



Jurnal BANSI (Bisnis, Manajemen dan Akuntansi)  
Vol. 6 No.1 Tahun.2026  
DOI: <https://doi.org/10.58794/bns.v6i1.2161>

**PENGARUH KREDIT USAHA RAKYAT (KUR),  
E-COMMERCE, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP PENDAPATAN UMKM  
DI KECAMATAN BULELENG**

**I Gusti Agus Wahyu Pratama<sup>1\*</sup>, Luh Gede Kusuma Dewi<sup>2</sup>, Gusti Ayu Ketut Rencana Sari Dewi<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Program Studi S1 Akuntansi, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja  
e-mail: [1agus.wahyu.pratama@student.undiksha.ac.id](mailto:1agus.wahyu.pratama@student.undiksha.ac.id), [2dewi.kusuma.dewi@undiksha.ac.id](mailto:2dewi.kusuma.dewi@undiksha.ac.id),  
[3ayurencana@undiksha.ac.id](mailto:3ayurencana@undiksha.ac.id)

(Received:9 April 2026; Revised:16 April 2026; Accepted:25 April 2026; Available online:6 Mei 2026)

**Abstract**

*This study aims to examine the influence of People's Business Credit (KUR), E-Commerce, and Product Innovation on MSME income in Buleleng District. The background of this study is based on the important role of MSMEs as a main pillar of the regional economy, but they still face various obstacles such as limited capital, low utilization of digital technology, and a lack of product innovation that impacts income stagnation. This study uses a quantitative approach with primary data obtained through the distribution of questionnaires to MSMEs in the trade sector in Buleleng District. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis with the help of the SPSS program. The results show that partially, People's Business Credit (KUR), E-Commerce, and Product Innovation have a positive and significant effect on MSME income. This indicates that increasing access to financing through KUR, the use of digital platforms in marketing activities, and the development of sustainable product innovation can improve MSME business performance and income. These findings imply that the synergy between capital support, digital transformation, and product creativity is a key factor in driving sustainable MSME growth.*

**Keywords:** *People's Business Credit (KUR), E-Commerce, Product Innovation, MSME Income*

**Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Kredit Usaha Rakyat (KUR), E-Commerce, dan Inovasi Produk terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Buleleng. Latar belakang penelitian ini didasari oleh pentingnya peran UMKM sebagai pilar utama perekonomian daerah, namun masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan modal, rendahnya pemanfaatan teknologi digital, serta kurangnya inovasi produk yang berdampak pada stagnasi pendapatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Kredit Usaha Rakyat (KUR), E-Commerce, dan Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan akses pembiayaan melalui KUR, pemanfaatan platform digital dalam kegiatan pemasaran, serta pengembangan inovasi produk yang berkelanjutan mampu meningkatkan kinerja usaha dan pendapatan UMKM. Temuan ini memberikan implikasi bahwa sinergi antara dukungan permodalan, transformasi digital, dan kreativitas produk menjadi faktor kunci dalam mendorong pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan.*

**Kata kunci :** *Kredit Usaha Rakyat (KUR), E-Commerce, Inovasi Produk, Pendapatan UMKM*

## 1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan suatu bentuk aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh perorangan, maupun badan usaha berskala kecil. UMKM mempunyai peranan penting dalam pembangunan perekonomian di Indonesia khususnya pada krisis ekonomi Indonesia yang terjadi tahun 1998[1]. Berdasarkan data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2025), sektor UMKM telah berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61% atau sekitar Rp. 9.580 triliun dan memberikan kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja yang mencapai 97% dari seluruh tenaga kerja. Menurut data terbaru dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2024 mencapai lebih dari 65 juta unit yang dimana UMKM ini tersebar di berbagai sektor, termasuk kuliner, fashion, kerajinan tangan, hingga teknologi digital. Dalam hal ini, UMKM tidak hanya berfungsi sebagai pelaku ekonomi, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang mendorong pertumbuhan yang inklusif [2]. Salah satu indikator utama yang mencerminkan keberhasilan UMKM dalam menjalankan aktivitas usahanya adalah pendapatan. Menurut [3] pendapatan merupakan aliran masuk aktiva yang dihasilkan dari penyerahan barang atau jasa yang dilakukan oleh unit usaha selama jangka waktu tertentu. Pendapatan yang meningkat terjadi ketika suatu usaha tersebut mampu menjalankan strategi usaha yang cukup efektif, memiliki modal yang memadai, serta mampu mengelola risiko dengan baik.

Pendapatan merupakan faktor penting dalam operasional sebuah usaha karena akan berdampak pada tingkat keuntungan yang diharapkan agar mencapai keberlanjutan usaha[4]. Peningkatan pendapatan baik jangka menengah maupun jangka panjang merupakan salah satu fokus utama yang harus dilakukan pemerintah salah satunya dengan menyediakan layanan permodalan guna bisa mengembangkan usahanya. Semakin tinggi pendapatan yang diperoleh, maka semakin besar peluang UMKM untuk melakukan ekspansi usaha, meningkatkan kualitas produk, serta memperluas jangkauan pemasaran. Namun, dalam praktiknya banyak UMKM masih menghadapi berbagai kendala yang menyebabkan pendapatan usaha belum optimal. Permasalahan tersebut meliputi keterbatasan modal usaha, rendahnya pemanfaatan teknologi digital, serta minimnya inovasi produk yang mampu menciptakan nilai tambah bagi konsumen[5].

