

**PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN
UMKM DENGAN VOLUME PENJUALAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus UMKM Batik di Kabupaten Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

DWI SEPTYANI
NIM : 4119215

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

**PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN
UMKM DENGAN VOLUME PENJUALAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus UMKM Batik di Kabupaten Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

DWI SEPTYANI
NIM : 4119215

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dwi Septyani
NIM : 4119215
Judul Skripsi : **Pengaruh Penggunaan *E-Commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus UMKM Batik di Kabupaten Pekalongan)**

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 8 Mei 2023

Yang menyatakan



Dwi Septyani

NOTA PEMBIMBING

Wahid Wachyu Adi Winarto, M.Si
Desa Temuireng, Petarukan Pemalang

Lamp. : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Dwi Septyani

Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari:

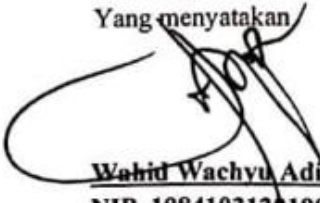
Nama	:	Dwi Septyani
NIM	:	4119215
Judul Skripsi	:	Pengaruh Penggunaan <i>E-Commerce</i> Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus UMKM Batik di Kabupaten Pekalongan)

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 8 Mei 2023

Yang menyatakan


Wahid Wachyu Adi W, M.Si
NIP. 198410312019081001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51181
www.febi.uinqsudur.ac.id email: febi@uinpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : Dwi Septyani
NIM : 4119215
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan *E-Commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus UMKM Batik di Kabupaten Pekalongan)
Dosen Pembimbing : Wahid Wachyu Adi Winarto, M.Si

Telah diujikan pada hari Jumat tanggal 9 Juni 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Ahmad Rosyid, S.E., M.Si., Akt
NIP. 19790331 200604 1 003

Penguji II

Indah Purwanti, M.T
NIP. 19780107 201903 2 011

Pekalongan, 13 Juli 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati S.H., M.H
NIP. 19750210 199903 2 001

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	qi

ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wau	w	we
ه	ha	h	ha
ء	hamzah	‘	apostrof
ي	ya	y	ye

I. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	يا = ai	يآ = ī
أ = u	وا = au	وآ = ū

II. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar’atun jamilah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis *fātimah*

III. Syaddad (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا ditulis *rabbanā*

البر ditulis *al-birr*

IV. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	Ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	Ditulis	<i>al-badi'</i>
الجالل	Ditulis	<i>al-jalāl</i>

V. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / ' /.

Contoh:

أمرث	ditulis	<i>umirtu</i>
شئ	ditulis	<i>syaiun</i>

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas segala puji bagi ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini memiliki banyak kekurangan yang harus diperbaiki. Penulis berharap agar penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membaca. Pembuatan skripsi ini mendapat banyak dukungan dan bantuan secara materil maupun non materil dari berbagai pihak. berikut ini merupakan persembahan sebagai bentuk ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan memberikan dukungan dan bantuan atas terlaksananya penulisan skripsi ini :

1. Almh. Ibu Sirkah dan Bapak Tohari selaku orang tua saya yang selalu memberikan do'a, dukungan, dan kasih sayang.
2. Kakak saya yang selalu memberi dukungan dan do'a.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan dukungan
4. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Dosen Pembimbing saya, Bapak Wahid Wachyu Adi Winarto, M.Si, yang tanpa lelah membimbing dan meluangkan waktunya hingga skripsi ini selesai.

6. Dosen Wali saya, Bapak Drajat Stiawan, M. Si, yang selalu memberikan saran, arahan, dan bantuan.
7. Teman-teman saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan doa.
8. Pihak Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Tenaga kerja Kabupaten Pekalongan yang telah memberikan izin untuk memperoleh data terkait penelitian saya.
9. Para pemilik UMKM batik di Kabupaten Pekalongan yang telah bersedia memberikan izin dan bantuan kepada saya dalam melakukan penelitian.

MOTTO

Dunia itu tempat berjuang, istirahat itu di surga

Syekh Ali Jaber

Gagal hanya terjadi jika kita menyerah

B.J. Habibie

Jika dunia mendorongmu jatuh, kamu hanya perlu bangkit dan mendorong balik

Dwi Septyani

ABSTRAK

DWI SEPTYANI. Pengaruh *E-Commerce* dan Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus UMKM Batik di Kabupaten Pekalongan).

Pendapatan menjadi hal yang krusial bagi usaha karena dapat dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan suatu usaha. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sering menghadapi masalah dalam meningkatkan pendapatan usahanya adalah masih minimnya penggunaan teknologi dalam aktivitas usaha tersebut. Pandemi covid-19 menyebabkan banyak pelaku UMKM mengalami gulung tikar akibat menurunnya pendapatan usaha. Pendapatan usaha menurun secara drastis sehingga tidak mampu untuk menutup jumlah pengeluaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-commerce* dan inovasi produk terhadap peningkatan pendapatan UMKM dengan volume penjualan sebagai variabel intervening pada UMKM batik di Kabupaten Pekalongan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM batik di Kabupaten Pekalongan. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 120 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan *Partial Least Square (PLS)* dengan penggunaan *software SmartPLS 4.0.9.1*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan, (2) Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan, (3) Penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan, (4) Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan, (5) Volume penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan, (6) Volume penjualan tidak memediasi pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan, dan (7) Volume penjualan tidak memediasi pengaruh inovasi produk terhadap peningkatan pendapatan.

