

**PENGARUH LAYANAN *SOSIAL COMMERCE* DAN  
*E-PAYMENT* TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO  
KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KULINER DI  
KECAMATAN PANYABUNGAN**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh

**Meliani Fitri**

NIM. 21080044

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI  
MANDAILING NATAL  
TAHUN 2025**

**PENGARUH LAYANAN *SOSIAL COMMERCE* DAN  
*E-PAYMENT* TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO  
KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KULINER DI  
KECAMATAN PANYABUNGAN**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah

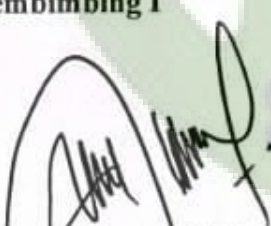
Oleh

**Meliani Fitri**

NIM. 21080044

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

  
**Palsal Rahmat, M.E**  
NIP. 199210022020121006

  
**Erni Yusnita Siregar, M.E**  
NIP. 19900102019032021

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI  
MANDAILING NATAL  
TAHUN 2025**

## SURAT PENYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MELIANI FITRI  
NIM : 21080044  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Tempat/ Tgl Lahir : Tapus, 27 Mei 2004  
Alamat : Tapus, Kec. Lingga Bayu, Kab. Mandailing Natal

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul **“Pengaruh Layanan *Social Commerce* dan *E-Payment* Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner Di Kecamatan Panyabungan”** adalah benar hasil karya sendiri dan saya bertanggung jawab penuh atas semua yang termuat di dalamnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Panyabungan, 17 Juni 2025

Hormat Saya,



METERAL  
TEMPEL  
9ECB8AMX379846089

MELIANI FITRI  
NIM. 21080044


## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama Meliani Fitri , NIM. 21080044 dengan judul “Pengaruh Layanan *Social Commerce* dan *E-Payment* Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Kecamatan Panyabungan”, memandang bahwa skripsi yang bersangkutan diatas telah memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasyah.

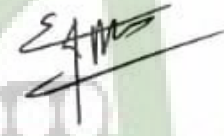
Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

Panyabungan, 26 Mei 2025

**Pembimbing I**

  
**Paisal Rahmat, M.E**  
NIP. 199210022020121006

**Pembimbing II**

  
**Erni Yusnita Siregar, M.E**  
NIP. 19900112019032021

## LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI


Skripsi dengan judul “Pengaruh Layanan *Social Commerce* dan *E-Payment* Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Kecamatan Panyabungan” a.n Meliani Fitri, NIM. 21080044, Program Studi Ekonomi Syariah telah di Munaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Program Sarjana Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal, pada tanggal 19 Juni 2025.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1.	Faisal Affandi, M.E.I NIP. 198310182019031006	Ketua/Penguji I		05/08/2025
2.	Dr.Enni Sari Siregar,M.E NIP. 199007302019082001	Sekretaris/Penguji II		05/08/2025
3.	Paisal Rahmat, M.E NIP.199210022020121006	Penguji III		07/08/2025
4.	Erni Yusnita Siregar, M.E NIP. 19900112019032021	Penguji IV		07/08/2025

Panyabungan, 07 Agustus 2025  
Mengetahui  
Ketua STAIN Mandailing Natal



  
Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag  
NIP. 197203132003121002

## ABSTRAK

**Meliani Fitri (NIM: 21080044), Pengaruh Layanan *Social Commerce* dan *E-Payment* Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner Di Kecamatan Panyabungan.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Layanan *Social Commerce* dan *E-Payment* Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Panyabungan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kuliner yang menggunakan layanan *social commerce* dan *e-payment* dengan jumlah populasi dan sampel sebanyak 30 responden. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji f dan uji koefisien determinasi. Alat pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji t pada variabel layanan *social commerce* memiliki nilai signifikansi  $0,003 < 0,05$  dan nilai t hitung  $3,228 >$  dari nilai t tabel 2,051, sehingga  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{01}$  ditolak, artinya layanan *social commerce* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Mandailing Natal. Kemudian pada variabel *e-payment* memiliki nilai signifikansi  $0,028 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,329 >$  dari nilai t tabel 2,051. Sehingga  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{02}$  ditolak, artinya *e-payment* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Mandailing Natal. Hasil uji f yaitu secara simultan atau bersama-sama variabel layanan *social commerce* dan *e-payment* memiliki nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan nilai f hitung  $10,969 >$  nilai f tabel 3,35 sehingga  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{03}$  ditolak, artinya layanan *social commerce* dan *e-payment* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Mandailing Natal.

