Nurul Azizah

Naskah NURUL AZIZAH

Prodi Akuntansi

Fak. Ekonomi & Bisnis

LLDIKTI IX Turnitin Consortium Part III

Document Details

Submission ID
trn:oid:::1:3485521876

Submission Date
Feb 19, 2026, 1:50 PM GMT+7

Download Date
Feb 19, 2026, 1:55 PM GMT+7

File Name
ARTIKEL_PENELITIAN_NURUL_AZIZAH1_-_Nuraz_Bey.docx

File Size
58.7 KB

15 Pages

4,332 Words

29,433 Characters

18% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Small Matches (less than 12 words)

Top Sources

16% Internet sources
9% Publications
12% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

16% Internet sources
9% Publications
12% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	
ejurnal.umri.ac.id		1%
2	Internet	
eprints.ums.ac.id		1%
3	Internet	
repositori.usu.ac.id:8080		<1%
4	Internet	
penerbitadm.pubmedia.id		<1%
5	Internet	
journal.unimma.ac.id		<1%
6	Internet	
eprints.ipdn.ac.id		<1%
7	Internet	
journal.nurscienceinstitute.id		<1%
8	Internet	
e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id		<1%
9	Internet	
journal.lembagakita.org		<1%
10	Student papers	
Universitas PGRI Palembang		<1%
11	Student papers	
Universitas Putera Batam		<1%

12	Internet	
repositori.usu.ac.id		<1%
13	Internet	
ejurnal.universitaskarimun.ac.id		<1%
14	Publication	
Putu Diah Asrida, I Gede Agus Adi Saputra, Komang Nanda Cakra Wibawa. "Trans...		<1%
15	Internet	
e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id		<1%
16	Student papers	
LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part III		<1%
17	Student papers	
Universitas Muria Kudus		<1%
18	Internet	
aksiologi.org		<1%
19	Student papers	
Udayana University		<1%
20	Internet	
journal-laaroiba.com		<1%
21	Internet	
jurnal.feb-umi.id		<1%
22	Internet	
ojs.pseb.or.id		<1%
23	Internet	
repository.iainkudus.ac.id		<1%
24	Internet	
repository.uin-suska.ac.id		<1%
25	Student papers	
Universitas Sebelas Maret		<1%

26	Internet	
repository.untag-sby.ac.id		<1%
27	Student papers	
UIN Ar-Raniry		<1%
28	Student papers	
Universitas Respati Indonesia		<1%
29	Internet	
ejournal.uhn.ac.id		<1%
30	Internet	
journal.yrpipku.com		<1%
31	Internet	
law.ifrel.org		<1%
32	Publication	
Fitria Nirmala Sari, Sitti Hasbiah, Uhud Darmawan Natsir, Zainal Ruma, Rezky Am...		<1%
33	Student papers	
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto		<1%
34	Student papers	
Universitas Pendidikan Ganesha		<1%
35	Internet	
digilib.uinkhas.ac.id		<1%
36	Internet	
digilib.uinsgd.ac.id		<1%
37	Internet	
jbmp.umsida.ac.id		<1%
38	Internet	
repository.uindatokarama.ac.id		<1%
39	Internet	
repository.wima.ac.id		<1%

40 Internet

unanda.ac.id <1%

PENGARUH DIGITALISASI AKUNTANSI DAN *E-COMMERCE* TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN WIRAUSAHA UMKM DI KOTA PALOPO

Nurul Azizah[1], Mutamainna[2], Indah Pratiwi[3]

[1,2,3] Departemen Of Accounting, Muhammadiyah University Of Palopo, Palopo City, South Sulawesi, Indonesian.

Corresponding Author Email : nurulazizah041204@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of accounting digitalization and e-commerce on increasing the income of MSME entrepreneurs in Kota Palopo. MSMEs play a strategic role in supporting local economic growth; however, they still face various challenges such as manual financial recording and limited market reach. This research uses a quantitative approach with a survey method. The population consists of MSME actors in Palopo City, with a sample of 107 respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 22. The results show that accounting digitalization has a positive and significant effect on increasing MSME entrepreneurs' income, as it improves the accuracy of financial records, cost control, and cash flow management. In addition, e-commerce also has a positive and significant effect on increasing MSME income and is the most dominant variable because it expands market reach and increases sales volume. Simultaneously, accounting digitalization and e-commerce are proven to have a significant effect on increasing MSME entrepreneurs' income in Palopo City. These findings confirm that the utilization of digital technology in financial management and marketing is an important factor in improving income and business sustainability of MSMEs in the digital era.