Di Indonesia akses permodalan menjadi salah satu tantangan utama bagi UMKM meskipun pemerintah telah menyediakan berbagai akses pembiayaan seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), bantuan langsung tunai (BLT), maupun bantuan modal lainnya, akan tetapi masih banyak UMKM yang kesulitan mendapatkan modal dalam mengembangkan usahanya. Keterbatasan modal dapat diatasi dengan bantuan tambahan dari pinjaman, namun akses terhadap pinjaman sering kali terhambat oleh persyaratan bank, sehingga modal menjadi faktor penting yang memengaruhi kinerja dan kelangsungan usaha UMKM [6]. Dinamika ekonomi yang terjadi baik di dalam negeri maupun di tingkat global juga memberikan tantangan besar terhadap kinerja UMKM khususnya pada pendapatan yang menjadi salah satu tolak ukur berhasilnya suatu UMKM. Kondisi ini berdampak pada rendahnya tingkat transparansi dan akuntabilitas usaha, sehingga membatasi akses pelaku UMKM terhadap pembiayaan formal seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR). Hal ini sangat berdampak langsung terhadap pertumbuhan usaha maupun stabilitas perekonomian di jaman sekarang terlebih lagi setelah melewati pandemi Covid-19[7]. Menurut data dari Bank Indonesia, terdapat 87.5% UMKM yang terdampak akibat pandemi ini dan diantaranya mengalami penurunan penjualan sebesar 93.3%. Hal ini tentu menyebabkan kerugian ekonomi bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah, serta menimbulkan peningkatan pengangguran karena banyaknya pemutusan hubungan kerja (PHK) yang pada akhirnya ini menjadi tantangan besar bagi pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya dari awal[8].

Berdasarkan data pada Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Buleleng, jumlah UMKM di Kecamatan Buleleng setiap tahun mengalami perubahan yang dimana pada tahun 2022 yaitu sebesar 2.478 unit, tahun 2023 sebesar 3.337 unit, dan pada tahun 2024 yaitu sebesar 2.679 unit. Jika dilihat dari keempat sektor tersebut, sektor perdagangan merupakan sektor yang paling dominan dimana dari 1.196 unit pada tahun 2022 menjadi 1.432 unit pada tahun 2023. Kenaikan ini dapat dikaitkan dengan membaiknya aktivitas

ekonomi masyarakat serta tingginya minat pelaku usaha untuk masuk ke sektor perdagangan yang relatif mudah diakses dan memiliki perputaran modal yang cepat. Akan tetapi pada tahun 2024 sektor perdagangan mengalami penurunan cukup tajam menjadi 831 unit. Fluktuasi tersebut menunjukkan bahwa sektor perdagangan sangat sensitif terhadap perubahan kondisi ekonomi dan daya saing pasar. Namun berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan di beberapa titik UMKM di Kecamatan Buleleng, tidak semua pelaku UMKM menunjukkan tingkat pendapatannya yang meningkat. Beberapa usaha hanya mampu bertahan beberapa tahun yang dimana jika pelaku usaha dapat merumuskan strategi yang efektif dalam pengelolaan usaha, hal ini akan berdampak positif terhadap kelangsungan usaha mereka.

Beberapa masalah yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM meliputi keterbatasan modal karena belum memiliki laporan keuangan yang akurat sehingga lembaga pembiayaan sulit menilai kelayakan kredit dan pada akhirnya UMKM sulit untuk berkembang. Selain itu, mayoritas pelaku UMKM di Banyuwangi juga tidak memisahkan antara rekening pribadi dengan rekening usaha. Kondisi ini tentu mempersulit proses evaluasi kinerja usaha, sehingga pelaku usaha sering kali tidak menyadari potensi dan tantangan yang dihadapi oleh usahanya. Keterbatasan dalam pengelolaan keuangan dan pencatatan transaksi menjadi penghambat utama bagi UMKM di Banyuwangi untuk mendapatkan akses permodalan dan berkembang secara berkelanjutan [9].

