

**PENGARUH *E-COMMERCE*, INOVASI DAN SOSIAL MEDIA  
TERHADAP PENDAPATAN UMKM (STUDI KASUS  
PADA TOKO PAKAIAN DI KECAMATAN  
SAKO PALEMBANG)**

**SKRIPSI**

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Akuntansi (S.Ak)  
Pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi  
Universitas Indo Global Mandiri**



**Disusun Oleh:**

**RESTI MARSELA  
NPM. 2020520026**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI  
FAKULTAS EKONOMI  
TAHUN 2024**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh *E-Commerce*, Inovasi Dan Sosial Media Terhadap Pendapatan UMKM (Studi Kasus Pada Toko Pakaian Di Kecamatan Sako Palembang)

Nama : Resti Marsela

NPM : 2020520026

Program Studi : Akuntansi

Pembimbing I : Lili Syafitri, SE., Ak., M.Si

Pembimbing II : Andini Utari Putri, SE.,M.Si.,Ak

Tanggal Ujian Skripsi : 31 Januari 2024

Palembang, 12 Februari 2024

Disetujui Oleh,

Pembimbing I,



Lili Syafitri, SE., Ak., M.Si  
NIDN. 0006026102

Pembimbing II,



Andini Utari Putri, SE.,M.Si.,Ak  
NIDN. 0231059401

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Akuntansi



Leriza Desfata Anggraini,  
SE.,M.Acc.,Ak.,CA.,ASEAN CPA  
NIDN. 0206129102

Dekan Fakultas Ekonomi



Endah Dewi Purnamasari,  
SE.,MM.,CFP  
NIDN. 0204128602

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi ini di ajukan oleh :

**Judul Skripsi** : Pengaruh *E-Commerce*, Inovasi Dan Sosial Media Terhadap Pendapatan UMKM (Studi Kasus Pada Toko Pakaian Di Kecamatan Sako Palembang)  
**Nama** : Resti Marsela  
**NPM** : 2020520026  
**Program Studi** : Akuntansi

Telah dipertahankan di hadapan Dosen Penguji Ujian Skripsi & Komprehensif, dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak) pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

**Ketua Penguji** :

  
Lili Syafitri, SE., Ak., M.Si  
NIDN. 0006026102

**Penguji I** :

  
Aris Munandar, SE., M.Si.,MM  
NIDN. 0224057901

**Penguji II** :

  
Mutiara Kemala Ratu, SE.,M.S.Ak.,Ak  
NIDN. 0213089401

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Akuntansi

  
Leriza Desitama Anggraini,  
SE.,M.Acc.,Ak.,CA.,ASEAN CPA  
NIDN. 0206129102

Dekan Fakultas Ekonomi

  
Endah Dewi Purnamasari,  
SE.,MM.,CFP  
NIDN. 0204128602

## LEMBAR REVISI

### LEMBAR REVISI

Nama : Resti Marsela  
NPM : 2020520026  
Program Studi : Akuntansi  
Judul Skripsi : Pengaruh *E-Commerce*, Inovasi Dan Sosial Media Terhadap Pendapatan UMKM (Studi Kasus Pada Toko Pakaian Di Kecamatan Sako Palembang)

Ketua Penguji :



Lili Syafitri, SE., Ak., M.Si  
NIDN. 0006026102

Penguji I :



Aris Munandar, SE., M.Si., MM  
NIDN. 0224057901

Penguji II :



Mutiara Kemala Ratu, SE., M.S.Ak., Ak  
NIDN. 0213089401

Palembang, 12 Februari 2024  
Ketua Program Studi Akuntansi



Leriza Desitama Anggraini, SE., M.Acc., Ak., CA., ASEAN CPA  
NIDN. 0206129102

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Resti Marsela  
NPM : 2020520026  
Program Studi : Akuntansi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya dengan pengarahan dari para pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Universitas Indo Global Mandiri maupun di perguruan tinggi lain.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah.

Palembang, 12 Februari 2024



Resti Marsela  
NPM. 2020520026

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji dan syukur Peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nyalah Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *E-Commerce*, Inovasi dan Sosial Media Terhadap Pendapatan UMKM (Studi Kasus Toko Pakaian Di Kecamatan Sako Palembang). Skripsi ini membahas mengenai *pengaruh E-Commerce*, inovasi dan sosial media terhadap pendapatan UMKM. Adapun maksud dan tujuan dari Penelitian skripsi adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mengikuti sidang skripsi, Jurusan Akuntansi Universitas Indo Global Mandiri Palembang. Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, Peneliti tidak luput dari berbagai ujian dan tantangan yang ada. Semua tersebut dapat diatasi berkat motivasi, bantuan, bimbingan, nasehat dan dukungan positif dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini Peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Marzuki Alie, SE., M.M selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
2. Ibu Endah Dewi Purnamasari, SE., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.
3. Ibu Leriza Desitama Anggraini, SE., M.Acc., Ak., CA selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Indo Global Mandiri.
4. Ibu Dr. Lukita Tripermata, SE., M.Si., Ak., CA selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan mengarahkan Peneliti selama masa perkuliahan.
5. Ibu Lili Syafitri, SE., Ak., M.Si dan Ibu Andini Utari Putri, SE., M.Si., Ak selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi Universitas Indo Global Mandiri Palembang atas segala ilmu dan pengalaman berharga yang telah diberikan selama ini kepada Peneliti.
7. Seluruh staf tata usaha, staf perpustakaan, dan staf keamanan Universitas Indo Global Mandiri atas segala bantuannya selama ini.