Keywords: Accounting Digitalization, E-commerce, Income Increase, MSMEs.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digitalisasi akuntansi dan e-commerce terhadap peningkatan pendapatan wirausaha UMKM di Kota Palopo. UMKM memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, namun masih menghadapi berbagai kendala seperti pencatatan keuangan manual dan keterbatasan jangkauan pasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah pelaku UMKM di Kota Palopo, dengan jumlah sampel sebanyak 107 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan wirausaha UMKM, karena mampu

meningkatkan akurasi pencatatan keuangan, pengendalian biaya, dan pengelolaan arus kas. Selain itu, e-commerce juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan wirausaha UMKM, serta menjadi variabel yang paling dominan karena mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan. Secara simultan, digitalisasi akuntansi dan e-commerce terbukti berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan wirausaha UMKM di Kota Palopo. Temuan ini menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran merupakan faktor penting dalam meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha UMKM di era digital.

Kata Kunci : Digitalisasi Akuntansi, E-commerce, Peningkatan Pendapatan, UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Palopo, Sulawesi Selatan, menjadi tulang punggung ekonomi lokal melalui sektor kuliner tradisional, kerajinan tangan, dan ritel harian, meskipun menghadapi kendala unik seperti akses pembiayaan terbatas dari koperasi lokal, kekurangan sumber daya manusia berbasis digital, serta infrastruktur jaringan yang belum merata di tengah potensi pasar regional Luwu (Nalvia, 2025). Di era revolusi industri 4.0, digitalisasi akuntansi melalui pembukuan otomatis via OCR scanning invoice, pelaporan keuangan real-time dengan dashboard interaktif, rekonsiliasi bank otomatis, dan analitik prediktif serta e-commerce via platform seperti Tokopedia, Shopee, dengan analitik perilaku konsumen dan manajemen *inventori just-in-time* menawarkan sinergi transformasional untuk meningkatkan efisiensi hingga 30-40%, mengurangi kesalahan manual, serta mempercepat respons pasar hingga 60% (Basoir & Marsum, 2025). Namun, rendahnya adopsi teknologi ini masih menghambat peningkatan pendapatan wirausaha, yang didefinisikan sebagai kenaikan omzet, margin, laba, dan skala bisnis melalui strategi berbasis data real-time seperti optimalisasi pricing dan ekspansi pasar hybridd offline-online.

Digitalisasi akuntansi memengaruhi peningkatan pendapatan wirausaha UMKM di Kota Palopo melalui penerapan platform seperti Accurate Online yang mencakup pembukuan otomatis via OCR *scanning invoice*, pelaporan keuangan *real-time* dengan dashboard interktif, rekonsiliasi bank via API, serta analitik prediktif AI untuk forecasting arus kas dan deteksi *fraud* (Sri Anjarwati et al., 2023). Hubungan ini terjadi karena data keuangan akurat dan terkini dari digitalisasi akuntansi memungkinkan optimalisasi biaya opersional, pengendalian arus kas yang lebih baik, serta keputusan pricing dinamis yang meningkatkan margin laba dan omzet bulanan . Dengan demikian, pendapatan UMKM berubah dari fluktuatif dan bergantung intuisi subjektif menjadi stabil dan berkelanjutan melalui efisinsi finansial serta ekspansi skala bisnis yang adaptif terhadap dinamika pasar lokal Palopo.

E-commerce memengaruhi peningkatan pendapatan wirausaha UMKM di Kota Palopo melalui platform seperti tokopedia dan shopee yang memfasilitasi transaksi online 24/7 dengan gateway pembayaran aman, big data analitik perilaku konsumen, tren musiman, manajemen *inventori just-in-time*, serta fitur live selling dan affiliate marketing. Hubungan ini terjadi karena data pasar real-time dari e-commerce memungkinkan *predictive demand forecasting costumer segmentation*, personalisasi produk, dan pengembangan model bisnis hybrid offline dan online, memperluas akses pasar regional Luwu, serta mengoptimalkan margin laba melalui pengurangan stok mati (Setiawan, 2023). Dengan demikian pendapatan UMKM Palopo berubah dari terbatas lokal dan fluktuatif menjadi stabil data-driven tanpa batas geografis, mendukung pertumbuhan omzet berkelanjutan diera digital 2026.

Peningkatan pendapatan UMKM dalam penelitian ini berperan sebagai variabel terikat (Y) yang dipengaruhi oleh penerapan digitalisasi akuntansi dan e-commerce. Pendapatan menjadi indikator utama keberhasilan usaha karena mencerminkan kemampuan UMKM dalam mengelola operasional dan memanfaatkan peluang pasar. Digitalisasi akuntansi membantu pelaku UMKM dalam mencatat dan mengelola keuangan secara akurat sehingga dapat mengendalikan biaya dan mengoptimalkan keuntungan, sedangkan e-commerce berperan dalam meningkatkan volume penjualan melalui perluasan jangkauan pasar dan kemudahan transaksi (Ilham & Dewi, 2025) . Dengan demikian, peningkatan pendapatan UMKM merupakan hasil dari efektivitas penerapan digitalisasi akuntansi dan e-commerce, baik secara parsial maupun simultan, yang mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan usaha UMKM di Kota Palopo.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa digitalisasi akuntansi dan e-commerce berpengaruh positif terhadap kinerja dan pendapatan UMKM. (Bintari et al, 2024) menemukan bahwa digitalisasi akuntansi meningkatkan efisiensi dan pengendalian biaya, sedangkan (Ayem et al., 2024) dan (Asrida et al., 2025) membuktikan bahwa e-commerce mampu memperluas pasar dan meningkatkan penjualan UMKM. Namun, sebagian besar penelitian tersebut mengkaji kedua variabel secara terpisah dan dilakukan di wilayah dengan tingkat adopsi teknologi yang relatif tinggi. Sampai saat ini, penelitian yang menguji pengaruh digitalisasi akuntansi dan e-commerce secara simultan terhadap peningkatan pendapatan wirausaha UMKM, khususnya di Kota Palopo, masih terbatas. Selain itu, belum banyak penelitian yang secara spesifik menempatkan peningkatan pendapatan sebagai variabel utama dengan mempertimbangkan karakteristik UMKM lokal.