Permasalahan utama yang dihadapi UMKM di Kecamatan Buleleng adalah keterbatasan modal dalam upaya pengembangan usaha, sehingga belum semua pelaku usaha mampu mencapai target pendapatan yang diharapkan. Pemanfaatan modal pribadi memang memungkinkan UMKM untuk beroperasi dengan lebih fleksibel dan tanpa tekanan dari kewajiban pembayaran pinjaman, tetapi keterbatasan modal ini menjadi penghambat utama dalam upaya ekspansi usaha. Akibatnya, banyak UMKM di Buleleng hanya mengalami pendapatan yang monoton dan tidak menunjukkan adanya keberlanjutan usaha, seperti pengembangan produk baru atau perluasan jangkauan pasar melalui pembukaan cabang-cabang usaha. Kondisi ini menunjukkan bahwa permodalan menjadi faktor krusial yang harus dipertimbangkan untuk menjamin keberlangsungan dan pertumbuhan UMKM di masa depan. Kualitas UMKM perlu ditingkatkan dengan memberikan tambahan modal untuk ekspansi usaha. Salah satu bentuk bantuan pemerintah dalam menyikapi hal ini yaitu dengan penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) [10]. Kredit Usaha Rakyat merupakan salah satu program pemerintah dalam meningkatkan akses pembiayaan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui lembaga keuangan dengan beberapa teknis dan penjaminannya. KUR bertujuan guna memberikan modal atau memperkuat modal usaha dalam pengembangan sektor riil dan pemberdayaan UMKM di Indonesia [11].

Program KUR ini dibuat pemerintah dengan skema penyaluran bantuan pinjaman modal berbunga ringan untuk masyarakat yang mempunyai UMKM yang dananya 100% dari bank pelaksana KUR untuk rakyat Indonesia yang produktif dan layak dengan fasilitas penjaminan kredit dari Pemerintah [12]. Bank Rakyat Indonesia memiliki kinerja yang sangat baik dalam hal memberikan kredit, meskipun di tengah dampak pandemi COVID-19 yang melanda ekonomi global. Hal ini menunjukkan bahwa BRI tetap dapat mempertahankan tingkat penyaluran kredit yang relatif tinggi meskipun ada ketidakpastian ekonomi [13]. Menurut PPID BRI yang menyatakan bahwa PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk (BRI) telah menyalurkan Kredit Usaha Rakyat dengan nominal Rp.184,98 triliun kepada 4 juta lebih pelaku UMKM formal diseluruh Indonesia periode 2024 yang dimana KUR ini diberikan pada sektor sektor produktif seperti perdagangan, pertanian, serta perikanan Selain faktor permodalan, perkembangan teknologi digital juga memberikan perubahan besar terhadap aktivitas bisnis UMKM. Pemanfaatan *E-Commerce* menjadi salah satu strategi penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha. Menurut Nugroho yang mendefinisikan *E-Commerce* sebagai salah satu cara atau alat yang dipergunakan dalam transaksi jual atau beli barang dan jasa melalui media sosial. Pemasaran produk UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital ini dapat memberikan peluang baru bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing, dan mendorong perkembangan industri [14].

Dalam perkembangan teknologi digital yang begitu pesat, persaingan bisnis terutama sektor UMKM secara otomatis akan berubah demi memperluas pasar. Sebagai platform digital utama, *E-Commerce* memberi UMKM banyak peluang untuk mengakses pasar yang lebih besar dan beragam secara geografis tanpa terhalang oleh batasan fisik yang selama ini menjadi hambatan dalam strategi pemasaran konvensional[15]. Melalui sentuhan teknologi ini termasuk *E-Commerce* UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka dan menjangkau area pemasaran yang lebih luas serta memiliki manajemen yang lebih baik dimana hal ini akan berdampak pada peningkatan pendapatan. Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, inovasi produk juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan pendapatan UMKM. Inovasi produk dilakukan melalui pengembangan desain, kualitas, kemasan, maupun fungsi produk agar mampu memberikan nilai tambah bagi konsumen. Inovasi produk tidak hanya membuat sesuatu yang baru tetapi melakukan modifikasi produk yang sudah ada sehingga memberikan kesan yang berbeda ide maupun pikiran yang kreatif[16]. Hal ini dapat membantu mengembangkan usaha melalui pikiran kreatif yang dikembangkan menjadi sesuatu yang baru khususnya produk maupun skill yang dimiliki pelaku usaha [17]. Oleh karena itu, inovasi produk menjadi salah satu strategi penting yang harus dilakukan UMKM agar mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat diketahui bahwa Kredit Usaha Rakyat (KUR), *E-Commerce*, dan Inovasi Produk memiliki pengaruh terhadap pendapatan UMKM. Hal ini sejalan dengan penelitian [12] yang menunjukkan bahwa Kredit Usaha Rakyat (KUR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Temuan serupa juga dikemukakan oleh [18] yang menyatakan bahwa pemberian KUR berpengaruh signifikan terhadap pendapatan dan pengembangan UMKM. Selain itu, penelitian[19]menunjukkan bahwa *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM, sedangkan penelitian[20] menjelaskan bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kredit Usaha Rakyat (KUR), *E-Commerce*, dan Inovasi Produk terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Buleleng, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoretis dalam upaya memperkaya kajian ilmu akuntansi dan manajemen usaha, khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan UMKM di era perkembangan ekonomi digital. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah, lembaga keuangan, dan pelaku UMKM dalam meningkatkan efektivitas penyaluran KUR, pemanfaatan *E-Commerce*, serta pengembangan Inovasi Produk guna meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha UMKM di Kecamatan Buleleng

