

**PENGARUH TRANSAKSI *ONLINE (E-COMMERCE)*
MODAL DAN LAMA USAHA
TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM
DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S1
Program Studi Akutansi



Disusun Oleh :

Nama : Firdha Fadhila S

Nim : 31401900065

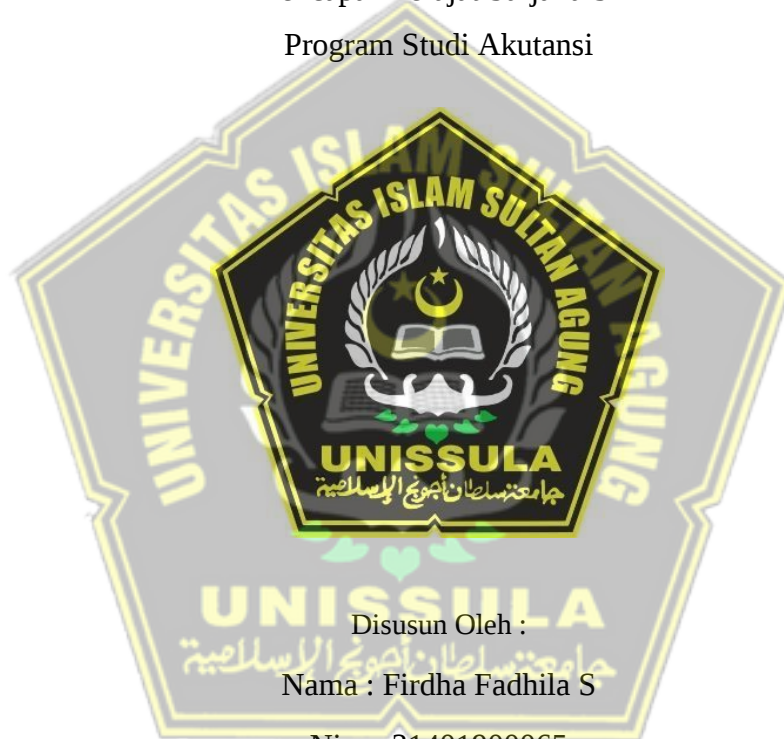
**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 AKUTANSI
SEMARANG**

2023

**PENGARUH TRANSAKSI ONLINE (E-COMMERCE)
MODAL DAN LAMA USAHA
TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM
DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S1
Program Studi Akutansi



Disusun Oleh :
Nama : Firdha Fadhila S
Nim : 31401900065

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 AKUTANSI
SEMARANG
2023**

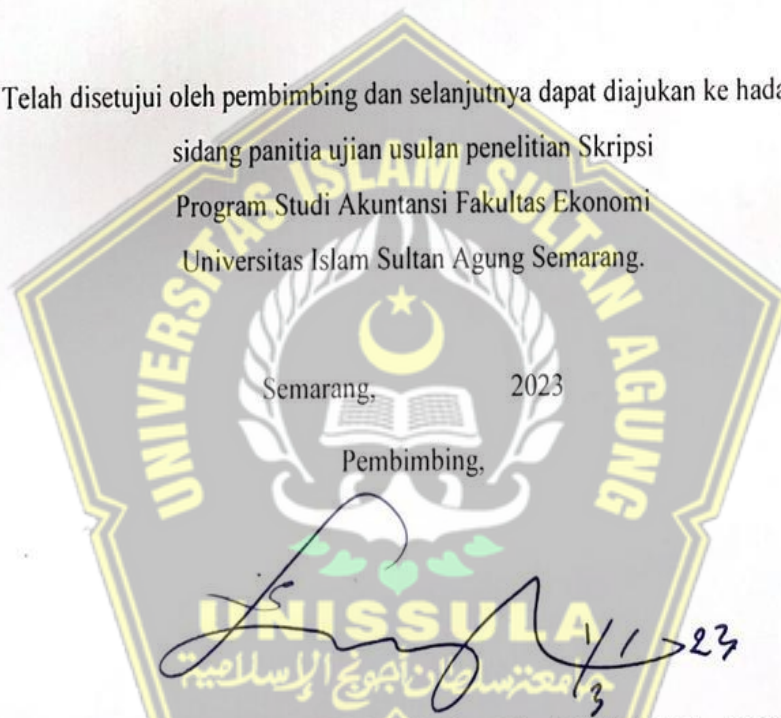
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH TRANSAKSI ONLINE (E-COMMERCE)
MODAL DAN LAMA USAHA
TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM
DI KOTA SEMARANG

Disusun Oleh:

Firdha Fadhila S

NIM : 31401900065

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan ke hadapan
sidang panitia ujian usulan penelitian Skripsi
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang.



Sri Dewi Wahyundaru, S.E., M.Si., Ak., CA., ASEAN CPA., CRP.

NIK. 211492003

Ketua Program Studi

Provita Wijayanti, S.E., M.SI., AK., CA

NIK. 210493033

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Pengaruh Transaksi Online (*E-Commerce*) Modal dan Lama Usaha Terhadap peningkatan pendapatan UMKM Di Kota Semarang

Disusun Oleh :
Firdha Fadhila S
31401900065

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal, 2023
Susunan Dewan Penguji
Pembimbing



Sri Dewi Wahyundaru, S.E., M.Si., Ak., CA., ASEAN CPA., CRP.
NIK. 211492003

Penguji I

Penguji II



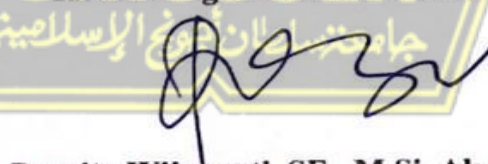
Kholil Fuad, SE, M., Si, Ak, CA
NIK. 211413023



Devi Permatasari, SE, M. Si, Ak, CA
NIK. 211413024

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi
Semarang, 2023

Ketua Program Studi Akuntansi



Provita Wijayanti, SE., M.Si., Ak., CA
NIK. 211403012

HALAMAN PERNYATAAN

Nama : Firdha Fadhila S
NIM : 31401900065
Program Studi : S1 Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Universtas : Universitas Islam Sultan Agung

Menyatakan dengan sungguh bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce) Modal dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Semarang”** merupakan karya peneliti sendiri dan tidak ada unsur *plagiarism* dengan cara tidak sesuai etika atau tradisi keilmuan. Apabila pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk di pergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 29 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan



Firdha Fadhila S

NIM. 31401900065

Abstrak

UMKM merupakan kegiatan usaha yang memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Transaksi Online (*E-Commerce*) Modal dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kota Semarang.

Jenis penelitian kuantitatif, jenis data yang digunakan yaitu data prime dengan menggunakan rumus slovin yang diperoleh sampel sebanyak 100 orang. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 24.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Transaksi *Online* berpengaruh terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM dengan nilai signifikan 0,000, Modal berpengaruh terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM dengan nilai signifikan 0,006 dan Lama Usaha berpengaruh terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM dengan nilai signifikan 0,016. Hasil dari koefisien determinasi diperoleh R^2 sebesar 0,487 atau 48,7%. Dapat diartikan bahwa 48,7% pendapatan UMKM dipengaruhi oleh Transaksi *Online*, Modal dan Lama Usaha dan sisannya 51,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini

Kata Kunci : Pengaruh Transaksi Online (*E-Commerce*) , Modal dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM



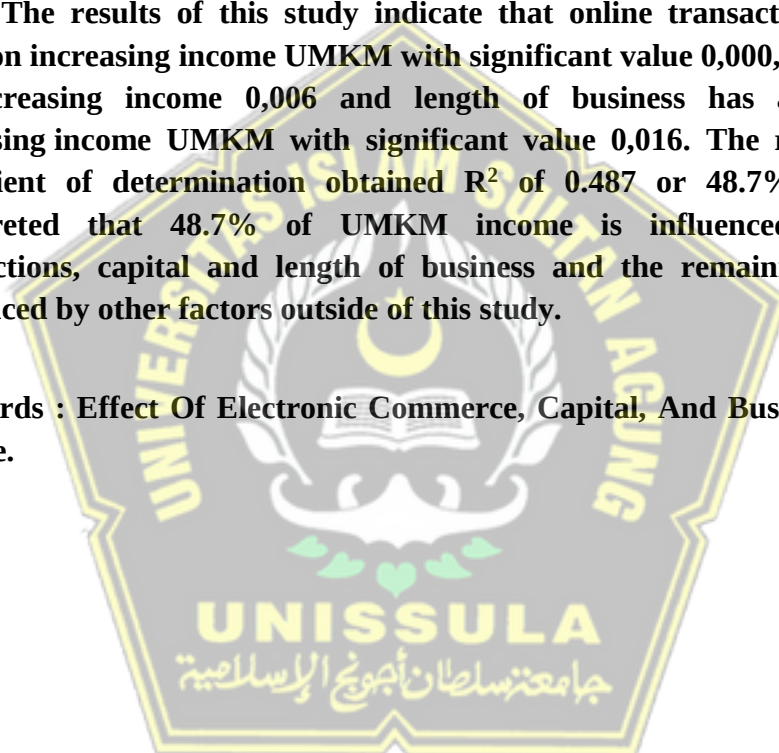
ABSTRACT

UMKM is a business activity that expands employment opportunities, provides broad economic services to the community. This study aims to determine the Effect of Online Transactions (*E-Commerce*) on Capital and Business Length on Increasing Income UMKM in Semarang City.

This type of quantitative research, the type of data used is prime data using the slovin formula obtained by a sample of 100 people. The data collection method used a questionnaire and the data analysis method used was multiple linear regression analysis using SPSS version 24

The results of this study indicate that online transactions have an effect on increasing income UMKM with significant value 0,000, capital effect on increasing income 0,006 and length of business has an effect on increasing income UMKM with significant value 0,016. The results of the coefficient of determination obtained R^2 of 0.487 or 48.7%. It can be interpreted that 48.7% of UMKM income is influenced by online transactions, capital and length of business and the remaining 51.3% is influenced by other factors outside of this study.

Keywords : Effect Of Electronic Commerce, Capital, And Business Age On Income.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberi kita hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan dalam penyusunan penelitian skripsi yang berjudul **“Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce), Modal dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Semarang”** sebagaimana di susun untuk memenuhi syarat akademis menyelesaikan program Sarjana (S1) Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati peneliti menyampaikan terimakasih atas bantuan, bimbingan, dukungan serta do'a baik di ucapkan secara langsung maupun tidak langsung kepada:

1. Prof. Dr. Heru Sulistyo, S.E., M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Ibu Provita Wijayanti, S.E., M.Si. Ak., CA Selaku Ketua Jurusan Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Ibu Sri Dewi Wahyundaru, SE., M.Si., Ak., CA., ASEAN CPA., CRP. Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing dengan sabar, semangat, memberi pengertian, motivasi, kritik arahan serta saran sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh civitas akademik Universitas Islam Sultan Agung terutama Fakultas Ekonomi tempat saya menuntut ilmu.
5. Segenap staf dan karyawan di kampus Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang selalu memberikan informasi dengan baik.
6. Ibu, Bapak, Mba Fida, Mba Ivada, Mba Ayu, Mas Hemy, Mas Fahmi dan semua keluarga yang selalu memberi semangat, motivasi, dukungan serta doa agar penulis bisa segera menyelesaikan dalam penyusunan pra skripsi.

7. Sahabat saya Putri, Ester, Almarhum Ikeh, Atika, Silvi, Sherin, Hesti, Inaka, Galuh yang selalu memberi semangat dan saling support satu sama lain.
8. Support Sistem saya Fiqy yang selalu memberi semangat dan support.
9. Semua pihak yang sudah membantu dan tidak bisa disebutkan satu-persatu. Terimakasih atas dukungan dan bantuan kebersamaanya.

Semoga seluruh doa dukungan dan bantuan serta bimbingan yang telah di berikan kepada peneliti tersebut mendapat pahala dari Allah Ta'ala. Akhir kata, dengan seluruh kerendahan hati peneliti berharap semoga skripsi ini dapat dapat bermanfaat bagi pembaca.

Semarang, 2022

Peneliti

Firdha Fadhila S

NIM 31401900065



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN	v
Abstrak.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 <i>Grand Theory</i>	6
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model</i>	6
2.2 Variabel Penelitian.....	7
2.2.1 Transaksi Online (<i>E-Commerce</i>)	7
2.1.2 Modal.....	8
2.1.3 Lama usaha.....	11
2.1.4 Pendapatan.....	11
2.1.5 Usaha Mikro Kecil Dan Menengah	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	15
2.3 Model Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis	17
2.4 Model Penelitian	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	21
3.2.1 Populasi	21
3.2.2 Sampel	21
3.3 Sumber Dan Jenis Data.....	22
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	23

3.4.1 Metode angket (Kuesioner)	23
3.5 Definisi Operasional Variabel	23
3.6 Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrument Penelitian.....	24
3.6.1 Uji validitas	24
3.6.2 Pengujian Reliabilitas	24
3.7 Metode Analisis Data	24
3.7.1 Statistik Deskriptif.....	25
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	25
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	26
3.7.4 Uji t.....	26
3.7.5 Uji F.....	27
3.7.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Deskriptif Responden Penelitian	29
4.1.1 Karakteristik Responden Secara Umum.....	29
4.2 Deskriptif Variabel Penelitian	32
4.2.1 Variabel Transaksi <i>Online</i>	33
4.2.2 Variabel Modal Usaha	34
4.2.3 Variabel Lama Usaha	35
4.2.4 Variabel Pendapatan UMKM	36
4.3 Uji Instrumen Penelitian	37
4.3.1 Uji Validitas.....	38
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	38
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	39
4.4.1 Uji Normalitas	39
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	40
4.4.3 Uji Heteroskedasitas	40
4.5 Uji Regresi dan Analisis Hipotesis	41
4.5.1 Uji dan Analisis Regresi Linear Berganda	42
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Stimulan (Uji-F).....	44
4.5.3 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)	45
4.5.4 Rekapitulasi Hipotesis	49
4.6 Pembahasan	49
4.6.1 Pengaruh transaksi <i>online (e-commerce)</i> terhadap Pendapatan UMKM di Kota Semarang.....	49
4.6.2 Pengaruh Modal terhadap Pendapatan UMKM di Kota Semarang	50
4.6.3 Pengaruh Lama Usaha terhadap Pendapatan UMKM di Kota Semarang.....	51

BAB V PENUTUP.....	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran	54
5.3 Implikasi kebijakan.....	55
DAFTAR PUSTAKA	57
Lampiran	59