Dengan latar belakang kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pengaruh digitalisasi akuntansi dan e-commerce terhadap peningkatan pendapatan wirausaha UMKM di Kota Palopo. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pemangku kebijakan dan pelaku usaha untuk memperkuat pemberdayaan ekosistem UMKM Kota Palopo serta mendukung pertumbuhan ekonomi indklusif yang berlanjutan.

LITERATUR REVIEW

Teori *Total Addressable Market (TAM)*

Total addressable Market (TAM) adalah model yang dikembangkan oleh Fred Davis pada 1989 untuk memahami bagaimana orang menerima dan menggunakan teknologi baru, dengan menekankan dua faktor inti: *perceived usefulness* (kemanfaatan yang dirasakan, yakni keyakinan bahwa teknologi membantu meningkatkan kinerja kerja) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan, yaitu perasaan bahwa teknologi mudah digunakan tanpa usaha berlebih), yang membentuk sikap positif, niat, dan adopsi nyata (Mauboussin, Michael J., Callahan, 2015). Dalam konteks UMKM, TAM mengukur penerimaan digitalisasi akuntansi like aplikasi pembukuan digital seperti Jurnal atau Accurate serta platform e-commerce seperti Shopee atau Tokopedia, di mana *perceived usefulness* muncul dari efisiensi pencatatan keuangan (otomatisasi laporan) dan akses pasar luas yang menekan biaya serta mendorong penjualan online untuk pendapatan lebih tinggi, sementara *perceived ease of use* mempercepat adopsi awal sehingga UMKM menghasilkan laporan akurat, respons pasar agile, dan profitabilitas lebih baik.

Teori *Resource Based View (RBV)*

Resource-Based View (RBV) adalah teori strategi yang dikembangkan oleh Jay Barney pada 1991, menekankan sumber daya internal Perusahaan aset fisik, manusia, teknologi, dan reputasi yang berbeda antarperusahaan serta sulit dipindah sebagai sumber keunggulan kompetitif berkelanjutan, dengan kunci utama kriteria VRIN (*Valuable*: berharga; Rare: langka; Inimitable: sulit ditiru; *Non-substitutable*: sulit diganti) yang memungkinkan performa unggul dibanding pesaing melalui eksploitasi sumber daya internal daripada analisis eksternal pasar (Cahyaningtyas et al., 2020). Dalam konteks UMKM, RBV memandang digitalisasi akuntansi dan e-commerce sebagai sumber daya VRIN yang berharga, di mana teknologi ini menjadi aset unik untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi kesalahan manual, memperluas jangkauan pasar, sehingga menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan dan pendapatan lebih tinggi.

Digitalisasi akuntansi

Digitalisasi akuntansi merupakan penerapan sistem informasi akuntansi berbasis teknologi digital yang bertujuan untuk mengotomatisasi proses pencatatan, pengolahan, dan pelaporan keuangan usaha. Pada UMKM, digitalisasi akuntansi mencakup penggunaan aplikasi pembukuan digital seperti Accurate Online, Jurnal.id, atau QuickBooks yang memungkinkan pencatatan transaksi secara real time, rekonsiliasi bank otomatis, penyusunan laporan keuangan yang akurat, serta pemantauan arus kas secara berkelanjutan. Penerapan sistem ini menggantikan metode manual yang rentan terhadap kesalahan pencatatan dan keterlambatan informasi keuangan (Setiawan, 2023). Dalam konteks peningkatan pendapatan wirausaha UMKM di Kota Palopo, digitalisasi

akuntansi berperan penting dalam menciptakan efisiensi operasional dan pengendalian keuangan usaha. Data keuangan yang akurat dan terkini memungkinkan pelaku UMKM mengetahui struktur biaya secara jelas, mengendalikan pengeluaran yang tidak produktif, serta menetapkan harga jual yang lebih tepat berdasarkan perhitungan biaya dan margin laba. Efisiensi biaya dan optimalisasi penetapan harga tersebut berkontribusi langsung terhadap peningkatan laba dan pendapatan usaha. Indikator pengukuran digitalisasi akuntansi meliputi pencatatan transaksi digital, seperti Accurate Online, Jurnal.id, atau QuickBooks. Serta penyusunan laporan keuangan otomatis, pemantauan arus kas, pengendalian biaya operasional, dan dukungan informasi keuangan terhadap pengambilan keputusan usaha.