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh Kredit Usaha Rakyat (KUR), *E-Commerce*, dan Inovasi Produk terhadap pendapatan UMKM. Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif yang berbentuk asosiatif hubungan kausal guna menentukan apakah terdapat hubungan sebab-akibat antar variabel yang diteliti, di mana satu variabel (penyebab) berpengaruh terhadap variabel lain (akibat), sehingga memungkinkan pengujian dan analisis hubungan antar variabel secara sistematis dalam konteks penelitian kuantitatif [21]. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali, dengan objek penelitian yaitu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor perdagangan. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada tingginya jumlah UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng dibandingkan sektor lainnya, sehingga dianggap representatif dalam menggambarkan kondisi UMKM di wilayah tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM sektor perdagangan yang terdapat di Kecamatan Buleleng.

Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM sektor perdagangan yang terdaftar di Kecamatan

Buleleng sebanyak 831 unit usaha berdasarkan data Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi, dan UKM Kabupaten Buleleng tahun 2024. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, sehingga diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 89 responden. Untuk meningkatkan representativitas data dan mempermudah proses analisis, jumlah sampel tersebut dibulatkan menjadi 100 responden guna mendapatkan hasil yang sempurna dan secara representatif mewakili populasi. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini meliputi : 1) pelaku UMKM sektor perdagangan yang aktif menjalankan usahanya di Kecamatan Buleleng; 2) memiliki legalitas usaha berupa Surat Ijin Usaha; 3) pernah atau sedang memanfaatkan fasilitas KUR; 4) sedang menggunakan *E-Commerce* termasuk *Social E-Commerce* dalam kegiatan usahanya. Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan metode kuesioner dengan skala Likert Skor penilaian terdiri atas: 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, dan 5 = Sangat Setuju. Penggunaan skala ini digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel Kredit Usaha Rakyat (KUR), *E-Commerce*, inovasi produk, dan pendapatan UMKM.

Terdapat beberapa Indikator yang digunakan dalam penelitian ini yaitu untuk Variabel KUR meliputi aspek ketepatan penggunaan, ketepatan jumlah kredit, ketepatan beban kredit, prosedur KUR, dan jumlah kredit dengan jumlah instrumen penelitian sebanyak 14 butir pernyataan. Variabel *E-Commerce* meliputi aspek Pemasaran dengan jumlah instrumen sebanyak 5. Kemudian indikator Inovasi Produk meliputi Penyesuaian produk dengan kebutuhan konsumen, Perluasan dan Pengembangan Produk, serta penyesuaian dengan Tren Pasar dimana meliputi 5 butir pernyataan. Pada Pendapatan terdiri dari unsur – unsur pendapatan dan sumber sumber pendapatan dengan 5 pertanyaan. Sebelum digunakan sebagai alat pengumpulan data, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana item pernyataan dikatakan valid, sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian sehingga data yang dihasilkan dapat dipercaya dan stabil.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda. Uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas yang bertujuan untuk memastikan bahwa data memenuhi syarat dalam analisis regresi. Selanjutnya, analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh Kredit Usaha Rakyat (KUR), *E-Commerce*, dan inovasi produk terhadap pendapatan UMKM baik secara parsial maupun simultan. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan, serta koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### Hasil

Tabel 1. Descriptive Statistics

<i>VARIABEL</i>	<i>N</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
Kredit Usaha Rakyat (X1)	100	37,00	69,00	53,12	7,79
<i>E-Commerce</i> (X2)	100	13,00	24,00	18,96	2,15
Inovasi Produk (X3)	100	14,00	25,00	19,08	2,45
Pendapatan (Y)	100	13,00	24,00	19,00	2,34
Valid N (listwise)	100				

(Sumber: Data Primer diolah, 2026)

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada tabel 1. seluruh variabel memiliki nilai standar deviasi lebih rendah dibandingkan dengan nilai mean yang menunjukkan bahwa variabel KUR, *E-Commerce*, Inovasi Produk, dan Pendapatan memiliki penyebaran data yang merata.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	No Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kredit Usaha Rakyat (KUR)	X1.1	0,745	0,196	Valid
	X1.2	0,787		Valid
	X1.3	0,786		Valid
	X1.4	0,712		Valid
	X1.5	0,738		Valid
	X1.6	0,801		Valid
	X1.7	0,714		Valid
	X1.8	0,763		Valid
	X1.9	0,771		Valid
	X1.10	0,787		Valid
	X1.11	0,791		Valid
	X1.12	0,706		Valid
	X1.13	0,753		Valid
	X1.14	0,806		Valid
E-Commerce	X2.1	0,695	0,196	Valid
	X2.2	0,633		Valid
	X2.3	0,706		Valid
	X2.4	0,634		Valid
	X2.5	0,753		Valid
Inovasi Produk	X3.1	0,739	0,196	Valid
	X3.2	0,746		Valid
	X3.3	0,797		Valid
	X3.4	0,752		Valid
	X3.5	0,697		Valid
Pendapatan	Y1	0,843	0,196	Valid
	Y2	0,759		Valid
	Y3	0,636		Valid
	Y4	0,785		Valid
	Y5	0,691		Valid

