dan layak digunakan.

### 3. Uji Heterokedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari satu residual pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Metode yang digunakan untuk menentukan ada tidaknya gejala Heterokedastisitas adalah melalui grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID) serta uji gleser.

**Gambar 4. Scatterplot**



Sumber Hasil Penegelolaan SPSS 22 (2023)

### 4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel bebas ( $X_1$ ) berupa variabel Jual beli menggunakan system e-commerce dan variabel terikat ( $Y$ ) berupa Usaha Mikro Kecil Menengah, maka untuk memperoleh hasil yang lebih akurat, Nilai ini dapat Nilai ini dapat diinterpretasikan bahwa hubungan kedua variabel penelitian berada pada kategori cukup. Peneliti menggunakan bantuan program *software* maka dihasilkan output sebagai berikut:

**Tabel 4 Analisis Regresi Linier Sederhana  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.676	.421		1.604	.117
	X	.492	.133	.489	3.687	.001

a. Dependent Variable: Y

Hasil tabel diatas menggambarkan persamaan analisis regresi linier sederhana sebagaimana yang telah penulis uraikan sebelumnya, yaitu :

$$B = 0.676 + 0.492 X$$

Dari persamaan coefficient dapat penulis interpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta menunjukkan koefisien regresi sebesar 0.676 yang berarti bahwa jika jual beli menggunakan e-commerce tetap atau tidak mengalami penambahan dan pengurangan, maka nilai konstanta pendapatan adalah 0.676 .
- 2) Nilai koefisien orientasi kewirausahaan untuk variabel X sebesar 0.492 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan nilai e- commerce 1% maka variabel pendapatan usaha akan turun sebesar 0.492 dengan asumsi variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

### 5. Uji Hipotesis ( Uji t)

Uji t dilakukan untuk menguji secara parsial varians bebas yang terdiri dari variabel Jual beli menggunakan system e-commerce (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y) berupa pendapatan usaha mikro kecil menengah. Model regresi hipotesis yang digunakan sebagai berikut:

$H_0: b_1 = b_2 = 0$ , yang berarti parsial variabel bebas yang terdiri dari variabel jual beli menggunakan system e-commerce (X1) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel terikat (Y) berupa pendapatan usaha mikro kecil menengah.

$H_0 : b_1 \neq b_2 \neq 0$ , artinya variabel Jual beli menggunakan system e-commerce (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y) berupa pendapatan usaha mikro kecil menengah.

Dari tabel di bawah, dapat di lihat bahwa jual beli menggunakan e- commerce menunjukkan signifikan sebesar 3.687 nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $3.687 > 0,05$ ). Dan nilai t hitung 3. 687 lebih besar dari t tabel 2,021 ( $3,687 > 2,021$ ) dengan kearah positif. Maka  $H_0$  di terima dan  $H_a$  di tolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Variabel jual beli menggunakan e-commerce secara parsial berpengaruh signifikan dengan nilai positif terhadap keunggulan bersaing.

**Tabel 5 Hasil Uji t  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.676	.421		1.604	.117
X	.492	.133	.489	3.687	.001

a. Dependent Variable: Y

**6. Uji signifikan Simultan (Uji-F)**

Uji F (Uji Serentak) dilakukan untuk melihat secara Bersama-sama pengaruh atau hubungan positif dan signifikan variabel bebas (X1) berupa Jual belimenggunakan system e-commerce dan variabel terikat (Y) berupa pendapatan usaha mikro kecil menengah.

$H_0: b_1 = b_2 = 0$ , artinya secara serentak tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel bebas (X1) berupa Jual beli menggunakan system e-commerce dan variabel terikat (Y) berupa pendapatan usaha mikro kecil menengah.

$H_0 : b_1 \neq b_2 \neq 0$ , artinya secara serentak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas (X1) berupa Jual beli menggunakan system e-commerce dan variabel terikat (Y) pendapatan usaha mikro kecil menengah.