Kata kunci : Penggunaan *E-Commerce*, Inovasi Produk, Peningkatan Pendapatan, Volume Penjualan

ABSTRACT

DWI SEPTYANI. The Effect of using E-Commerce and Product Innovation on Increasing Income of SMEs with Sales Volume as an Intervening Variable (Case Study of Batik SMEs in Pekalongan Regency).

Income is crucial for the business because it can be used as a benchmark for the success of a business. Micro and Small and Medium Enterprises (SMEs) often face problems in increasing their business income is the lack of use of technology in these business activities. Pandemi Covid-19 caused many SMEs to experience out of business due to decreased operating income. Business income decreases dramatically so that it is unable to cover the amount of expenditure. This study aims to determine the effect of the use of e-commerce and product innovation on increasing SMEs income with sales volume as an intervening variable in batik SMEs in Pekalongan Regency.

This type of research is field research with a quantitative approach. The population in this study were batik SMEs in Pekalongan Regency. The number of samples in this study was 120 respondents. The data collection technique in this study used questionnaires which was distributed to respondents. The data analysis technique of this research used Partial Least Square (PLS) with SmartPLS 4.0.9.1 software.

The results of this study indicate that (1) The use of e-commerce has a positive and significant effect on increasing income, (2) Product innovation has a positive and significant effect on increasing income, (3) The use of e-commerce has a positive and significant effect on sales volume, (4)) Product innovation has a positive and significant effect on sales volume, (5) Sales volume has a positive and significant effect on increasing income, (6) Sales volume does not mediate the effect of using *e-commerce* on increasing income , and (7) Sales volume does not mediate the effect of product innovation on increasing income.

Keywords: The use of E-Commerce, Product Innovation, Increased Income, Sales Volume

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *E-Commerce* dan Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus UMKM Batik di Kabupaten Pekalongan)”** tanpa halangan apapun.

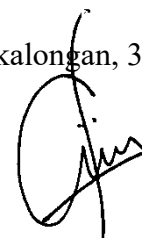
Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi, akan sangat sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag, selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dr. Tamaudin, M.M, selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

4. Aris Safi'i, M.E.I, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Happy Sista Devy, M.M, selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Wahid Wachyu Adi Winarto, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Drajat Stiawan, M.Si, selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
8. Orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan dukungan dan do'a.
9. Sahabat dan teman-teman yang telah memberi dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, dan Tenaga kerja Kabupaten Pekalongan yang telah membantu dalam memperoleh data penelitian.
11. Pelaku UMKM batik di Kabupaten Pekalongan yang telah memberi izin dan bantuan kepada penulis dalam melakukan penelitian.

Akhir kata, penulis berharap ALLAH SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pembaca maupun pihak yang berkepentingan

Pekalongan, 31 Mei 2023



DWI SEPTYANI
NIM. 4119215

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL KEDUA.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	vi
PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Pendapatan.....	14
2. <i>E-Commerce (Electronic Commerce)</i>	17
3. Inovasi Produk.....	19
4. Volume Penjualan	21
5. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	22
B. Telaah Pustaka	25

C. Kerangka Berpikir.....	29
Peningkatan Pendapatan (Y)	31
D. Hipotesis.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
A. Jenis Penelitian.....	42
B. Pendekatan Penelitian	42
C. Setting Penelitian	42
D. Populasi dan Sampel	42
E. Variabel Penelitian.....	43
F. Sumber Data.....	45
G. Teknik Pengumpulan Data.....	45
H. Teknik Analisis Data.....	46
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	47
2. Partial Least Square (PLS)	47
3. Uji Hipotesis.....	51
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
B. Analisis Data	65
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	65
2. Analisis <i>Partial Least Square (PLS)</i>	68
3. Uji Hipotesis.....	81
C. Pembahasan.....	85
BAB V PENUTUP.....	98
A. Kesimpulan	98
B. Saran.....	100
C. Keterbatasan.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN	I

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data UMKM Batik Kabupaten Pekalongan 2022	3
Tabel 2. 1	Telaah Pustaka	25
Tabel 3. 1	Definisi Operasional Variabel	44
Tabel 4. 1	Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4. 2	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 3	Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	55
Tabel 4. 4	Identitas Responden Berdasarkan Lama Usaha	56
Tabel 4. 5	Distribusi Frekuensi Penggunaan <i>E-Commerce</i>	56
Tabel 4. 6	Distribusi Frekuensi Inovasi Produk.....	59
Tabel 4. 7	Distribusi Frekuensi Peningkatan Pendapatan.....	61
Tabel 4. 8	Distribusi Frekuensi Volume Penjualan	63
Tabel 4. 9	Statistik Deskriptif	66
Tabel 4. 10	<i>Outer Model</i> Sebelum <i>Outlier</i>	69
Tabel 4. 11	<i>Outer Model</i> Sesudah <i>Outlier</i>	71
Tabel 4. 12	<i>Outer Loadings</i>	72
Tabel 4. 13	<i>Cross Loadings</i>	73
Tabel 4. 14	<i>Fornell-Larcker</i>	74
Tabel 4. 15	<i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	75
Tabel 4. 16	<i>R-Square</i>	76
Tabel 4. 17	<i>AVE</i> dan <i>R-Square</i>	77
Tabel 4. 18	<i>Direct Effect</i>	78
Tabel 4. 19	<i>Indirect Effect</i>	80
Tabel 4. 20	Uji Hipotesis	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Data Transaksi <i>E-Commerce</i> Tahun 2018-2022.....	4
Gambar 2. 1	Kerangka Berpikir.....	31
Gambar 4. 1	<i>Outer Model Sebelum Outlier</i>	69
Gambar 4. 2	<i>Outer Model Sesudah Outlier</i>	71
Gambar 4. 3	Uji Hipotesis	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar Kuesioner	I
Lampiran 2	Data Tabulasi Kuesioner	IV
Lampiran 3	Hasil Uji dengan SmartPLS 4.0.9.1 Sebelum Outlier	XI
Lampiran 4	Hasil Uji dengan SmartPLS 4.0.9.1 Sebelum Outlier	XII
Lampiran 5	Surat Pengantar Penelitian.....	XVI
Lampiran 6	Surat Pengantar Penelitian.....	XVII
Lampiran 7	Surat Izin Penelitian	XVIII
Lampiran 8	Surat Keterangan Telah Penelitian.....	XIX
Lampiran 9	Riwayat Hidup Penulis	XXI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendapatan dalam usaha adalah sejumlah uang yang dihasilkan dari aktivitas usaha. Pendapatan menjadi hal yang krusial bagi usaha karena dapat dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan suatu usaha. Pendapatan sering menjadi masalah utama dalam suatu bisnis karena pendapatan merupakan hasil dari usaha mereka untuk memutar usaha agar tetap berjalan dan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sering menghadapi masalah dalam meningkatkan pendapatan usahanya adalah masih minimnya penggunaan teknologi dalam aktivitas usaha tersebut (Dwiyanti et al., 2018).