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	23
Tabel 4.1	Deskriptif Variabel Transaksi Online (X1)	33
Tabel 4.2	Deskriptif Variabel Modal Usaha X2	34
Tabel 4.3	Deskriptif Variabel Lama Usaha X3	35
Tabel 4.4	Deskriptif Variabel Pendapatan UMKM (Y)	36
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel	38
Tabel 4.6	Hasil Uji Realiabilitas Variabel	38
Tabel 4.7	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	39
Tabel 4.8	Hasil Multikolinearitas Variabel	40
Tabel 4.9	Hasil Koefisien Determinasi Regresi Sederhana Variabel Transaksi Online	41
Tabel 4.10	Hasil Uji F Regresi Sederhana Variabel X ₁	42
Tabel 4.11	Hasil Uji t Regresi Sederhana Variabel X ₁	43
Tabel 4.12	Hasil Koefisien Determinasi Regresi Sederhana Variabel Modal Usaha	45
Tabel 4.13	Hasil Uji F Regresi Sederhana Variabel X ₂	46
Tabel 4.14	Hasil Uji t Regresi Sederhana Variabel X ₂	46
Tabel 4.15	Hasil Koefisien Determinasi Regresi Sederhana III Variabel Lama Usaha	48
Tabel 4.16	Hasil Uji F Regresi Sederhana Variabel X ₃	49
Tabel 4.17	Hasil Uji t Regresi Sederhana X ₃	49
Tabel 4.18	Rekapitulasi Uji Hipotesis	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan UMKM Di Semarang	2
Gambar 2 1	Model Penelitian	20
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Secara Umum	30
Gambar 4.2	Diagram tingkat Pendidikan Pelaku UMKM Kota Semarang	32
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedasitas	40
Gambar 4.4	Kurva Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Transaksi <i>Online</i> Terhadap Pendapatan UMKM	44
Gambar 4.5	Kurva Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Modal terhadap peningkatan pendapatan UMKM	47
Gambar 4.6	Kurva Uji Hipotesis Pengaruh Variabel lama usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	59
Lampiran 2 Data Tabulasi Penelitian	66
Lampiran 3 Uji Validitas	78
Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik	84
Lampiran 5 Surat Ijin Penelitian	86
Lampiran 6 Dokumentasi Pengisian Kuesioner Offline	87



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. UMKM memiliki peran penting terhadap perekonomian dan menjadi tulang punggung dalam pembangunan ekonomi kerakyatan yang mampu mengurangi masalah terkait perekonomian pada pendapatan. UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi kepada masyarakat, berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Polandos et al., 2019).

Perkembangan usaha mikro kecil menengah terbukti menjadi penggerak utama pada sektor riil yang berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Dikarenakan UMKM mampu bertahan dibandingkan dengan perusahaan besar yang cenderung cepat mengalami kemunduran dalam kegiatan usaha skala besar yang membuat anjlok pada permintaan pasar yang semakin berkurang. Hal ini terbukti saat di tengah terpaan krisis, sektor bisnis tetap berdiri meskipun perusahaan besar banyak mengalami kemunduran. Perusahaan banyak mengalami kemunduran di karenakan pendapatan masyarakat sedang menurun saat krisis moneter. Sehingga UMKM dapat menjadi penyelamat perekonomian Indonesia di masa itu (Afrinawati & Helmalia, 2018)

Dalam upaya mengembangkan sektor usaha kecil merupakan proses dari pembangunan ekonomi yang ada di Indonesia. Tentunya dalam mengembangkan sektor usaha kecil ini memiliki tujuan utama usaha dengan menghasilkan pendapatan masyarakat. Pendapatan UMKM berguna untuk mensejahterakan kehidupan perekonomian masyarakat. Mengingat peran yang dimiliki oleh UMKM ini maka Kementrian Koperasi dan Pemerintah meluncurkan program bantuan untuk masyarakat. Hal ini sudah disetujui oleh kebijakan pemerintah untuk bisa mendorong usaha kecil. Menurut Undang- Undang Nomor 20 Tahun

2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menegaskan bahwa, usaha perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan dan pengembangan usaha seluas-luasnya (Gonibala, Nirfandi dkk, 2019).

Di era digital pada saat ini entrepreneurship membuka para wirausaha untuk membuka wirausaha dengan mendapatkan berbagai keuntungan yang didapatkan. Hal ini di karenakan Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah pada tahun 2022 melansir bahwa sebanyak 17,25 juta Usaha Mikro Kecil Menengah yang terhubung pada ekosistem digital saat ini hal itu menurut Deputy Bidang Mikro Kementerian Koperasi Usaha Kecil Menengah. Perkembangan UMKM di Kota Semarang melansir dari tahun 2019 data sebanyak 17.567, 2020 sebanyak 17.913, 2021 sebanyak 22.242 dan sampai dengan tahun 2022 sebanyak 29.152 data tersebut di dapat dari Dinas Koperasi Semarang yang sudah mendaftar UMKM di Kota Semarang.



Gambar 1.2 Pertumbuhan UMKM Di Semarang

Peningkatan ini terjadi dari pertumbuhan UMKM yang ada di Kota Semarang. Pada hal ini *e-commerce* merupakan hal yang sangat berpengaruh. Dimana semakin baik kualitas *e-commerce* yang dimiliki dalam suatu transaksi maka semakin baik kinerja yang dihasilkan pada perusahaan (Putri Nasucha, 2018).

Berjalanya usaha dengan penjualan produk harus mengikuti perkembangan teknologi yang cenderung berdampak pada peningkatan pendapatan. Salah satu bentuk inovasi yang sedang mulai menjamur dalam jual beli adalah sistem belanja

online (Afrinawati & Helmalia, 2018). Kebiasaan hidup di era digital sekarang dituntut serba praktis dan cepat sehingga internet lebih dikenal dalam pemasaran sebagai sistem belanja online yang digemari dan menjadi kebutuhan sehari-hari. E-Commerce belakangan ini digemari oleh kalangan produsen maupun konsumen karena mudahnya dalam hal promosi melalui media sehingga lebih mudah memperkenalkan dan menjual produk mereka serta memudahkan dalam hal transaksi (Politwika, 2017). Menjual produk dan membeli barang bukan lagi hal yang sulit, dengan kemajuan teknologi dalam berbelanja online.

Modal merupakan hal penting dalam menjalankan sebuah usaha yang akan dibangun. Di karenakan peran modal berguna untuk membiayai kegiatan operasional pada perusahaan sehingga peran modal menjadi perhatian penting bagi pengusaha. Pada kenyatannya untuk mendapatkan pendapatan yang besar diperlukan modal yang besar. Modal yang lemah dapat diartikan sebagai kurang untuk bisa mendapatkan pendapatan yang di inginkan. Pada umumnya UMKM memiliki standar pada skala usaha. Skala usaha yang dilakukan pada UMKM dilihat dari besar kecilnya modal yang dikeluarkan. Terkadang masyarakat yang akan membuka usaha justru tergiur mengenaipinjaman modal dengan bank atau bank yang tidak jelas ijinya yang tidak terdaftar pada OJK atau LSM dengan pencairan modal yang cepat dan praktis tetapi tidak melihat bunga yang dibebankan kepada mereka lebih besar. Pada kenyataanya pengusaha yang mendapatkan pendapatan yang besar justru harus mendapatkan pendapatan yang kecil karena harus membayar bunga.

Faktor lainnya yang menjadi kendala dalam menjalankan suatu usaha yaitu lama usaha. Lama usaha yang dijalankan oleh pengusaha berpengaruh terhadap pendapatan dan pengalaman yang didapatkan. Pengalaman yang didapatkan oleh pengusaha mampu membuat pengusaha mempunyai mental yang besar dalam menjalankan usaha dibandingkan dengan pengusaha yang baru memulai bisnis usaha. Sebagian besar pedagang UMKM di kota semarang telah berdagang dengan waktu lama usaha.

Penelitian ini adalah bentuk replikasi dari penelitian terdahulu yakni penelitian (Afrinawati & Helmalia 2018) yang meneliti bahwa jual beli online

digunakan sebagai alat transaksi online, sedangkan pada penelitian Polandos, Engka, & Tolosang (2019) meneliti bahwa modal, lama usaha dan jumlah tenaga kerja berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah peneliti menggabungkan dari ketiga variabel indepent tersebut yaitu *e-commerce*, modal dan lama usaha. Sedangkan penelitian (Polandos dkk., 2019) terdapat perbedaan pada tahun penelitian, sampel penelitian dan variabel.

Berdasarkan perbedaan dari beberapa hasil penelitian yang dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **Pengaruh Transaksi Online (*E-Commerce*), Modal dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kota Semarang.**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah transaksi sistem belanja online (*e-commerce*) berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang?
2. Apakah modal berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang?
3. Apakah lama usaha berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis transaksi sistem belanja online (*e-commerce*) berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang.
2. Untuk mengetahui modal berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang.
3. Untuk mengetahui lama usaha berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik yang bersifat teoritis ataupun yang praktis sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya di bidang UMKM. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah tentang referensi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dengan membandingkan teori-teori yang ada di lapangan khususnya pada bidang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM).

b. Bagi UMKM

Bagi penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman untuk memberikan masukan mengenai berbagai pertimbangan pengambilan kebijakan dalam bidang UMKM terkait kemajuan teknologi untuk diaplikasikan dalam pemasaran produk.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menjadi bahan referensi dan bahan perbandingan untuk penelitian yang akan datang



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Grand Theory*

2.1.1 *Technology Acceptance Model*

Dengan perkembangan teknologi informasi maka proses transaksi dilakukan secara online. Pengguna *e-commerce* dengan transaksi online akan berdampak pada peralihan model transaksi yang sebelumnya dilakukan langsung menjadi tidak langsung dengan perantara aplikasi *e-commerce*. Dalam penelitian ini menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan mengenai model yang digunakan untuk menganalisis dan memahami faktor penggunaan internet. Menurut Davis 1989 menyatakan penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dimana para pelaku usaha yakin bahwa menjual produk melalui *e-commerce* dapat meningkatkan pendapatan dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dalam hal ini para pelaku usaha yakin bahwa semakin lama pengalaman pelaku usaha untuk menekuni usaha akan memiliki strategi dan strategi yang dimiliki oleh pelaku usaha akan mempengaruhi tingkat pendapatan pada usaha tersebut.

Menurut model penerimaan *Technology Acceptance Model* untuk menerima atau menggunakan teknologi baru adalah ditentukan oleh kemudahan penggunaan yang dirasakan dan manfaat yang dirasakan (Lefiani & Wibasuri, 2021). Model dalam penerimaan teknologi adalah model yang dapat membantu mengenai pemahaman sikap pelanggan terhadap penggunaan teknologi.

Reaksi dan persepsi pengguna Teknologi Informasi akan mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan terhadap teknologi. Memperhatikan aspek persepsi manfaat dan persepsi biaya juga sangat penting dalam keberhasilan penerimaan teknologi baru. Aspek biaya merupakan salah satu model produk untuk konsumen dengan menggunakan produk atau tidak. Teori ini membahas satu hal penting dalam Pengaruh Transaksi Online (*e-commerce*), Modal dan Lama Usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

2.2 Variabel Penelitian

2.2.1 Transaksi Online (*E-Commerce*)

E-commerce dapat diartikan sebagai terjadinya transaksi atau pertukaran informasi antara penjual dan pembeli di dunia maya. *E-commerce* adalah segala bentuk aktifitas transaksi jual beli barang ataupun jasa dengan menggunakan format elektronik.

Menurut Laudon dalam Nursani (2019) *e-commerce* merupakan suatu keadaan dimana proses jual beli produk dilakukan secara elektronik oleh konsumen serta dari perusahaan dengan menggunakan computer sebagai perantara dalam transaksi bisnis.

1. Manfaat *E-commerce*

Manfaat dalam menggunakan *E-commerce* dalam suatu perusahaan sebagai sistem transaksi yaitu :

a. Dapat meningkatkan market exposure (pangsa pasar)

Transaksi online yang dapat membuat semua orang dapat memesan dan membeli produk yang dijual hanya dengan melalui media social dan tidak terbatas jarak dan waktu.

b. Menurunkan biaya operasional (*operating cost*)

Transaksi *e-commerce* adalah transaksi yang sebagian besar operasionalnya deprogram dalam computer sehingga biaya seperti showroom dan beban gaji yang berlebihan tidak perlu terjadi.

c. Melebarkan jangkauan (*global reach*)

Transaksi online yang dapat diakses oleh semua orang di dunia tidak terbatas tempat dan waktu karena semua orang dapat mengaksesnya hanya dengan menggunakan media komputer.

d. Meningkatkan supply management

Transaksi *E-commerce* menyebabkan pengefisienan biaya operasional pada perusahaan terutama pada jumlah karyawan dan jumlah stok barang yang tersedia sehingga untuk menyempurnakan pengefisienan biaya tersebut maka sistem supply management harus ditingkatkan.

2. Jenis *E-Commerce*

E-commerce dibedakan menjadi beberapa jenis berdasarkan karakteristiknya yaitu:

a. Business To Business (B2B)

B2B adalah jenis perdagangan yang meliputi antara semua transaksi elektronik barang atau jasa yang dilakukan antar perusahaan.

b. Business To Consumer (B2C)

B2C adalah bisnis yang dilakukan antara pelaku bisnis dengan konsumen seperti antara perusahaan yang menjual produknya ke konsumen secara tradisional.

c. Consumer To Business (C2B)

C2B merupakan kebutuhan atas produk atau jasa yang menawarkan kepada perusahaan dan nantinya perusahaan membeli/membayar barang atau jasa tersebut. Contohnya Shoppe.

d. Consumer To Consumer (C2C)

C2C adalah konsumen yang menjual secara langsung ke konsumen lain dengan mengiklankan di internet dengan menggunakan transaksi melalui platform atau marketplace

2.1.2 Modal

Modal merupakan sesuatu yang diperlukan untuk membiayai operasi perusahaan mulai dari berdiri sampai beroperasi. Untuk mendirikan atau menjalankan usaha diperlukan modal (uang) dan tenaga (keahlian). Modal dalam bentuk uang diperlukan untuk membiayai segala keperluan usaha. Dan modal keahlian merupakan keahlian dan kemampuan untuk mengelola atau menjalankan suatu usaha. Besarnya modal yang diperlukan tergantung dengan jenis usaha yang dijalankan.

Pada saat ini pelaku usaha kesulitan untuk mengembangkan usaha, terbatasnya modal yang dimiliki oleh pelaku usaha yang menyebabkan kurangnya pengusaha untuk mengembangkan usaha tersebut. Hal lain yang mempengaruhi besarnya modal adalah jangka waktu pada usaha. Setiap perusahaan dalam melakukan kegiatan operasional sehari – hari membutuhkan dana untuk

membiayai. Dana yang telah dikeluarkan untuk usaha diharapkan dapat dipergunakan kembali oleh perusahaan untuk biaya operasional.

