

**PENGARUH TRANSAKSI ONLINE *E-COMMERCE*, MODAL  
DAN LAMA USAHA TERHADAP PENINGKATAN  
PENDAPATAN USAHA MIKRO  
KECIL MENENGAH  
(UMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai)**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**JOSEPH HIZKIA S**

**198330160**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 14/5/24

Access From (repository.uma.ac.id)14/5/24

**PENGARUH TRANSAKSI ONLINE *E-COMMERCE*, MODAL  
DAN LAMA USAHA TERHADAP PENINGKATAN  
PENDAPATAN USAHA MIKRO  
KECIL MENENGAH  
(UMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai)**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**JOSEPH HIZKIA S**

**198330160**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

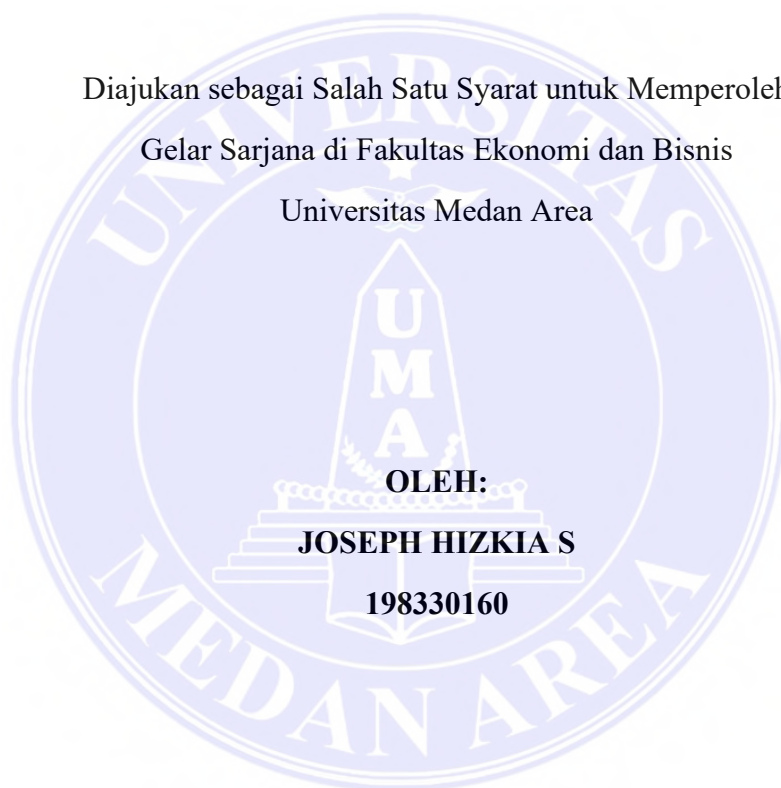
Document Accepted 14/5/24

Access From (repository.uma.ac.id)14/5/24

**PENGARUH TRANSAKSI ONLINE *E-COMMERCE*, MODAL  
DAN LAMA USAHA TERHADAP PENINGKATAN  
PENDAPATAN USAHA MIKRO  
KECIL MENENGAH  
(UMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Medan Area



**OLEH:**

**JOSEPH HIZKIA S**

**198330160**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 14/5/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)14/5/24

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : "Pengaruh Transaksi Online (*E-Commerce*), Modal dan Lama Usaha terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah di Jalan Sockarno Hatta Binjai".

Nama : Joseph Hizkia S

Npm : 198330160


Fakultas : Ekonomi & Bisnis

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing

Pemanding

  
(Aditya Amanda Pane, SE, M.Si)

  
(Linda Lores, SE, M.Si)

Pembimbing

Pemanding

Mengetahui :

  
(Ahmad Rafiki, BBA. Mmgt. Phd, CIMA)  
Dekan

  
(Rana Fathinah Ananda, SE, M.Si)  
Ka. Prodi Akuntansi

Tanggal Lulus : 27 Maret 2024

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 14/5/24

Access From (repository.uma.ac.id)14/5/24

## **HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS**

Dengan Ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Transaksi Online (*E-Commerce*), Modal dan Lama Usaha terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah di Jalan Soekarno Hatta Binjai” adalah benar hasil karya saya sendiri dan judul yang dimaksud belum pernah dimuat, dipublikasikan, atau diteliti oleh mahasiswa lain dalam konteks penulisan skripsi untuk program S-1 Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Semua sumber data dan informasi telah dinyatakan jelas, benar apa adanya.

Medan, 27 Maret 2024



Joseph Hizkia S  
198330160

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Sivitas Akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Joseph Hizkia S  
NPM : 1983300160  
Program Studi : Akuntansi  
Fakultas : Ekonomi & Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Demi Pengembangan Ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas *Royalti Non-Eksklusif (non-eksklusif royalty-free right)* atas karya ilmiah saya yang berjudul “Pengaruh Transaksi Online (*E-Commerce*), Modal dan Lama Usaha terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah di Jalan Soekarno Hatta Binjai”, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas *Royalti Non-Eksklusif* ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*Database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di :Medan  
Tanggal : 27 Maret 2024  
Yang menyatakan

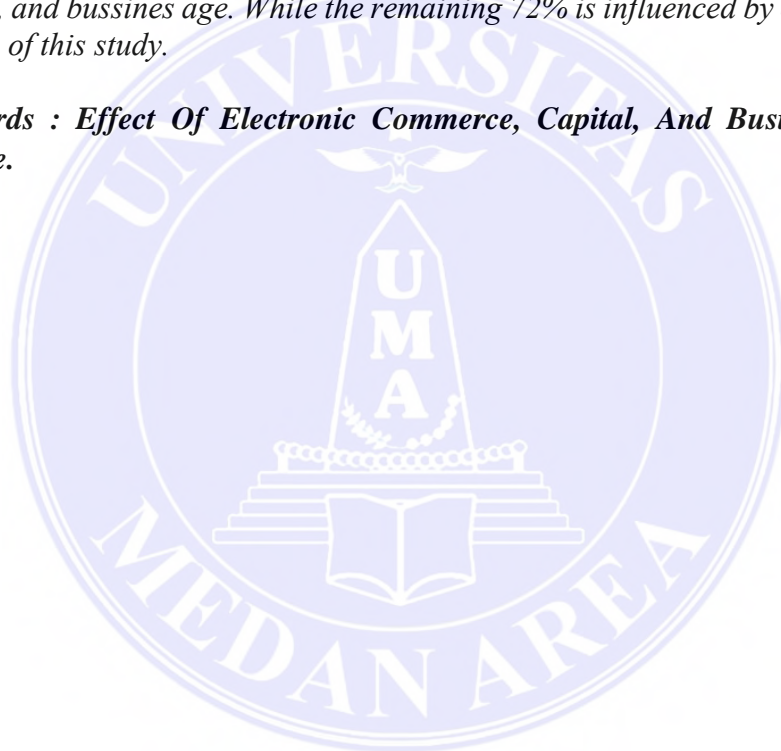


**(Joseph Hizkia S)**  
198330160

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of electronic commerce, capital, and business age on the income of micro, small and medium enterprises on Soekarno Hatta Street Binjai. The type of data used is primary data obtained a sample of 47 people. Methods of data collection using questionnaires while the data analysis method use is multiple linear analysis using the SPSS version 24 program. The results of this study indicate that, electronic commerce affect the income of micro small and medium enterprises with a significant value of 0,061, Capital has an effect on micro, small, and medium enterprises income with a significant value of 0,032, and business age has an effect on micro small and medium enterprises income with a significant value of 0,178. The results of the determination coefficient obtained  $R^2$  are 0,28 or 28%. It can be interpreted that 28% of micro, small, and medium enterprises income is influenced by electronic commerce, capital, and bussines age. While the remaining 72% is influenced by other factors outside of this study.*