Nilai Fhitung akan diperoleh dengan menggunakan bantuan software SPSS Versi 22.0 For Windows, kemudian akan dibandingkan dengan nilai Ftabel pada tingkat  $\alpha = 5\%$  dengan kriteria sebagai berikut:

$H_0$  diterima bila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

$H_0$  ditolak bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

**Tabel 6 Hasil Uji F  
ANOVA**

Model		<i>Sum Of Square</i>	Df	<i>Mean Square</i>	F	Sig
1	Regression	9.489	3	3.163	15.108	.000 <sup>b</sup>
	Residul	9.631	46	.209		
	Total	19.120	49			

a. Dependent variabel : Jual beli menggunakan system e-commerce

b. Predictors : (Constans), Pendapatan usaha mikro kecil menengah

Sumber hasil pengelolaan data SPSS 22 (2022)

Berdasarkan tabel 24 hasil uji F dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a) Hasil pengujian ANOVA dengan menggunakan uji F pada tabel diatas memperlihatkan nilai Fhitung dengan Sig 0.000. dengan mencari pada tabel F, dengan  $df_1 = 3$  dan  $df_2 = 46$  diperoleh nilai F dengan kondisi Fhitung lebih besar dari pada Ftabel ( $15.108 > 2.81$ ) dengan nilai Sig 0.000 yang berarti lebih kecil dari alpha ( $0.000 < 0.05$ ), maka

kesimpulannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  di terima yang berarti bahwa variabel bebas terdiri dari Jual beli menggunakan system e-commerce ( $X_1$ ) secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat ( $Y$ ) pendapatan usaha mikro kecil menengah.

- b) Tabel 1 pertama dari uji ANOVA yaitu kolom regresi, adalah jumlah kuadrat darivarians yang dihasilkan oleh model persamaan regresi yaitu sebesar 9.489 sedangkan kolom kedua yaitu residual adalah jumlah kuadrat varians yang tidak dihasilkan dari model persamaan regresi yaitu sebesar 9.631.

### 7. Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Dalam output SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel model dan tertulis *R Square*. Namun, untuk regresi linier berganda sebaiknya menggunakan *R Square*, karena disesuaikan dengan jumlah variabel bebas dalam penelitian. Nilai *R Square* dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai *R Square* berkisar antara 0 sampai 1.

**Tabel 7 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	Std. Error
1	.704 <sup>a</sup>	.496	.463	.458

- a. Predictor: (*Constant*), Jual Beli Menggunakan Sistem e-Commerce  
 b. Dependent variabel: Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS 22 (2023)

Berdasarkan hasil pengujian identifikasi determinasi pada tabel 24 menunjukkan bahwa:

- 1)  $R = 0.704$  berarti hubungan (*relation*) antara Jual beli menggunakan system e-commerce terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah sebesar 70.4% yang berarti memiliki hubungan yang sangat erat. Semakin besar  $R$  berarti hubungan semakin erat.
- 2) *Adjusted R Square* sebesar 0.463 berarti 46.3% faktor-faktor pendapatan usaha masyarakat dapat dipengaruhi oleh jual beli menggunakan system e-commerce Sedangkan sisanya 53.7% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.
- 3) *Standart Error* artinya mengukur variasi dari nilai yang diprediksi. *Standart error* juga bisa disebut *standart deviasi*. Dari tabel diatas *standart error* adalah 0.458 semakin kecil *standart deviasi* berarti model semakin baik.

### 3.2. Pembahasan

Penulis akan menguraikan hasil pembahasan yang telah diuraikan pada penelitian yang telah dilakukan berdasarkan perhitungan sebagaimana di atas. Berdasarkan uji t bahwa jual beli kewirausahaan menunjukkan pengaruh yang signifikan sebesar 3.687 nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $3.687 > 0,05$ ). Dan nilai t hitung 3. 687 lebih besar dari t tabel 2,021 ( $3,687 > 2,021$ ) dengan kearah positif. Maka  $H_0$  di terima dan  $H_a$  di tolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Variabel jual beli menggunakan e-commerce berpengaruh signifikan dengan nilai positif terhadap pendapatan usaha.

Berdasarkan perhitungan uji R diketahui bahwa jika variabel independen lebih dari satu, maka sebaiknya untuk melihat kemampuan variabel memprediksi variabel dependen, nilai yang

digunakan yaitu nilai adjusted  $R^2$ . Nilai adjusted  $R^2$  sebesar 0,996 mempunyai arti bahwa variabel dependen mampu dijelaskan oleh variabel independen sebesar 99,6 %. Dengan kata lain jual beli menggunakan e-commerce mampu dijelaskan oleh kedua variabel independen, dan sisanya sebesar 0,4% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diikuti dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian di atas sebagaimana hasil perhitungan menggunakan SPSS maka dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara jual beli menggunakan e-commerce terhadap pendapatan usaha. Dengan demikian maka dapat diambil kesimpulan sementara bahwa terdapat Pengaruh jual beli menggunakan e-commerce terhadap pendapatan usaha Pada Usaha Kecil Menengah di Bidang Kuliner dan bila dilihat dari uji determinan maka 99,6 % pengaruh jual beli menggunakan e-commerce terhadap pendapatan usaha di Kecamatan Pasir Limau Kapas.