(Sumber: Data Primer diolah, 2026)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwasannya nilai signifikansi dari seluruh item pertanyaan memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan seluruh nilai r hitung  $> r$  tabel (0,196). Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap item dalam kuesioner telah memenuhi standar yang ditetapkan dan dapat dikatakan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha	Keterangan
Kredit Usaha Rakyat (X1)	0,944	Reliabel
E-Commerce (X2)	0,712	Reliabel
Inovasi Produk (X3)	0,801	Reliabel
Pendapatan (Y)	0,797	Reliabel

(Sumber: Data Primer diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 3, seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliable karena nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing variabel berada di atas ambang batas minimum 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen variabel penelitian ini dinyatakan reliabel.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	
	<i>Unstandardized Residual</i>
N	100
<i>Test Statistic</i>	0,050
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200

(Sumber: Data Primer diolah, 2026)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 4. dapat diketahui bahwa nilai signifikansi  $0,200 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	<i>Collinearity Statistics</i>		Keterangan
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	
	Kredit Usaha Rakyat (X1)	0,994	
<i>E-Commerce</i> (X2)	0,995	1,005	Tidak terdapat multikolinieritas
Inovasi Produk (X3)	0,998	1,002	Tidak terdapat multikolinieritas

(Sumber: Data Primer diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 5 diatas, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini, yaitu Kredit Usaha Rakyat (X1), *E-Commerce* (X2), dan Inovasi Produk (X3) tidak mengalami masalah multikolinearitas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Tolerance* yang semuanya berada di atas 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* yang berada di bawah 10.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	<i>Sig</i>	Keterangan
Kredit Usaha Rakyat (X1)	0,779	Tidak terdapat gejala heteroskedastisitas
<i>E-Commerce</i> (X2)	0,504	Tidak terdapat gejala heteroskedastisitas
Inovasi Produk (X3)	0,894	Tidak terdapat gejala heteroskedastisitas

(Sumber: Data Primer diolah, 2026)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode *Spearman Rho* sebagaimana disajikan dalam Tabel 6, diketahui bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi (*Sig.*) untuk masing-masing variabel yang seluruhnya lebih besar dari 0,05, yaitu Kredit Usaha Rakyat (X1) sebesar 0,779, *E-Commerce* (X2) sebesar 0,504, dan Inovasi Produk (X3) sebesar 0,894.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

<i>Coefficients<sup>a</sup></i>					
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>		
		<i>Standardized Coefficients</i>			
		<i>Beta</i>			
1	(Constant)	-,866	2,635	-,329	,743
	Kredit Usaha Rakyat (KUR)	,096	,024	,319	,000
	<i>E-Commerce</i>	,352	,087	,323	,000
	Inovasi Produk	,424	,077	,445	,000

a. Dependent Variable: Pendapatan (Y)

(Sumber: Data Primer diolah, 2026)

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada Tabel 7, maka hasil persamaan yang didapatkan sebagai berikut :

$$Y = -,866 + 0,096 X1 + 0,352 X2 + 0,424 X3 + e.$$

Konstanta sebesar - 0,866 menunjukkan bahwa apabila variabel Kredit Usaha Rakyat (X1), *E-Commerce* (X2), dan Inovasi Produk (X3) bernilai konstan atau tidak mengalami perubahan, maka Pendapatan (Y) akan memiliki nilai sebesar -0,866. Kredit Usaha Rakyat (X1) memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,096. Hal ini menunjukkan bahwa Kredit Usaha Rakyat (X1) memiliki pengaruh positif terhadap Pendapatan (Y). *E-Commerce* (X2) memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,352. Hal ini menunjukkan bahwa *E-Commerce* (X2) memiliki pengaruh positif terhadap Pendapatan (Y).

Inovasi Produk (X3) memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,424. Hal ini menunjukkan bahwa Inovasi Produk (X3) memiliki pengaruh positif terhadap Pendapatan (Y). Setelah analisis regresi linear berganda, selanjutnya dilanjutkan dengan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan untuk menjelaskan suatu permasalahan dalam penelitian dan solusi secara tepat serta rasional menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sehingga, untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji F (Uji pengaruh simultan) dan uji t (pengaruh parsial).

Interpretasi Hasil Uji Regresi Linier Berganda SPSS (Uji T) berdasarkan tabel 7.

1. H1: Diketahui nilai Sig untuk pengaruh variabel Kredit Usaha Rakyat (X1) terhadap Pendapatan (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai koefisien Beta sebesar 0,096 bernilai positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Kredit Usaha Rakyat (X1) terhadap Pendapatan (Y).
2. H2: Diketahui nilai Sig untuk pengaruh variabel *E-Commerce* (X2) terhadap Pendapatan (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai koefisien Beta sebesar 0,352 bernilai positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *E-Commerce* (X2) terhadap Pendapatan (Y).
3. H3: Diketahui nilai Sig untuk pengaruh variabel Inovasi Produk (X3) terhadap Pendapatan (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai koefisien Beta sebesar 0,424 bernilai positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Inovasi Produk (X3) terhadap Pendapatan (Y).