Kata kunci: *Layanan Social Commerce, E-Payment, Pendapatan, UMKM*

## ABSTRACT

Meliani Fitri (NIM: 21080044), The Effect of Social Commerce and E-Payment Services on the Revenue of Culinary Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Panyabungan District. This study aims to determine the effect of Social Commerce and E-Payment Services on the Revenue of Culinary Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). This research was conducted in Panyabungan District. The research method used is quantitative research. The population in this study were all culinary Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) using social commerce and e-payment services with a population and sample size of 30 respondents. The data analysis technique uses validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t test, f test and determination coefficient test. The results showed that the t test on the social commerce service variable had a significance value of  $0.003 < 0.05$  and a calculated t value of  $3.228 >$  from the t table value of 2.051, so  $H_{a1}$  was accepted and  $H_{01}$  was rejected, meaning that social commerce services partially had a significant effect on the income of Micro, Small and Medium Enterprises in Panyabungan District. Then the e-payment variable has a significance value of  $0.028 < 0.05$  and a calculated t value of  $2.329 >$  from the t table value of 2.051. So that  $H_{a2}$  is accepted and  $H_{02}$  is rejected, meaning that e-payment partially has a significant effect on the income of Micro, Small and Medium Enterprises in Panyabungan District. The results of the f test, namely simultaneously or together the social commerce and e-payment service variables have a significant value of  $0.000 < 0.05$  and the calculated f value of  $10.969 >$  f table value of 3.35 so that  $H_{a3}$  is accepted and  $H_{03}$  is rejected, meaning that social commerce and e-payment services simultaneously have a significant effect on the income of Micro, Small and Medium Enterprises in Panyabungan District.

*Keywords: Social Commerce Services, E-Payment, Revenue, MSMEs*

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr, Wb

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat bertangkaikan salam ke arwah junjungan alam Nabi besar Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman kebodohan kepada zaman yang terang benderang. Hingga dari pada itu penulis bisa melakukan penelitian dan dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Layanan *Social Commerce* dan *E-Payment* Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Kecamatan Panyabungan”**.

Penulis menyadari bahwa selama proses perkuliahan sampai dengan penyusunan dan penyelesaian skripsi ini banyak pihak yang telah terlibat dan membantu baik dalam bentuk tenaga, waktu, masukan, informasi serta dukungan moril dan materil. Oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan ucapan terimakasih atas bantuan tersebut. Semoga apa yang diberikan menjadi suatu yang bermanfaat dan bernilai ibadah di hadapan Allah SWT. Untuk itu tanpa mengurangi rasa hormat pada semua pihak, penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag. selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.
2. Bapak Faisal Affandi, M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah sekaligus sebagai Penguji I yang telah banyak memberikan masukan sehingga Skripsi ini dapat di selesaikan.
3. Bapak Paisal Rahmat, M.E selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah sekaligus sebagai Pembimbing I Skripsi yang telah banyak memberikan arahan, masukan, serta bimbingan dan telah banyak mengorbankan waktunya dalam penulisan skripsi.