25

E-commerce

E-commerce adalah kegiatan jual beli produk atau jasa yang dilakukan melalui media elektronik berbasis internet, seperti marketplace (Tokopedia, Shopee, dan platform online lainnya). Melalui e-commerce, pelaku UMKM dapat memasarkan dan menjual produknya tanpa harus bertemu langsung dengan konsumen, serta melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja (Sahrul et al, 2023). Dalam penelitian ini, e-commerce berperan dalam meningkatkan pendapatan wirausaha UMKM karena mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan volume penjualan, dan mempermudah proses transaksi (Khoiroh et al., 2025). UMKM di Kota Palopo yang memanfaatkan e-commerce tidak hanya bergantung pada konsumen lokal, tetapi juga dapat menjangkau konsumen di luar daerah. Peningkatan jumlah pelanggan dan penjualan tersebut berdampak langsung pada peningkatan pendapatan usaha. Variabel e-commerce diukur menggunakan indikator pemanfaatan platform e-commerce, seperti marketplace Tokopedia, Shope, dan platform online lainnya. Serta perluasan jangkauan pasar, peningkatan volume penjualan, kemudahan proses transaksi, dan efektivitas pemasaran online.

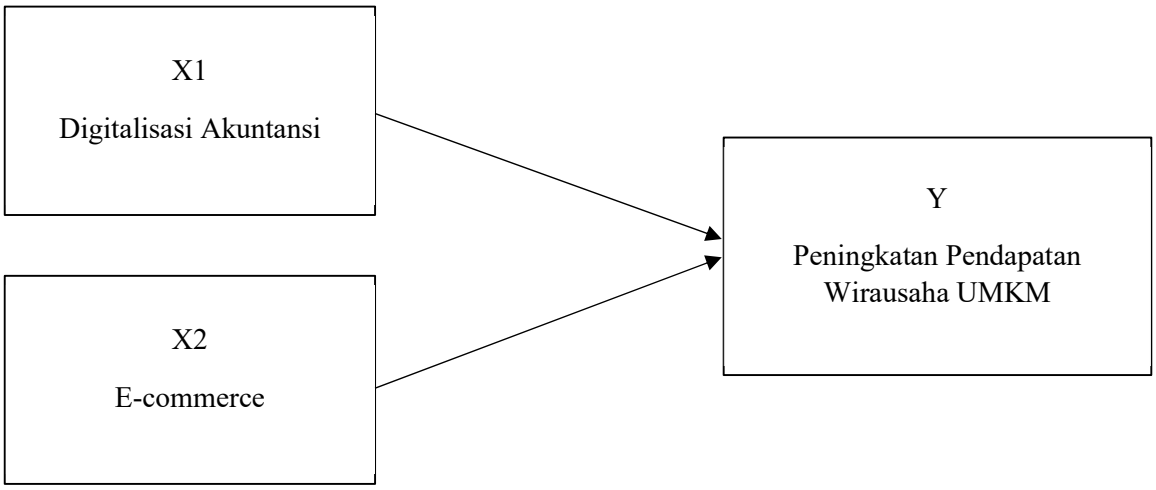
Peningkatan Pendapatan Wirausaha UMKM

Peningkatan pendapatan wirausaha UMKM didefinisikan secara sederhana sebaagai kenaikan finansial secara lebih rinci, variabel ini mencakup peningkatan omzet bulanan yang signifikan melalui volume penjualan yang lebih tinggi, margin laba yang lebih besar akibat pengendalian biaya opersional yang efektif, serta stabilitas arus kas yang sebelumnya sering fluktuatif menjadi lebih stabil dan dapat diprediksi melalui efisiensi operasional serta perluasan akses pasar (Laiya & Fahriani, 2025). Dalam meningkatkan pendapatan UMKM juga dipengaruhi oleh pemanfaatan digitalisasi akuntansi dalam pencatatan dan pengelolaan keuangan yang akurat, serta penggunaan e-commerce yang memungkinka perluasan jangkauan pasar dan peningkatan frekuesnsi transaksi penjualan (Asiyah et al., 2022). Indikator pengukurannya meliputi kenaikan pendapatan bersih tahunan, optimalisasi harga jual produk berdasarkan data keuangan dan penjualan secara real-time, pengurangan pemborosan akibat kesalahan pencatatan manual, peningkatan volume transaksi

penjualan melalui platform digital, serta kemampuan usaha untuk melakukan ekspansi sakala secara bertahap dan berkelanjutan.