8. Orang tua, Papa dan Mama ku tercinta juga keluarga terima kasih atas segala kasih sayang, dukungan, motivasi, semangat, ketenangan, hiburan dan doa di setiap keringat yang tak terhingga hingga Peneliti dapat menyelesaikan pendidikan dan meraih cita-cita.
9. Kepada saudara Peneliti M. Teddy Agustian, Aprilia Arista terima kasih atas doa dan dukungannya dalam proses menyelesaikan masa perkuliahan dan penyelesaian skripsi.
10. Kepada yang memiliki nim 5209 selaku *support system* terima kasih banyak atas semua bantuan, doa, dukungan, semangat dan motivasi nya selama masa perkuliahan dan proses penyelesaian skripsi ini.
11. Kepada Uwik, Nandeq dan Cece selaku sahabat terbaik terima kasih telah menjadi teman keluh kesah peneliti saat menyusun skripsi ini serta tidak lupa kepada teman Peneliti Vid dan Cendi yang telah menghibur Peneliti.
12. Kepada teman seperjuangan Peneliti Ayu, Amrina, Fifie, Olak dan Chan terima kasih banyak atas 3,5 tahun yang berkesan selama dibangku perkuliahan ini serta Teman-teman Akuntansi Angkatan 2020 atas segala kebersamaan dan dukungan baik moril maupun materil kepada Peneliti.

Palembang, Januari 2024

Penyusun,

Resti Marsela

## ABSTRAK

Pendapatan adalah pendapatan yang diperoleh atau diterima seseorang atau rumah tangga dari suatu usaha atau pekerjaan. Perilaku keuangan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk *e-commerce*, inovasi dan sosial media. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *commerce*, inovasi dan sosial media terhadap pendapatan UMKM pada toko pakaian di Kecamatan Sako. Penelitian ini berjenis deskriptif kuantitatif dengan sumber data primer yang berasal dari penyebaran kuesioner Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM pada toko pakaian Di kecamatan Sako Palembang. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 97 unit UMKM dengan menggunakan rumus slovin. Teknik pengambilan sampel dengan metode *non-probability* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *e-commerce* ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM (Y). Inovasi ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM (Y). Sosial Media ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM (Y). E-Commerce, inovasi dan sosial media secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.

**Kata Kunci:** *E-Commerce*, Inovasi, Sosial Media, Pendapatan UMKM



## ABSTRACT

*Income is the income earned or received by a person or household from a business or job. Financial behavior is influenced by various factors, including e-commerce, innovation and social media. This research aims to examine the influence of commerce, innovation and social media on MSME income at clothing stores in Sako District. This research is a quantitative descriptive type with primary data sources originating from distributing questionnaires. The population in this research is MSMEs in clothing stores in Sako sub-district, Palembang. The number of samples in this research was 97 MSME units using the Slovin formula. The sampling technique uses a non-probability method with purposive sampling technique. The analysis technique in this research uses multiple linear regression, coefficient of determination, t test and F test. The results of this research show that e-commerce (X1) has a positive and significant effect on MSME income (Y). Innovation (X2) has a positive and significant effect on MSME income (Y). Social Media (X3) has a positive and significant effect on MSME income (Y). E-Commerce, innovation and social media simultaneously have a positive and significant effect on MSME income.*

**Keywords:** *E-Commerce, Innovation, Social Media, MSME Income*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR REVISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Masalah Penelitian .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
1.5 Gambaran Umum Subjek Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Teori Neo Klasik.....	11
2.2 Pendapat.....	12
2.2.1 Pengertian Pendapat .....	12
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapat.....	13
2.2.3 Indikator Pendapat .....	14
2.3 UMKM .....	15

2.3.1	Pengertian UMKM .....	15
2.3.2	Karakteristik UMKM.....	16
2.4	<i>E-Commerce</i> .....	17
2.4.1	Pengertian <i>E-Commerce</i> .....	17
2.4.2	Indikator <i>E-Commerce</i> .....	19
2.5	Inovasi .....	20
2.5.1	Pengertian Inovasi.....	20
2.5.2	Indikator Inovasi .....	22
2.6	Sosial Media .....	23
2.6.1	Pengertian Sosial Media .....	23
2.6.2	Jenis-Jenis Media Sosial Untuk UMKM .....	24
2.6.3	Indikator Sosial Media.....	25
2.7	Penelitian Terdahulu.....	26
2.8	Kerangka Pemikiran .....	32
2.9	Hipotesis .....	33
2.9.1	Pengaruh <i>E-Commerce</i> , Inovasi dan Sosial Media terhadap Pendapatan UMKM .....	33
2.9.2	Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap Pendapatan UMKM .....	34
2.9.3	. Pengaruh Inovasi terhadap Pendapatan UMKM.....	35
2.9.4	Pengaruh Sosial Media terhadap Pendapatan UMKM .....	36
 <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>38</b>
3.1	Ruang Lingkup Penelitian .....	38
3.2	Objek Penelitian .....	38
3.3	Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
3.3.1	Waktu Penelitian.....	38
3.3.2	Tempat Penelitian .....	38
3.4	Batasan Penelitian .....	38
3.5	Jenis dan Sumber Data .....	39
3.5.1	Jenis Data.....	39
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.7	Populasi dan Sampel.....	41