Pandemi covid-19 menyebabkan banyak pelaku UMKM mengalami gulung tikar akibat menurunnya pendapatan usaha. Pendapatan usaha menurun secara drastis sehingga tidak mampu untuk menutup jumlah pengeluaran (Rahmat, 2022). Berdasarkan penelitian yang dilakukan Triana dkk, pandemi covid-19 menyebabkan penurunan pendapatan UMKM di Kabupaten Pandegelang karena penurunan penjualan hingga 73% dan masalah permodalan sebesar 71,4%. Guna meningkatkan pendapatan, pelaku UMKM menerapkan pemasaran secara *online* karena dianggap lebih mampu bertahan daripada secara *offline* (Triana et al., 2022).

UMKM menjadi sesuatu yang penting dalam pembangunan ekonomi. UMKM merupakan sektor usaha yang mampu bertahan dari berbagai kondisi seperti krisis moneter yang pernah terjadi di Indonesia (Safrianti, 2020).

Semakin meningkatnya jumlah UMKM di Indonesia, menyebabkan persaingan semakin ketat. Meningkatnya jumlah UMKM juga terjadi pada UMKM batik di Kabupaten Pekalongan sehingga pelaku UMKM harus pandai bersaing agar usahanya dapat tetap berjalan. Namun pandemi covid-19 menyebabkan pendapatan pelaku usaha batik di Kabupaten Pekalongan menurun secara drastis berkisar antara 10-30% (Prasetiani & Sutrisno, 2021). Selain itu, beberapa usaha batik mengalami gulung tikar karena meningkatnya harga bahan baku seperti kain mori dan obat pewarna batik sehingga menurunnya minat dan daya beli masyarakat. Hal tersebut berdampak pada menurunnya pendapatan usaha batik di Pekalongan (Laili & Setiawan, 2021) .

Pandemi covid-19 menyebabkan para pelaku usaha harus mampu memutar otak agar usaha mereka tetap berjalan. Banyak pelaku usaha yang beralih pada bisnis *online* yaitu dengan memasarkan produknya ke *e-commerce*. Peningkatan penggunaan *e-commerce* pada UMKM saat pandemi sebesar 91%. Hal ini dikarenakan transaksi *e-commerce* dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Transaksi tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara langsung sehingga tidak menyalahi aturan saat pandemi yaitu adanya *social distancing* (Rianty & Rahayu, 2021). Selain kemudahan dalam pemasarannya, pelaku UMKM menggunakan *e-commerce* dikarenakan meningkatnya perilaku konsumtif dan perubahan konsumen pada era ini yang lebih memilih aktivitas jual beli secara *online* karena lebih praktis daripada harus datang langsung ke toko.

Batik merupakan salah satu industri yang menjadi komoditi utama di Pekalongan. Kabupaten Pekalongan dapat dikatakan sebagai daerah penghasil batik, bahkan menjadi sentra batik. Jumlah usaha batik di Kabupaten Pekalongan berdasarkan data dari Dinkop Kabupaten Pekalongan sebanyak 695 usaha (Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, 2022). Perkembangan usaha batik di Pekalongan tidak bisa dilepaskan dari UMKM yang bertambah setiap tahunnya. Pekalongan menjadi salah satu pusat UMKM dalam bidang batik yang memiliki pengaruh di Jawa Tengah karena kekhasan motif dan keragaman coraknya (Lutfi et al., 2012). Saat ini banyak UMKM batik di Kabupaten Pekalongan yang telah mendaftarkan usahanya dalam *e-commerce*, agar produk yang mereka jual diketahui oleh konsumen di berbagai daerah di Indonesia bahkan sampai konsumen mancanegara.