Kerangka Konseptual

Gambar 1. Kerangka Konseptual



Pengembangan Hipotesis

1. **Pengaruh Digitalisasi Akuntansi Terhadap Peningkatan Pendapaatan Wirausaha UMKM**

   Di Kota Palopo masih banyak UMKM yang masih bergantung pada pencatatan keuangan manual menggunakan buku catatan atau spreadsheet sederhana, yang, menyebabkan kesalahan perhitungan, keterlambatan informasi arus kas, serta ketidakakuratan data pengeluaran sehingga sulit mengendalikan biaya opersiaonal secara efektif. Akibatnya, wirausaha sering menetapkan harga jual berdasarkan perkiraan subjektif tanpa analisis margin laba yang tepat, menimbulkan pemborosan, fluktuasi pendapatan bulanan, dan hambatan ekspansi skala usaha dipasar.

   Digitalisasi akuntansi berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan wirausaha UMKM karena membantu pelaku usaha dalam mencatat dan mengelola keuangan secara lebih akurat dan teratur. Dengan penggunaan aplikasi akuntansi digital, setiap transaksi pendapatan dan pengeluaran dapat dicatat secara otomatis sehingga pelaku UMKM dapat mengetahui kondisi keuangan usahanya secara jelas dan tepat waktu. Pencatatan keuangan yang akurat memungkinkan UMKM mengendalikan biaya operasional, menghindari pemborosan, serta menentukan harga jual produk dengan lebih tepat. Pengelolaan arus kas yang baik juga membantu usaha berjalan lebih stabil dan mendukung peningkatan volume usaha. Kondisi ini mendorong peningkatan laba dan pendapatan secara berkelanjutan. Semakin baik penerapan digitalisasi

akuntansi, maka semakin besar peluang peningkatan pendapatan wirausaha UMKM, termasuk UMKM di Kota Palopo.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Asrida et al., 2025) yang menyatakan bahwa digitalisasi akuntansi mampu meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan dan menurunkan kesalahan pencatatan sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan UMKM. Penelitian (Nalvia, 2025) juga menunjukkan bahwa penerapan sistem akuntansi digital membantu UMKM dalam pengambilan keputusan keuangan yang lebih tepat, yang berkontribusi pada peningkatan kinerja dan pendapatan usaha.

H_1 : Digitalisasi Akuntansi berpengaruh terhadap Peningkatan Pendapatan Wirausaha UMKM

2. Pengaruh E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Wirausaha UMKM

Wirausaha UMKM di Kota Palopo masih terbatas pada penjualan konvensional melalui pasar tradisional atau toko fisik, yang menyebabkan jangkauan pasar hanya terpusat di wilayah lokal dengan volume penjualan fluktuatif, ketergantungan cuaca, jam operasional terbatas tanpa akses konsumen. Akibatnya, wirausaha kesulitan meningkatkan omzet karena minimnya data tren konsumen, proses transaksi lambat dnegan pembayaran tunai, serta stok mati akibat ketidakakuratan perkiraan permintaan, sehingga pendapatan usaha tetap stagnan dan sulit bersaing di era digital 2026.

E-commerce berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan wirausaha UMKM karena memungkinkan pelaku usaha memasarkan dan menjual produk secara online tanpa batasan waktu dan wilayah. Melalui platform e-commerce, UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dibandingkan penjualan secara konvensional, sehingga peluang peningkatan penjualan menjadi lebih besar. Selain memperluas pasar, e-commerce juga mempermudah proses transaksi dan pembayaran, yang mendorong peningkatan jumlah pembelian oleh konsumen. Akses terhadap data penjualan dan tren permintaan melalui platform e-commerce membantu pelaku UMKM menyesuaikan strategi pemasaran dan produk sesuai kebutuhan pasar. Hal ini berdampak pada meningkatnya volume penjualan dan pendapatan usaha. Semakin tinggi tingkat pemanfaatan e-commerce oleh wirausaha UMKM, maka semakin besar peluang terjadinya peningkatan pendapatan usaha secara berkelanjutan, termasuk bagi UMKM di Kota Palopo.

Temuan ini sejalan dengan penelitian dan (Haholongan et al., 2024) yang menyatakan bahwa pemanfaatan e-commerce berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM melalui perluasan jangkauan pasar dan peningkatan volume penjualan. Selain itu, (Trulline, 2021)menegaskan bahwa e-commerce membantu pelaku UMKM menyesuaikan strategi pemasaran berdasarkan data penjualan, sehingga pendapatan usaha meningkat secara berkelanjutan.