1. Jenis – Jenis Modal

Modal dapat digolongkan berdasarkan sumbernya, bentuknya dan kepemilikan serta berdasarkan sifatnya antara lain :

- a. Berdasarkan sumbernya, modal dibagi menjadi dua yaitu modal sendiri dan modal asing. Modal sendiri yaitu setoran dari pemilik perusahaan. Sementara modal asing yaitu modal yang berupa pinjaman bank.
- b. Berdasarkan bentuknya, modal dibagi menjadi dua yaitu modal nyata dan modal abstrak. Modal nyata yaitu barang yang digunakan dalam proses produksi terdiri dari modal barang dan modal uang contohnya mobil. Sedangkan modal abstrak yaitu modal yang tidak terlihat tetapi hasilnya dapat dilihat contohnya hak merk.
- c. Berdasarkan pemilikannya, modal dibagi menjadi dua yaitu modal individu dan modal sosial. Modal individu yaitu modal yang dihunakan oleh perseorangan sebagai sumber penghasilan contohnya saham dan deposito. Dan Modal social yaitu modal yang dapat digunakan oleh orang banyak contohnya jalan.
- d. Berdasarkan Sifatnya, modal dibagi menjadi dua yaitu modal tetap dan modal lancar. Modal tetap yaitu barang modal yang digunakan lebih dari satu kali dalam produksi contohnya bangunan pabrik. Sedangkan modal lancar yaitu barang modal yang habis pakai dipakai sekali dalam produksi contohnya bahan baku.

2. Sumber – Sumber Modal

Sumber modal adalah sumber modal / dana yang dapat digunakan untuk melakukan kegiatan investasi.

a. Modal Sendiri

Modal sendiri adalah modal yang diperoleh dari pemilik usaha perusahaan dengan cara mengeluarkan saham.

b. Modal Asing (Pinjaman)

Modal Asing adalah modal yang diperoleh dari pihak luar perusahaan yang

biasanya diperoleh dari pinjaman. Penggunaan modal pinjaman pada usaha dapat menimbulkan beban biaya bunga, biaya administrasi.

Dalam praktiknya pembiayaan pada suatu usaha dapat diperoleh secara gabungan antara modal sendiri dengan modal pinjaman, modal pinjaman atau gabungan tergantung dari jumlah modal yang dibutuhkan oleh pemilik usaha. Dalam membangun usaha yang baru menggunakan modal sendiri, karena sulitnya untuk memperoleh modal pinjaman dari Bank. Bank yang akan memberikan pinjaman untuk usaha baru lebih dipersulit karena belum mengenal usaha tersebut.

Meminjam uang dalam dunia bisnis merupakan kenyataan umum yang sulit untuk dihindari, meskipun seseorang mempunyai uang yang cukup banyak perusahaan yang berpendapat bahwa pendanaan pinjaman diperlukan. Pinjaman jangka pendek (kurang dari 1 tahun) diperlukan untuk modal kerja dan dibayar kembali dengan dana diluar penjualan. Pinjaman jangka panjang (1-5 tahun) digunakan untuk membiayai pembelian property atau perlengkapan dengan asset yang dibeli berfungsi sebagai jaminan atas pinjaman. Sebagai pengusaha muslim, peminjaman dilakukan di bank atau Lembaga keuangan yang menerapkan sistem syariah.

Beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan apabila ingin memperoleh suatu modal antara lain :

1. Tujuan perusahaan

Perusahaan perlu mempertimbangkan tujuan penggunaan pinjaman tersebut, apakah untuk modal investasi atau modal kerja, apakah sebagai modal utama atau hanya sebagai modal tambahan.

2. Masa pengembalian modal

Dalam jangka waktu tertentu pinjaman harus dikembalikan ke kreditor (bank). Bagi perusahaan jangka waktu pengembalian investasi perlu dipertimbangkan sehingga tidak menjadi beban perusahaan dan tidak mengganggu cash flow pada perusahaan. Sebaliknya jangka waktu pinjaman disesuaikan dengan melihat kebutuhan pada perusahaan.

3. Biaya yang dikeluarkan

Faktor biaya yang dikeluarkan dipertimbangkan secara matang, karena biaya merupakan komponen produksi yang akan menjadi beban perusahaan dalam menentukan harga jual dan laba.

4. Estimasi pendapatan

Estimasi keuntungan diperoleh dari selisih pendapatan dengan biaya dalam suatu periode. Besar kecilnya pendapatan sangat berperan dalam pengembalian dana usaha

2.1.3 Lama usaha

Lama usaha merupakan lamanya waktu usaha yang sudah dijalani oleh pengusaha dalam menjalankan usahanya. Semakin lama menekuni bidang usaha akan semakin meningkatnya pengetahuan selera konsumen. Pengusaha yang lebih lama dalam melakukan usahanya akan memiliki strategi yang lebih matang dan tepat dalam mengelola, memproduksi dan memasarkan produknya (Polandos dkk., 2019). Karena pengusaha yang memiliki jam terbang tinggi di dalam usahanya akan memiliki pengalaman, pengetahuan serta mampu mengambil keputusan dalam setiap kondisi dan keadaan. Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lama seseorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya.

2.1.4 Pendapatan

Pendapatan merupakan unsur terpenting dalam suatu perusahaan karena pendapatan menentukan naik turunnya perusahaan. Pada perusahaan pendapatan mempunyai peranan yang sangat besar, karena faktor dalam operasi suatu perusahaan mempengaruhi tingkat laba yang diharapkan dapat menjamin kelangsungan hidup pada perusahaan.

Ikatan Akutan Indonesia (2019) mendefinisikan pendapatan adalah penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang biasa dan dikenal dengan sebutan seperti penjualan, imbalan, bunga, dividen, dan sewa. Menurut (Hartanto dkk, 2019) menuliskan bahwa pendapatan adalah “Kenaikan atau bertambahnya asset dan penurunan atau berkurangnya liabilitas perusahaan

yang merupakan akibat dari aktivitas operasi atau pengadaan barang dan jasa kepada masyarakat atau konsumen pada khususnya.

Pada perusahaan, pendapatan yang diperoleh atas operasi pokok akan menambah pada nilai asset perusahaan yang dasarnya akan menambah pada modal perusahaan. Berdasarkan dari definisi dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah penghasilan yang timbul dari aktivitas perusahaan yang biasa yang berasal dari penjualan barang, penjualan jasa, bunga, royalty, deviden dan sewa.

Pendapatan dapat juga didefinisikan sebagai kenaikan bruto dalam modal yang berasal dari barang dan jasa yang dijualnya. Dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan tujuan akhir dari setiap usaha yang dilakukan. Besar kecilnya pendapatan dicapai tergantung dengan usaha yang dijalankan dan keterampilan pada tenaga kerja.

Pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode atau dengan kata lain pendapatan merupakan jumlah kekayaan di awal periode ditambah dengan keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi (Sari 2019)

1. Konsep Pendapatan

Menurut Standar Akutansi Keuangan (SAK) PSAK no 25 ditegaskan bahwa dalam pendekatan arus keluar pada pendapatan tersebut diperoleh dari penyerahan atau produksi barang, penyerahan jasa atau kegiatan utama lainnya dimana tersirat bahwa produk tersebut harus meninggalkan perusahaan Konsep dasar pendapatan adalah pendapatan merupakan proses arus, yaitu penciptaan barang atau jasa pada perusahaan selama jarak waktu tertentu.

2. Jenis-Jenis Pendapatan

Standar Akutansi Keuangan No 23 Tahun 2010 pendapatan dibagi menjadi 3 jenis yaitu :

a. Penjualan Barang

Pendapatan yang timbul karena akibat penjualan barang yang diproduksi perusahaan untuk dijual dan dibeli untuk dijual kembali.

b. Penjualan Jasa

Pendapatan yang timbul karena perusahaan menjual jasa perusahaan tersebut. Penjualan jasa ini meliputi pelaksanaan tugas yang kontraktual dengan disepakati dan dilaksanakan dalam suatu periode tertentu.

c. Bunga, Royalty dan Deviden

Pendapatan yang timbul dari penggunaan asset entitas oleh pihak lain yang menghasilkan bunga, royalty dan deviden diakui sebagai berikut :

1) Bunga

Bunga yaitu pembebanan untuk penggunaan kas atau setara kas atau jumlah terutang kepada perusahaan. Bunga mengikuti akuntansi akrual.

2) Royalty

Royalty yaitu Pembebanan untuk penggunaan aktiva jangka panjang perusahaan misalnya hak paten, merek dan hak cipta.

3) Deviden

Deviden yaitu distribusi laba kepada pemegang investasi ekuitas dengan proporsi sesuai dari jenis modal.

3. Faktor faktor yang mempengaruhi

Adapun faktor – faktor yang mempengaruhi besar kecilnya pendapatan sebagai berikut :

a. Modal

Modal yaitu variabel yang berpengaruh terhadap pendapatan karena pada modal usaha ditambahkan maka pedagang mudah untuk bisa membeli barang dalam jumlah besar dan bervariasi sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga penjualan meningkat dan pendapatan meningkat.

b. Lama Usaha

Pedagang yang menjalankan usaha lama lebih cenderung untuk memahami tingkat permintaan konsumen sehingga pedagang dapat memenuhi dan memahami keinginan konsumen sehingga dapat meningkatkan pendapatan.

c. Tenaga Kerja

Semakin meningkatnya ketersediaan tenaga kerja yang memiliki skill maka

semakin meningkatnya produk yang dihasilkan yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

2.1.5 Usaha Mikro Kecil Dan Menengah

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Dan sedangkan usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil yang dimaksud dalam UU tersebut.

1. Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah

Pada Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 6 mengartikan bahwa nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria :

- a. Usaha Mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp 300 juta
- b. Usaha Kecil dengan nilai aset lebih dari Rp 50 juta sampai dengan paling banyak Rp 500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300 juta hingga maksimum Rp 2,5 milyar
- c. Usaha Menengah, adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta hingga paling banyak Rp 100 milyar hasil penjualan tahunan di atas Rp 2,5 milyar sampai paling tinggi Rp 50 milyar. UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, perbedaan antara Usaha Mikro , Usaha Kecil, Usaha Menengah dan Usaha Besar umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata – rata per tahun atau jumlah pekerja tetap.

2.2 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

No	Nama & Tahun Pengarang	Judul Penelitian	Alat Analisa	Hasil Penelitian
1	Helmalia & Afrinawati (2018)	Pengaruh <i>e-commerce</i> terhadap peningkatan pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel <i>e-commerce</i> berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan
2	Dini Seyorini, Eti Nurhayati, Rosmita (2019)	Pengaruh transaksi <i>online (e-commerce)</i> terhadap peningkatan laba UMKM (studi kasus UMKM pengolahan besi Ciampea Bogor Jawa Barat).	Analisis Regresi Linier Sederhana	Hasil ini menunjukkan bahwa variabel <i>e-commerce</i> berpengaruh positif terhadap variabel pendapatan.
3	Prisilia Monnika Polandos, Daisy S.M Engka, Krest D. Tolosang (2019)	Analisis pengaruh modal, lama usaha, dan jumlah tenaga kerja terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di kecamatan Langowan.	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pengusaha UMKM di kecamatan Langowan Timur, namun lama usaha dan jumlah tenaga kerja tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pengusaha UMKM di Langowan Timur.
4	Edi Wibowo, Setyaningsih SU (2019)	Pengaruh faktor kekuatan ekonomi terhadap pendapatan dengan lama usaha sebagai variabel moderating (Survey pada usaha kedai kopi di Surakarta	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel modal dan tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan, sedangkan lama usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan.

5	Nurul Amalia Sari (2019)	Pengaruh perkembangan ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM di kota Makassar	Analisis Regresi Linier Sederhana	Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa variabel ekonomi digital berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan UMKM di kota Makassar.
6	Nirfandi Gonibala, Vecky A.J Masinambow, Mauna Th. B. Maramis (2019)	Analisis pengaruh modal dan biaya produksi terhadap pendapatan UMKM di kota Kotamobagu.	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa modal dan biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan UMKM di kota Kotamobagu.
7	Rusmusi IMP & Afrah Nabila Magfirah (2018)	Pengaruh modal, jam kerja dan lama usaha terhadap pendapatan pedagang di Pasar Ikan Hias Ina Restu Purwokerto Utara	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pedagang dan lama usaha mempunyai arah hubungan yang positif dan signifikan terhadap pendapatan, jam kerja mempunyai arah hubungan searah terhadap pendapatan pedagang.
8	Putri Nasucha (2018)	Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi minat bertransaksi menggunakan <i>e-commerce</i>	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil analisis ini menyebutkan bahwa minat bertransaksi menggunakan <i>e-commerce</i> berpengaruh terhadap <i>e-commerce</i>
9	Trio Rinjaya (2020)	Pengaruh modal sendiri, modal pinjaman, lama usaha dan kualitas produk terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil analisis ini menunjukkan bahwa variabel modal sendiri memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal.

Dari tabel studi penelitian terdahulu tentang pendapatan UMKM dapat dijadikan referensi dalam penelitian. Penelitian Helmalia & Afrinawati (2018) menggunakan variabel *e-commerce*, sedangkan pada penelitian Polandos Engka, Tolosang (2019) menggunakan variabel indepent modal dan lama usaha.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu menggabungkan dari beberapa variabel diatas yaitu Transaksi Online (*E-Commerce*) Modal dan Lama Usaha.

2.3 Model Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Transaksi Online (*e-commerce*) terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Semarang

Lahirnya suatu transaksi online dikarenakan adanya transaksi yang terjadi secara elektronik antara penjual dan pembeli tanpa ada perjumpaan langsung. Kemajuan teknologi dan perubahan perilaku manusia yang menuntut untuk serba praktis dengan belanja dan transaksi serba online, membuka peluang untuk para perusahaan dengan menjual produk dan jasa pada media internet. Dalam penelitian akan mengkaji perilaku pengguna aplikasi *online shopping* berdasarkan faktor yang mempengaruhi dengan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Teori TAM menjelaskan tentang perilaku konsumen dalam menggunakan teknologi sebagai sistem informasi untuk berbelanja menggunakan *e-commerce*. Dengan menggunakan transaksi secara elektronik diharapkan dapat menghemat waktu dan menghemat biaya pemasaran serta tenaga kerja sehingga mampu meningkatkan pendapatan usaha. Setyorini, Nurhayati & Rosmita (2019) menyatakan bahwa variabel transaksi online (*e-commerce*) berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan. Menurut Sari (2019) menyatakan bahwa transaksi online (*e-commerce*) berpengaruh terhadap pendapatan.

H1: Transaksi online (*e-commerce*) berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang.