4. Ibu Erni Yusnita Siregar, M.E selaku Pembimbing II Skripsi yang telah banyak memberikan arahan, masukan, serta bimbingan dan telah banyak mengorbankan waktunya dalam penulisan skripsi.
5. Ibu Dr. Enni Sari Siregar, M.E selaku Penguji II yang telah banyak memberikan masukan sehingga Skripsi ini dapat di selesaikan.
6. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal yang telah memberikan ilmunya selama proses perkuliahan.
7. Seluruh staff akademika STAIN Mandailing Natal yang telah banyak membantu peneliti dalam memenuhi kelengkapan skripsi ini.
8. Kedua orang tua penulis, pintu surga saya Ibunda tersayang Ibu Erna Wati. Terimakasih atas setiap tetes keringat dalam setiap pengorbanan dan kerja keras yang dilakukan, beliau senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya dan memperoleh gelar sarjana. Semoga beliau selalu dalam keadaan sehat, panjang umur dan Bahagia selalu. Teruntuk cinta pertama saya Ayahanda tercinta Alm. Bahrial Nasution, beliau memang tidak sempat menemani penulis dalam perjalanan selama menempuh Pendidikan. Alhamdulillah penulis sudah berada di tahap ini, menyelesaikan karya tulis ini. Semoga Allah SWT melampangkan kubur dan menempatkan ayah di tempat yang paling mulia di sisi Allah SWT. Amiin Allahumma Amiin.
9. Untuk teman-teman seperjuangan di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal khususnya Ekonomi Syariah B Angkatan 2021 yang saling mendukung dalam penulisan skripsi ini. Dan teruntuk Group Partner Ghibah Syariah (Suci Aryuni, Aisyah, Annisa Fitri), terimakasih karena selalu mendukung dan memberikan semangat dalam menjalankan proses ini, terimakasih karena telah menjadi teman semasa maba penulis hingga akhir kuliah ini dan terimakasih telah menjadi teman terbaik.
10. Teruntuk keluarga besar Kelompok Studi Ekonomi Islam *Islamic Economic Insight* (KSEI IEI) yang telah menjadi wadah pembelajaran, pengembangan diri, sebagai rumah yang penuh inspirasi dan kebersamaan dan turut membantu

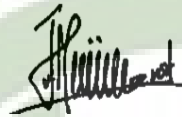
penulis untuk berkembang, berproses dan membangun semangat. Dan terima kasih kepada Ainun Nisa Brt yang telah menjadi teman seperjuangan penulis di organisasi dan telah melawati banyak hal bersama-sama.

11. Teruntuk sahabat penulis, Siti Fatimah yang selalu ada saat susah dan senang, selalu memberikan motivasi dan semangat, berjuang bersama dan saling mendukung dalam hal apapun.
12. Semua pihak lain yang telah membantu menyelesaikan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih atas bantuan yang diberikan

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan karena adanya keterbatasan, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi pembaca.