Tabel 1. 1 Data UMKM Batik di Kabupaten Pekalongan Tahun 2022

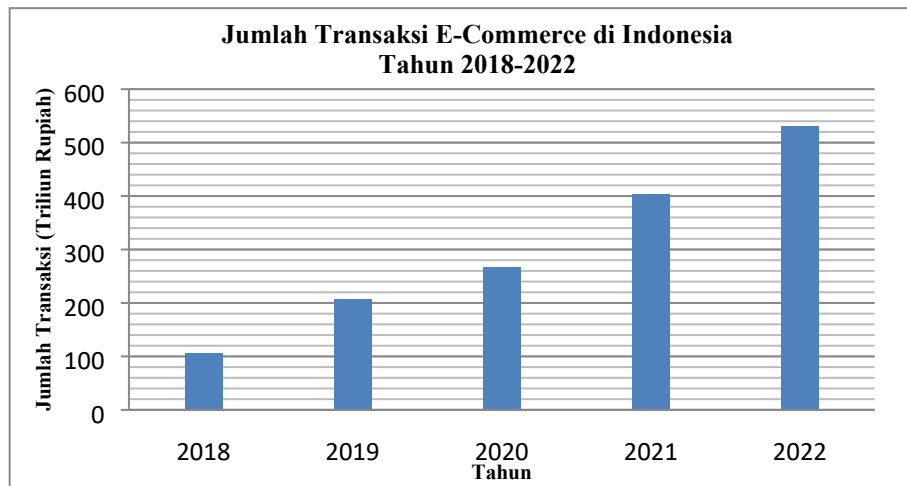
No.	Kecamatan	Jumlah
1.	Buaran	185
2.	Karangdadap	8
3.	Kedungwuni	54
4.	Tirto	146
5.	Talun	1
6.	Wiradesa	156
7.	Wonokerto	26
8.	Wonopringgo	20
9.	Bojong	2
10.	Kesesi	1
11	Sragi	86
12.	Siwalan	3
Total		695

Sumber : Data diolah (Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Tenaga kerja, 2022)

Teknologi yang berkembang pesat saat ini menyebabkan strategi bisnis menjadi semakin mengarah pada penggunaan teknologi dan menimbulkan

persaingan yang hebat di dunia bisnis. Era industri 4.0 menimbulkan gabungan teknologi dan internet dalam bidang bisnis sebagai inovasi baru dalam bertransaksi, dimana transaksi dapat dilakukan tanpa dibatasi ruang dan waktu. Hal ini yang melatarbelakangi terciptanya peluang bisnis baru yaitu perdagangan secara elektronik (*e-commerce*) (Honata, 2018). Maraknya *e-commerce* di dunia bisnis mengakibatkan berbagai jenis usaha menggunakannya, tak terkecuali pada UMKM

Gambar 1. 1 Data Transaksi E-Commerce di Indonesia Tahun 2018-2022



Sumber : dataindonesia.id (2022)

Gambar di atas menjelaskan bahwa jumlah transaksi *e-commerce* di Indonesia meningkat setiap tahun. Jumlah peningkatan tertinggi terdapat dalam tahun 2019 sebesar 100 triliun dari tahun sebelumnya (Karnadi, 2022). Hal tersebut menjadi pemicu terjadinya peningkatan jumlah UMKM yang menggunakan *e-commerce* dalam usahanya karena promosi dengan media *online* mudah dijangkau oleh konsumen.

Menurut pandangan Islam, transaksi online seperti pada *e-commerce* hukumnya diperbolehkan, asalkan sesuai dengan syariat Islam dan prinsip

dasar muamalah. *E-Commerce* dalam fiqih muamalah memiliki persamaan dengan konsep *bai' as-salam* karena keduanya merupakan transaksi jual beli. Objek transaksi keduanya ditangguhkan penyerahannya meskipun telah ada kesepakatan atau transaksi penjual dengan pembeli (Dhinarti & Amalia, 2019). Dalam islam, hukum transaksi seperti melalui *e-commerce* telah diuraikan pada ayat al-Qur'an serta hadits, salah satunya pada penggalan Surah al-Baqarah:282 (Departemen Agama RI, 2015) :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.” (Q.S al-Baqarah : 282)

Faktor lain yang mampu meningkatkan pendapatan UMKM adalah inovasi produk dan volume. Inovasi produk merupakan ide-ide baru untuk mengembangkan produk agar lebih bervariasi. Inovasi produk dapat meningkatkan nilai keunggulan produk yang dapat membuat pelanggan tertarik untuk membeli yang berakibat pada meningkatnya volume penjualan sehingga pendapatan usaha meningkat (Widiyanto et al., 2021). Volume penjualan menunjukkan kuantitas dari produk yang terjual. Volume penjualan akan berpengaruh pada laba yang didapatkan oleh suatu usaha. Jika laba yang didapatkan banyak, maka pendapatan juga akan meningkat (Santi et al., 2019).

Peningkatan pendapatan dipengaruhi oleh *e-commerce* dibuktikan oleh penelitian terdahulu yang telah dilakukan Edirianto dan Madinah (2021)

menunjukkan *e-commerce* berpengaruh terhadap meningkatnya pendapatan, dikarenakan *e-commerce* sebagai media *marketing* dianggap mampu menjangkau konsumen lebih luas dan mampu meningkatkan pembeli hingga 70% sehingga pendapatan usaha meningkat (Edirianto & Madinah, 2021). Bertentangan dengan itu, penelitian yang dilakukan Safrianti (2020) memberikan hasil bahwasannya *e-commerce* tidak berpengaruh dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal karena kurangnya pemahaman dan eksistensi *e-commerce* bagi pelaku UMKM di Kabupaten Tegal (Safrianti, 2020).

Terkait dengan inovasi produk, Putri dan Arif (2022) pada penelitiannya menyatakan, inovasi produk berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan karena adanya inovasi terhadap produk dapat menarik daya beli konsumen lebih banyak sehingga dapat menambah keuntungan usaha (Putri & Arif, 2022). Berbeda dengan penelitian yang telah disebutkan, penelitian yang dilakukan Pramana (2019), memberikan hasil bahwa inovasi produk tidak berpengaruh pada peningkatan pendapatan pedagang batik di Pasar Beringharjo Yogyakarta dikarenakan kurangnya pengetahuan akan hal tersebut (Pramana, 2019).