2. Pengaruh Modal terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Semarang

Modal merupakan faktor produksi pada suatu usaha yang menentukan tingkat tinggi rendahnya pada pendapatan. Salah satu faktor pendukung suatu bisnis adalah permodalan. Dalam teori *Technology Acceptance Model (TAM)* model biaya dalam penerimaan teknologi juga mempengaruhi aspek pada produk kepada konsumen dengan menggunakan produk atau tidak. Permasalahan tersebut

dapat diatasi dengan cara mempermudah akses terhadap layanan keuangan. Hambatan pada keuangan ini dapat diatasi dengan adanya akses pendapatan layanan keuangan yang menyediakan akses keuangan seperti kredit, tabungan, asuransi dan pembayaran yang nyaman serta terjangkau. Terbantunya dengan adanya modal pinjaman maka kendala pada produksi dan pemasaran dapat diatasi. Dalam hal itu dapat diartikan bahwa meningkatnya produksi dan pemasaran karena faktor permodalan, kinerja pada pendapatan UMKM juga akan meningkat.

Besar kecilnya modal yang digunakan dalam menjalankan usaha berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan yang diperoleh. Menurut (Polandos et al., 2019) Menyatakan bahwa variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Dan menurut (Gonibala, 2019) memberikan hasil variabel bahwa penelitian berpengaruh positif terhadap pendapatan.

H2: Modal berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang

3. Pengaruh Lama Usaha terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Semarang

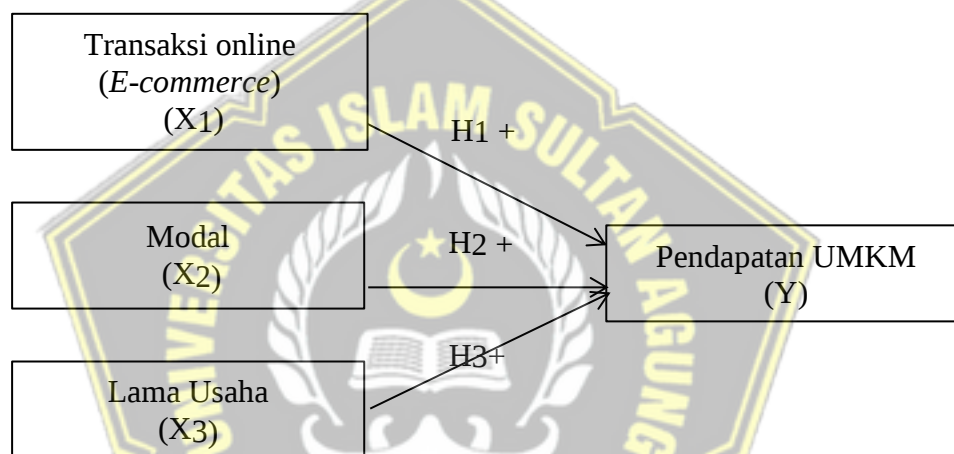
Lama usaha merupakan lamanya waktu usaha yang sudah dijalani oleh para pengusaha dalam menjalankan usahanya. Suatu usaha yang sudah lama didirikan akan banyak belajar dari pengetahuan yang sudah didapatkan selama menjalankan usahanya dan akan semakin banyak perubahan yang akan terjadi dalam perusahaan tersebut daripada yang dilakukan oleh perusahaan yang baru mengoprasikan usahannya. Perubahan yang dimaksud salah satunya dalam penggunaan teknologi informasi. Menggunakan teori *Technology Acceptance Model* para pelaku usaha percaya bahwa dengan menggunakan teknologi informasi lama usaha dapat meningkatkan kinerja dalam bekerja dan hal itu mempengaruhi tingkat pendapatannya. Menurut Wibowo & Setyaningsih (2019) menyatakan bahwa lama usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan karena pengusaha dengan lama usaha yang belum tentu dapat mengoptimalkan usahanya, sebaliknya pengusaha dengan lama usaha yang belum begitu lama dapat menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi. Dan pada penelitian (Rusmusi & Maghfira, 2018) menyatakan lama usaha berpengaruh positif dan signifikan

karena pengusaha yang lebih lama dalam melakukan usaha akan memiliki strategi yang lebih matang dan tepat dalam mengelola, memasarkan produknya dan memproduksi sehingga berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan.

H3: Lama usaha berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang

2.4 Model Penelitian

Model penelitian dibawah ini merupakan gambaran mengenai pengaruh transaksi online (*e-commerce*), modal dan lama usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang, dengan kerangka gambar sebagai berikut :



Gambar 2 2 Model Penelitian

Dari penjelasan diatas, maka selanjutnya peneliti akan menguraikan penelitian mengenai pengaruh transaksi online (*e-commerce*), modal dan lama usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang. Dalam penelitian ini menggunakan X1 transaksi online (*e-commerce*) berpengaruh positif dengan pendapatan Y karena menggunakan transaksi yang secara elektronik dengan menghemat biaya pemasaran dan tenaga kerja sehingga bisa meningkatkan pendapatan pada usaha. X2 Modal berpengaruh positif dengan pendapatan Y karena besar nya modal yang dikeluarkan untuk menjalankan usaha mempengaruhi pendapatan pada usaha tersebut dan X3 lama usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan Y semakin lama pengalaman pelaku usaha dalam menekuni usaha akan mempunyai strategi dan hal itu yang dapat mempengaruhi

tingkat pendapatan yang akan diperoleh. Seperti yang sudah dijelaskan dalam pengembangan hipotesis diatas, bahwa transaksi online, modal dan lama usaha berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan atau kepada responden. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang dilambangkan menggunakan angka angka mulai dari pengumpulan data menurut (Arikunto, 2019).

Metode penelitian kuantitatif adalah metode dengan pendekatan deskriptif yang menganalisis pengaruh transaksi online (*e-commerce*), modal dan lama usaha terhadap pendapatan UMKM pada kota Semarang dengan menggunakan analisis statistik SPSS versi 24.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Dalam penelitian, populasi yang dipilih mempunyai hubungan yang erat dengan masalah yang diteliti. Populasi adalah keseluruhan yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (Septiadi et al., 2020). Berdasarkan hal tersebut maka populasi atau objek yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah UMKM di kota Semarang sebanyak 29.152 UMKM yang terdapat di Kota Semarang. Data tersebut di dapat dari (Dinas Koperasi Semarang yang sudah terdaftar UMKM di Kota Semarang pada tahun 2022).

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari elemen-elemen populasi yang hendak diteliti. Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi menurut (Sugiyono, 2019). Teknik yang digunakan dalam penelitian ini untuk pemilihan sampel adalah *teknik convenience sampling* merupakan metode penentuan sampel dengan memilih sampel secara bebas sekehendak peneliti.

Dari populasi yang ada di Pelaku UMKM di Kota Semarang memutuskan menggunakan rumus Slovin. Rumus slovin merupakan rumus untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti. Dan rumus slovin diperkenalkan oleh Slovin pada tahun 1960. Pada populasi yang sudah digunakan menggunakan rumus slovin untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Sehingga memperoleh hasil

$$n = \frac{29.152}{1 + 29.152 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{29.152}{292,52}$$

$$= 99,65$$

$n = 99,65$ dibulatkan 100 orang

Keterangan :

n = jumlah sampel N

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Dengan demikian, besarnya sampel minimal yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 99,65 responden. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari rumus slovin maka ditetapkan jumlah responden sebanyak 100 responden.

3.3 Sumber Dan Jenis Data

Data yang digunakan penelitian ini berupa data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan. Menurut Sugiyono (2019) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Teknik pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung melalui pengisian kuesioner oleh pelaku UMKM di Kota Semarang.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017) cara untuk melakukan Teknik pengumpulan data dapat dilakukan menggunakan kuesioner. Pengukuran pada penelitian ini mengukur opini responden menggunakan skala likert.

3.4.1 Metode angket (Kuesioner)

Dalam pengumpulan data yang dilakukan yaitu menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2019) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Adapun skala yang digunakan pada kuesioner yaitu skala likert, dimana masing – masing dibuat dengan menggunakan skala 1-5 kategori jawaban yang masing-masing jawaban diberi score atau bobot yaitu banyaknya score antara 1 sampai 5, dengan rincian :

- 1) Jawaban SS sangat setuju diberi score 5
- 2) Jawaban S setuju diberi score 4
- 3) Jawaban N netral diberi score 3
- 4) Jawaban TS tidak setuju diberi score 2
- 5) Jawaban STS sangat tidak setuju diberi score 1

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan batasan pengertian mengenai variabel yang diteliti yang mencerminkan indikator – indikator yang digunakan untuk mengukur variabel yang bersangkutan.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	No Item	Skala
Transaksi Online (E-Commerce) (X1)	Proses penjualan digital	a. Kemudahan Akses b. Sistem dapat memenuhi kebutuhan.	1,2,3,4,5 ,6,7	Interval
Modal (X2)	Modal yang digunakan pada operasional di perusahaan	a. Modal sendiri b. Modal pinjaman	1,2,3,4,5 ,6,7	Interval
Lama usaha (X3)	Lama usaha berjalan	a. Masa kerja b. pengalaman pengusaha yang diperoleh	1,2,3,4,5	Interval
Pendapatan UMKM (Y)	Hasil yang diperoleh	a. Peningkatan hasil b. Kecukupan hasil	1,2,3,4,5 ,6	Interval

3.6 Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrument Penelitian

3.6.1 Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Menurut (Ghozali, 2018) suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Metode yang digunakan untuk memberikan penilaian dengan validitas kuesioner adalah korelasi product moment (*moment product correlation, pearson correlation*). *Pearson correlation* yaitu menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari pertanyaan – pertanyaan tersebut. Apabila *pearson correlation* yang diperoleh valid. Dari perhitungan tersebut dapat diketahui validitas masing-masing butir pertanyaan. Butir pertanyaan dikatakan valid jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ namun apabila butir pernyataan tersebut dikatakan tidak valid apabila $r \text{ dihitung} \leq r \text{ tabel}$.

3.6.2 Pengujian Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji realibilitas pda enelitian ini menggunakan uji statistik dengan menggunakan alat uji SPSS. Cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner adalah dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha dimana suatu kuesioner dikatakan reliable jika cronbach alpha $> 0,70$ (Ghozali,2018). Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

1. jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten
2. sementara, jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

3.7 Metode Analisis Data

Metode analisis data digunakan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan peneliti studi kasus yang dipergunakan untuk menyimpulkan, mengelola agar pihak lain dapat dengan memahami objek dari penelitian. Setelah data terkumpul, selanjutnya data akan dianalisis dengan aplikasi yaitu SPSS 24.

3.7.1 Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan gambaran umum mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian. Analisis statistik deskriptif merupakan analisis statistik yang memberikan gambaran secara umum mengenai karakteristik dari masing-masing variabel penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), maximum dan minimum. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis statistik deskriptif.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Kondisi data yang digunakan dalam penelitian diharapkan mampu mengetahui menggunakan analisis ini, sehingga bisa diperoleh pada model analisis data yang tepat menggunakan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat permasalahan asumsi klasik dalam model regresi linier *Ordinary Leas Square* (OLS) (Akban dkk 2022). Untuk mendapatkan nilai pemeriksaan yang efisien dan tergolong tidak bisa atau disebut dengan BLUE (*Best Linier Unbias Estimator*) dari satu persamaan regresi linier berganda, maka uji asumsi klasik terdiri dari : uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedasititas, uji autokorelasi.

1. Uji normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang digunakan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok variabel atau data. Uji normalitas yang akan dipakai adalah uji kolmogorov smirnov. Kriteria uji kolmogorov yaitu model regresi jika data signifikan di bawah 0,05 berarti terdapat perbedaan yang signifikan/data yang tidak terdistribusi normal dan jika data signifikan di atas 0,05 maka tidak terjadi perbedaan yang signifikan pada data yang terdistribusi normal (Hartinah, 2019).

2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji model regresi yang ditemukan apakah adanya kolerasi antar variabel independen. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas dalam model regresi adalah dengan dilihat pada nilai tolerance dan nilai inflation factor (VIF). Nilai cut off yang dipakai adalah nilai tolerance ≥ 10 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 (Hartinah, 2019)

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan dengan cara melihat titik titik pada gambar yaitu titik-titik membentuk pola yang jelas serta menyebar di atas dan di bawah sumbu Y yang berarti tidak terdapat heteroskedastisitas (Hartinah,2019).

3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Analisis ini diolah dengan menggunakan SPSS versi 24. Analisis linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel independent terhadap variabel dependen, dimana yang menjadi variabel terikatnya (Y) yaitu pendapatan UMKM. Secara umum model regresi ini dapat ditulis sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Y : Pendapatan Pengusaha UMKM

α :Konstanta

β_{123} : Koefisien Regresi

X1 : Transaksi online (E-commerce)

X2 : Modal

X3 : Lama Usaha

ε :Term of error

3.7.4 Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2018:99). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan melihat tingkat kesalahan (α) sebesar lima persen (5%) dengan ketentuan pengambilan keputusan :

1. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, $\alpha = 0,05$, maka hipotesis dikatakan diterima berarti variabel independent mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

2. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, $\alpha = 0,05$, maka hipotesis dikatakan ditolak berarti variabel independent tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

3.7.5 Uji F

Uji signifikansi simultan ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independent (X_1 , X_2 , dan X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Analisa uji F dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} namun sebelum membandingkan pada uji nilai F harus ditentukan mengenai tingkat kepercayaan ($1-\alpha$) dan derajat kebebasan (degree of freedom) = $n - (k+1)$ agar dapat ditentukan nilai kritisnya.

Adapun nilai Alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,05. Dimana kriteria pengambilan keputusan yang digunakan sebagai berikut :

- a. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $P \text{ value} < \alpha$ maka :
 - 1) H_a diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan
 - 2) H_o ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan
- b. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $P \text{ value} > \alpha$ maka :
 - 1) H_a ditolak karena tidak memiliki pengaruh yang signifikan.
 - H_o diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan.

3.7.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa baik regresi sesuai dengan data aktualnya (*goodness of fit*). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel independen Transaksi Online (*E-Commerce*) (X_1), Modal (X_2), Lama Usaha (X_3) dengan variabel dependen Peningkatan Pendapatan UMKM (Y). Menurut (Ghozali,2018) koefisien determinasi (R^2) adalah sebagai berikut:

“Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan 1 (satu). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.”

Nilai koefisien determinasi ini mengukur prosentase total varian variabel dependen Y yang dijelaskan oleh variabel independent di dalam garis regresi. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang terbatas.

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independent menjelaskan variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crossection*) relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut waktu (*time series*) mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.