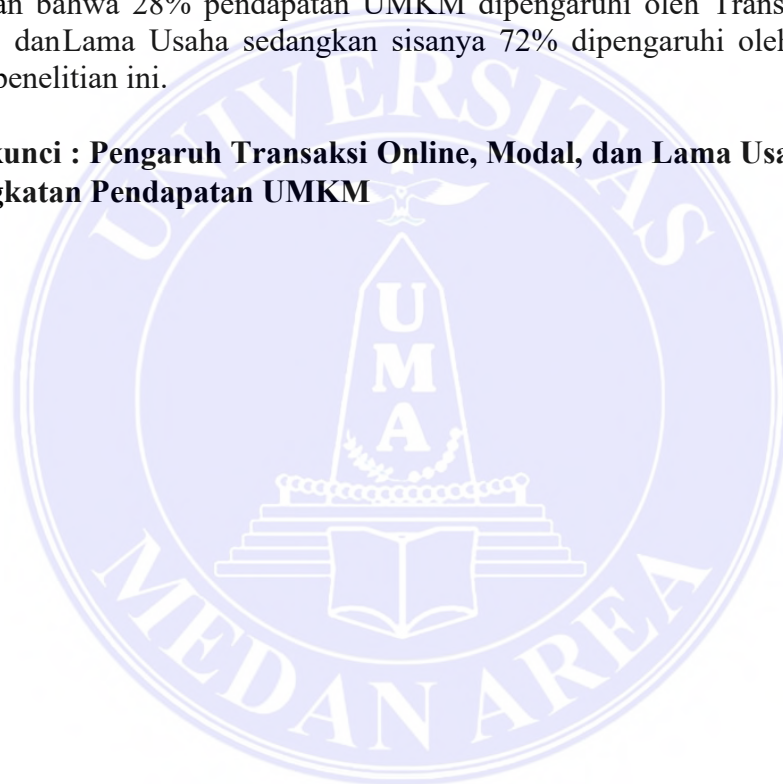
**Keywords : Effect Of Electronic Commerce, Capital, And Business Age On Income.**



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Transaksi Online, Modal dan Lama Usaha terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Jalan Soekarno Hatta Binjai. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan sampel sebanyak 47 orang. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Transaksi Online berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM dengan nilai signifikan 0.061, Modal berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM dengan nilai signifikan 0,032, dan Lama Usaha tidak berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM dengan nilai signifikan 0,178. Hasil dari koefisien determinasi diperoleh  $R^2$  sebesar 0,28 atau 28%. Dapat diartikan bahwa 28% pendapatan UMKM dipengaruhi oleh Transaksi Online, Modal, dan Lama Usaha sedangkan sisanya 72% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

**Kata kunci : Pengaruh Transaksi Online, Modal, dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM**





## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama	Joseph Hizkia S
NPM	198330160
Tempat, Tanggal Lahir	Binjai, 28 Maret 2002
Nama Orangtua :	
Ayah	Nahason Situngkir
Ibu	Linde Sihombing
Riwayat Pendidikan:	
Smp	Smp Negeri 3 Binjai
Sma /Smk	Sma Negeri 5 Binjai
Riwayat Studi Di UMA:	-
Pengalam Pekerja	-
No, Hp/Wa	082267302248
Email	jendraljoseph@gmail.com

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karuniaNya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Skripsi ini menjadi salah satu persyaratan bagi setiap mahasiswa yang ingin menyelesaikan studinya di Universitas Medan Area. Sehubungan dengan itu, disusun skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Transaksi Online (*E-Commerce*), Modal dan Lama Usaha terhadap Peningkatan Pendapatan di Jalan Soekarno Hatta Binjai”

Terima kasih peneliti sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc. Selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki BBA, M.Mgt, Ph.d,CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Rana Fathinah, S.E, M.Si selaku Ketua Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area.
4. Ibu Aditya Amanda Pane, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan saran dan bersedia mengorbankan waktu untuk menuntun serta memberikan arahan kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Linda Lores Purba, S.E, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan saran kepada peneliti.
6. Ibu Devi Ayu Putri Sirait, SE, M.Si, AK, CA selaku dosen sekretaris yang telah memberikan kemudahan kepada peneliti dalam setiap urusan berhubungan dengan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini membekali ilmu pengetahuan kepada peneliti.

8. Seluruh Karyawan Universitas Medan Area yang telah mempermudah dalam melakukan pengurusan administrasi di Universitas Medan Area.
9. Kepada Orang tua tersayang dan tercinta yakni Bapak Nahason Situngkir dan Ibu Linde Sihombing yang menjadi alasan utama saya untuk tetap semangat menyelesaikan studi dan untuk segala doa, usaha, semangat, ajaran dan motivasinya sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada Kakak tercinta yakni Tri Uthari K.S, S.Psi, Widya Pratiwi, S.Tr Keb, dan Ayu Julianti E.S, S.Kom yang telah membimbing dan mengajari saya dalam menyusul skripsi ini
11. Kepada Pacar saya yakni Melviana Laura Br. Turnip yang telah menemani saya dalam proses pengerjaan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa masi banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi. Oleh karna itu, segala kritikan dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua khusus nya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca.

**Medan, 27 Maret 2024**

**Penulis**

**Joseph Hizkia S**

## **DAFTAR ISI**

<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>

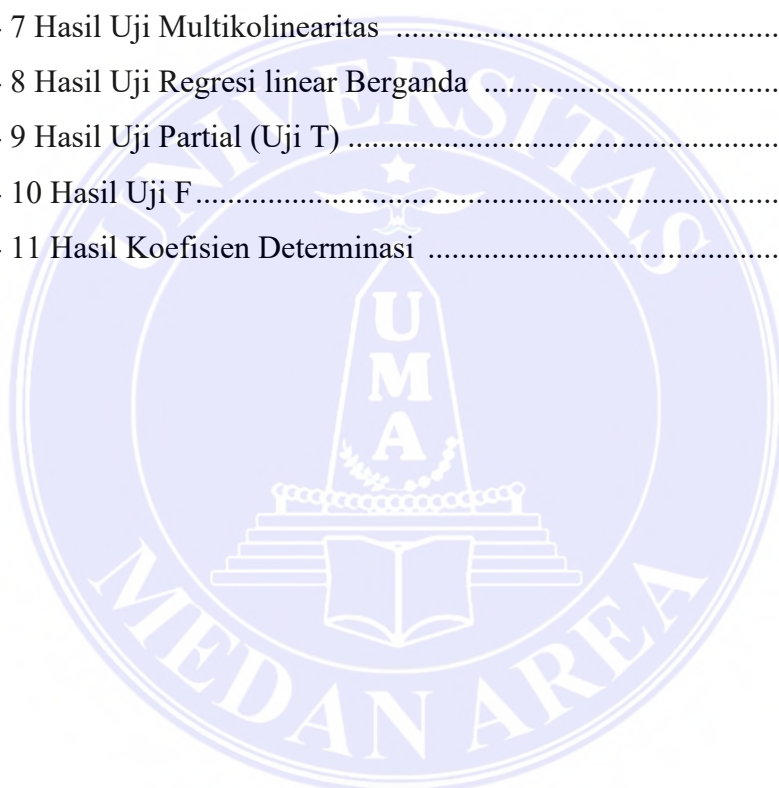
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Peningkatan Pendapatan .....	10
2.1.2 Pengertian Transaksi Online ( <i>E-Commerce</i> ) .....	14
2.1.3 Modal .....	21
2.1.4 Lama Usaha .....	26
2.2 Penelitian Terdahulu .....	27
2.3 Kerangka Pemikiran .....	29
2.4 Perumusan Hipotesis.....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1. Jenis dan Lokasi Penelitian.....	35
3.1.1. Jenis Penelitian .....	35
3.1.2. Lokasi Penelitian.....	35
3.2. Populasi Sampel.....	35
3.2.1. Populasi.....	35
3.2.2. Sampel .....	36
3.3. Defenisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	36
3.3.1. Defenisi Konseptual.....	36
3.3.2. Defenisi Operasional Variabel.....	37
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	38
3.4.1. Kuesioner .....	38
3.4.2. Wawancara.....	39
3.5. Metode Analisis Data.....	39
3.5.1. Uji Kualitas data .....	40
3.5.2. Uji Asumsi Klasik.....	41
3.5.3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	42
3.5.4. Uji Statistik T.....	43
3.5.5. Uji F .....	44
3.5.6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.2. Hasil Perolehan Data .....	45
4.2.1. Hasil Perolehan Data Jenis Kelamin Responden.....	45
4.2.2. Hasil Perolehan Data Usia Responden .....	46