Tabel 8. Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	208,411	3	69,470	19,873	,000 <sup>b</sup>
	Residual	335,589	96	3,496		
	Total	544,000	99			

a. Dependent Variable: Pendapatan

b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, *E-Commerce*, Kredit Usaha Rakyat (KUR)

(Sumber : Data Primer diolah, 2026)

Berdasarkan tabel diatas dapat dianalisis bahwa nilai f hitung sebesar  $19,873 > f$  tabel sebesar 3,091 atau nilai *sign*  $0,000 < 0,05$ . Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel X1, X2, dan X3 secara simultan terhadap variabel Y. Setelah pengujian hipotesis, kemudian dilanjutkan pada pengujian koefisien determinasi.

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan perubahan kepuasan pengunjung yang dipengaruhi oleh variabel fasilitas dan aksesibilitas.

Nilai yang diperoleh memberikan gambaran mengenai besarnya kontribusi kedua variabel bebas dalam menjelaskan variasi pada variabel terikat. Melalui hasil ini akan dapat diketahui tingkat kekuatan model dalam menggambarkan kondisi yang diteliti. Ringkasan hasil koefisien determinasi disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji Determinasi

<i>Model Summary<sup>b</sup></i>				
	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,619 <sup>a</sup>	,383	,364	1,870
a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, E-Commerce, Kredit Usaha Rakyat (KUR)				
b. Dependent Variable: Pendapatan (Y)				

(Sumber: Data Primer diolah, 2026)

Berdasarkan hasil uji determinasi pada Tabel 9, diperoleh nilai R Square sebesar 0,383, yang berarti bahwa sebesar 38,3% variasi perubahan dalam variabel Pendapatan (Y) dapat dijelaskan oleh tiga variabel independen, yaitu Kredit Usaha Rakyat (X1), E-Commerce (X2), dan Inovasi Produk (X3) secara simultan. Sementara itu, sisanya sebesar 61,7% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,364 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen dan sampel, model ini tetap memiliki tingkat penjelasan yang tinggi terhadap variabel dependen. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan pengaruh ketiga variabel bebas terhadap Pendapatan.

## Pembahasan

### 1. Pengaruh Kredit Usaha Rakyat (KUR) Terhadap Pendapatan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kredit Usaha Rakyat (KUR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,096. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pemanfaatan Kredit Usaha Rakyat (KUR), maka pendapatan UMKM akan semakin meningkat. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Kredit Usaha Rakyat (KUR) berpengaruh terhadap pendapatan UMKM dinyatakan diterima. Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan program pembiayaan yang diberikan pemerintah kepada pelaku UMKM untuk membantu permodalan usaha dengan tingkat bunga yang relatif rendah. Tambahan modal yang diperoleh melalui KUR dapat digunakan untuk meningkatkan kapasitas produksi, memperluas usaha, membeli persediaan barang dagangan, serta memperbaiki kegiatan operasional usaha. Pendapatan yang lebih tinggi memungkinkan bisnis untuk menutupi biaya atau pengeluaran operasional hariannya dengan lebih baik [22].

Berdasarkan kondisi di lapangan, sebagian besar pelaku UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng memanfaatkan dana KUR untuk menambah stok barang, memperluas jenis produk yang dijual, serta memenuhi kebutuhan usaha sehari-hari. Selain itu, tambahan modal dari KUR membantu pelaku usaha mempertahankan keberlangsungan usahanya di tengah persaingan usaha yang semakin ketat sehingga pendapatan usaha dapat meningkat secara bertahap. Hasil penelitian ini mendukung teori Resource Based View (RBV) yang menjelaskan bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan, termasuk modal usaha, menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja dan menciptakan keunggulan kompetitif. Modal usaha yang memadai memungkinkan UMKM memanfaatkan peluang pasar secara lebih optimal, meningkatkan produktivitas, dan memperkuat daya saing usaha.

Oleh karena itu, semakin baik akses UMKM terhadap pembiayaan KUR, maka kemampuan usaha dalam menghasilkan pendapatan juga akan meningkat. Hasil ini sejalan

dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa pemanfaatan sumber daya finansial secara efektif berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM. Temuan ini diperkuat oleh hasil penelitian Amelia 2023 yang membuktikan bahwa Kredit Usaha Rakyat (KUR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Selain itu penelitian Monica 2021 juga menyatakan bahwa KUR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM

## 2. Pengaruh *E-Commerce* terhadap Pendapatan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,352. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pemanfaatan *E-Commerce*, maka pendapatan UMKM akan semakin meningkat. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *E-Commerce* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM dinyatakan diterima. *E-Commerce* merupakan aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik atau internet untuk mempermudah proses transaksi dan pemasaran produk. Pemanfaatan *E-Commerce* memberikan banyak keuntungan bagi pelaku UMKM karena dapat memperluas jangkauan pasar tanpa terbatas wilayah geografis.