BAB IV

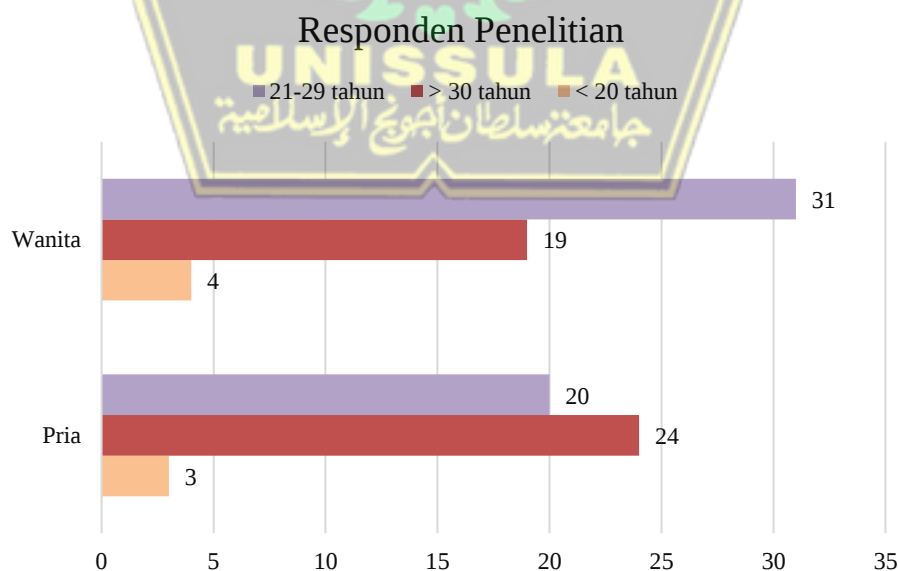
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskriptif Responden Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yang mana dapat menjawab fenomena yang berasal dari *E-Commerce* sebagai media transaksi yang marak digunakan oleh UMKM yang dampaknya terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang. Responden yang terkumpul pada penelitian ini sejumlah 101 responden. Data responden dikumpulkan melalui link *google form* dan secara langsung di Kota Semarang kepada para pelaku UMKM. Secara keseluruhan responden yang didapatkan telah memenuhi kriteria sampel minimum yang ditetapkan sehingga dapat dilanjutkan untuk diolah dan diidentifikasi. Tujuan identifikasi tersebut antara lain untuk mengetahui karakteristik juga penjabaran dari identifikasi responden tersebut.

4.1.1 Karakteristik Responden Secara Umum

Responden secara umum disatukan kedalam sebuah grafik yang diolah oleh penulis berdasarkan data yang diperoleh selama melakukan penelitian dari instrument yang telah disebarkan melalui *online form* dan secara langsung.



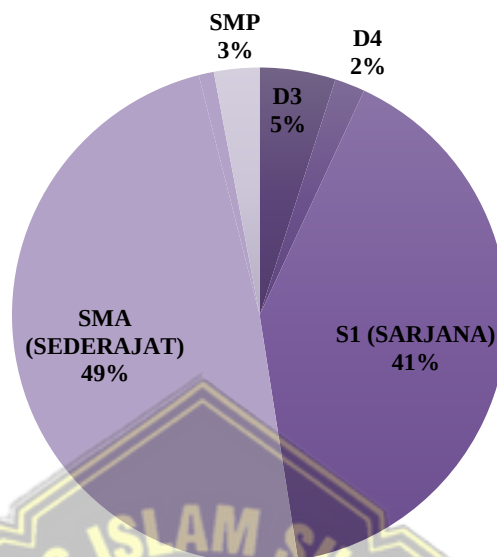
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Secara Umum

Sumber : Data primer diolah, 2023

Karakteristik secara umum dari gambar 4.1 secara singkat mengindikasikan bahwa terdapat 101 responden yang telah mengisi kuesioner, responden didominasi oleh Wanita daripada pria. Responden Wanita jika dipersentasekan sebesar 53 % dari total keseluruhan responden dan sisanya merupakan Pria yakni 47 %. Hal itu tidak dapat dipungkiri Wanita saat ini lebih mendominasi UMKM kota Semarang didukung dengan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) pada 2021 disebutkan bahwa Wanita mendominasi pelaku usaha mikro Indonesia. Marthalina (201) mengatakan bahwa menjalankan bisnis memiliki banyak keuntungan bagi Wanita. Dalam kebanyakan kasus, wanita akan menjalankan bisnis mereka dengan lebih hati-hati. Wanita mampu memproduksi barang dengan daya beli yang lebih tinggi dan nilai yang lebih tinggi. Kedua, bersosialisasi. Wanita memiliki mekanisme pendekatan yang memudahkan Wanita untuk memiliki jaringan yang lebih luas dan biasanya mudah bergaul. Selain itu, wanita sangat ingin memanfaatkan peluang bisnis yang disajikan oleh jaringan ini. Ketiga, disiplin diri. Wanita biasanya tidak mudah menyerah saat menghadapi PHK. Wanita melihat kewirausahaan sebagai jalan menuju kegagalan.

Lalu, dilihat dari jenis kelamin Wanita maupun Pria rentang usia paling menonjol yakni terdapat pada usia 21 -29 tahun dengan total 51 responden yang didominasi oleh Wanita dibandingkan dengan pria. Diurutan kedua responden paling banyak berada pada rentang usia diatas 30 tahun dengan total 43 responden yang mana responden pria pada rentang usia tersebut lebih mendominasi dibandingkan responden wanita. Kemudian pada urutan akhir, sebanyak 7 responden berada pada rentang usia dibawah 20 tahun yang didominasi oleh responden Wanita dari pada pria.

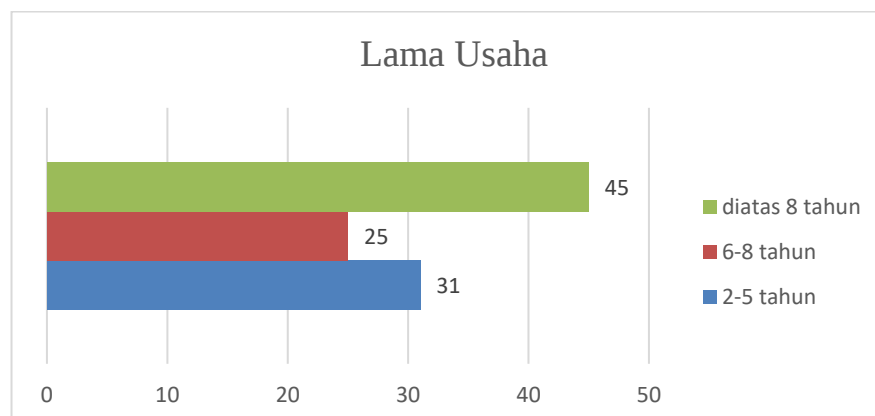
Tingkat Pendidikan



Gambar 4.2 Diagram tingkat Pendidikan Pelaku UMKM Kota Semarang

Sumber : Data diolah penulis, 2023

Dilihat dari gambar 4.2 berkenaan dengan tingkat Pendidikan responden yang merupakan pelaku UMKM di Kota Semarang didominasi oleh tingkat Pendidikan terakhir yakni SMA sebanyak 49% menunjukkan bahwa pendidikan SMA cukup mampu untuk memberikan bekal ilmu pengetahuan bagi para pelaku usaha yang cukup dalam menjalankan bisnis mereka meskipun merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Nainggolan (2016), bahwa tingkat Pendidikan seseorang tidak berpengaruh terhadap penghasilan yang akan mereka dapatkan. Diposisi kedua didominasi oleh tingkat Sarjana sebanyak 41% dan sisanya diisi oleh D4, D3, dan SMP dimana masing masing bernilai 5%, 2% dan 3%.



Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Berdasarkan gambar 4.3 menyatakan bahwa mayoritas responden telah melakukan usaha diatas 8 tahun sebanyak 45 responden lalu diposisi kedua rata-rata responden telah melakukan usaha UMKM di Kota Semarang selama 2-5 tahun yang mana artinya mereka masih menjajaki dunia UMKM baru – baru ini, lalu yang terakhir diposisi ketiga sebanyak 25 responden menyatakan telah membuka usahanya kurang lebih 6 – 8 tahun dimana itu cukup untuk menyatakan bahwa usaha mereka telah bertahan cukup baik sampai detik ini. Lama usaha seseorang sangat mempengaruhi kepercayaan konsumen untuk mengkonsumsi produk mereka sehingga dikatakan bahwa mayoritas responden UMKM di Kota Semarang cukup memiliki kepercayaan dari masyarakat, hal itu dilihat dari mayoritas responden yang memiliki usaha rata – rata bertahan diatas 2 tahun dimana hal tersebut mengindikasikan bahwa usaha yang mereka jalankan mampu bersaing di era digital saat ini.

4.2 Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Min	Max	Mean	St.Deviation
Pengaruh Transaksi Online (e-commerce)	101	2	5	28,31	4,58
Modal	101	2	5	25,3	5,46
Lama Usaha	101	3	5	21,1	2,729

Pendapatan UMKM	101	3	5	19,83	3,026
St. Deviation					

Sumber: Data diolah, 2023

Deskripsi variabel bertujuan untuk mengetahui apakah tanggapan responden terhadap variabel penelitian termasuk dalam kategori rendah, sedang, atau tinggi. Indeks tanggapan responden diambil dari pengukuran skala Likert yang telah ditetapkan.

4.2.1 Variabel Transaksi Online

Tabel 4.1 Deskriptif Variabel Transaksi Online (X1)

Descriptive Statistics					
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
X1.1	101	2	5	4.00	.693
X1.2	101	3	5	4.13	.560
X1.3	101	3	5	4.16	.628
X1.4	101	3	5	4.01	.608
X1.5	101	2	5	3.95	.684
X1.6	101	2	5	4.08	.659
X1.7	101	2	5	3.98	.748
Valid N (listwise)	101				

Sumber : Data diolah penulis, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 tanggapan responden terhadap variabel transaksi online (X1) diisi penuh oleh 101 buah sampel dan diketahui bahwa nilai minimum paling kecil sebesar 1 (satu), nilai maksimum sebesar 5 (lima), dari 7 item pernyataan seputar variabel transaksi *online* nilai mean paling besar ada pada item pernyataan X1.4 sebesar 4.16 yang mana pernyataan berisikan ‘Menggunakan *e-commerce* tidak membuat kesulitan dalam mempelajari cara bertransaksi di situs belanja *online*’ itu mengindikasikan item tersebut memiliki indeks rata-rata yang sangat baik sehingga dapat diartikan bahwa responden dalam menyikapi perubahan perilaku belanja cukup positif karena mampu mengikuti dengan mudah dan mean paling rendah ada pada item X1.5

pada pernyataan ‘menggunakan *e-commerce* sebagai pilihan utama dalam bertransaksi atau berbelanja’ sebesar 3.95 meskipun memiliki nilai mean paling rendah diantara yang lain namun masih berada pada kategori baik dari hal tersebut mengindikasikan bahwasanya transaksi online di *e-commerce* tidak selalu menjadi pilihan utama responden dalam berbelanja. Hal tersebut dapat terjadi karena dipengaruhi faktor – faktor eksternal seperti kepercayaan dan lain-lain sehingga perlu dilakukan pembaharuan agar nantinya *e-commerce* menjadi pilihan utama yang tepat sebagai sarana untuk meningkatkan performa UMKM di Kota Semarang.

Dilihat dari nilai standar deviasi semuanya berada pada rentang 0.560 sampai 0.748 artinya setiap item dalam variabel transaksi *online* (X1) tidak memiliki penyimpangan data atau jawaban yang besar dan mayoritas responden memahami maksud dan tujuan dari item pernyataan yang penulis susun sebelumnya.

4.2.2 Variabel Modal Usaha

Tabel 4.2 Deskriptif Variabel Modal Usaha X2

Descriptive Statistics					
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
X2.1	101	2	5	3.75	.805
X2.2	101	2	5	3.88	.752
X2.3	101	2	5	3.82	.684
X2.4	101	2	5	3.76	.680
X2.5	101	2	5	3.33	.850
X2.6	101	2	5	3.26	.833
X2.7	101	2	5	3.50	.856
Valid N (listwise)	101				

Sumber : Data diolah penulis, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 tanggapan responden terhadap variabel Modal Usaha (X2) diisi penuh oleh 101 buah sampel dan diketahui bahwa nilai minimum paling kecil sebesar 2 (dua), nilai maksimum sebesar 5 (lima), dari 7 item pernyataan seputar variabel transaksi *online* nilai *mean* paling besar

ada pada item pernyataan X2.2 sebesar 3,88 yang mana pernyataan berisikan ‘Penjualan semakin meningkat karena adanya tambahan dari modal sendiri’ itu mengindikasikan item tersebut memiliki indeks rata-rata yang baik sehingga dapat diartikan bahwa para pelaku usaha UMKM rata-rata menambah modal usaha mereka untuk meningkatkan pendapatannya dan *mean* paling rendah ada pada item X2.6 pada pernyataan ‘Modal pinjaman berjalan dengan baik’ sebesar 3,26 meskipun memiliki nilai *mean* paling rendah diantara yang lain namun masih berada pada kategori baik dari hal tersebut mengindikasikan bahwasanya para pelaku usaha UMKM di Kota Semarang dapat memaksimalkan perputaran modal yang ada untuk kelangsungan bisnisnya.

Dilihat dari nilai standar deviasi semuanya berada pada rentang 0.680 sampai 0.856 artinya setiap item dalam variabel Modal Usaha (X2) tidak memiliki penyimpangan data atau jawaban yang besar dan mayoritas responden memahami maksud dan tujuan dari item pernyataan yang penulis susun sebelumnya.

4.2.3 Variabel Lama Usaha

Tabel 4.3 Deskriptif Variabel Lama Usaha X3

Descriptive Statistics					
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
X3.1	101	3	5	4.27	.581
X3.2	101	3	5	4.07	.552
X3.3	101	3	5	4.25	.537
X3.4	101	3	5	4.27	.527
X3.5	101	3	5	4.24	.532
Valid N (listwise)	101				

Sumber : Data diolah penulis, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 tanggapan responden terhadap variabel Lama Usaha (X3) diisi penuh oleh 101 buah sampel dan diketahui bahwa nilai minimum paling kecil sebesar 3 (tiga), nilai maksimum sebesar 5 (lima), dari 5 item pernyataan seputar variabel Lama Usaha (X3) nilai *mean* paling besar

ada pada item pernyataan X3.3 sebesar 4,25 yang mana pernyataan berisikan ‘Semakin lama usaha yang dijalankan dapat menjadi dasar kepercayaan pembeli untuk berbelanja’ itu mengindikasikan item tersebut memiliki indeks rata-rata yang sangat baik sehingga dapat diartikan bahwa para pelaku usaha setuju bahwa lama usaha sangat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap UMKM dalam memutuskan untuk berbelanja dan *mean* paling rendah ada pada item X3.2 pada pernyataan ‘Lama usaha terhitung dari awal tahun berdiri hingga sekarang yang berpengaruh terhadap pendapatan usaha’ sebesar 4,07 meskipun memiliki nilai *mean* paling rendah diantara yang lain namun masih berada pada kategori baik dari hal tersebut mengindikasikan bahwasanya pelaku usaha UMKM setuju bahwa lama usaha bermula dari awalnya usaha berdiri.