4.2.3.	Hasil Perolehan Data Modal Usaha Responden .....	47
4.2.4.	Hasil Perolehan Data Lama Usaha Responden.....	48
4.2.5.	Hasil Perolehan Data Pendidikan Responden.....	49
4.2.6.	Hasil Perolehan Data Pendapatan Responden .....	49
4.2.7.	Hasil Perolehan Data Variabel.....	50
4.3.	Hasil Analisis Data dan Uji Data .....	51
4.3.1.	Hasil Uji Validitas .....	51
4.3.2.	Hasil Uji Reliabilitas.....	53
4.3.3.	Statistik Deskriptif .....	54
4.3.4.	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	55
4.3.5.	Uji Multikolinearitas.....	56
4.3.6.	Uji Heteroskedastisitas .....	57
4.3.7.	Hasil Analisis Linear Berganda .....	58
4.3.8.	Uji T.....	60
4.3.9.	Uji F.....	62
4.3.10.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	63
4.4.	Pembahasan .....	64
4.4.1.	Pengaruh Transaksi Online ( <i>E-Commerce</i> ) terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai .....	64
4.4.2.	Pengaruh Modal terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai .....	65
4.4.3.	Pengaruh Lama Usaha terhadap Peningkatan Pendapatan di Jalan Soekarno Hatta Binjai .....	65
4.4.4.	Pengaruh Transaksi Online, Modal, dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan pendapatan di Jalan Soekarno Hatta Binjai .....	66
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN .....</b>	<b>67</b>
5.1.	Kesimpulan .....	67
5.2.	Saran .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>69</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>72</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Omset UMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai .....	5
-----------------------------------------------------------	---

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3 1 Operasional Variabel .....	37
Tabel 3 2 Skala Likert .....	39
Tabel 4 1 Jenis-Jenis UMKM .....	45
Tabel 4 2 Hasil Perolehan Data-Data Variabel Depeden dan Independen .....	50
Tabel 4 3 Hasil Uji Vadilitas.....	52
Tabel 4 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4 5 Hasil Analisis Statistik Deskriptif .....	54
Tabel 4 6 Hasil Uji Normalitas .....	56
Tabel 4 7 Hasil Uji Multikolinearitas .....	57
Tabel 4 8 Hasil Uji Regresi linear Berganda .....	59
Tabel 4 9 Hasil Uji Partial (Uji T) .....	61
Tabel 4 10 Hasil Uji F.....	62
Tabel 4 11 Hasil Koefisien Determinasi .....	63



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Kerangka Berfikir.....	29
Gambar 4 1 Jenis Kelamin Responden .....	46

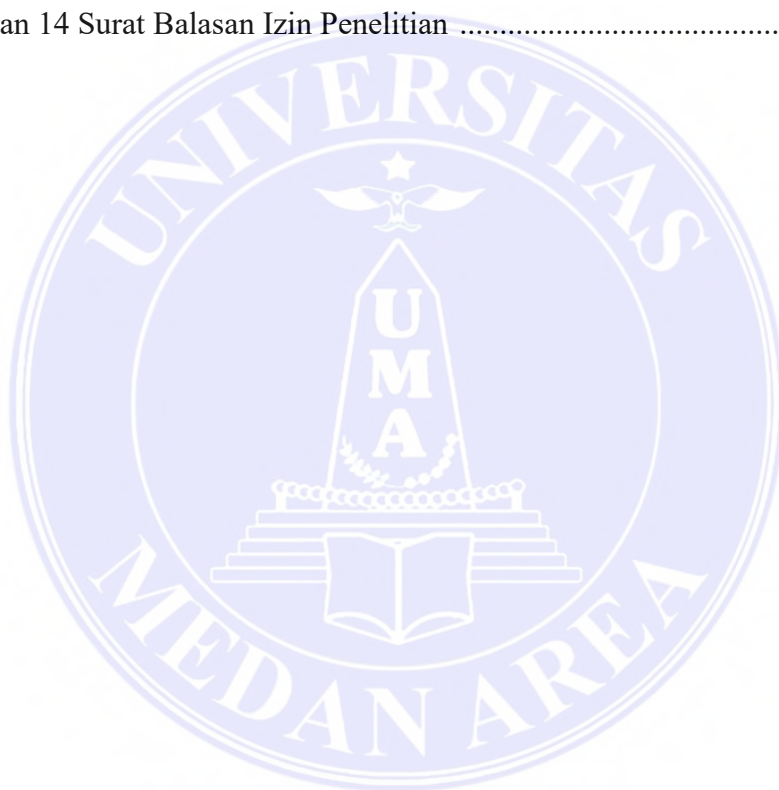
Gambar 4 2 Usia Responden.....	46
Gambar 4 3 Modal Responden .....	47
Gambar 4 4 Lama Usaha Responden .....	48
Gambar 4 5 Pendidikan Responden .....	49
Gambar 4 6 Pendapatan Responden .....	50
Gambar 4 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	58



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	72
Lampiran 2 Data Penelitian Variabel Transaksi Online ( <i>E-Commerce</i> ) (X1).....	76
Lampiran 3 Data Penelitian Variabel Modal (X2) .....	78
Lampiran 4 Data Penelitian Variabel Lama Usaha (X3) .....	80

Lampiran 5 Data Penelitian Variabel Peningkatan Pendapatan (Y) .....	82
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Variabel Transaksi Online (X1) .....	84
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Variabel Modal (X2) .....	85
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Variabel Lama Usaha (X3) .....	86
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Variabel Peningkatan Pendapatan (Y) .....	87
Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas .....	88
Lampiran 11 P-P Plot Normalitas dari Regresi Linear Berganda .....	89
Lampiran 12 Wawancara UMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai .....	90
Lampiran 13 Surat Izin Penelitian .....	93
Lampiran 14 Surat Balasan Izin Penelitian .....	94





## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) merupakan bagian terpenting dalam roda ekonomi kerakyatan dengan mayoritas pelaku usaha dengan jumlah terbesar di tanah air terutama dengan kontribusi seperti dilihat dari aspek-aspek peningkatan sumber pendapatan, kesempatan kerja, pembangunan ekonomi pedesaan dan peningkatan ekspor nonmigas (Tesa, 2020). UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan dan perkembangan perekonomian nasional. Namun masih banyak perusahaan besar yang berhenti melakukan produksi, dalam bidang bisnis ini terbukti membantu saat di tengah terpaan krisis ekonomi, sehingga penghasilan masyarakat umum mengalami penurunan selama krisis mata uang, tetapi permintaan barang tetap stabil bahkan mengalami peningkatan. Hal ini berbanding terbalik dengan situasi perusahaan besar yang terpuruk akibat penurunan permintaan pasar. Diharapkan UMKM menjadi penyelamat perekonomian Indonesia saat ini (Tesa, 2020).

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. (Tesa, 2020). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM menegaskan bahwa, usaha ini perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian

kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya (Tesa, 2020)

Pemberdayaan UMKM penting dilakukan untuk mendorong pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Pengembangan UMKM terkait dengan upaya mendorong lingkungan usaha yang menguntungkan dan meningkatkan motivasi dan pengetahuan kewirausahaan masyarakat dalam rangka meningkatkan pendapatan masyarakat. Pendapatan UMKM sangat penting bagi kesejahteraan hidup dan perekonomian. Pendapatan selalu dalam bentuk nominal uang. Selain itu, Uang dapat mengukur seberapa baik laba operasional sejalan dengan tujuan yang dimaksudkan untuk menghasilkan pendapatan dari penjualan melalui keuntungan sesuai dengan tujuan yang telah diharapkan.

Dalam era digital yang pesat saat ini dapat mendorong *entrepreneurship* untuk membuka wirausaha dengan mudah dengan berbagai keuntungan dan kemudahan yang didapatkan. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) pada tahun 2017 melansir sebanyak 3,79 juta UMKM sudah memanfaatkan *platform digital* dalam memasarkan produknya. Jumlah ini berkisar 8 persen dari total pelaku UMKM yang berselancar di dunia maya, Kemenkop UKM dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) bersama dengan para pelaku *e-commerce* menggalakan program bertajuk 8 Juta UMKM Go. Lewat kerja sama ini, pemerintah juga berharap dapat mempercepat transformasi UMKM di Indonesia menuju digital.