Berdasarkan kondisi di lapangan, sebagian besar pelaku UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng telah memanfaatkan platform digital seperti marketplace dan media sosial sebagai sarana pemasaran produk. Penggunaan *E-Commerce* membantu pelaku usaha mempromosikan produk secara lebih cepat, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta memperluas target pasar di luar daerah. Selain itu, penggunaan platform digital juga mempermudah proses transaksi dan meningkatkan volume penjualan sehingga berdampak terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Hal ini sejalan dengan teori RBV (Resource Based View) yaitu sebagai bentuk kapabilitas internal yang bersifat strategis. Dalam kerangka RBV, kemampuan tersebut termasuk dalam sumber daya tidak berwujud yang memiliki nilai (valuable) karena mampu meningkatkan efisiensi dan memperluas pasar, bersifat langka (rare) karena tidak semua UMKM memiliki kompetensi digital yang memadai, kemudian sulit ditiru (inimitable) karena dipengaruhi oleh pengalaman.

Pelaku UMKM yang merasakan manfaat *E-Commerce* dalam meningkatkan efektivitas pemasaran dan penjualan akan lebih terdorong untuk menggunakan teknologi digital dalam aktivitas usahanya. Dengan demikian, semakin optimal penggunaan *E-Commerce* oleh pelaku UMKM, maka peluang peningkatan pendapatan usaha juga akan semakin besar. Temuan ini diperkuat oleh hasil penelitian [19] yang membuktikan bahwa *E-Commerce* memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan UMKM.

## 3. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Pendapatan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,424. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi inovasi produk yang dilakukan UMKM, maka pendapatan usaha akan semakin meningkat. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap pendapatan UMKM dinyatakan diterima. Inovasi produk merupakan upaya pengembangan produk melalui pembaruan desain, kualitas, kemasan, maupun variasi produk agar mampu memberikan nilai tambah dan menarik minat konsumen.

Berdasarkan kondisi di lapangan, pelaku UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng melakukan inovasi dengan menambah variasi produk, memperbaiki kualitas barang, serta mengikuti tren pasar dan kebutuhan konsumen. Inovasi tersebut dilakukan agar produk yang dijual memiliki keunggulan dibandingkan produk pesaing. Selain itu, inovasi produk juga membantu pelaku usaha menciptakan daya tarik tersendiri sehingga mampu meningkatkan minat beli dan loyalitas pelanggan. Dengan meningkatnya minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan, maka volume penjualan dan pendapatan usaha juga mengalami peningkatan.

Hasil penelitian ini mendukung teori Resource Based View (RBV) yang menjelaskan bahwa kemampuan perusahaan dalam menciptakan inovasi merupakan salah satu kapabilitas internal yang dapat menghasilkan keunggulan kompetitif. UMKM yang mampu melakukan inovasi secara berkelanjutan akan lebih mudah beradaptasi dengan perubahan pasar dan mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan bisnis. Oleh karena itu, semakin baik inovasi produk yang dilakukan UMKM, maka semakin besar pula peluang peningkatan pendapatan usaha. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yaitu penelitian [20] yang menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Kredit Usaha Rakyat (KUR), *E-Commerce*, dan Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Buleleng. KUR membantu pelaku usaha dalam menambah modal dan meningkatkan kapasitas usaha, *E-Commerce* mampu memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan volume penjualan, sedangkan Inovasi Produk dapat meningkatkan daya tarik dan daya saing produk di pasar. Secara simultan, ketiga variabel tersebut memiliki peran penting dalam mendukung peningkatan pendapatan dan keberlanjutan usaha UMKM.

Saran bagi Pelaku UMKM yaitu disarankan untuk memanfaatkan program KUR secara optimal, meningkatkan penggunaan *E-Commerce* dalam pemasaran, serta terus melakukan inovasi produk agar mampu bersaing di pasar. Kemudian untuk pemerintah diharapkan dapat meningkatkan pendampingan terkait akses KUR, literasi keuangan, digitalisasi usaha, serta pengembangan inovasi produk UMKM. Selain itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang memengaruhi pendapatan UMKM dan memperluas wilayah penelitian agar hasil penelitian memiliki cakupan yang lebih