H_2 : E-commerce berpengaruh terhadap Peningkatan Pendapatan Wirausaha UMKM

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan pada pelaku UMKM di Kota Palopo dengan fokus pada pengaruh digitalisasi akuntansi dan e-commerce sebagai variabel independen terhadap peningkatan pendapatan wirausaha UMKM sebagai variabel dependen. Data primer dikumpulkan melalui survei kuesioner menggunakan skala Likert 1–5, kemudian diolah dengan SPSS versi 22 untuk uji validitas, reliabilitas, dan analisis regresi linier berganda. Populasi penelitian adalah seluruh pelaku UMKM di Palopo, sedangkan penentuan sampel menggunakan rumus Hair et al. yaitu 5–10 kali jumlah indikator, sehingga dari total 15 indikator diperoleh kebutuhan minimal 75–150 responden. Penelitian ini melibatkan 107 responden, sehingga jumlah tersebut dinilai telah memenuhi syarat untuk analisis regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas

Uji validitas menilai sejauh mana instrumen penelitian, seperti kuesioner, benar-benar mengukur konsep atau variabel yang dimaksud, sehingga hasilnya akurat dan sesuai dengan realitas yang diteliti. Instrumen dinyatakan valid jika item-itemnya berkorelasi signifikan dengan nilai r > 0,5.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Indikator	R *Hitung*	R *Tabel*	Sig.	Keterangan
Digitalisasi Akuntansi	DA 1	0.715	0.188	0.00	Valid
	DA 2	0.573	0.188	0.00	Valid
	DA 3	0.647	0.188	0.00	Valid
	DA 4	0.686	0.188	0.00	Valid
	DA 5	0.795	0.188	0.00	Valid
E-commerce	EC 1	0.790	0.188	0.00	Valid
	EC 2	0.735	0.188	0.00	Valid
	EC 3	0.717	0.188	0.00	Valid
	EC 4	0.748	0.188	0.00	Valid
	EC 5	0.776	0.188	0.00	Valid
Peningkatan Pendapatan Wirausaha UMKM	PPW1	0.723	0.188	0.00	Valid
	PPW2	0.728	0.188	0.00	Valid
	PPW3	0.702	0.188	0.00	Valid
	PPW4	0.678	0.188	0.00	Valid
	PPW5	0.736	0.188	0.00	Valid

Data diolah menggunakan SPSS versi 22.

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan, seluruh item pernyataan pada variabel Digitalisasi Akuntansi, E-commerce, dan Peningkatan Pendapatan Wirausaha UMKM dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai *r hitung* masing-masing item yang lebih besar dari *r tabel* (0,188) serta nilai signifikansi < 0,05.

Dengan demikian, setiap pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan sesuai dengan konsep penelitian.

4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengukur konsistensi atau keandalan instrumen dalam memberikan hasil yang stabil pada pengukuran berulang diantara item-itemnya. Intrumen reliabel jika menghasilkan data seragam tanpa pengaruh factor acak, sering diuji dengan Cronbatc's Alpha >0,6.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Crombach's Alpha	Keterangan
Digitalisasi Akuntansi	0.894	Reliabel
E-commerce	0.894	Reliabel
Peningkatan Pendapatan Wirausaha UMKM	0.894	Reliabel

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang sangat baik. Nilai Cronbach's Alpha pada masing-masing variabel sebesar (0,894), yang berada di atas batas minimum (0,6). Hal ini menandakan bahwa instrumen penelitian bersifat reliabel, sehingga mampu memberikan hasil pengukuran yang stabil dan konsisten apabila digunakan pada waktu dan kondisi yang berbeda.

4.3 Uji Hipotesis

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.544	1.038		3.415	.001
	Digitalisasi Akuntansi	.392	.092	.384	4.255	.000
	E-commerce	.451	.082	.498	5.521	.000

a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, diperoleh persamaan regresi :

$Y = 3{,}544 + 0{,}392X_1 + 0{,}451X_2$

Keterangan :

X1 = Digitalisasi Akuntansi

X2 = E-commerce

Y = Peningkatan Pendapatan Wirausaha UMKM

Nilai konstanta sebesar 3,544 menunjukkan bahwa ketika digitalisasi akuntansi dan e-commerce bernilai nol, peningkatan pendapatan wirausaha UMKM tetap sebesar 3,544 satuan.

Koefisien regresi digitalisasi akuntansi sebesar 0,392 dengan nilai signifikansi (0,001 < 0,05) menunjukkan bahwa digitalisasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan wirausaha UMKM. Selanjutnya, koefisien regresi e-commerce sebesar 0,451 dengan nilai signifikansi (0,000 < 0,05) menunjukkan bahwa e-commerce juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan wirausaha UMKM. Berdasarkan nilai koefisien beta, e-commerce merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap peningkatan pendapatan wirausaha UMKM.

a. Tabel Uji T

Berdasarkan table diatas diperoleh penjelasan dari 2 variabel independen terhadap variable dependen :

1. Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel di atas, variabel digitalisasi akuntansi menunjukkan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai t hitung (3.753) yang lebih besar dibandingkan nilai t table (1.983). Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan wirausaha UMKM di Kota Palopo. Dengan demikian, hipotesis H1 diterima.
2. Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel di atas, variabel e-commerce menunjukkan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai t hitung (5.596) yang lebih besar dibandingkan nilai t table (1.983). Hal ini menunjukkan bahwa e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan wirausaha UMKM di Kota Palopo. Dengan demikian, hipotesis H2 diterima.