Kurangnya pengetahuan tentang memanfaatkan teknologi memberikan dampak yang kurang maksimal dalam perkembangan UMKM (Usman, 2022). Dari keterbatasan yang dirasakan oleh para pelaku UMKM, masih banyak pelaku

UMKM yang kurang memaksimalkan pendapatan dan manfaat dari menjual barang secara online atau disebut dengan *E-commerce*. *E-commerce* tidak lepas dari laju pertumbuhan internet yang merupakan media untuk memperkenalkan, menjual barang dan jasa kepada konsumen. Dengan demikian pengertian *E-commerce* adalah proses kegiatan promosi, pembelian dan pemasaran produk yang melalui media elektronik atau internet yang bisa dilakukan tanpa harus bertemu antara penjual dan pembeli. Menurut (Larry, 2019) Jenis Transaksi pada *E-commerce* antara lain Bisnis-ke-Bisnis. (B2B), Bisnis-ke-Konsumen (B2C), Konsumen-ke-Bisnis (C2B), Konsumen - ke-Konsumen (C2C).

UMKM yang telah lama menjalankan usahanya memiliki prospek yang luar biasa, tetapi adanya masalah kurang dana menjadikan UMKM ini kurang dapat berkembang karena setiap orang berbisnis pasti membutuhkan modal untuk mendirikan maupun memperbesar usahanya (Polandos et al., 2019). Modal merupakan salah satu faktor yang mempunyai peran cukup penting dalam proses produksi karena dengan modal akan mempengaruhi terhadap kelancaran suatu usaha sehingga akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh (Usman, 2022). Modal tidak selalu identik dengan uang, melainkan segala sesuatu yang dapat dipakai untuk menghasilkan barang dan jasa. Peran modal yang sangat penting dalam bisnis ini guna untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan sehari-hari sehingga modal menjadi perhatian penting bagi para pengusaha. Pada umumnya untuk mendapatkan pendapatan yang besar juga diperlukan modal yang besar pula. Pada kenyataannya UMKM memiliki skala usaha yang berbeda, besar kecilnya usaha tersebut dapat dilihat dari modalnya.

Modal yang lemah dari masyarakat dapat diartikan sebagai suatu kurang kemampuan masyarakat untuk mengelola modal yang sebenarnya (Polandos et al., 2019). Modal yang seharusnya hanya dilakukan untuk usaha mereka namun mereka juga menggunakan untuk hal-hal di luar usaha. Padahal hanya dengan usaha yang dijalankan mereka bisa memperoleh penghasilan, namun terkadang mereka belum mampu memisahkan antara modal usaha dengan pembiayaan sehari-hari, sehingga dapat diketahui lemahnya modal dari para pengusaha UMKM ini terkait dengan keadaan ekonomi mereka dengan jumlah pendapatan mereka. (Saragih & Nasution, 2013) Mereka juga terkadang enggan meminjam modal ke bank atau lembaga non-bank lainnya, karena khawatir akan tingginya tingkat bunga dan prosedur yang seringkali membingungkan pengusaha untuk berbisnis. Pengusaha kecil yang enggan dipersulit dengan prosedur yang ada memilih untuk meminjam modal dengan bank-bank yang tidak jelas ijinnya, yaitu tidak terdaftar dengan OJK atau LSM yang ada. Sehingga terkadang masyarakat yang tergiur dengan mudahnya prosedur pencairan itu mereka sampai lupa dengan bunga yang dibebankan kepada mereka yang sangat besar.

Selain modal faktor lain yang penting dalam mengelola suatu usaha adalah lama usaha. Lama usaha merupakan lama waktu yang sudah dijalani pengusaha dalam menjalankan usahanya. Biasanya semakin lama pengusaha menjalani usahanya maka semakin banyak pula pengalaman yang didapatkannya (Setiaji & Fatuniah, 2018). Pengalaman yang matang itu dapat mempengaruhi pendapatan karena dengan semakin lamanya usaha seseorang maka semakin produktifitas kerja seseorang dalam menghasilkan produk yang memuaskan. Terkadang orang yang sudah lama berwirausaha juga terpaan mentalnya berbeda, biasanya wirausahawan

mempunyai mental yang kuat dalam menghadapi berbagai kondisi dan situasi. Seorang pengusaha yang memiliki kemampuan serta pengalaman akan mampu mengambil keputusan dalam setiap kondisi dan keadaan. Tidak dipungkiri bahwa pengusaha yang telah lama berkecimpung dalam bisnis bukan serta merta mendapatkan pendapatan harian yang lebih besar dari pada pengusaha yang baru terjun ke dunia bisnis. Pengusaha yang telah memiliki pengalaman lama biasanya kurang mahir dalam mengoptimalkan penjualan, sementara pengusaha yang baru memulai usaha bisa lebih efektif dalam meningkatkan penjualan mereka dan mencapai hasil penjualan yang tinggi (Tesa, 2020).

**Tabel 1 1**  
**Omset UMKM di Jalan Soekarno Hatta**

Omset/Bulan	Umkm
Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	2
Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	7
Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000	19
Rp. 10.000.000 - Rp. 15.000.000	14
Rp. 15.000.000 - Rp. 20.000.000	5
Total :	47

Sumber : Data dari wawancara

Berdasarkan Tabel UMKM dapat kita lihat, Omset Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 umkm yang berjualan boneka. Umkm tersebut berpenghasilan sedikit dikarenakan umkm tersebut tidak menggunakan Transaksi Online sebagai tambahan pendapatan, dan juga umkm juga menggunakan modal yang masih kecil sehingga tidak bisa memaksimalkan pendapatan. Untuk omset dari Rp. 3.000.000 – Rp. 20.000.000 umkm mayoritas bergerak dalam bisnis kuliner, seperti : cafe, warung ayam penyet, rumah makan, dan martabak. Umkm tersebut memiliki

pendapatan yang tinggi dikarenakan umkm tersebut menggunakan transaksi online seperti : Gofood, Grab Food, ShopeFood. Dan ada juga umkm yang berjualan grosir, toko kelontong, bengkel motor. Umkm tersebut memiliki pendapatan lebih tinggi didampingi dengan modal yang besar, sehingga menunjang pendapatan yang besar pada umkm tersebut.

Seorang wirausaha dengan kompetensi, pengetahuan, dan keahlian yang menarik biasanya dapat menentukan keputusan dalam kondisi dan situasi apapun. Tidak dapat dipastikan bahwa pengusaha yang menjalani usahanya lebih lama tidak selalu mendapatkan penghasilan harian yang lebih besar dibandingkan dengan pengusaha yang baru menjalani dunia bisnis.

Fenomena yang terjadi saat ini, transaksi online, modal, dan lama usaha menjadi penunjang pendapatan Umkm. Dan seiringnya perkembangan teknologi memudahkan masyarakat untuk melakukan berbelanja tanpa adanya halangan sesuatu. Kegiatan belanja kini bisa dilakukan tanpa harus berpergian, cukup dengan mencari barang secara online melalui handphone dan di lanjutkan dengan transaksi lalu pesanan akan datang dengan cepat, aman, murah dan nyaman. kemudahan tersebut berdampak positif dari seluruh kalangan baik dari ibu rumah tangga yang tidak bisa berpergian, wirausaha yang selalu sibuk sampai generasi milenial (Hanny *et al.*, 2020). Namun banyak umkm yang belum memaksimalkan teknologi transaksi online sebagai pendapatan tambahan usaha. Selain itu para pelaku UMKM mengalami kendala perkembangan ekonominya terhambat dan sebagian besar dari mereka mengandalkan modal apa saja yang mereka miliki (Nurhafshah, 2020). Dalam Penelitian ini, Semakin besar modal yang dipergunakan, maka semakin besar pendapatan umkm. Dan lama usaha suatu umkm juga berpengaruh kecil

terhadap pendapatan. Karena banyak pelaku usaha yang ingin membuka usaha terlebih dahulu mengamati lokasi usaha.