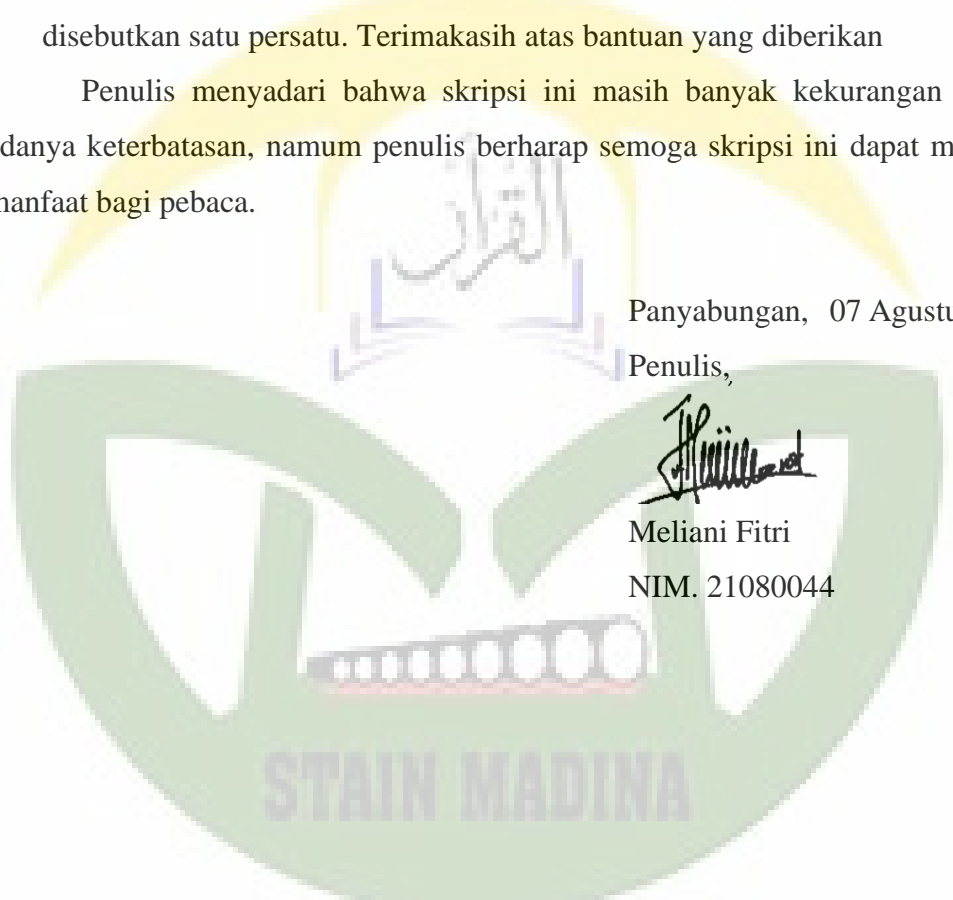
Panyabungan, 07 Agustus 2025

Penulis,



Meliani Fitri

NIM. 21080044



STAIN MADINA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Pembatasan Masalah .....	7
D. Perumusan Masalah .....	7
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Landasan Teori.....	9
1. Pendapatan .....	9
a. Pengertian pendapatan .....	9
b. Indikator pendapatan.....	10
2. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	11
a. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	11
b. Kriteria UMKM .....	12
c. Karakteristik UMKM.....	14
3. <i>Social Commerce</i> .....	16

a. Pengertian <i>Social Commerce</i> .....	16
b. indikator <i>Social Commerce</i> .....	17
4. <i>E-Payment</i> .....	18
a. Pengertian <i>E-Payment</i> .....	18
b. Jenis-jenis <i>E-Payment</i> .....	19
c. Indikator <i>E-Payment</i> .....	21
5. Teori Hubungan Antar Variabel .....	22
a. Layanan <i>Sosial Commerce</i> Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) .....	22
b. <i>E-Payment</i> Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) .....	23
B. Hasil penelitian yang relevan .....	25
C. Kerangka Berpikir .....	29
D. Hipotesis .....	30

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	31
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	31
C. Populasi dan Sampel .....	31
D. Teknik Pengumpulan Data .....	32
E. Defenisi Operasional Variabel .....	33
F. Teknik Analisis Data .....	35
1. Uji Validitas .....	35
2. Uji Reliabilitas .....	36
3. Uji Asumsi Klasik .....	36
a. Uji Normalitas .....	36
b. Uji Multikolinearitas .....	36
c. Uji Heteroskedastisitas .....	37
4. Regresi Linier Berganda .....	37
5. Uji Hipotesis .....	38
a. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T) .....	38
b. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	38

c. Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	39
--	----

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	40
B. Hasil Penelitian .....	41
C. Pembahasan.....	55