b. Tabel Uji F

Tabel 4. Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1138.051	2	569.026	123.567	.000[b]
	Residual	478.921	104	4.605		
	Total	1616.972	106			

a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan

b. Predictors: (Constant), E-commerce, Digitalisasi Akuntansi

Berdasarkan hasil uji F pada tabel anova, diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel digitalisasi akuntansi dan e-commerce secara simultan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan wirausaha UMKM di Kota Palopo. Dengan nilai f hitung (123.567) lebih besar dari nilai f table (3.08). Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

c. Tabel Uji R

Tabel 5. Hasil Uji R Square

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839[a]	.704	.698	2.146

a. Predictors: (Constant), E-commerce, Digitalisasi Akuntansi

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi, diperoleh nilai (0.698) yang menunjukkan bahwa variabel digitalisasi akuntansi dan e-commerce mampu menjelaskan sebagian besar variasi peningkatan pendapatan wirausaha UMKM.

Sementara itu, sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini, seperti strategi pemasaran, kualitas produk, kondisi ekonomi, dan kemampuan manajerial pelaku UMKM.

4.4 Pembahasan Penelitian

1. Pengaruh Digitalisasi Akuntansi Terhadap Peningkatan Pendapaatan Wirausaha UMKM di Kota Palopo

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan wirausaha UMKM. Hal ini berarti bahwa penerapan sistem akuntansi digital mampu mendorong peningkatan pendapatan UMKM melalui pengelolaan keuangan yang lebih tertib, akurat, dan tepat waktu. Dengan adanya pencatatan transaksi digital dan laporan keuangan otomatis, pelaku UMKM dapat mengetahui kondisi keuangan usaha secara jelas, sehingga mampu mengendalikan biaya operasional dan menetapkan harga jual yang lebih tepat (Herlina et al., 2025). Pengelolaan keuangan yang baik berdampak langsung pada peningkatan pendapata, karena UMKM dapat mengurangi pemborosan, meningkatkan efisiensi usaha, serta menjaga stabilitas arus kas.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Sahrul et al., 2023) dan (Presetyo et. al., 2026) yang menyatakan bahwa digitalisasi akuntansi membantu UMKM meningkatkan efisiensi keuangan dan kinerja usaha, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan. Dengan demikian, digitalisasi akuntansi berperan penting sebagai faktor pendukung peningkatan pendaptan wirausaha UMKM.

2. Pengaruh E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Wirausaha UMKM

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan wirausaha UMKM. Pemanfaatan e-commerce memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar, tidak hanya terbatas pada konsumen lokal tetapi juga menjangkau konsumen di luar daerah. Perluasan pasar ini mendorong peningkatan volume penjualan, yang secara langsung berdampak pada peningkatan pendapatan usaha(Hudori, 2025).

Selain itu, e-commerce mempermudah proses transaksi dan promosi produk, sehingga meningkatkan minat beli konsumen dan frekuensi transaksi. Akses terhadap data penjualan dan tren permintaan melalui platform e-commerce juga membantu pelaku UMKM menyesuaikan strategi pemasaran dan produk, yang berdampak pada peningkatan omzet. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Rahmawati et al., 2024) dan (Haholongan et al., 2024) yang menyatakan bahwa pemanfaatan e-commerce memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM melalui peningkatan penjualan dan efisiensi pemasaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi akuntansi dan e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan wirausaha UMKM di Kota Palopo. Digitalisasi akuntansi membantu pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan keuangan secara akurat dan tepat waktu, sehingga mampu mengendalikan biaya operasional, mengelola arus kas, serta menetapkan harga jual secara lebih tepat yang berdampak pada peningkatan pendapatan usaha. Sementara itu, e-commerce memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan volume penjualan, serta mempermudah proses transaksi dan promosi produk, sehingga memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap peningkatan pendapatan. Secara simultan, penerapan digitalisasi akuntansi dan e-commerce terbukti mampu meningkatkan pendapatan wirausaha UMKM, dengan e-commerce sebagai variabel yang memiliki pengaruh paling dominan di Kota Palopo.

2. Saran

Berdasarkan Kesimpulan penelitian, maka saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

a. Bagi Pelaku UMKM

Pelaku UMKM di Kota Palopo disarankan untuk meningkatkan pemanfaatan digitalisasi akuntansi dan e-commerce secara berkelanjutan. Penggunaan aplikasi akuntansi digital dan plaform e-commerce diharapkan dapat membantu UMKM dalam mengelola keuangan, memperluas pasar, serta meningkatkan pendapatan usaha.

b. Bagi Pemerintah Daerah dan Instansi Terkait

Pemerintah daerah, khususnya Dinas Koperasi dan UMKM, di harapkan dapat memberikan dukungan berupa pelatihan literasi digital, pemdampingan penggunaan aplikasi akuntansi dan e-commerce, serta penyediaan infrastruktur digital yang memadai guna mendorong percepatan transformasi digital UMKM di Kota Palopo.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variable lain yang dapat memengaruhi peningkatan pendapatan UMKM, seperti literasi digital, kualitas produk, strategi pemasaaran, atau dukungan pemerintah. Selain itu penelitian dapat dilakukan pada wilayah yang lebih luas atau menggunakan metode penelitian kualitatif untuk memperoleh pengalaman pemahaman yang lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

Asiyah, S., Rose, K., & Islam, U. (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Pelaku UMKM Guna Peningkatan Pendapatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.