Untuk meningkatkan laju pendapatan, mereka harus menghadapi beberapa tantangan yang paling mendasar yaitu membangun jiwa dan potensi *entrepreneurship* bagi pelaku UMKM. Salah satunya yaitu menyadari pentingnya strategi digital dalam pemasaran yang mampu menggenjot pendapatan hingga 26% (Tesa, 2020). Beberapa penelitian tentang pendapatan UMKM sudah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya seperti, (Afrinawati, 2022). yang menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah, (Polandos et al., 2019) dengan hasil penelitian modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pengusaha UMKM di kecamatan Langowan Timur, sedangkan penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk meneliti **“Pengaruh Transaksi Online (*E-Commerce*), Modal, Dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Jalan Soekarno Hatta”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dalam rumusan masalah ini, Transaksi Online (*E-Commerce*) menjadi faktor penurunan pendapatan yang mempengaruhi banyak UMKM menutup usahanya karena konsumen tidak perlu keluar rumah untuk membeli produk yang konsumen inginkan. Modal dan Lama suatu usaha juga menjadi faktor penurunan pendapatan karena Modal usaha yang mencukupi memungkinkan UMKM untuk meningkatkan skala operasi mereka. Dengan modal yang memadai, mereka dapat memperluas produksi, meningkatkan jumlah produk yang dihasilkan, dan menghadapi permintaan pasar yang lebih besar, dan juga Semakin lama usaha

beroperasi, UMKM memiliki kesempatan untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan, memperluas jaringan bisnis, dan memperoleh reputasi yang baik. Hal ini dapat membantu dalam memperoleh pelanggan setia dan referensi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berkaitan dengan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka pertanyaan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah transaksi online (*e-commerce*) berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai?
2. Apakah modal berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai?
3. Apakah lama usaha berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh transaksi online (*e-commerce*) terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai.
2. Untuk mengetahui pengaruh modal terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai.
3. Untuk mengetahui pengaruh lama usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai.



## 1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Sebagai pengembangan ilmu akuntansi, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya di bidang UMKM.
2. Hasil penelitian ini juga menambah pemahaman tentang referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan untuk membandingkan teori-teori yang ada dengan kenyataan di lapangan, khususnya pada bidang UMKM
3. Bagi UMKM, penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman untuk memberikan masukan mengenai berbagai pertimbangan pengambilan kebijakan dalam bidang UMKM dan pengambilan kebijakan terkait halnya pemberian pinjaman modal dan memberikan pengetahuan UMKM mengenai kemajuan teknologi untuk diaplikasikan dalam pemasaran produk.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Peningkatan Pendapatan

###### 2.1.1.1. Pengertian Peningkatan Pendapatan

Pendapatan merupakan unsur terpenting dalam suatu perusahaan karena pendapatan akan menentukan naik turunnya sebuah perusahaan. Maka dari itu perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin agar memperoleh pendapatan yang diharapkan dengan menggunakan sumber daya yang seefektif mungkin. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pendapatan berasal dari kata dasar “dapat” yang berarti bahwa pendapatan adalah hasil kerja usaha dan sebagainya. Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 23, pendapatan adalah arus kas masuk bruto dari manfaat ekonomik yang timbul dari aktivitas normal entitas selama suatu periode, jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.

Pendapatan menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2019) adalah penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang normal yang dikenal dengan sebutan, misalnya: penjualan, imbalan, bunga, deviden, royalty, dan sewa. Pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Atau dengan kata lain pendapatan merupakan jumlah kekayaan di awal periode ditambah keseluruhan hasil yang

diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi (Wahyuni & Sari, 2021)

Menurut Ardin Dolok Saribu dalam buku “Akuntansi Keuangan Menengah (Saribu, 2021). Menyatakan bahwa Pendapatan merupakan penambahan aktiva yang dapat mengakibatkan bertambahnya modal namun bukan dikarenakan penambahan modal dari pemilik atau bukan hutang namun melainkan melalui penjualan barang dan/atau jasa terhadap pihak lain, sebab pendapatan tersebut bisa dikatakan sebagai kontra perstasi yang didapatkan atas jasa-jasa yang sudah diberikan kepada pihak lain. Pendapatan juga di artikan sebagai jumlah penghasilan, baik dari perorangan maupun keluarga dalam bentuk uang yang diperolehnya dari jasa setiap bulan, atau dapat juga diartikan sebagai suatu keberhasilan usaha (Polandos et al., 2019)

Berdasarkan pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah penghasilan yang timbul dari aktivitas perusahaan yang biasa baik berasal dari penjualan jasa, bunga deviden, royalty, dan sewa. Pendapatan merupakan hal yang sangat penting karena pendapatan itu yang menjadi objek atas kegiatan perusahaan. Pendapatan merupakan tujuan akhir dari setiap usaha yang dilakukan. Besar kecilnya pendapatan dicapai tergantung pada usaha yang dijalankan, keterampilan tenaga kerja serta modal yang dimiliki.

#### **2.1.1.2. Jenis-Jenis Peningkatan Pendapatan**

Dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 23 Tahun 2010 membagi pendapatan menjadi 3 jenis yaitu:

- 1) Penjualan Barang

Pendapatan yang timbul akibat dari penjualan barang yang diproduksi perusahaan untuk dijual dan barang yang dibeli untuk dijual kembali. Seperti barang dagang yang dibeli pengecer atau tanah atau property lainnya yang dibeli untuk dijual kembali.

## 2) Penjualan Jasa

Pendapatan yang timbul karena perusahaan menjual jasa mereka. Penjualan jasa biasanya meliputi pelaksanaan tugas yang secara kontraktual telah disepakati untuk dilaksanakan dalam suatu periode tertentu.

## 3) Bunga, Royalty, dan Deviden

Pendapatan yang timbul dari penggunaan asset entitas oleh pihakpihak lain yang menghasilkan bunga, royalty dan deviden. Penggunaan aktiva perusahaan oleh pihak lain menimbulkan pendapatan dalam bentuk:

- a. Bunga yaitu pembebanan untuk penggunaan kas atau setara kas atau jumlah terutang kepada perusahaan
- b. Royalty yaitu pembebanan untuk penggunaan aktiva jangka panjang perusahaan misalnya hak paten, merek, dan hak cipta.
- c. Deviden yaitu distribusi laba kepada pemegang investasi ekuitas sesuai dengan proporsi mereka dari jenis modal tertentu.

### 2.1.1.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Peningkatan pendapatan usaha

Berikut ini faktor yang mempengaruhi besar kecilnya pendapatan menurut (Yuniarti, 2019) adalah:

#### 1. Modal

Modal merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap pendapatan, karena pedagang dapat membeli barang dalam jumlah banyak dan

mengubahnya sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan menambah modal usaha, penjualan dan pendapatan juga akan meningkat.

## 2. Lama Usaha

Pedagang yang paling lama berjalan biasanya memiliki pemahaman yang lebih dalam tentang kebutuhan konsumen, yang memungkinkan mereka untuk memahami preferensi konsumen dan meningkatkan pendapatan.

## 3. Tenaga kerja

Semakin banyak pekerja terampil, semakin banyak produk yang diproduksi untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan pendapatan.

### 2.1.1.4. Indikator Peningkatan Pendapatan

Menurut (Nurhafshah, 2020) menyatakan bahwa “Indikator pendapatan dibagi menjadi tiga”. indikator pendapatan tersebut meliputi sebagai berikut :

#### 1. Peningkatan Hasil

Kemampuan suatu usaha dengan seluruh modal yang bekerja di dalamnya untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.

#### 2. Kecukupan Hasil

Kecukupan penghasilan adalah suatu transaksi jual-beli yang terjadi kemudian menghasilkan pendapatan kemudian merasa cukup dengan apa yang telah di dapat.

#### 3. Dapat berkembang

Suatu pendapatan dapat dinyatakan dalam keadaan berkembang apabila pendapatan usaha yang di peroleh dalam jangka panjang cenderung meningkat.