E-Commerce dan inovasi produk dianggap mampu meningkatkan volume penjualan. Penelitian yang dilakukan Yonantan (2020) tentang pengaruh *e-commerce* terhadap volume penjualan berhasil membuktikan bahwa *e-commerce* dapat meningkatkan penjualan karena mempermudah transaksi jual beli antara pedagang dan pembeli tanpa harus bertemu secara

langsung (Yonantan, 2020). Sedangkan penelitian Nadliroh (2021), bertentangan dengan penelitian sebelumnya, yakni *e-commerce* dianggap tidak berpengaruh terhadap penjualan karena kurangnya pengetahuan pemilik usaha untuk mengoperasikan *e-commerce* (Nadliroh, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Idayati dan Sulistyowati (2022) terkait inovasi produk berpengaruh pada volume penjualan karena dapat menambah nilai produk dan mampu menarik minat konsumen (Idayati & Sulistyowati, 2022). Namun penelitian Palaguna (2022) menyatakan hasil yang berbeda, yaitu inovasi produk tidak meningkatkan volume penjualan karena kurang maksimalnya upaya dalam mengembangkan produk sehingga tidak mampu menambah volume penjualan (Palaguna, 2022).

Berdasarkan uraian di atas, masih terdapat *research gap* pada variabel-variabel tersebut. Sehingga peneliti memiliki ketertarikan untuk menggunakan variabel-variabel tersebut ke dalam penelitiannya. Peneliti akan menganalisis pengaruh *e-commerce* dan inovasi produk pada UMKM batik Kabupaten Pekalongan terhadap peningkatan pendapatan melalui volume penjualan. Oleh karena itu, akan dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Penggunaan *E-Commerce* dan Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM dengan Volume Penjualan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus UMKM Batik di Kabupaten Pekalongan)”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini berdasarkan uraian permasalahan adalah sebagai berikut :

1. Apakah penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM Batik di Kabupaten Pekalongan?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM Batik di Kabupaten Pekalongan?
3. Apakah penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan UMKM Batik di Kabupaten Pekalongan?
4. Apakah inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan UMKM Batik di Kabupaten Pekalongan?
5. Apakah volume penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM Batik di Kabupaten Pekalongan?
6. Apakah penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM dengan volume penjualan sebagai variabel intervening?
7. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM dengan volume penjualan sebagai variabel intervening?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berdasarkan pada perumusan permasalahan adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh positif dan signifikan penggunaan *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan UMKM Batik di Kabupaten Pekalongan.
2. Menganalisis pengaruh positif dan signifikan inovasi produk terhadap peningkatan pendapatan UMKM Batik di Kabupaten Pekalongan.
3. Menganalisis pengaruh positif dan signifikan penggunaan *e-commerce* terhadap volume penjualan UMKM Batik di Kabupaten Pekalongan.
4. Menganalisis pengaruh positif dan signifikan inovasi produk terhadap volume penjualan UMKM Batik di Kabupaten Pekalongan.
5. Menganalisis pengaruh positif dan signifikan volume penjualan terhadap peningkatan pendapatan UMKM Batik di Kabupaten Pekalongan.
6. Menganalisis pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan UMKM dengan volume penjualan sebagai variabel intervening.
7. Menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap peningkatan pendapatan UMKM dengan volume penjualan sebagai variabel intervening.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan peneliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Peneliti berharap agar penelitian ini mampu menambah ilmu pengetahuan pada bidang ekonomi, khususnya pada pendapatan usaha dan UMKM.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dan perbandingan untuk penelitian serupa di waktu mendatang.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti, agar menambah ilmu tentang pemasaran digital khususnya mengenai penggunaan *e-commerce* serta inovasi produk terhadap volume penjualan dan peningkatan pendapatan pada UMKM.
- b. Bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Pekalongan, penelitian ini agar berguna sebagai informasi dan saran bagi lembaga terkait pembuat kebijakan yang berhubungan dengan UMKM di Kabupaten Pekalongan.
- c. Bagi UMKM, diharapkan agar penelitian ini dapat menambah pemahaman tentang *e-commerce* serta inovasi produk berpengaruh pada meningkatnya pendapatan dan mampu merangsang pelaku UMKM agar *melek* terhadap perkembangan teknologi guna mengembangkan usahanya.
- d. Bagi masyarakat, diharapkan agar penelitian ini mampu menambah kesadaran dan keterlibatannya di sektor UMKM.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab I merupakan pendahuluan yang berisi penjelasan latar belakang dan rumusan masalah tentang peningkatan pendapatan UMKM batik yang dipengaruhi oleh *e-commerce*

dan inovasi produk. Selain itu, pada bagian ini juga menjelaskan tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab II adalah kajian teori yang berisi survey literatur dan penelitian sebelumnya dengan topik yang sesuai skripsi. Kerangka berpikir dan hipotesis yang meliputi teori dan fakta serta dugaan sementara juga dibahas dalam bab ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab III berisi metode penelitian, penjabarannya dari jenis penelitian hingga analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab V berisi hasil analisis data dan pemaparan hasil pembahasan penelitian yang didasarkan pada data yang telah diolah.