Asrida, P. D., Saputra, I. G. A., & Wibawa, K. N. C. (2025). Transformasi Digital UMKM : Analisis Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM di Sektor Kuliner Kabupaten Tabanan. *Journal Research of Accounting (JARAC)*, *6*(2), 141–151.

Ayem, S., Putri, F. K., Jannah, S. N., Hernindya, N. R., Yasinta, M., & Putri, S. (2024). Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM : Tinjauan Literature Sistematis. *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, *7*, 35–43.

Basoir, M., & Marsum. (2025). Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan. *Jurnal Keuangan Dan Manajemen Terapan*, *6*(2), 341–354.

Bintari, V. I., & Nanda, U. L. (2024). E-commerce , Financial Technology , Media Sosial dan Pengaruhnya terhadap Pendapatan UMKM Kota Tasikmalaya. *Riset & Jurnal Akuntansi*, *8*, 2139–2149.

Cahyaningtyas, F., Ningtyas, M. N., Hatta, J. S., & Artikel, I. (2020). Akuntan Outsourcing Dan Kinerja UMKM : Persfektif Resource Based View. *Urnal Riset Dan Aplikasi: Akuntansi Dan Manajemen, 4(2), Maret 2020, 167-182*, *4*(2), 167–182.

Haholongan, R., Nur, S., Antaty, I., Yan, S. K., Priskayla, J., Zahra, J. A., Dasura, A., & Pratama, R. A. (2024). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Di Pulogadung. *Journal Of Social Science Research*, *4*, 6073–6082.

Herlina, H., Ningrum, M. E., Priadi, M. D., & Sofyan, A. (2025). Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM : Kajian Studi Literatur Putri et al ., 2025). E-commerce memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM untuk. *Indonesian Journal of Economic and Business (IJEB)*, *3*(2), 44–52.

Hudori. (2025). Pengaruh Penggunaan Platform E-Commerce Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Di Desa Taman Sari Kecamatan Gunungsari. *Jurnal Ilmu Sosial Indonesia PENGARUH*, 175–190.

Ilham, W., & Dewi, M. K. (2025). Dampak Digitalisasi dan E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi Mikro. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, *11*, 2019–2020.

Khoiroh, F., & Anwar, C. (2025). Peningkatan Pendapatan : Faktor Pengguna E-Commerce Dan Financial Technology. *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma*, *24*(1), 150–161. https://doi.org/10.29303/aksioma.v24i1.484

Laiya, I. T., & Fahriani, D. (2025). Analisis Penggunaan E-Commerce terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Pengrajin Tas. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perpajakan*, *8*(2), 185–193.

Mauboussin, Michael J., Callahan, D. (2015). *Total Addressable Market Methods to Estimate a Company ' s Potential Sales*. 1–42.

Nalvia. (2025). *Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan Dan Integrasi Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kota Palopo*.

Presetyo, A. S., & Priyawina, N. A. (2026). Pengaruh Pemanfaatan Digitalisasi Akuntansi Dan Penerapan Point Of Sales (POS) Terhadap Profitabilitas UMKM Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus UMKM Di Kota Yogyakarta). *Jurnal Economic And Strategy*, *7*(1), 76–94.

Rahmawati, M., Pratiwi, S. R., Wahyuni, R., & Asas, I. (2024). *UMKM Cakap Digital melalui Penerapan E-Commerce : Studi Empiris di Kota Tarakan*. *10*(2), 318–331.

Sahrul, E. A., & Nuringsih, K. (2023). peran E-Commerce, Media Sosial Dan Digital Transformation Untuk Peningkatan Kinerja Bisnis UMKM. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, *7*(2), 286–299.

Setiawan, Y. (2023). digitalisasi umkm melalui e-commerce sebagai peningkatan pendapatan nasional. *Jurnal Manajemen USNI*, *7*(2).

Sri Anjarwati, Rosye Rosaria Zaena, Dwi Fitrianingsih, & Indra Sulistiana. (2023). Pengaruh Digitalisasi Akuntansi terhadap Efisiensi dan Pengurangan Biaya pada Perusahaan Wirausaha UMKM di Kota Bandung. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, *5*(1), 43–58. https://doi.org/10.52005/aktiva.v5i1.181

Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce Marketing of MSME products through social media and e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, *5*(2), 259–279.