### 2.1.2 Pengertian Transaksi Online (*E-Commerce*)

Transaksi Online dapat dijelaskan sebagai suatu tempat terjadinya sebuah transaksi karna adanya komunikasi yang dilakukan antar penjual dan pembeli melalui internet. Dengan jutaan perangkat lunak yang terkoneksi dengan jaringan yang luas, tidak dapat dipungkiri akan terjadi jual beli di dunia internet (Rerung, 2018). Munculnya Transaksi Online saat ini karna kemajuan teknologi informasi yang semakin berkembang, khususnya internet.

Menurut (Mikro et al., 2022) bisnis Transaksi Online yang populer saat ini dikenal dengan belanja online yaitu berupa transaksi penjualan, promosi produk, pemesanan, pembelian, dan pembayaran yang berasal dari komoditas atau layanan yang dilakukan dengan menggunakan komputer dan peralatan komunikasi, *E-commerce digital*, atau komunikasi data dalam bentuk jaringan Internet. Transaksi Online adalah bisnis komersial di sektor layanan elektronik. Transaksi Online umumnya mengacu pada segala bentuk aspek yang terjadi pada transaksi yang terjadi karna adanya kegiatan komersial dengan individu tersebut, berdasarkan dari pemrosesan dan pertukaran data digital seperti gambar, audio, dan teks (Simarta, 2006) dalam (Tesa, 2020)

Transaksi Online adalah bentuk tampilan baru yang dihasilkan melalui gambar melalui proses jual beli pada *World Wide Web* atau disebut dengan (WWW). Tidak dapat di pungkiri lagi dunia internet memiliki banyak hal mulai dari proses pembelian, penjualan, atau pertukaran produk, layanan, dan informasi melalui jaringan informasi, termasuk Internet. Transaksi Online dapat membantu bisnis untuk menjual produk dan layanan mereka di seluruh dunia tanpa terikat pada batas-batas geografis. Transaksi Online bentukan dasar dari prinsip bisnis baru yang

biasa dikenal dengan sebutan ekonomi digital. Transaksi Online menjadi pelayanan pembantu untuk memberikan kemudahan melakukan setiap aktifitas dan kepraktisan di segala bidang (Tesa, 2020).

#### 2.1.2.1. Karakteristik Transaksi Online

Berikut ini jenis-jenis karakteristik Transaksi Online (*E-Commerce*) menurut (Wahyuni & Sari, 2021) antara lain sebagai berikut:

a. Transaksi tanpa batas

Dengan kecanggihan dunia digital, transaksi penjualan produk dan jasa tidak lagi dibatasi. Misalnya, karna dipengaruhi oleh batasan geografis tidak mencegah suatu bisnis besar atau kecil melakukan bisnis secara internasional. Ini karena dapat diakses dengan mudah oleh semua orang di dunia kapan saja tanpa terkecuali, di mana saja, dan akan dapat membeli produk dalam hitungan detik.

b. Transaksi *anonym*

Ketika ingin menjual di barang online atau barang dagangan, penjual dan pembeli tidak harus untuk bertemu langsung. Hal ini di karenakan perbedaan yang terjadi transaksi jual beli secara tradisional, penjual dan pembeli tidak perlu untuk saling bertemu secara langsung dikarenakan yang dibutuhkan hanyalah transaksi yang terjadi dan tidak membutuhkan identitas orang tersebut.

c. Produk digital dan *non* digital

Ketika ingin menjual melalui Transaksi Online, pemilik usaha tidak harus menawarkan hanya satu produk saja melainkan dapat menawarkan berbagai jenis produk yang dimiliki.

d. Produk barang tidak berwujud

Ketika ingin menjual melalui Transaksi Online, pemilik usaha tidak hanya dapat menjual produk berwujud tetapi juga dapat menjual produk tidak berwujud seperti perangkat lunak dan ide atau hasil karya editing secara online.

### 2.1.2.2. Jenis-Jenis Transaksi Online (*E-Commerce*)

Terdapat 4 (empat) jenis-jenis Transaksi Online menurut (Tesa, 2020) sebagai berikut:

a. *Business To Business* (B2B)

B2B adalah setiap transaksi bisnis yang melibatkan perdagangan barang atau jasa secara online oleh suatu perusahaan. Jenis pengguna ini biasanya adalah produsen atau pedagang tradisional. Contoh Transaksi online *e-commerce* di Indonesia: *bizzy.com*, *kawalama.com*, *Indotrading.com*, *Electronic City Bizzy* adalah *e-commerce* pertama dengan konsep B2B. *Bizzy* memberikan solusi bagi bisnis yang kesulitan memenuhi kebutuhan dan layanan bisnisnya. *Kawanlama.com* adalah perusahaan perdagangan B2B Indonesia yang menawarkan perdagangan dari peralatan industri hingga peralatan rumah tangga hingga peralatan bengkel. *Ralali.com* adalah perusahaan B2B yang menjual berbagai jenis perlengkapan otomotif, alat pengukur, GPS dan perlengkapan kelistrikan lainnya. *Business-to-Consumer* (B2C) B2C adalah bisnis yang muncul karena terjadi antara pengusaha dan konsumen, atau bisnis yang secara tradisional menjual produk ke konsumen. Artinya pelaku bisnis hanya menjual produk dan jasanya, dan hanya kepada konsumen yang ingin mengkonsumsi atau memilikinya. Contoh aplikasi online B2C di Indonesia antara lain *Blibli*, *Jd.id*, *Lazada*, *Shopee* dan *Bukalapak*. *Shopee* menempati posisi teratas dalam hal barang dengan harga murah dan



pengiriman gratis. JD.id sebaliknya memperkuat brand dengan memastikan bahwa produk yang dijual adalah authentic atau asli. B2C juga memiliki toko resmi di pasar online. Misalnya, merek tertentu memiliki tempat khusus di Bukalapak untuk menjual produk dari dealer resminya.

b. *Consumer To Consumer (C2C)*

C2C adalah bentuk Transaksi online yang memungkinkan konsumen individu untuk menjual atau membeli produk dengan konsumen lain melalui *platform* atau marketplace untuk menyelesaikan transaksi penjualan. Di luar pasar, aktivitas perdagangan juga dapat dilakukan secara langsung antar individu tanpa keterlibatan pihak ketiga. Contoh *platform* model bisnis ini antara lain OLX, Kaskus dan Instagram.

c. *Consumer To Business (C2B)*

C2B adalah model bisnis yang diaktifkan oleh konsumen atau pengguna akhir yang menyediakan produk dan layanan untuk bisnis. C2B adalah model alternatif untuk B2C, di mana perusahaan memproduksi barang dan jasa konsumen. Contoh *platform* C2B, istockphoto.com, adalah media tempat fotografer individu menerima royalti saat seseorang menggunakan fotonya. Dalam model bisnis ini, individu menawarkan produk atau layanan kepada perusahaan yang ingin mereka beli. Misalnya, jika konsumen adalah pengembang perangkat lunak, konsumen dapat menggunakan situs web seperti freelancer.com, upwork.com, dll. untuk menampilkan demo dan keterampilan perangkat lunak yang dimiliki konsumen. Jika perusahaan menyukai perangkat lunak atau fitur pelanggan, perusahaan akan membeli perangkat lunak langsung dari pelanggan atau menyewa vendor perangkat lunak.

d. *Business To Administration (B2A)*

B2A adalah model bisnis yang mengacu pada perusahaan yang menjual produk, layanan, dan informasi kepada pemerintah dan lembaga pemerintah. Sistem B2A memberi kesempatan kepada perusahaan swasta untuk menawar proyek dan produk pemerintah yang dibeli/dibutuhkan pemerintah dari perusahaan. Transaksi online semacam ini telah meningkat setiap tahun dalam beberapa tahun terakhir karena *e-government* dan investasi oleh pejabat pemerintah. Sistem e-procurement di Indonesia lebih dikenal dengan layanan *e-procurement*. Contohnya adalah Qlue.co.id yang memberikan layanan *customer relationship management* kepada instansi pemerintah.

### 2.1.2.3. Manfaat Transaksi Online

Transaksi Transaksi Online memberikan sebuah manfaat yang cukup baik bagi UMKM. Transaksi Online memfasilitasi masuknya ke pasar baru untuk barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen dan juga memfasilitasi bisnis UMKM.