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	59
B. Saran.....	59

**DAFTAR PUSTAKA**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Jumlah UMKM Sektor Perdagangan Di Kabupaten Mandailing Natal .....	3
Tabel 1.2	: Data UMKM Kuliner Yang Menggunakan Layanan <i>Social Commerce</i> Dan <i>E-Payment</i> .....	4
Tabel 3.1	: Skala Likert Pengukuran.....	34
Tabel 3.2	: Devinisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 4.1	: Batas-Batas Wilayah Kecamatan Panyabungan .....	41
Tabel 4.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4.3	:Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	43
Tabel 4.4	: Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Usaha .....	44
Tabel 4.5	: Deskripsi Responden Terhadap Variabel Pendapatan UMKM.....	45
Tabel 4.6	: Deskripsi Responden Terhadap Variabel Layanan <i>Social Commerce</i> .....	46
Tabel 4.7	: Deskripsi Responden Terhadap Variabel <i>E-Payment</i> .....	46
Tabel 4.8	: Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan UMKM (Y).....	47
Tabel 4.9	: Hasil Uji Validitas Variabel Layanan <i>Social Commerce</i> .....	49
Tabel 4.10	: Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-Payment</i> .....	50
Tabel 4.11	: Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.12	: Hasil Uji Normalitas .....	52
Tabel 4.13	: Hasil Uji Multikolinearitas .....	52
Tabel 4.14	: Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	53
Tabel 4.15	: Uji Regresi Linear Berganda .....	54
Tabel 4.16	: Hasil Uji Parsial (Uji T).....	55
Tabel 4.17	: Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	56

Tabel 4.18 : Hasil Uji Koefisien Determinasi..... 58

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir ..... 29



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Data Jumlah UMKM Perdagangan di Kabupaten Mandailing  
Natal
- Lampiran II : Kuesioner Penelitian
- Lampiran III : Hasil Penyebaran Kuesioner Variabel Pendapatan UMKM (Y)
- Lampiran IV : Hasil Penyebaran Kuesioner Variabel Layanan *Social  
Commerce* (X1)
- Lampiran V : Hasil Penyebaran Kuesioner Variabel *E-Payment* (X2)
- Lampiran VI : Hasil Pengujian SPSS
- Lampiran VII : Dokumentasi

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peran strategis. Pada tahun 2023 jumlah UMKM telah mencapai 65,5 juta unit usaha, jumlah ini meningkat 1,7% dibandingkan tahun sebelumnya. Berdasarkan data BPS kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) telah mencapai 61% atau senilai 9.580 triliun. Kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja nasional juga sangat besar, yaitu 97% dari total tenaga kerja. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dan yang berperan penting dalam menciptakan lapangan pekerjaan (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi fokus pembangunan ekonomi negara, selain itu UMKM juga berfungsi sebagai pilar dalam sistem ekonomi kerakyatan yang dapat membantu mengurangi kemiskinan dan pengangguran. Pertumbuhan UMKM juga menciptakan kesempatan kerja dan sumber pendapatan. Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah jumlah uang yang diperoleh suatu perusahaan dari bisnis yang dilakukannya (Husaini, 2017). Dengan kebutuhan masyarakat yang terus meningkat, mulai dari kebutuhan dasar hingga kebutuhan sampingan. Oleh karena itu para pelaku usaha berusaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Tidak dapat dipungkiri bahwa kemajuan teknologi telah memberikan peluang bagi para pelaku UMKM untuk meningkatkan pelayanan mereka kepada pelanggan dengan menggunakan sistem *e-commerce*. Peningkatan layanan ini menjadi daya tarik utama dalam jual beli online, hal ini dapat menjadi salah satu cara bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan pendapatan mereka.

Inovasi UMKM sangat diperlukan untuk membuat pengelolaan pada pendapatan. Di era globalisasi, di mana teknologi menjadi pendamping