Dilihat dari nilai standar deviasi semuanya berada pada rentang 0.532 sampai 0.581 artinya setiap item dalam variabel Lama Usaha (X3) tidak memiliki penyimpangan data atau jawaban yang besar dan mayoritas responden memahami maksud dan tujuan dari item pernyataan yang penulis susun sebelumnya.

4.2.4 Variabel Pendapatan UMKM

Tabel 4.4 Deskriptif Variabel Pendapatan UMKM (Y)

	Descriptive Statistics				Std. Deviation
	N	Min	Max	Mean	
Y1	101	2	5	3.65	.727
Y2	101	3	5	3.98	.648
Y3	101	2	5	3.92	.717
Y4	101	3	5	4.09	.471
Y5	101	3	5	4.19	.463
Valid N (listwise)	101				

Sumber : Data diolah penulis, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 tanggapan responden terhadap variabel pendapatan UMKM diisi penuh oleh 101 buah sampel dan diketahui bahwa nilai minimum paling kecil sebesar 3 (Tiga) nilai maksimum sebesar 5 (lima), dari

5 item pernyataan seputar variabel transaksi *online* nilai mean paling besar ada pada item pernyataan Y5 sebesar 4.19 yang mana pernyataan berisikan ‘Penghasilan yang diterima mampu mencukupi kebutuhan sehari-hari’ itu mengindikasikan item tersebut memiliki indeks rata-rata yang sangat baik sehingga dapat diartikan bahwa pendapatan yang didapatkan mampu memenuhi kebutuhan para pelaku UMKM sehari – hari dan mean paling rendah ada pada item Y1 pada pernyataan ‘Pendapatan semakin meningkat setiap tahunnya’ sebesar 3.65 meskipun memiliki nilai mean paling rendah diantara yang lain namun masih berada pada kategori baik dari hal tersebut mengindikasikan bahwasanya pendapatan UMKM tidak serta merta mengalami peningkatan setiap tahunnya terlebih lagi saat ini Indonesia sedang masa pemulihan ekonomi pasca pandemic Covid-19. Hal tersebut dapat terjadi karena banyaknya hal yang tidak diprediksi beberapa tahun kebelakang ditambah kebutuhan semakin meningkat dan banyaknya pengangguran sehingga berdampak terhadap daya beli konsumen terhadap para pelaku UMKM di Kota Semarang.

Dilihat dari nilai standar deviasi semuanya berada pada rentang 0.463 sampai 0.727 artinya setiap item dalam variabel transaksi online (X1) tidak memiliki penyimpangan data atau jawaban yang besar dan mayoritas responden memahami maksud dan tujuan dari item pernyataan yang penulis susun sebelumnya.

4.3 Uji Instrumen Penelitian

Uji kualitas instrument dapat mengungkapkan apakah data yang telah diisi oleh responden dapat dianalisis atau tidak dengan pengujian instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Uji tersebut dilakukan dengan menguji 30 responden awal untuk memastikan kuesioner yang disebar dapat dilanjutkan atau tidak. Uji validitas dan Reliabilitas pada tiap variabel akan dijelaskan pada sub bab berikut ini.

4.3.1 Uji Validitas

Penulis melakukan pengujian validitas pada kuesioner dengan menggunakan korelasi *product moment* (*moment product correlation*, *pearson correlation*) dengan melihat nilai *r* hitung. Butir pertanyaan dikatakan valid jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ akan tetapi jika $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ maka butir pernyataan tersebut dikatakan tidak valid. Setiap variabel dalam penelitian memiliki sejumlah item pernyataan tertentu, yang pertama yakni pada variabel transaksi *online* memiliki 7 item pernyataan, lalu pada variabel modal memiliki 7 item pernyataan, pada variabel lama usaha memiliki 5 item pernyataan, kemudian yang terakhir terdapat variabel pendapatan UMKM yang memiliki 5 item pernyataan. Hasil uji validitas kuesioner untuk variabel-variabel yang diteliti ditunjukkan pada tabel dibawah ini, sebagai berikut :

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel

Validitas					
Transaksi Online (X1)	Modal Usaha (X2)	Lama Usaha (X3)	Pendapatan		Ket.
			UMKM (Y)	R- Tabel 30n	
0,691	0,507	0,738	0,784	0,165	Valid///
0,729	0,568	0,672	0,742	0,165	Valid///
0,787	0,563	0,872	0,698	0,165	Valid///
0,766	0,617	0,805	0,648	0,165	Valid///
0,635	0,504	0,835	0,696	0,165	Valid///
0,720	0,581			0,165	Valid///
0,643	0,645			0,165	Valid///

Sumber : Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan hasil Tabel 4.5 mengenai uji validitas diatas menunjukkan bahwa hasil dari variabel penelitian $> 0,165$ yang berarti valid. Oleh karena itu, semua pertanyaan dalam kuesioner di atas harus dimasukkan dalam penelitian karena layak digunakan.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Butir-butir pernyataan yang masuk dalam kategori valid selanjutnya akan diuji reliabilitasnya. Setelah dilakukan uji instrument reabilitas, maka butir-butir pernyataan yang ada dianalisis menggunakan metode *alpha cronbach's*.

Jika koefisien reliabilitas memiliki nilai positif dan koefisien *Alpha Cronbach's* $\geq 0,60$ maka kuesioner dianggap dapat dipercaya atau *reliable*. Hasil uji reliabilitas dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Realiabilitas Variabel

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Transaksi Online (X_1)	0,830	0,6	Reliabel
Modal (X_2)	0,647	0,6	Reliabel
Lama Usaha (X_3)	0,832	0,6	Reliabel
Pendapatan UMKM (Y)	0,750	0,6	Reliabel

Sumber: diolah oleh penulis (2023)

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas dapat disimpulkan bahwa semua variabel dapat dipercaya karena nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $\geq 0,60$. Oleh karena itu, instrumen pernyataan dalam penelitian ini dikatakan reliabel atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel dan dapat digunakan untuk pengujian lebih lanjut.

4.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini perlu dilakukan sebelum pembentukan model regresi, hal ini dilakukan untuk memastikan model regresi menghasilkan estimasi yang BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Maka dari itu persamaan regresi harus bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), artinya uji F dan uji t tidak boleh memberikan hasil yang bias. Untuk menghasilkan keputusan yang BLUE maka perlu dipenuhi tiga asumsi dasar. Pengujian asumsi dasar yakni Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas dan Uji Multikolinearitas.

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam sebuah penelitian untuk menunjukkan bahwa variabel dependen dan variabel independen dalam suatu regresi terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* adalah uji asumsi normalitas yang digunakan dalam penelitian ini. Untuk mengetahui residual berdistribusi normal atau tidak, dapat dilihat pada nilai *Sig.* Dasar pengambilan keputusan

dalam uji normalitas dalam penelitian ini yaitu apabila nilai *Sig.* lebih dari *alpha* 5%, maka residual berdistribusi normal. Diperoleh hasil uji normalitas sebagai berikut :

Tabel 4.7 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

Sumber : Data diolah penulis, 2023

Berdasarkan hasil uji di atas, terlihat bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* yang ditunjukkan dengan *Asymp.Sig (2-tailed)* berada diatas 0,05 atau 5% yaitu sebesar 0.200 atau 2% sehingga variabel-variabel dalam penelitian ini terdistribusi secara normal yang artinya asumsi normalitas terpenuhi.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Masalah multikolinearitas muncul jika terdapat hubungan yang sempurna atau pasti di antara satu atau lebih variabel independen dalam model. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Agar tidak terjadi multikolinearitas maka korelasi antar variabel harus memiliki kriteria dengan nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan *VIF* ≤ 10 (di sekitar angka 1-10) (Ghozali, 2016).

Tabel 4.8 Hasil Multikolinearitas Variabel

Variabel	Tolerance	VIF
Transaksi <i>Online</i> (X_1)	0,721	1,386
Modal (X_2)	0,610	1,638
Lama Usaha (X_3)	0,577	1,734

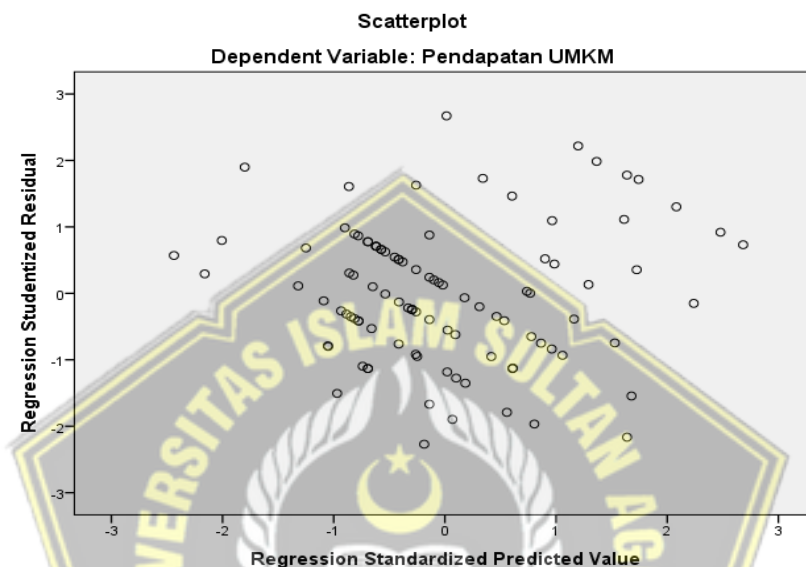
Sumber : Data diolah penulis 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.4 di atas, asumsi non multikolinearitas terpenuhi karena nilai *VIF* dari masing-masing variabel *independent* sebesar ≤ 10 dan hasil nilai *tolerance* $\geq 0,10$.

4.4.3 Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedastisitas digunakan pada penelitian untuk melihat apakah terjadi suatu penyimpangan pada saat melakukan uji regresi atau tidak. Uji heteroskedastisitas menggunakan *scatterplot* pada penelitian ini menunjukkan

hasil titik-titik membentuk pola tidak teratur serta menyebar disekitar angka 0 yang menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki regresi yang layak untuk memprediksi variabel dependen sebagai fungsi dari variabel independen, karena tidak terjadi heteroskedastisitas dan uji asumsi klasik terpenuhi, berikut hasil uji Heteroskedasitas.



Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedasitas

Sumber: diolah oleh penulis (2023)

Pada Gambar 4.3 diatas menunjukkan bahwa *scatterplot* yang dihasilkan dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas karena plot menyebar secara acak dan tidak membentuk pola. Hasil dari uji heteroskedasitas pada penelitian ini sesuai dengan pernyataan (Hartinah, 2019) dimana titik-titik membentuk pola yang jelas serta menyebar di atas dan di bawah sumbu Y yang berarti tidak terdapat heteroskedastisitas. Ketika uji asumsi sudah terpenuhi, maka dari itu penulis melanjutkan pengujian menggunakan metode regresi

4.5 Uji Regresi dan Analisis Hipotesis

Uji Regresi dan hipotesis dilakukan untuk melihat pengaruh transaksi sistem belanja *online (e-commerce)* dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Kota Semarang, melihat pengaruh modal dalam peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang, dan selain itu untuk melihat seberapa berpengaruh lama usaha

terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang. Dalam penelitian ini penulis menggunakan uji regresi berganda. Berikut hasil uji regresi berganda dan analisa hipotesis yang dilakukan oleh penulis kedalam sub-bab berikut.

4.5.1 Uji dan Analisis Regresi Linear Berganda

Dilakukannya analisis regresi linear berganda ditujukan guna mengetahui adanya hubungan antara variabel-variabel sistem Transaksi *online* (*e-commerce*) (X_1), Modal Usaha (X_2), Lama Usaha (X_3) dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Kota Semarang. Pengaruh transaksi sistem belanja *online* (*e-commerce*), modal, dan lama usaha yang positif dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Kota Semarang ialah hipotesis yang diuji dalam penelitian ini. Hasil pengujian analisis regresi linear sederhana dengan variabel transaksi *online* sebagai variabel *independent* (X_1), Modal Usaha (X_2), Lama Usaha (X_3) dan variabel pendapatan UMKM sebagai variabel *dependent* (Y) yakni, sebagai berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1			
(Constant)	3.347	1.758	
Transaksi Online	.238	.058	.354
Modal Usaha	.183	.065	.260
Lama Usaha	.243	.099	.236

Sumber : Data diolah penulis, 2023

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda tersebut, dapat dilihat bahwa diperoleh bilangan tetap atau konstan sebuah variabel terikat jika variabel bebas bernilai nol (nilai konstanta) sebesar 3.347 serta diperoleh nilai koefisien variabel Transaksi *online* (X_1) sebesar 0,238, variabel Modal Usaha (X_2) sebesar 0,183 dan variabel Lama Usaha (X_3) sebesar 0,243. Dari hasil tersebut, dapat dituliskan hasil persamaan seperti di bawah ini:

$$Y = 3,347 + 0,238 X_1 + 0,183 X_2 + 0,243 X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Diperoleh nilai konstanta dari hasil persamaan tersebut sebesar 3,347. Hal tersebut menunjukkan bahwa tanpa adanya variabel independen yaitu Transaksi *online* (X_1), Modal Usaha (X_2), dan Lama Usaha (X_3) akan variabel dependen yaitu Pendapatan UMKM (Y) memiliki nilai sebesar 3,347.
- b. Variabel Transaksi *online* (X_1), memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0, 238 yang berarti bahwa Transaksi *Online* memiliki hubungan positif dengan peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa jika variabel Transaksi *online* (*e-commerce*) meningkat satu satuan, maka pendapatan UMKM di Kota Semarang pun akan meningkat sebesar 0, 238.
- c. Variabel Modal Usaha (X_2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,183 yang berarti bahwa dengan Modal memiliki hubungan positif dengan peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa jika variabel Modal Usaha meningkat satu satuan, maka pendapatan UMKM di Kota Semarang pun akan meningkat sebesar 0, 183.
- d. Variabel Lama Usaha (X_3) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,243 yang berarti bahwa lama usaha memiliki hubungan positif dengan peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa jika variabel Lama Usaha meningkat satu satuan, maka pendapatan UMKM di Kota Semarang pun akan meningkat sebesar 0, 243.