BAB V : PENUTUP

Bab V merupakan bagian penutup yang memberikan ringkasan secara singkat serta saran terhadap penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-commerce* dan inovasi produk terhadap peningkatan pendapatan melalui volume penjualan sebagai variabel intervening pada UMKM batik di Kabupaten Pekalongan. Berdasarkan hasil uji PLS dengan *SmartPLS 4.0.9.1* yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa semua hipotesis penelitian yang diajukan peneliti diterima. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa :

1. Penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan. Dibuktikan dengan nilai $t\text{-statistic } 4,027 > 1,96$ dan nilai $p\text{ value}$ sebesar $0,000 < 0,05$. Hal tersebut berarti adanya penggunaan *e-commerce* pada UMKM batik di Kabupaten Pekalongan meningkatkan pendapatan usaha.
2. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan. Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa nilai $t\text{-statistic } 3,666 > 1,96$ dan nilai $p\text{ value}$ sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menjelaskan bahwa semakin dilakukannya inovasi produk pada UMKM batik di Kabupaten Pekalongan, maka pendapatan semakin meningkat.
3. Penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa nilai $t\text{-statistic } 3,376 > 1,96$ dan nilai $p\text{ value}$ sebesar $0,001 < 0,05$. Hal tersebut berarti

bahwa penggunaan *e-commerce* pada UMKM batik di Kabupaten Pekalongan meningkatkan volume penjualan.

4. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa nilai t -statistic $3,656 > 1,96$ dan nilai p value sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menjelaskan bahwa semakin dilakukannya inovasi produk pada UMKM batik di Kabupaten Pekalongan, maka volume penjualan meningkat.
5. Volume penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan. Dibuktikan dengan nilai t -statistic $2,254 > 1,96$ dan nilai p value sebesar $0,024 < 0,05$. Hal tersebut berarti semakin tingginya volume penjualan pada UMKM batik di Kabupaten Pekalongan maka pendapatan semakin meningkat.
6. Volume penjualan tidak memediasi pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan. Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa nilai t -statistic $1,488 < 1,96$ dan nilai p value sebesar $0,137 > 0,05$. Hal tersebut berarti volume penjualan tidak memediasi pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan UMKM batik di Kabupaten Pekalongan.
7. Volume penjualan tidak memediasi pengaruh inovasi produk terhadap peningkatan pendapatan. Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa nilai t -statistic $1,622 < 1,96$ dan nilai p value sebesar $0,105 < 0,05$. Hal tersebut berarti volume penjualan tidak memediasi pengaruh inovasi produk terhadap peningkatan pendapatan UMKM batik di Kabupaten Pekalongan.

8. Volume penjualan bersifat parsial mediasi karena berpengaruh secara langsung terhadap peningkatan pendapatan. Namun tidak memediasi pengaruh penggunaan *e-commerce* dan inovasi produk terhadap peningkatan pendapatan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel-variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan. Selain itu, diharapkan dapat mengambil subjek jenis UMKM lain yang belum diteliti.
2. Bagi pelaku UMKM batik di Pekalongan diharapkan dapat mengoptimalkan penggunaan *e-commerce* bagi usahanya agar mendapat keuntungan yang maksimal dan selalu memberikan ide-ide baru terhadap produknya agar dapat bersaing di pasaran dan memiliki ciri khas untuk menarik minat beli dari pembeli.
3. Bagi Pemerintah Kabupaten Pekalongan diharapkan dapat memberikan sosialisasi kepada pelaku UMKM batik yang tidak menggunakan *e-commerce* dalam pemasarannya serta memberikan sosialisasi pentingnya melakukan inovasi terhadap suatu produk agar dapat mengembangkan usaha mereka.

C. Keterbatasan

Penelitian ini telah dilakukan sesuai dengan aturan yang ada dan berjalan dengan lancar meskipun peneliti menyadari terdapat keterbatasan dan kekurangan dalam penelitian ini. Sehingga terdapat beberapa hal yang dapat dijadikan bahan evaluasi bagi penelitian selanjutnya agar lebih baik. Kekurangan dan keterbatasan penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini menggunakan dua variabel independen saja sehingga kurang merepresentasikan dengan baik terkait faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan.
2. Populasi dan sampel penelitian ini dibatasi pada UMKM batik di Kabupaten Pekalongan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrida, B. (2003). *Ekonomi Sumber Daya Manusia* (1st ed.). Ghalia Indonesia.
http://opac.kaltimprov.go.id/ucs/index.php?p=show_detail&id=6716
- Agnesia, V., & Saputra, A. J. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Financial Technology dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kota Dumai. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(3), 750–761.
- Andersén, J. (2019). Resource Orchestration of Firm-Specific Human Capital and Firm Performance the Role of Collaborative Human Resource Management and Entrepreneurial Orientation. *The International Journal of Human Resource Management*, 0(0), 1–33.
<https://doi.org/10.1080/09585192.2019.1579250>
- Anoraga, P. (2010). *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*. PT. Dwi Chandra Wacana.
- Aprilyan, Y., Sasanti, E. E., & Nurbiah. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Risma*, 2(2), 292–306.
- Azhari, M. A. (2020). *Pengaruh Modal, Biaya Produksi, Dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan Bunga Zahra Cake And Cookies Kota Jambi*. UIN Sultan Thaha Saifuddin.
- Badrinarayanan, V., Ramachandran, I., & Madhavaram, S. (2018). Resource Orchestration and Dynamic Managerial Capabilities: Focusing on Sales Managers as Effective Resource Orchestrators. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 4(May).
<https://doi.org/10.1080/08853134.2018.1466308>
- Barkatullah, A. H. (2017). Hukum Transaksi Elektronik -Sebagai Panduan Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-Commerce di Indonesia. In *Nusamedia*.
- Danil, M. (2013). Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Pada Pegawai Negeri Sipil Di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen. *Jurnal Ekonomika*, 4(7), 33–40. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Departemen Agama RI. (2015). *Al-Qur'an Terjemahan*. CV Darus Sunnah.
- Dhinarti, L., & Amalia, F. (2019). E-commerce dalam Perspektif Fiqh Muamalat. *Cimae*, 2(3), 162.
- Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, dan T. K. (2022). *Data Kerajinan Batik Kabupaten Pekalongan*.
- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian Ilmiah : Metode Penelitian Empiris Model*

- Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS* (J. T. Santosos (ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik.
- Dwiyanti, Y. H., Sukarno, H., & Prasetyaningtyas, S. (2018). Telaah Penentu Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sektor Jasa dan Perdagangan di Kabupaten Jember (The Determining Study of Small Medium Enterprises (SMEs) Income Services and Trade Sector in Jember). *Jurnal Ekonomika*, 2, 5.
- Echols, J. M., & Shadily, H. (2003). *Kamus Inggris Indonesia* (cetakan 1). PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Edirianto, S., & Madinah, S. (2021). Analisis E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan El- Ma ' wa Craft By Rajut Preneur Cirebon Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. *Ecobankers : Journal of Economy and Banking*, 2, 37–42.
- Ernawati, N. (2017). Pengaruh Kesiapan Modal dan Pemanfaatan E-commerce Terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Sleman Yogyakarta. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Falufi, D. R. (2020). *Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada UMKM Kerupuk Pedas Memble Desa Orimalang Kecamatan Jamblang Kabupaten Cirebon)*. IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- Gaol, J. L., Fao, T. W., Swinna, M., & Gunarto, S. (2021). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada PT . Jaya Anugrah Sukses Abadi Medan*. 10.
- Garaika, & Darmanah. (2018). *Metodologi Penelitian*. CV HIRA TECH. <https://doi.org/10.31219/osf.io/xy6uv>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square : Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris* (2nd ed.). Universitas Diponegoro.
- H, W. (2019). *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Hadji Kalla Cabang Gowa*.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian : Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmasrtPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis* (Abiratno, S. Nurdyanti, & A. D. Raksanagara (eds.); 1st ed.). PT Inkubator Penulis Indonesia.

- Hariadi, M. F., Nurochani, N., & Munandar, E. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Tingkat Penjualan pada Toko Omcoll Second Store. *JurnL Kewarganegaraan*, 6(2), 2612–2619.
- Helmalia, & Afrinawati. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237–246. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.182>
- Honata, M. S. (2018). Industri E-Commerce Dalam Menciptakan Pasar Yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 1(1), 73–88.
- Idayati, D. N., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh Promosi Berbasis Wisata Edukasi dan Inovasi Produk Batik Pecel Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Ecogen*, 5(2).
- Ikhsan, M., & Hasan, M. (2020). Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Makassar. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 1(1), 39. <https://doi.org/10.26858/je3s.v1i1.18112>
- Ishak, & Suriyok, K. (2022). *Pengaruh Kreasi Dan Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Pada UMKM di Pasar Rembang – Pasuruan)*. 10(1), 29–34.
- Iskandar. (2017). Pengaruh Pendapatan Terhadap Pola Pengeluaran Rumah Tangga Miskin. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(2), 127–134.
- Islami, I. P. (2021). *Pengaruh Electronic Commerce (E- Commerce) Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Di Kecamatan Bekasi Utara*. STIEI Jakarta.
- Jesslyn. (2021). *Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Agung Toyota Batam*. Universitas Putera Batam.
- Karnadi, A. (2022). *Transaksi E-Commerce Ditaksir Capai RP530 Triliun pada 2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/traksaksi-ecommerce-ditaksir-capai-rp530-triliun-pada-2022>
- Laili, Y. F., & Setiawan, A. H. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Sentra Batik di Kota Pekalongan. *Diponegoro Journal of Economics*, 9(4), 1–10. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dje>
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (1998). *Management Information Systems : New Approaches to Organization & Technology* (5th ed.). Prentice Hall.

- Lutfi, S., Solikhin, & Setiawat, I. (2012). Pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Batik Pekalongan Dengan Memberikan Acces Profil di Web. *Journal Himsya Tech*, 8(1), 1–15. <http://ojs.stmik-himsya.ac.id/index.php/JHT/article/view/29>
- Marbun, B. (2005). *Kamus Manajemen*. Pustaka Sinar Harapan. https://books.google.co.id/books/about/Kamus_manajemen.html?hl=id&id=XNhhAAAACAAJ&redir_esc=y
- Maryana, S. (2019). Penerapan E-Commerce dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Liquidity*, 2(1), 74.
- Nadliroh, I. D. (2021). Analisis Pengaruh E-Commerce dan Desain Produk Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Koperasi Dan Manajemen*, 02(02), 1–6.
- Ndruru, R. (2018). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Anis Berkat Telukdalam Kabupaten Nias Selatan*. STIE Nias Selatan.
- Palaguna, D. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Volue Penjualan Kopi Liberika Tungkal Di Gerai UMKM Mekar Jaya Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat*. UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi.
- Pattipeilohy, V. R. (2018). Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing: Pengaruhnya terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Usaha Nasi Kuning di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon). *Jurnal Maneksi*, 7(1), 66. <https://doi.org/10.31959/jm.v7i1.78>
- Politwika. (2017). *99 Langkah Sukses Bisnis E-Commerce*. Gramedia Widasarana Indonesia. <https://www.amazoh.com/Langkah-Sukses-Berbisnis-Commerce-Indonesia/dp/6023757995>
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce. *Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia*, 9(2), 32–40.
- Pramana, R. A. (2019). Dampak Modal Usaha, Inovasi, Lama Usaha, dan Modal Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan Pedagang Batik di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta. *JIMFEB (Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB)*, 7(2).
- Prasetiani, T. R., & Sutrisno, C. R. (2021). Re-Formulation Business Strategy Pada Umkm Industri Batik Pekalongan Memasuki Era New Normal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(3), 246–260. www.jurnal.unikal.ac.id/index.php/jebi%0ARE-FORMULATION
- Puryati, D., & Kuntadi, S. (2018). Biaya Produksi , E-Commerce dan Penjualan Produk Pada Sentra Kaos Bandung. *Jurnal Online Insan Akuntansi*, 2(2), 217–228.