dalam kehidupan sehari-hari, bahkan dalam ekonomi teknologi juga menjadi sesuatu yang baru. Untuk meningkatkan pendapatan suatu UMKM, pelaku usaha memanfaatkan teknologi pemasaran yaitu dengan menggunakan *e-commerce* dan media sosial, yang lebih dikenal dengan *social commerce*. *E-commerce* atau perdagangan elektronik adalah suatu bentuk perdagangan yang melibatkan pembelian dan penjualan barang atau jasa melalui internet atau platform elektronik lainnya (Sriwijaya et al., 2024). Sedangkan *social commerce* adalah penggabungan antara media sosial dan *e-commerce* dimana pelaku usaha dapat langsung berinteraksi dengan konsumen melalui platform seperti *Instagram, Facebook, Whatsapp* dan lain-lain. Dengan adanya *social commerce* membantu UMKM dalam memasarkan produknya sehingga dapat lebih dikenal oleh masyarakat dan memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi (Yanti Nasution & Indria, 2022). *Social commerce* tidak akan berjalan dengan optimal tanpa dukungan *e-payment*. *E-Payment* merupakan sebuah model pembayaran elektronik yang bertujuan untuk memudahkan pengguna saat melakukan pembayaran atau transaksi, dimana pengguna cukup bertransaksi melalui internet tanpa harus mengunjungi penjual (Gultom et al., 2023). Dalam melakukan transaksi pengguna *e-payment* didasarkan pada kemudahan serta kepercayaan dan rasa nyaman dalam melakukan transaksi pembelian maupun transaksi lainnya untuk menggunakan *e-payment*, hal ini sangat berpengaruh bagi pengguna untuk sampai pada tahap memutuskan untuk menggunakan *e-payment*.

*Social commerce* dan *e-payment* menjadi salah satu hal yang penting untuk mengembangkan UMKM. Pembayaran dengan non-tunai memfasilitasi transaksi lebih cepat, efisien, juga terorganisir. Hal ini sesuai dengan *peraturan Bank Indonesia Nomor 16/08/PBI/2014 tentang Uang Elektronik (Electronic Money)*, yang telah mengatur kebijakan terkait sistem pembayaran non-tunai dalam rangka mendukung pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia (*Bank Indonesia, n.d.*).

Dengan perkembangan teknologi, maka perkembangan UMKM juga meningkat di setiap daerah Badan Pusat Statistik Kabupaten Mandailing Natal menunjukkan bahwa perkembangan UMKM di daerah Mandailing Natal mengalami adanya peningkatan di setiap tahunnya, hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah UMKM Sektor Perdagangan Di Kabupaten Mandailing Natal**

No	Tahun	Jumlah (Unit)	Perubahan (%)
1	2019	3.497	-
2	2020	3.672	5%
3	2021	3.986	9%
4	2022	4.022	1%
5	2023	4.092	2%

Sumber: Badan Busat Statistik (BPS), 2024

Dengan adanya peningkatan jumlah UMKM, tentunya akan sangat berdampak positif pada masyarakat serta mampu mendorong masyarakat untuk memaksimalkan usahanya agar mereka dapat bersaing dengan pelaku UMKM yang lain. Dengan adanya penggunaan teknologi, diharapkan UMKM mampu bangkit dengan memaksimalkan penggunaan teknologi yang ada melalui *Social Commerce* dan *E-Payment* (Widodo Wibisono et al., 2024).

Berdasarkan data peningkatan jumlah UMKM setiap tahunnya, UMKM yang memanfaatkan layanan *social commerce* dan *e-payment* paling banyak ditemukan di Kecamatan Panyabungan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Panyabungan bergerak di berbagai bidang usaha. Sebagian besar UMKM di Panyabungan berada pada bidang kuliner, yang dimana usaha kuliner lebih banyak diminati oleh masyarakat Kecamatan Panyabungan. Untuk mempermudah konsumen melakukan pembelian tanpa harus datang langsung ke tempatnya, beberapa pelaku UMKM di Panyabungan menggunakan layanan digital seperti *social commerce* dan *e-payment*. Saat ini beberapa UMKM bidang Kuliner di Kecamatan Panyabungan telah menggunakan layanan *social commerce*

seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Whatsapp*, serta *e-payment* seperti *Mobile Banking* dan *E-Wallet*, dalam proses jual belinya. Berikut data UMKM kuliner yang telah menggunakan layanan *social commerce* dan *e-payment*:

**Tabel 1.2**  
**Data UMKM Kuliner Yang Menggunakan Layanan *Social Commerce* dan *E-Payment***

No	Nama UMKM	Media Sosial	Alamat UMKM
1	Donat syafa	donat_syafa	Pasar Baru
2	Warung mama amel	warungmama.amel	Sipolu polu
3	Bunda fizza	Bundapizza_	Pidoli
4	Rumah kawan	Rumahkawan_pyb	Sipolu polu
5	Ayam geprek al-falah	Ayamgeprekalfalah	Sipolu polu
6	Evanganon	Evanganon	Panyabungan Julu
7	Juragan dimsum	juragandimsumpanyabungan	Sipolu polu
8	Pusat oleh-oleh aisyah	Pusat.oleholehaisyah_	Kayu Jati
9	Dapur hana	Dapurhana.pyb	Parbangunan
10	Sahwara Juice	sahwara_2018	Pasar Lama
11	Aha kebab	Ahakebabmadina	Jl. Bakti Abri
12	Miss Donuts	mis.donat.9	Pidoli Lombang
13	Mama cakies	Mamacakies	Pidoli Lombang
14	Twins Smoothies	twins_food_drink	Kayu Jati
15	Waroeng tomyam 59	Waroengtomyam	Sipolu polu
16	Jajan le	Jajan_le	Kayu Jati
17	Duba kebab	Dubakebab_panyabungan	Sipolu polu
18	Coffee El	coffee_el_official	Pasar Jongjong
19	Dapur Bunda Ica	dapur_bunda812	Jl. Lintas Barat
20	Loponta	loponta94	Jl. Lintas Timur
21	Stasiun lambuang	Stasiunlambuangpasarlama	Pasar Lama
22	Nia Kitchen	niakitchen26	Kayu Jati
23	Jejak rasa	Jejakrasaaa	Kayu jati
24	Ceria corner	Ceriacorner_pyb	Titik Kuning
25	Zayan Home Bakery	Zayandonat	Kayu Jati
26	Ara smoothies	Ulfahludhfiani	Sipolu polu
27	Tabo ice soothies	Taboicesmoothies	Pasar Baru
28	Ray corner	ray_cornermadina	Pasar Baru
29	King athar	king_athar2021	Sipolu polu
30	Kopi simpang tiga	Kopisimpangtiga	Aek Lapan

Sumber: Hasil Observasi Via Online

Dari table di atas, dapat dilihat bahwa ada sebanyak 30 unit UMKM yang menggunakan layanan *social commerce* dan *E-payment*. Penggunaan *social commerce* dan *E-payment* memberikan dampak yang baik bagi pendapatan dan penjualan pelaku UMKM. Hal ini dikarenakan dengan adanya layanan *social commerce*, produk dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas sehingga jangkauan pasar semakin luas dan meningkatkan pendapatan melalui layanan *social commerce*. Hal ini di dukung oleh temuan Chierici (2020), bahwa teknologi digital memiliki potensi untuk meningkatkan kinerja bisnis. Peluang baru dengan teknologi digital adalah dapat memperbarui model bisnis yang sudah ada, dengan menambahkan teknologi dan pengetahuan baru untuk mencapai tujuan yang berkelanjutan. Pembayaran non tunai adalah salah satu cara teknologi informasi berinteraksi dengan pertumbuhan ekonomi digital (Sihaloho et al., 2020).

Laporan dari McKinsey & Company (2021) menyebutkan bahwa *social commerce* di Asia Tenggara, termasuk Indonesia menyumbang lebih dari 40% transaksi online, dengan pertumbuhan rata-rata per tahun sebesar 32%. Namun pemanfaatan *social commerce* di Kecamatan Panyabungan masih memerlukan perhatian khusus, terutama dalam hal literasi digital dan akses teknologi. Meskipun *e-payment* dan *social commerce* menawarkan banyak potensi guna meningkatkan pendapatan UMKM di Kecamatan Panyabungan, terdapat beberapa tantangan yang perlu di atasi.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, penulis telah mewawancarai tiga pelaku UMKM di Kecamatan Panyabungan. Ditemukan bahwa pemanfaatan *e-payment* dan *Social Commerce* memiliki dampak terhadap pendapatan mereka, namun tingkat pemahaman dan adopsi teknologi tersebut bervariasi. Narasumber pertama seorang pemilik usaha donat syafa, menyebutkan bahwa “penggunaan *social commerce* seperti facebook, Instagram dan whatsapp sangat membantu meningkatkan penjualan dan pendapatan serta dapat di kenal lebih banyak orang”. Sementara itu narasumber kedua, seorang pemilik usaha rumah kawan, mengatakan bahwa ia berhasil meningkatkan penjualan dengan