#### 4. KESIMPULAN

Kesimpulan dan saran yang dapat dipaparkan dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh yang signifikan antara jual beli menggunakan e-commerce terhadap pendapatan usaha pada Usaha Kecil Menengah di Bidang Kuliner Kecamatan Pasir Limau Kapas sebagaimana hasil uji-t ( $3,687 > 0,05$ ). Dan nilai t hitung 3.349 lebih besar dari t tabel 2,021 ( $3,687 > 2,021$ ) dengan kearah positif. Maka  $H_0$  di terima dan  $H_a$  di tolak sehinggadapat disimpulkan bahwa Variabel orientasi kewirausahaan secara parsial berpengaruh signifikan dengan nilai positif terhadap keunggulan bersaing.
2. Jual beli menggunakan e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunggulan bersaing dan uji determinan, maka 99,6 % jual beli menggunakan e-commerce berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha pada Usaha Kecil Menengah di Kecamatan Pasir Limau Kapas.

Saran yang diberikan atas penelitian ini adalah Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan yang bermanfaat bagi masyarakat umum dan juga Mahasiswa FAI UISU khususnya Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah tentang pengaruh jual beli menggunakan system e-commerce terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah di Kecamatan Pasir Limau Kapas.

#### 5. REFERENSI

- Arip, Purkon, *Bisnis Online Syariah: Meraup Harta Berkah dan Berlimpah Via Internet*, (Jakarta : Media Com, 2021)
- Ascharisa, Mettasatya Afrilia, *Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran "waroeng Ora Umum" Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen* JURKOM, Vol.1 No.1. 2018
- Berliana P, *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM Kuliner Taman Pkor Kecamatan Way Halim)*, 2022
- Dedi PurwanaES, Rahmi, Shandy Aditiya, *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah UMKM Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit* Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani, Vol.1 No.1 . 2017
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Depag RI, Jakarta. 2016 Dadang Hermawan, *E-Business dan E-Commerce*, (Yogyakarta: ANDI, 2013)

- Danang Sunyoto. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. (Bandung: PT. Refika Aditama Anggota Ikapi.2013)
- Endraswara, S. *Peran Digital Dalam Dunia Usaha*. Yogyakarta: Morfalingua. 2016
- Friska Muthi Wulandari, *Jual Beli Online yang Aman dan Syar'i Studi terhadap Pandangan Pelaku Bisnis Online di Kalangan Mahasiswa dan Alumni Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga*, Az Zarqa', 7, 2 Desember. 2015
- Idris yanto Niode, *Sektor UMKM di Indonesia:Profil, Masalah, dan Strategi Pemberdayaan*, Jurnal kajian Ekonomi dan Bisnis vol.2 No1 2009
- J. Paul Peter & Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen* (Jakarta : BUmi Aksara, 2015)Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*. (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2012) Maulan, R. *Pengantar Fiqh Muamalah 1*. (Usaha Nasional, Jakarta, 2017)
- Mahyu Danil, "Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen", *Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. IV No. 7: 9.
- Miftahul ulum dan Basuki, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, Senmas, Ponorogo. 2016 Misbahuddin, *E-Commerce dan Hukum Islam* (Cet. 1; Makassar: Alauddin University Press, 2012)
- Prahesti, Jenita, *Pengaruh E-Commerce Terhadap Perkembangan UMKM di Kabupaten Tangerang. Diploma atau SI thesis, UIN Sultan MaulanaHasanuddin Banten*. 2022
- R. J. Naimah, M. W. Wardana, R. Haryanto, and A. Pebrianto, *Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM*," J. IMPACT Implement Action, vol. 2, no. 2. 2020
- Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, (Jakarta: Gramedia, 2001)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bumi Aksara, Jakarta. 2016 Suharsimi Arikunto, *Pengantar Suatu Penelitian*, Bumi Aksara, Jakarta. 2016
- Thera Nurul S, *Pengaruh Transaksi Online, Modal dan Lama Usaha terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di kabupaten Tegal*,2020
- Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2009) Undang-Undang Nomor tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV pasal 6.
- Wawancara Penulis dengan Bapak Hartono, *Usaha Kerupuk Kerang*, 15 Nopember2022.
- Wiwik Sri. P. *Analisis Pengaruh Transaksi Sistem Online dalam Pemberdayaan Pelaku Usaha Mikro terhadap Kesejahteraannya dalam Perspektif Maqashid Syariah Studi Pada Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi*, 2020.