- Putra, F. D. (2018). *Pengaruh Volume Penjualan Dan Biaya Produksi Kalung Terhadap Laba Pada Hidayah Shop Kuta-Badung*. 9(2), 462–473.
- Putri, A., & Arif, M. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan. *JESYA (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 194–208.
- Rahmat. (2022). Analisis Tingkat Pendapatan Pada UMKM Rumah Iphone Di Kota Pare-Pare Pada Masa Pandemi Covid-19 (Tinjauan Manajemen Keuangan Syariah). In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*. IAIN PAREPARE.
- Rianti, M., & Rahayu, P. F. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM Yang Bermitra Gojek Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2).
- Safrianti, T. N. (2020). *Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce), Modal, dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal*. Universitas Pancasakti Tegal.
- Sakti, N. W. (2014). *Buku Pintar Pajak E-Commerce*. Visimedia. https://books.google.co.id/books?id=JuNkBAAABQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true
- Salindeho, A. E., & Mandey, S. L. (2018). Pengaruh Inovasi Produk, Tempat dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran Motor Suzuki (Pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cab. Malalayang). *Pengaruh Inovasi Produk.....* 3348 *Jurnal EMBA*, 6(4), 3348–3357.
- Santi, N. W. A., Haris, I. A., & Sujana, I. N. (2019). *Pengaruh Harga Jual dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan UD . Broiler Putra di Dusun Batumulapan Kabupaten Kalungkung Pada Thaun 2015-2017*. 11(1).
- Saputri, N. H. (2020). *Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Proses, Inovasi Layanan Terhadap Kinerja UMKM (Studi Empiris Pada Homepreneur di Kabupaten Temanggung)*.
- Siallagan, H. (2020). *Teori Akuntansi* (1st ed.). LPPM UHN Press. [https://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/3900/Buku Teori Akuntansi Edisi Pertama.pdf?sequene=4&isAllowed=y](https://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/3900/Buku%20Teori%20Akuntansi%20Edisi%20Pertama.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Sirmon, D. G., Hitt, M. A., & Ireland, R. D. (2007). Managing firm resources in dynamic environments to create value: Looking inside the black box. *Academy of Management Review*, 32(1), 273–292. <https://doi.org/10.5465/AMR.2007.23466005>
- Sirmon, D. G., Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Gilbert, B. A. (2011). Resource orchestration to create competitive advantage: Breadth, depth, and life cycle effects. *Journal of Management*, 37(5), 1390–1412.

<https://doi.org/10.1177/0149206310385695>

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (23rd ed.). Alfabeta.
- Suhaidi, M., Nurhabibah, D., Akbar, E. E., & Iskandar, M. (2022). *Pengaruh Word of Mouth dan E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. 8(02), 1911–1926.
- Sukirno, S. (2008). *Makroekonomi Teori Pengantar*. PT RajaGrafindo Persada.
- Tambunan, & T.H., T. (2009). *UMKM di Indonesia*. Ghalia Indonesia.
- Triana, L., Yuliah, & Puspa, R. (2022). Analisia Strategi Peningkatan Pendapatan UMKM Selama Pandemi Covid-19 di Kabupaten Pandegelang. *Jurnal Syntax Admiration*, 3(4), 653–673. <https://doi.org/10.46799/jsa.v3i4.421>
- Widiyanto, G., Satrianto, H., & Wibowo, F. 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)*. 3(41), 120–130.
- Yonantan, A. (2020). *Pengaruh Penggunaan Digital Marketing dan E-Commerce Terhadap Volume Penjualan pada Rumah Makan Bebek Prakoso di Kota Metro*. Universitas Muhammadiyah Metro.
- Yuliana, & Hidayat, R. (2018). Pengaruh Harga dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Elzatta Generasi Milenial Tahun 2018). *E-Proceeding of Applied Science*, 4(3), 1092–1099.
- Yuliantoko. (2021). *Pengaruh Inovasi Produk, Modal Usaha, dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Empiris UMKM di Kecamatan Kaliangkrik dan Bandongan)*. Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Yusoff, H., Alomari, M. A., Latiff, N. A. A., & Alomari, M. S. (2019). Effect of E-Commerce Platforms towards Increasing Merchant's Income in Malaysia. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 10(8), 466–470. <https://doi.org/10.14569/ijacsa.2019.0100860>
- Zulaicho. (2020). *Pengaruh Modal Usaha dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan dengan Penjualan Sebagai Variabel Intervening Pada Pedagang Pasar Satelit Perumnas Sako Palembang*. UIN RADEN FATAH PALEMBANG.