Tabel 4. 10 Hasil Koefisien Determinasi Regresi Linear Berganda

Model Summary			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.698 ^a	.487	.471

a. Predictors: (Constant), Transaksi Online, Modal Usaha, Lama Usaha

b. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Sumber:diolah oleh penulis (2023)

Koefisien determinasi (KD) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel *independent* dalam menjelaskan variabel *dependent*. Dari Tabel 4.10 terlihat nilai R^2 sebesar 0,487 atau 48,7%, artinya variabel *independent* yakni Transaksi *online (e-commerce)* (X_1), Modal Usaha (X_2), Lama Usaha (X_3) dalam menjelaskan perubahan variabel *dependent* pendapatan UMKM sebesar 48,7%, dan sisanya sebesar 51,3% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian seperti sumber daya manusia, teknologi dan lain – lain.

4.5.2 Uji Hipotesis Secara Stimulan (Uji-F)

Uji F dilakukan pada penelitian ini untuk mengetahui pengaruh secara serentak dari variabel independen (transaksi *online*, modal usaha, lama usaha) terhadap variabel dependen (pendapatan UMKM) Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen pada saat yang bersamaan. Uji simultan ini dilakukan dengan membandingkan nilai (*alpha*) dengan nilai *p-values*. Jika *p-value* (0,05), maka H_0 ditolak sehingga dikatakan bahwa terdapat pengaruh simultan antara variabel bebas dan variabel terikat, begitu pula sebaliknya. Jika *p-value* melebihi (0,05), maka H_0 diterima, yang menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen secara bersamaan. Pengujian hipotesis variabel Transaksi *online (e-commerce)* (X_1), Modal Usaha (X_2), Lama Usaha (X_3) dan pendapatan UMKM (Y) yakni:

- H_0 : Transaksi *online (e-commerce)* (X_1), Modal Usaha (X_2), Lama Usaha (X_3) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan UMKM (Y)
- H_1 : Transaksi *online (e-commerce)* (X_1), Modal Usaha (X_2), Lama Usaha (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan UMKM (Y).
- Tingkat signifikan (α) sebesar 5%, dan derajat kebebasan (v) = 97 ($n - (k+1)$) didapat nilai F_{tabel} 3,94.

Tabel 4.11 Hasil Uji F Regresi Berganda

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	230.734	3	76.911	30.650	.000 ^b
Residual	243.404	97	2.509		
Total	474.139	100			

a. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

b. Predictors: (Constant), Transaksi Online, Modal Usaha, Lama Usaha

Sumber : Data diolah penulis, 2023

Berdasarkan Tabel 4.11 hasil dapat diketahui nilai F hitung sebesar 30.650 lebih besar dari F tabel sebesar 3,94 ($30,650 > 3,94$) dan nilai sig. sebesar 0.000 lebih kecil dari nilai (α) = 5% ($0.000 < 0.05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan variabel Transaksi online (*e-commerce*) (X_1), Modal Usaha (X_2), Lama Usaha (X_3) terhadap Pendapatan UMKM (Y). Dengan pengertian lain model regresi dapat dipakai untuk meningkatkan pendapatan UMKM.

4.5.3 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)

Uji t dilakukan pada penelitian ini untuk mengetahui pengaruh secara terpisah yang ditimbulkan dari variabel independen terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Hasil uji tersebut dapat ditarik kesimpulan apabila nilai t hitung $<$ t tabel maka H_a ditolak, sebaliknya apabila t hitung $>$ t tabel maka H_a diterima. Hasil uji t dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.12 Hasil Uji t Regresi Linear Berganda

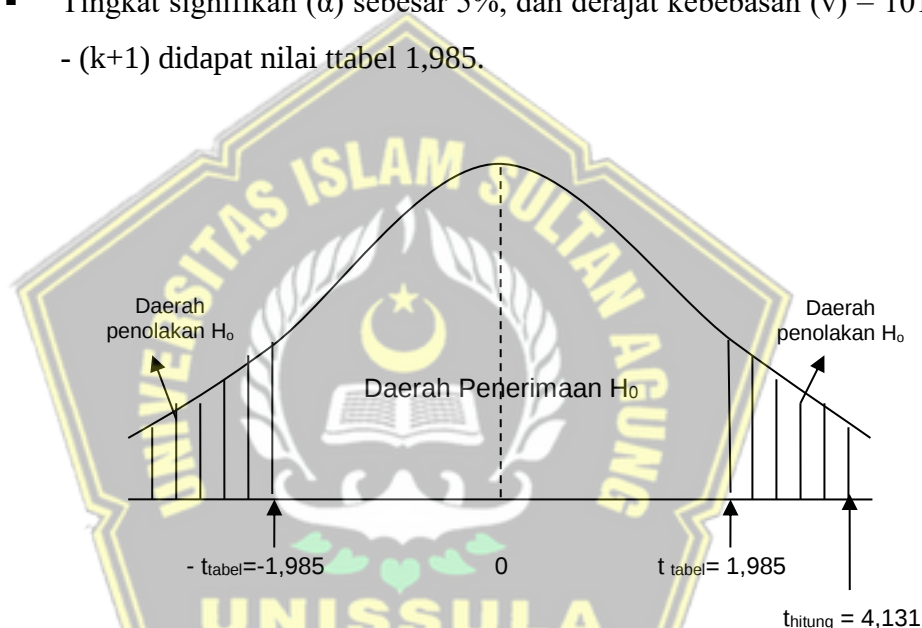
Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.347	1.758		1.904
	Transaksi Online	.238	.058	.354	4.131
	Modal Usaha	.183	.065	.260	2.794
	Lama Usaha	.243	.099	.236	2.461

a. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Sumber: diolah oleh penulis (2023)

Analisis Uji t atau Parsial sebagai berikut :

- a. Pengujian hipotesis variabel Transaksi *online (e-commerce)* (X_1) terhadap variabel pendapatan UMKM (Y) dengan ketentuan sebagai berikut yakni:
 - H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara Transaksi belanja *online (e-commerce)* terhadap Peningkatan pendapatan UMKM.
 - H_1 : Terdapat pengaruh antara Transaksi belanja *online (e-commerce)* terhadap Peningkatan pendapatan UMKM.
 - Tingkat signifikan (α) sebesar 5%, dan derajat kebebasan (v) = 101 ($n - (k+1)$) didapat nilai t_{tabel} 1,985.



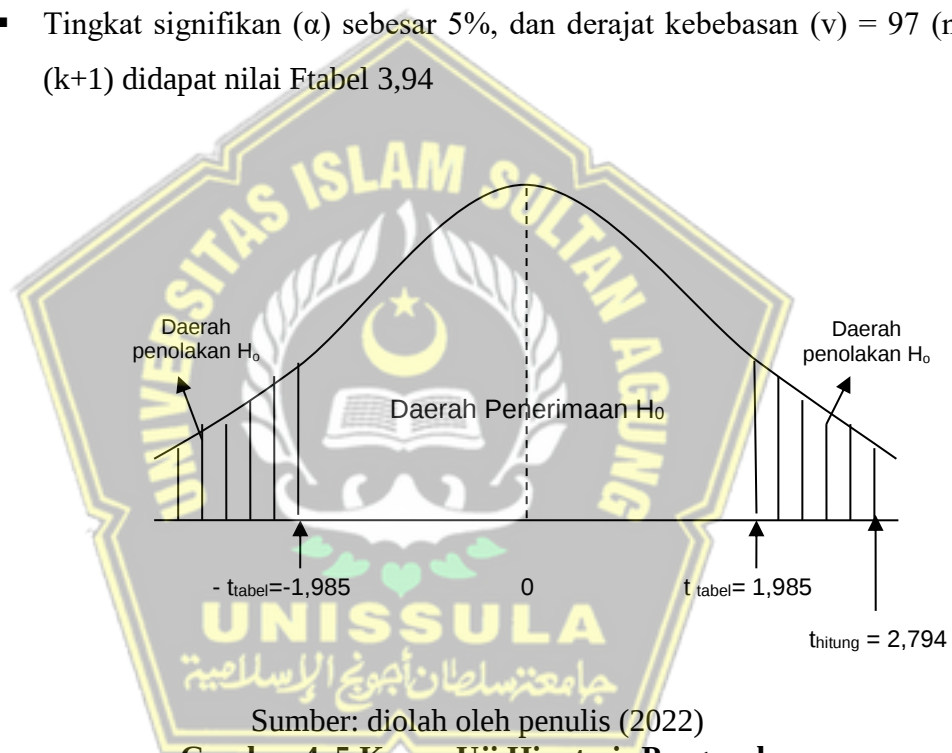
Sumber: diolah oleh penulis (2023)

Gambar 4.4 Kurva Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Transaksi Online Terhadap Pendapatan UMKM

Melihat tabel 4.12 di atas dan gambar 4.4 menunjukkan bahwa t_{hitung} untuk Transaksi *online* adalah 4,131, dan p -value (sig.) adalah 0,000. Maka dari itu hipotesis H_0 ditolak dan hipotesis H_1 diterima karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,131 > 1,985$) dan p -value lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Melihat hasil perhitungan dan analisis di atas menunjukkan bahwa hipotesis pertama telah diterima yaitu transaksi sistem belanja *online (e-commerce)* berpengaruh secara positif dan signifikan dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Kota Semarang hal ini terjadi karena

semakin tinggi pelanggan dalam bertransaksi menggunakan *e-commerce* maka semakin meningkat pula pendapatan pada UMKM.

- b. Pengujian hipotesis variabel Modal Usaha (X_2) terhadap variabel pendapatan UMKM (Y) dengan ketentuan sebagai berikut yakni:
- H_0 : Modal (X_2) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan UMKM (Y)
 - H_1 : Modal (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan UMKM (Y).
 - Tingkat signifikan (α) sebesar 5%, dan derajat kebebasan (v) = 97 ($n - (k+1)$) didapat nilai F_{tabel} 3,94

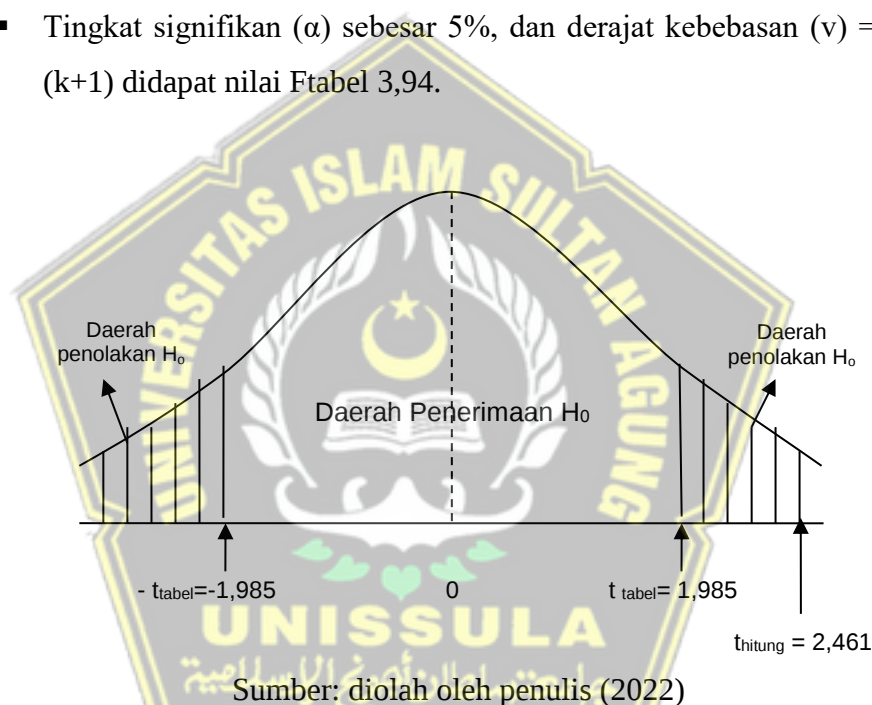


Gambar 4. 5 Kurva Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Modal terhadap peningkatan pendapatan UMKM

Merujuk pada tabel 4.12 diatas dan gambar 4.5 menunjukkan bahwa nilai t -hitung 2,794 dan p -value (sig.) adalah 0,006. sehingga artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima karena t -hitung lebih besar dari t -tabel ($2,794 > 1,985$) dan p -value lebih kecil dari 0,05 ($0,006 < 0,05$) artinya variabel modal berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara modal dan

peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis kedua telah diterima.

- c. Pengujian hipotesis variabel Lama Usaha (X_3) terhadap variabel pendapatan UMKM (Y) dengan ketentuan sebagai berikut yakni:
- H_0 : lama usaha (X_3) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan UMKM (Y)
 - H_1 : lama usaha (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan UMKM (Y).
 - Tingkat signifikan (α) sebesar 5%, dan derajat kebebasan (v) = 97 ($n - (k+1)$) didapat nilai F_{tabel} 3,94.



Gambar 4. 6 Kurva Uji Hipotesis Pengaruh Variabel lama usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM

Merujuk pada tabel 4.12 dan gambar 4.6 diatas menunjukkan bahwa nilai t -hitung 2,461 dan p -value (sig.) adalah 0,016 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima karena karena t -hitung lebih besar dari t -tabel ($2,461 > 1,985$) dan p -value lebih kecil dari 0,05 ($0,016 < 0,05$) artinya variabel lama usaha berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM Hasil analisis yang telah dilakukan peneliti menunjukkan bahwa hipotesis ketiga telah diterima. Hipotesis ketiga ialah adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara lama usaha dan peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang

4.5.4 Rekapitulasi Hipotesis

Berikut hasil rekapitulasi dari uji hipotesis penelitian berdasarkan perhitungan dan penjelasan disub-bagian sebelumnya:

Tabel 4.13 Rekapitulasi Uji Hipotesis

Hipotesis	Keterangan
H1: Transaksi online (<i>e-commerce</i>) berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang.	Diterima
H2: Modal berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang	Diterima
H3: Lama usaha berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang	Diterima

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh transaksi online (*e-commerce*) terhadap Pendapatan UMKM di Kota Semarang

Hipotesis pertama menduga bahwa terdapat pengaruh Transaksi Online (X_1) terhadap Pendapatan UMKM di Kota Semarang. Dari hasil uji regresi dan hipotesis (Uji F dan Uji -t) dengan menggunakan *software* SPSS diperoleh nilai yang jika dilihat dari F hitung sebesar 30.650 lebih besar dari 3,94 ($30,650 > 3,94$) dan nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari nilai (α) = 5% ($0.000 < 0.05$) maka hipotesis diterima, untuk lebih memperjelas dan mengetahui pengaruh transaksi online dilihat dari Uji t menunjukkan t-hitung Transaksi Online sebesar 4,131 lebih besar dari t-tabel yakni 1,985 ($4,131 > 1,985$) dan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Melihat hasil kedua Uji tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa Transaksi Online memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang.