1. Manfaat bagi pelaku usaha

- a. Memberikan kemudahan dalam akses Jual beli.
- b. Pemasaran barang produk lebih efisien.
- c. Dapat mencakup pasar yang cukup luas.
- d. Kemudahan dalam berkomunikasi antar produsen dan konsumen.
- e. Lebih mudah dalam penyampaian informasi.
- f. Proses transaksi yang cukup mudah.

2. Manfaat bagi konsumen

- a. Dapat berbelanja tanpa ada batas waktu.

- b. Pemilihan produk yang diinginkan dapat disesuaikan dengan harga yang diinginkan
- c. Tidak perlu bertemu pembelinya atau datang langsung ke tempatnya hanya menggunakan handphone yang dapat di pesan melalui aplikasi di internet.
- d. Adanya promosi yang ditawarkan oleh pedagang.

#### 2.1.2.4. Kelebihan dan Kekurangan Transaksi Online

Adanya kekurangan dan kelebihan dalam menggunakan Transaksi Online (Wahyuni & Sari, 2021). Berikut ini adalah kelebihan yang ada pada Transaksi Online yang dihasilkan dari penjualan menggunakan sistem Transaksi Online antara lain:

- a. Aliran Pendapatan (*Revenue Streams*) Aliran pendapatan yang dihasilkan berpotensi lebih menjanjikan. Sumber pendapatan juga bisa menjadi strategi perusahaan dalam pengembangan bisnis. Tujuan utama dari *Revenue Streams* adalah menemukan sumber pendanaan yang berkelanjutan untuk mengukur dan mengatasi dinamika yang terjadi di dunia bisnis.
- b. Pangsa pasar (*market exposure*) Pada dasarnya tujuan mengetahui pangsa pasar adalah untuk mengetahui seberapa baik dan berkembangnya usaha yang jalani. Dengan adanya kelebihan dan kemudahan teknologi sekarang ini tentunya akan bisa memajukan pangsa pasar untuk menetapkan strategi.
- c. Biaya Operasional (*operating cost*) adalah biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan aktivitas sehari-hari sebuah perusahaan. Berikut ini yang termasuk biaya operasional adalah upah, komisi penjualan, imbalan kerja pensiun, transportasi dan perjalanan, amortisasi dan depresiasi, sewa, pemeliharaan dan pajak. sehingga perlu mengeluarkan biaya yang cukup besar karna untuk

membayar upah karyawan yang dipekerjakan. Selain itu, mengurangi biaya penggunaan kertas karena dijamin sekarang.

d. Jangkauan Luas (*global reach*) Transaksi *Online* bisa memperluas jangkauan pemasaran bahkan bisa mencakup seluruh negara.

e. Dengan adanya Transaksi *Online* pencemaran polusi udara dapat menurun, karna masyarakat tidak perlu berbelanja langsung ke toko.

Kekurangan yang ada dalam melakukan Transaksi menggunakan sistem Transaksi *Online* antara lain:

a. Mencuri data rahasia yang berharga Gangguan ini dapat terjadi karena mencakup semua data perusahaan dan informasi dari pihak yang tidak berwenang, sehingga para pelaku kejahatan dapat mengakibatkan pencurian data dan menimbulkan kerugian yang cukup besar.

b. Gangguan pelayanan, Jika terjadi sesuatu hal yang tidak diinginkan misalnya *plafrom* tersebut sedang bermasalah, ketika ingin mengunjungi *plafrom* tersebut ternyata ada perbaikan sistem sehingga mengganggu pelayanan.

c. Penggunaan internet untuk mengakses sumber yang sifatnya rahasia. Misalnya, peretas yang mampu mengganggu sistem perbankan. Setelah itu, peretas dapat mentransfer saldo rekening orang lain ke rekening pribadi.

d. Meningkatkan individualisme, pada perdagangan online dapat bertransaksi dan memperoleh barang/jasa yang diperlukan tanpa bertemu dengan siapapun, sehingga mengakibatkan kurangnya sosialisasi antar manusia.

e. Menimbulkan kekecewaan. Apa yang dilihat di handphone terkadang tidak sesuai dengan apa yang terlihat di handphone.

### 2.1.2.5. Indikator Transaksi Online (E-Commerce)

Transaksi Online diukur dengan 3 indikator dalam penelitian ini, (Polandos et al., 2019) indikator Transaksi Online tersebut meliputi sebagai berikut:

1. Akses internet Menurut (Noviyanti et al., 2021) Akses internet adalah jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisasi di seluruh dunia melalui telepon atau satelit.
2. Kemampuan Sumber Daya Manusia dan seni yang mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat (Handoyo, 2019).
3. Pemasaran merupakan proses kegiatan merencanakan dan melaksanakan konsepsi, harga, promosi, dan distribusi ide, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan konsumen dan mencapai tujuan organisasi. (Kumar, 2021).

### 2.1.3 Modal

#### 2.1.3.1. Pengertian Modal

Pelaku usaha membutuhkan modal agar dapat menjalankan bisnis. Modal merupakan jumlah uang, barang, dan aset lainnya yang diinvestasikan oleh pemberi kerja untuk mendirikan suatu entitas sebagai bagian dari pengembangan bisnis, dan modal dapat bertambah atau berkurang sebagai akibat dari keuntungan atau kerugian. Modal tidak hanya dalam bentuk uang, tetapi juga mencakup aset seperti peralatan, transportasi, gedung, tenaga kerja, dan lain-lain. Saat ini perkembangan usaha banyak mengalami kendala, dan dana yang dimiliki pengusaha terbatas, sehingga para pelaku usaha untuk memajukan usahanya sendiri mengalami kesulitan, dengan adanya biaya produksi yang sangat mahal, sehingga pengusaha

sulit untuk berpromosi bisnis. Hal ini juga dapat mempengaruhi perkembangan usaha karena dengan adanya pembiayaan modal kerja yang diberikan oleh pihak bank kepada usaha mikro, disesuaikan dengan pendapatan yang diperoleh oleh pelaku UMKM tersebut.

Pengertian modal menurut (Tesa, 2020) adalah modal didefinisikan sebagai aset yang dimiliki dalam jangka panjang atau apa pun selain kewajiban di sisi debit neraca perusahaan. Modal merupakan aset yang dapat dipakai kembali untuk pembiayaan produksi berikutnya. Modal menekankan pada nilai, daya beli, dan kemampuan menggunakan barang modal. Oleh karena itu, modal usaha merupakan aset yang paling penting dalam perusahaan, dan menjadi suatu hal yang terpenting dari siklus kemajuan perusahaan di masa depan untuk menciptakan keuntungan dan kinerja bagi perusahaan.

### **2.1.3.2. Jenis-Jenis Modal**

A. Berdasarkan sumbernya, ada dua jenis modal: modal internal dan modal eksternal. Modal internal adalah modal yang berasal dari kekayaan pemilik perusahaan sedangkan modal eksternal adalah yang didapatkan selain dari kekayaan perusahaan. Perbedaan antara modal internal dan eksternal adalah sebagai berikut:

1. Modal internal ini berasal dari modal para pemegang saham, penjualan surat berharga, atau modal yang didapatkan dari laba perusahaan, namun karena adanya keterbatasan dana, perusahaan tidak bisa berkembang hanya dari modal internal saja.

2. Modal eksternal adalah modal yang dapat dihasilkan dari luar perusahaan. Untuk mendapatkan pinjaman dari investasi, perusahaan harus memiliki reputasi yang baik laporan keuangan yang baik.

B. Jenis Modal menurut wujudnya antara lain :

1. Modal *konkret* (aktif) adalah Modal konkret atau modal aktif adalah modal yang dapat dilihat secara kasat mata dan berwujud. Contoh modal konkret adalah uang, bahan baku, gedung atau tempat usaha, kendaraan, mesin, gudang, dan lain-lain.
2. Modal *passive* (pasif) Modal abstrak adalah modal usaha yang tidak dapat dilihat secara kasat mata. Nilainya susah ditakar langsung.

Meskipun demikian, modal abstrak sangat penting bagi keberlangsungan jalannya perusahaan. Contoh modal abstrak adalah ilmu pengetahuan, skill, hak cipta, brand, media sosial, koneksi usaha, manajerial, dan sebagainya.