memanfaatkan fitur media sosial, seperti facebook, Instagram dan whatsapp dan dengan media tersebut orderan lebih banyak masuk serta pembayaran melalui mobile banking dan dana dapat membantu customer yang ingin membayar via internet atau customer yang tidak membawa uang cash. Sedangkan narasumber ketiga, seorang pelaku usaha warung mama amel, mengungkapkan bahwa media sosial sangat membantu meningkatkan penjualan dan pendapatannya tetapi untuk pembayaran elektronik tidak digunakan secara intens pada usahanya. Ia menyatakan bahwa “untuk pembayaran transfer melalui mobile banking atau dana tidak terlalu sering menggunakannya karena di takutkan adanya penipuan”.

Dari observasi awal yang telah dilakukan kepada pelaku UMKM kuliner, ditemukan bahwa pemanfaatan *e-payment* dan layanan *social commerce* secara umum memiliki dampak positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM. *Social commerce*, seperti *facebook*, *Instagram*, dan *whatsapp*, terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan jumlah *orderan*. Namun tingkat pemanfaatan *e-payment* bervariasi, dimana beberapa pelaku usaha merasa terbantu dengan adanya *e-payment* sementara yang lain masih ragu menggunakannya secara intensif karena kekhawatiran terhadap resiko penipuan.

Oleh karena itu, dari latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul “**Pengaruh Layanan *Social Commerce* dan *E-Payment* Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Kecamatan Panyabungan**”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pembahasan sebelumnya maka permasalahan dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Panyabungan belum mengalami peningkatan yang signifikan
2. Pemanfaatan teknologi digital seperti layanan *social commerce* dan *e-payment* masih belum optimal untuk meningkatkan pendapatan

3. Adopsi penggunaan layanan *social commerce* dan *e-payment* yang masih rendah

### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memfokuskan pada 2 variabel bebas (X) yaitu layanan *social commerce* (X1) dan *e-payment* (X2). Serta variabel terikat yaitu Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Y). kemudian tempat penelitian yang akan dibatasi hanya di Kecamatan Panyabungan.

### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang, masalah yang hendak ditelaah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh layanan *Social commerce* terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Kecamatan Panyabungan?
2. Bagaimana pengaruh *e-payment* terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Kecamatan Panyabungan?
3. Bagaimana pengaruh layanan *social commerce* dan *e-payment* secara bersama-sama terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Kecamatan Panyabungan?

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh layanan *Social commerce* terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Kecamatan Panyabungan
2. Untuk mengetahui pengaruh *e-payment* terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Kecamatan Panyabungan
3. Untuk mengetahui pengaruh layanan *social commerce* dan *e-payment* terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Panyabungan

## F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, Adapun manfaat penelitian ini yaitu:

### 1. Manfaat Teoritis

- a. Sebagai sarana pengembangan ilmu yang telah di tempuh peneliti selama perkuliahan terutama terkait layanan *social commerce*, *e-payment*, dan pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
- b. Sebagai sarana pengembangan ilmu dan pemahaman lebih jauh mengenai layanan *social commerce*, *e-payment*, dan pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

### 2. Manfaat Praktis

Melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai informasi, referensi, dan rekomendasi kepada para pelaku usaha terutama dibidang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Selanjutnya semoga penelitian ini dapat menjadi referensi buat para pembaca dan bisa menjadi bermanfaat di masa sekarang maupun yang akan datang.