Selain itu dilihat dari koefisien Transaksi online (*e-commerce*) (X_1) menunjukkan nilai positif sebesar 0,238 yang mengindikasikan bahwasanya jika penggunaan transaksi online meningkat maka pendapatan UMKM pun akan meningkat dan demikian sebaliknya jika menurun maka pendapatan

UMKMpun akan menurun. Maka oleh karena itu, para pelaku usaha harus terus menggali potensi di dunia *e-commerce* karena bagaimanapun kini dunia sudah memasuki era digital yang mana nantinya itu akan sangat berdampak kepada pendapatan UMKM itu sendiri, dengan cara memperluas inovasi, jaringan, sistem pembayaran dan lain – lain yang mampu menyeimbangi kebutuhan dan gaya hidup para individu masa kini.

Hal ini sesuai dan diperkuat dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Yusvita Aprilyan et al., (2022) menyatakan bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Daerah Kabupaten Lombok Barat dan temuan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Leni Gustina, Welia Novita, (2022) yang menemukan bahwa variabel *e-commerce* (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan (Y) UMKM binaan RKB BNI Kota Padang.

4.6.2 Pengaruh Modal terhadap Pendapatan UMKM di Kota Semarang

Hipotesis kedua menduga bahwa terdapat pengaruh Lama Usaha (X_2) terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM (Y) di Kota Semarang. Dari hasil uji regresi dan hipotesis (Uji F dan Uji -t) dengan menggunakan *software* SPSS diperoleh nilai dari F hitung sebesar 30.650 lebih besar dari 3,94 ($30,650 > 3,94$) dan nilai signifikansi 0.006 lebih kecil dari nilai (α) = 5% ($0.006 < 0.05$) maka hipotesis diterima, untuk lebih memperjelas dan mengetahui pengaruh modal usaha dilihat dari Uji *t* menunjukkan *t*-hitung variabel Modal Usaha (X_2) bernilai 2,794 lebih besar dari *t*-tabel yakni 1,985 ($2,794 > 1,985$) dan signifikansi sebesar 0,016 lebih kecil dari 0,05 ($0,006 < 0,05$). Melihat hasil kedua Uji tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa variabel Modal (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan Pendapatan UMKM (Y) di Kota Semarang.

Selain itu dilihat dari koefisien Modal Usaha (X_2) menunjukkan nilai positif sebesar 0,183 yang mengindikasikan bahwasanya jika semakin besar modal usaha yang dikeluarkan oleh para pelaku UMKM di Kota Semarang maka semakin meningkat pula pendapatan yang akan mereka dapatkan. Lebih

kelasnya, pelaku UMKM perlu menunjukkan permodalan yang serius untuk menjalankan usahanya. Jika seorang pengusaha menambah modal usaha dan menjual lebih banyak barang, pendapatan usaha akan naik. Sebaliknya, jika pemilik usaha mengurangi modalnya, pendapatannya akan berkurang. Dengan adanya modal usaha yang semakin besar maka pedagang akan semakin beragam dan berinovasi dalam menjual dagangannya, yang memang menjadi kebutuhan konsumen sehari-hari seperti sayuran, sembako, buah-buahan dan lain-lain. Hal ini perlu diperhatikan oleh para pelaku UMKM di Kota Semarang dan pertumbuhannya sebagai pelaku usaha agar dapat bertahan dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin meningkat di kemudian hari.

Hasil penelitian ini diperkuat dari hasil penelitian yang telah dilakukan Gonibala, (2019) menyatakan bahwa pengaruh modal terhadap pendapatan UMKM di Kota Kotamobagu yaitu berpengaruh signifikan dan positif. Selain itu penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Hasanah, Riyan Latifahul, (2020), bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara modal, tingkat pendidikan dan teknologi terhadap pendapatan umkm di Kabupaten Purbalingga. Artinya, sehingga semakin besar modal yang dimiliki maka akan semakin besar pula pendapatan yang diperoleh. Dengan modal usaha yang cukup, UMKM memiliki kemampuan untuk meningkatkan sarana dan prasarana perusahaan dalam rangka menunjang keberlangsungan usaha. Salah satu pendapatan UMKM lebih banyak dipengaruhi oleh faktor modal, dimana besarnya modal maka akan semakin meningkatkan pendapatan usaha.

4.6.3 Pengaruh Lama Usaha terhadap Pendapatan UMKM di Kota Semarang

Hipotesis pertama menduga bahwa terdapat pengaruh Lama Usaha (X_3) terhadap Pendapatan UMKM (Y) di Kota Semarang. Dari hasil uji regresi dan hipotesis (Uji F dan Uji -t) dengan menggunakan *software* SPSS diperoleh nilai yang jika dilihat dari F hitung sebesar 30.650 lebih besar dari 3,94 ($30,650 > 3,94$) dan nilai signifikansi 0.016 lebih kecil dari nilai (α) = 5% ($0.016 < 0.05$) maka hipotesis diterima, untuk lebih memperjelas dan mengetahui pengaruh lama usaha dilihat dari Uji t menunjukkan t -hitung Lama Usaha (X_3) sebesar

2,461 lebih besar dari t -tabel yakni 1,985 ($2,461 > 1,985$) dan signifikansi sebesar 0,016 lebih kecil dari 0,05 ($0,016 < 0,05$). Melihat hasil kedua Uji tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa Lama Usaha (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM (Y) di Kota Semarang dan itu artinya hipotesis ketiga diterima.

Selain itu dilihat dari koefisien Lama Usaha (X_3) menunjukkan nilai positif sebesar 0,243 yang mengindikasikan bahwasanya jika penggunaan transaksi online meningkat maka pendapatan UMKM (Y) pun akan meningkat dan demikian sebaliknya jika menurun maka pendapatan UMKM pun akan menurun. Dari hasil uji dan analisis mengindikasikan bahwa semakin lamanya usaha sebuah UMKM berdiri maka tingkat pengetahuan, pengalaman, dan *skill* pelaku usaha semakin dapat dipercaya sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen dan berdampak terhadap peningkatan pendapatan UMKM jika dibandingkan dengan pelaku UMKM yang masih baru berdiri. Sejalan dengan karakteristik responden berdasarkan variabel Lama Usaha, para pelaku UMKM setuju bahwasanya pengalaman seseorang dalam dunia usaha penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dalam memandang usahanya.

Hasil yang didapat sejalan dengan penelitian (Setiaji & Fatuniah, 2018) menjelaskan lamanya usaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Tidak hanya itu untuk mendukung hasil pengujian hipotesis penelitian oleh (Rani, 2019) bahwa lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan para pedagang tradisional karena pengalaman bisnis adalah faktor yang sangat penting bagi pemilik usaha kecil (pedagang) semakin banyak pengalaman bisnis yang digunakan maka dagangan akan semakin bermacam pengalaman dan mengenal karakter dan perilaku konsumen, sehingga relative lebih baik dalam menawarkan barang dagangannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan Marfuah & Hartiyah, (2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara lama usaha dengan pendapatan UMKM di Kota Semarang. Selain itu penelitian ini juga diperkuat dengan hasil penelitian Hasanah, Riyan Latifahul, (2020), bahwa terdapat pengaruh yang positif dan

signifikan antara modal, tingkat pendidikan dan teknologi terhadap pendapatan umkm di Kabupaten Purbalingga. Semakin lama seseorang pelaku usaha menekuni bidang usahanya maka akan mempengaruhi produktivitasnya (kemampuan profesionalnya/keahliannya), sehingga hal tersebut akan meningkatkan pendapatan usaha.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil analisis data tentang “Pengaruh Transaksi Online (*E-commerce*), Modal dan Lama Usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang” yaitu sebagai berikut :

1. Transaksi *Online* berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan, dikarenakan para pelaku usaha mempromosikan penjualannya lebih memilih menggunakan *e-commerce* yang memudahkan untuk berbelanja dan melakukan transaksi melalui media QRIS yang lebih praktis untuk konsumen. Hal itu yang dapat meningkatkan pendapatan selain berbelanja melalui *e-commerce* dan transaksi melalui QRIS.
2. Modal berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan. Dikarenakan para pelaku usaha memperbesar modal usaha dan melakukan penambahan produk serta jenis barang untuk dijual maka berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan kepada para pelaku usaha di Kota Semarang.
3. Lama usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan. Dikarenakan semakin lamanya usaha yang berjalan maka semakin memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki untuk meningkatkan Pendapatan di Kota Semarang.
4. Hasil koefisien determinasi menunjukan Transaksi *Online*, Modal dan Lama Usaha berpengaruh terhadap Pendapatan di Kota Semarang sebesar 48,7% dan sisanya sebesar 51,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

5.2 Saran

1. Menggunakan transaksi online (*e-commerce*) sangat berpengaruh terhadap berlanjutan usaha mikro, kecil dan menengah yang dapat meningkatkan pendapatan. Hal ini sebagai pelaku UMKM untuk bisa meningkatkan penjualannya dengan menggunakan media *e-commerce* di Kota Semarang.
2. Lama usaha mempunyai pengaruh tinggi terhadap keberlanjutan usaha mikro , kecil dan menengah untuk meningkatkan pendapatan para pelaku usaha. Hal

ini bisa sebagai salah satu cara untuk tetap menjaga bertahannya usaha dengan waktu lama usaha yang ada di Kota Semarang.

5.3 Implikasi kebijakan

Penelitian ini dilakukan dalam lingkup UMKM di Kota Semarang, oleh sebab itu implikasi yang dihasilkan tidak jauh berkaitan dengan dunia UMKM di Kota Semarang. Dengan demikian dapat berikut implikasi dari hasil penelitian ini:

1. Transaksi Online (*E-commerce*) berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang. Dengan hasil demikian, maka para pelaku usaha harus mengedepankan teknologi dengan diimbangi inovasi untuk menunjang kenyamanan dan daya tarik konsumen untuk berbelanja lebih banyak terhadap apa yang mereka tawarkan. Mengikuti seminar dan pelatihan UMKM akan menjadi sebuah keuntungan para pelaku usaha di Kota Semarang agar selangkah lebih maju untuk mengimbangi era digital saat ini sehingga nantinya tidak akan kesulitan untuk melakukan ekspansi usaha ke kelas yang jauh lebih tinggi.
2. Modal memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang. Dengan hasil demikian maka perlu dilakukan manajemen modal lebih maksimal. Hal itu dapat dilakukan dengan mencoba eksperimen atau sebuah hal baru untuk mengupgrade usaha agar lebih menarik minat konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan. Memaksimalkan perputaran modal dapat dilakukan dengan mengikuti berbagai kursus untuk meningkatkan citra usaha dan inovasi usaha sehingga lebih berkembang dimasa yang akan datang.
3. Lama Usaha memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Semarang. Dengan hasil tersebut bahwa sebuah kepercayaan dalam benak konsumen akan muncul dengan sendirinya jika pengalaman usaha lebih besar. Meningkatkan rasa kepercayaan konsumen tentu sebuah hal yang sangat penting dilakukan oleh para pelaku UMKM untuk menunjang keberlangsungan bisnisnya. Oleh karena itu, alangkah lebih baiknya jika para pelaku usaha memperlihatkan totalitas mereka dalam usaha dengan memberikan yang terbaik. Menjaga konsistensi, komitmen juga tidak

mengecewakan konsumen adalah Langkah awal yang harus diambil sebagai sarana membangun kepercayaan pada benak konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

- Afrinawati & Helmalia, 2018. (n.d.). *Pengaruh E-Commerce Terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil menengah di kota padang.*
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik-Revisi Ke X.*
- Dhamayantie & Fauzan, 2017 “Penguatan Karakteristik Dan Kompetensi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Kinerja Umkm,” *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, (March 2018). doi: 10.24843/matrik:jmbk.2017.v11.i01.p07
- Gonibala, Nirfandi dkk 2019 Analisis Pengaruh Modal Dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Kitamobagu, *Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19.01 (2019), 56–67
- Ghozali, I. (2018) *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 25.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Ghozali, I. (2018) *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 25.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartanto, H. F., & 2019. (n.d.). Hartanto, H. F. (2019). Penerapan SOP Hygiene & Sanitasi di dalam Pengolahan Produk Appetizer di Kitchen Hotel Aryaduta Medan. Hartanto, H. F. (2019). *Penerapan SOP Hygiene & Sanitasi Di Dalam Pengolahan Produk Appetizer Di Kitchen Hotel Aryaduta Medan.*
- Hasanah, Riyan Latifahul, D. (2020). Pengaruh modal , tingkat pendidikan dan teknologi terhadap pendapatan umkm di kabupaten purbalingga. *Kinerja*, 17(2), 305–313
- Lefiani, N., & Wibasuri, A. (2021). Pengaruh Kemudahan Dan Manfaat Berbelanja Online Terhadap Niat Beli Ulang Dilihat Dari Sikap Konsumen. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(1), 70–78.
- Leni Gustina, Welia Novita, Y. T. (2022). Pengaruh E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis - JTEKSIS*, 4(1), 152–161.
- Marfuah, S. T., & Hartiyah, S. (2019). Pengaruh Modal Sendiri, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Teknologi, Lama Usaha, dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Usaha (Studi Kasus Pada UMKM di Kabupaten Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering*, 1(1), 183–195.
- Nasri, Al Fadilla Darma, 'Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah', 2020, 24 <[http://repository.iainbengkulu.ac.id/4704/1/SKRIPSI al-fadlilah pdf .pdf](http://repository.iainbengkulu.ac.id/4704/1/SKRIPSI%20al-fadlilah%20pdf.pdf)>

- Nainggolan, R. (2016). Gender, Tingkat Pendidikan Dan Lama Usaha Sebagai Determinan Penghasilan Umkm Kota Surabaya. *Kinerja*, 20(1), 1–12. <https://doi.org/10.24002/kinerja.v20i1.693>
- Polandos et al., 2019, PM, DSM Engka, and KD Tolosang, ‘Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha, Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Langowan Timur’, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19.4 (2019), 36–47
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/25782>
- Rani, R. (2019). Pengaruh Modal Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Tradisional Pasar Minggu. *Widya Cipta - Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 3(1), 143–148. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v3i1.5264>
- Rusmusi, & Maghfira, A. N. (2018). Pengaruh Modal, Jam Kerja, dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Ikan Hias Mina Reestu Purwokerto Utara. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 20, 1–9.
- Setyorini et al., 2019 ‘PENGARUH TRANSAKSI ONLINE (e-Commerce) TERHADAP PENINGKATAN LABA UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat)’, *Jurnal Mitra Manajemen*, 3.5 (2019), 501–9
- Setiaji, K., & Fatuniah, A. L. (2018). Pengaruh Modal, Lama Usaha dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Relokasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, 6(1), 1–14. <https://doi.org/10.21009/jpeb.006.1.1>
- Yusvita Aprilyan, Elin Erlina Sasanti, & Isnawati. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(2), 292–306. <https://doi.org/10.29303/risma.v2i2.216>