#### Daftar Pustaka

- [1] L. G. K. Herawati, N. T., Kurniawan, P. S., Sujana, E., Dewi, P. E. D. M., & Dewi, "Pemanfaatan financial technology dalam pengelolaan keuangan usaha mikro dan kecil.," *CARADDE J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 2, pp. 179–186, 2019, [Online]. Available: <https://doi.org/10.31960/caradde.v2i2.281>
- [2] T. F. Rambe, R., Ramadhani, G., & Akmalia, "Peran UMKM dalam meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat," *MUSYTARI Neraca Manajemen, Ekon.*, vol. 3, no. 3, pp. 81–90, 2023.
- [3] S. M. Putri, "Strategi pengembangan UMKM dalam meningkatkan pendapatan masyarakat berbasis analisis SWOT," Skripsi, Universitas Islam Negeri, 2024.
- [4] R. Haholongan *et al.*, "Pengaruh E-Commerce terhadap Peningkatan Pendapatan pada UMKM di Puloagung," *J. Soc. Sci. Res.*, vol. 4, no. 3, pp. 6073–6082, 2024.
- [5] A. D. Puji and L. Mardayanti, "Peningkatan Literasi Digital Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah melalui Pelatihan dan Pendampingan pada UMKM Home Industry di Desa Genengan Karanganyar," *J. Komunitas J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 7, no. 2, pp. 274–282, 2025.
- [6] N. Azizah, "Efektivitas Pembiayaan Modal Kerja terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus pada KSPPS BMT Bina Ummat Brebes)," UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2024.
- [7] M. R. P. Masdiantini, P. R., Devi, S., & Kusyanda, "Peran literasi keuangan dan modal sosial terhadap kinerja dan keberlanjutan usaha pelaku UMKM," *Ekuitas J. Pendidik. Ekon.*, vol. 12, no. 1, pp. 23–29, 2024, doi: <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v12i1.73258>.
- [8] L. G. K. Dewi, "Mengungkap strategi ketahanan usaha pengusaha muda.," *J. Ilm. Manaj. dan Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 20–34, 2021, [Online]. Available:

- <https://doi.org/10.38043/jimb.v6i2.3159>
- [9] R. S. Lestari, G. A. T. I., & Dewi, “Analisis strategi pengelolaan keuangan dan strategi keberlanjutan usaha kerajinan genteng Pejaten di masa pandemi COVID-19 (Studi kasus di UD Surya Indah, Desa Pejaten, Tabanan),” *J. Akunt. Profesi*, vol. 12, no. 2, pp. 318–330, 2021.
- [10] S. Wulan, “Pengaruh KUR Bank BRI terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Bulu Bonggu Kabupaten Pasangkayu,” 2023.
- [11] M. Makuradde, A. S., Ardasanti, A., & Rais, “Analisis efektivitas program KUR terhadap pertumbuhan UMKM kuliner dan kesejahteraan keluarga di Kota Makassar,” *YUME J. Manag.*, vol. 1, no. 8, pp. 769–802, 2025.
- [12] R. A. Ananda, “Pengaruh Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan Teknologi E-Commerce terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kecamatan Ponorogo,” Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2022.
- [13] L. D. I. Erliani and I. P. Julianto, “Analisis Tingkat Kesehatan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dengan Penerapan Metode CAMEL Tahun 2019–2023,” *JIMAT (Jurnal Ilm. Mhs. Akuntansi) Undiksha*, vol. 16, no. 3, pp. 640–654, 2025.
- [14] M. Dewi, K. S. Dewi, and I. G. P. Sindu, “Pemasaran Digital Tenun Songket Buleleng Bali,” *Pemasar. Digit. Tenun Songket Buleleng Bali*, vol. 3, no. 2, pp. 49–57, 2023.
- [15] A. Yudianto and B. Efendi, “Peran Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen E-Commerce Shopee,” *J. Econ. Manag. Bus.*, vol. 4, no. 1, pp. 75–91, 2025, doi: 10.32699/magna.v4i1.9047.
- [16] O. Imelinudiyana, “Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, Pengendalian Internal, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja UMKM di Kota Demak,” 2022.
- [17] L. G. K. Dewi, “Sosialisasi Pemodalana Usaha untuk Calon Wirausaha Pedesaan di Masa Pandemi,” *Dharma Jnana J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 2, pp. 75–84, 2021.
- [18] R. Santiadin and R. N. Muhammad, “Pengaruh Pemberian KUR terhadap Pendapatan dan Pengembangan UMKM di Kecamatan Sukaresik Kabupaten Tasikmalaya,” *Indones. Account. Lit. J.*, vol. 3, no. 3, pp. 276–284, 2023, doi: 10.35313/ialj.v3i3.4989.
- [19] Y. Aprilyan, E. E. Sasanti, and Isnawati, “Pengaruh E-Commerce terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Lombok Barat,” *J. Ris. Mhs. Akunt.*, vol. 2, no. 2, pp. 292–306, 2022, doi: 10.29303/risma.v2i2.216.
- [20] R. P. D. Sitinjak and S. H. Sahir, “Pengaruh Inovasi Produk dan Penerapan E-Commerce terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM,” *J. Trends Econ. Account. Res.*, vol. 5, no. 3, pp. 260–267, 2025, doi: 10.47065/jtear.v5i3.1908.
- [21] M. Florensa, A. Rengga, and K. P. Sanga, “Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa,” *J. Akunt. dan Keuang.*, vol. 2, no. 4, pp. 176–179, 2024.
- [22] D. A. M. N. Made, G. A. K. R. S. Dewi, and Yulianthini, “Peningkatan Kinerja Usaha Pedagang Pasar Banyuasri Singaraja melalui Literasi dan Inklusi Keuangan,” *BISMA J. Manaj.*, vol. 9, no. 1, pp. 77–85, 2023.