3.7.1	Populasi.....	41
3.7.2	Sampel .....	41
3.8	Teknik Analisis.....	42
3.8.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	43
3.8.2	Uji Kualitas Data .....	43
3.8.2.1	Uji Validitas .....	43
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	43
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	44
3.8.3.1	Uji Normalitas .....	44
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas .....	44
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas .....	45
3.8.4	Uji Regresi Linear Berganda .....	45
3.8.5	Uji Hipotesis .....	46
3.8.5.1	Uji Hipotesis secara Parsial (uji <i>t</i> ).....	47
3.8.5.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji <i>F</i> ) .....	47
3.8.6	Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ).....	48
3.9	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	49
3.9.1	Variabel Dependen .....	49
3.9.2	Variabel Independen .....	49
3.9.2.1	<i>E-Commerce</i> .....	49
3.9.2.2	Inovasi .....	50
3.9.2.3	Sosial Media.....	50
<b>BAB IV HAIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>53</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	53
4.1.1	Karakteristik Responden.....	54
4.1.2	Deskriptif Data Penelitian.....	56
4.1.3	Pengujian dan Hasil Analisis Data.....	59
4.1.3.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	59
4.1.4	Hasil Pengujian Kualitas Data .....	61
4.1.4.1	Hasil Pengujian Validitas .....	61
4.1.4.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	63

4.1.5 Pengujian Asumsi Klasik.....	64
4.1.5.1 Hasil Pengujian Normalitas.....	64
4.1.5.2 Hasil Pengujian Multikolinieritas.....	66
4.1.5.3 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	67
4.1.6 Uji Regresi Linear Berganda .....	68
4.1.7 Hasil Pengujian Hipotesis .....	70
4.1.7.1 Hasil Uji F (Simultan).....	70
4.1.7.2 Hasil Uji T ( Parsial) .....	72
4.1.8 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	74
4.2 Pembahasan .....	75
4.2.1 Pengaruh E-Commerce, Inovasi dan Sosial Media terhadap pendapatan UMKM .....	75
4.2.2 Pengaruh E-Commerce terhadap Pendapatan UMKM .....	76
4.2.3 Pengaruh Inovasi terhadap Pendapatan UMKM .....	78
4.2.4 Pengaruh Sosial Media terhadap Pendapatan UMKM .....	80
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>83</b>
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran .....	83
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>85</b>
<b>Lampiran.....</b>	<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3. 1 Skor Skala Likert.....	41
Tabel 3. 2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	51
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	54
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	55
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	56
Tabel 4. 5 Variabel <i>E-Commerce</i> .....	57
Tabel 4. 6 Variabel Inovasi.....	57
Tabel 4. 7 Variabel Sosial Media .....	58
Tabel 4. 8 Variabel Pendapatan.....	59
Tabel 4. 9 Hasil Uji Analisis Statistika Deskriptif .....	60
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel $X_1$ .....	61
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel $X_2$ .....	62
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel $X_3$ .....	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel $Y$ .....	63
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas .....	64
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas Data .....	65
Tabel 4. 16 Uji Multikolinieritas .....	67
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	69
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Uji F (Uji Simultan) .....	71
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Uji T (Parsial).....	72
Tabel 4. 20 Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pertumbuhan UMKM 2015-2019 .....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....	32
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas .....	66
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan.....	88
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian dari Fakultas .....	89
Lampiran 3. Surat Balsam Izin Penelitian dari Dinas .....	90
Lampiran 4. Kuesioner .....	91
Lampiran 5. Hasil Kuesioner.....	96
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Pada Variabel <i>E-Commerce</i> (X1) .....	106
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Pada Variabel Inovasi (X <sub>2</sub> ) .....	108
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Pada Variabel Sosial Media (X <sub>3</sub> ) .....	109
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Pada Variabel Pendapatan UMKM (Y).....	111
Lampiran 10. Hasil Uji Asumsi Klasik (Normalitas).....	113
Lampiran 11. Hasil Uji Asumsi Klasik (Multikolonieritas).....	114
Lampiran 12. Hasil Uji Asumsi Klasik (Heterokedastisitas) .....	114
Lampiran 13. Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda .....	115
Lampiran 14. Hasil Pengujian Hipotesis (Uji F (Simultan) dan Uji T (Parsial) .....	115
Lampiran 15. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	116
Lampiran 16. Distribusi Nilai R-tabel Signifikansi 5% dan 1% .....	117
Lampiran 17. Distribusi Nilai t-tabel.....	118
Lampiran 18. Distribusi nilai f-tabel .....	119