C. Jenis Modal Berdasarkan fungsi antara lain :

1. Modal pribadi merupakan modal dari hasil perseorangan atau pemilik untuk memperlancar kegiatan usaha dan menghasilkan laba atau keuntungan.
2. Modal sosial merupakan modal yang berasal dari tenaga kerja yaitu fungsinya untuk membantu dan memberikan manfaat bagi tenaga kerja untuk memperlancar proses produksi.

### 2.1.3.3. Peran Modal Kerja

Modal kerja ini penting dikarenakan berguna untuk keberhasilan suatu perusahaan, terutama bagi perusahaan kecil. Jumlah modal kerja yang ada

diperlukan perusahaan untuk mengoperasikan/menjalankan suatu pekerjaan sehingga Tidak ada kesulitan keuangan yang dihadapi secara finansial. Modal kerja harus cukup untuk perusahaan menjalankan usahanya secara ekonomis dan tidak ada kendala keuangan, seperti mampu menutupi kerugian dan mampu mengatur keuangan perusahaan agar tidak terjadi krisis keuangan atau bangkrut (Suciati et al., 2022).

Kebijakan suatu perusahaan untuk mengatur modal kerja yang ada harus sesuai dengan kebutuhan agar proses kegiatan produksi sehari-hari dan dapat beroperasi secara ekonomis dan efisien. Sebab itu modal kerja adalah bagian yang cukup berpengaruh terhadap perusahaan dalam menjalankan aktivitas usahanya.

#### **2.1.3.4. Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Modal Kerja**

Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah modal kerja menurut (Suciati et al., 2022) :

- 1) Sifat umum atau jenis perusahaan.
- 2) Efisien waktu dibutuhkan untuk memproduksi atau memperoleh barang dan biaya produksi per unit produk atau harga pembelian unit barang.
- 3) Ketentuan harga jual.
- 4) Tingkat perputaran persediaan.
- 5) Rasio perputaran keuntungan.
- 6) Dampak Gateway (siklus bisnis).

#### **2.1.3.5. Sumber Modal Kerja**

Beberapa sumber modal yang dikemukakan oleh (Suciati et al., 2022) antara lain:



1. Pendapatan Bersih Sumber modal kerja berasal dari hasil penjualan barang dagangan dan hasil lain dari peningkatan kas dan piutang. Namun demikian, sebagian dari modal ini harus dimanfaatkan untuk menutupi biaya modal dan biaya-biaya yang perlu dikeluarkan untuk menghasilkan pendapatan, yaitu biaya awal produksi dan biaya administrasi. Oleh karena itu, sumber modal kerja adalah keuntungan penjualan dan jumlah modal kerja yang dihasilkan dari operasional jangka pendek.
2. Keuntungan dari hasil penjualan aktiva tetap dan surat-surat berharga Menjual aset dan surat berharga dapat meningkatkan kas perusahaan, dan sebaliknya jika terjadi kerugian maka modal kerja akan berkurang.
3. Peminjaman dana dari perbankan atau pinjaman jangka pendek. Pinjaman jangka pendek, seperti pinjaman bank, beberapa pengusaha memerlukan pinjaman bank karna dari aktiva lancar, karna kebutuhan jangka pendek sehingga memerlukan tambahan modal. Penggunaan modal yang tepat dan efisien membuat perusahaan semakin berkembang sehingga upaya peningkatan penghasilan dapat tercapai dengan baik dan maksimal.

#### **2.1.3.6. Indikator Modal Usaha**

Modal diukur dengan 3 indikator dalam penelitian ini, menurut (Prabowo & Sutanto, 2019) indikator modal tersebut meliputi sebagai berikut:

##### **1. Modal Sendiri**

Modal sendiri terbagi atas laba ditahan dan bisa juga dengan penyertaan kepemilikan perusahaan (Prabowo & Sutanto, 2019).

##### **2. Modal Pinjaman**

Modal pinjam adalah yang diperoleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya dari pinjaman (Prabowo & Sutanto, 2019).

### 3. Pendanaan modal

Pendanaan adalah cara memperoleh dana yang diperlukan baik sebagai modal utama maupun dana tambahan untuk pengerjaan proyek, program, atau portofolio yang dialokasikan demi berjalannya sebuah perusahaan, organisasi, ataupun proyek (SYAM, 2021).

Semakin lama menjalankan usaha maka akan memberikan pengetahuan tentang selera ataupun keinginan konsumen. Keterampilan berdagang makin bertambah dan semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil didapatkan (Yuniarti, 2019)

#### 2.1.4 Lama Usaha

##### 2.1.4.1. Pengertian Lama Usaha

Lama usaha dapat diartikan sebagai lamanya pengusaha tersebut menjalankan usahanya. Lamanya seorang wirausahawan berkecimpung dalam bisnis memiliki dampak yang positif terhadap pilihan strategi yang dijalankan. Pelaku usaha yang sudah lama berkecimpung dalam bisnis mempunyai kemampuan strategi dan analisis yang baik dalam mengatur, mengetahui target pasar dan memahami kondisi yang saat ini dibutuhkan (Polandos et al., 2019).

Wirausahawan yang mempunyai waktu menjalankan usahanya lebih lama dalam bisnis mempunyai pengalaman, pengetahuan, dan kemampuan mengambil keputusan yang baik dalam berbagai kondisi dan situasi tertentu. Pengusaha yang memiliki pengalaman usaha sejak lama, mampu mengetahui kelebihan dan kekurangan produknya sendiri.

Pengalaman bisnis yang dimiliki dapat dipelajari dengan melihat jam atau durasi kerja seseorang dalam menjalankan usahanya. Semakin lama seseorang berkecimpung dalam bisnis semakin bertambah pengalaman dan pengetahuannya. Waktu memulai usaha mempengaruhi tingkat penghasilan pelaku usaha, dan lamanya waktu usaha yang dijalankan mempengaruhi produktivitas (kemampuan/keterampilan), sehingga meningkatkan efisiensi dalam proses produksi (Lestari, 2020).

#### 2.1.4.2. Indikator Lama Usaha

Lama usaha diukur dengan 2 indikator dalam penelitian ini, menurut (Yuli, 2020) indikator lama usaha tersebut meliputi sebagai berikut

1. Lama berdiri suatu usaha lamanya pedagang berkarya pada usaha perdagangan yang sedang di jalani saat ini.
2. Pengalaman yang di peroleh Semakin lama menjalankan bidang usaha perdagangan makan akan makin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun keinginan konsumen.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 2 1**

### Penelitian Terdahulu

No.	Nama & Tahun Pengarang	Judul penelitian	Hasil Penelitian
1.	Helmalia & Afrinawati (2018)	Pengaruh <i>e-commerce</i> terhadap peningkatan pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang.	Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel <i>e-commerce</i> berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan.

2.	Rusmuni IMP & Afrah Nabila Magfirah (2018)	Pengaruh modal, jam kerja dan lama usaha terhadap pendapatan pedagang di Pasar Ikan Hias Ina Restu Purwokerto Utara.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang, lama usaha mempunyai arah hubungan yang positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang, dan jam kerja mempunyai arah hubungan searah terhadap pendapatan pedagang.
3.	Dini Seyorini, Eti Nurhayati, Rosmita (2019)	Pengaruh transaksi online ( <i>e-commerce</i> ) terhadap peningkatan laba UMKM (studi kasus UMKM pengolahan besi Ciampea Bogor Jawa Barat).	Hasil ini menunjukkan bahwa variabel <i>e-commerce</i> berpengaruh positif terhadap variabel pendapatan.
4.	Nurul Amalia Sari (2019)	Pengaruh perkembangan ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku usaha umkm di kota Makassar.	Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa variabel ekonomi digital berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan UMKM di kota Makassar.
5.	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.	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.
6.	Tesa Nurul Safrianti (2020)	Pengaruh Transaksi Online ( <i>E-commerce</i> ), Modal, dan Lama Usaha Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin lamanya suatu usaha berjalan maka pelaku UMKM memiliki pengalaman dan pengetahuan usaha yang lebih banyak dibandingkan pelaku UMKM

			yang memiliki umur usaha yang masih sedikit.
--	--	--	----------------------------------------------

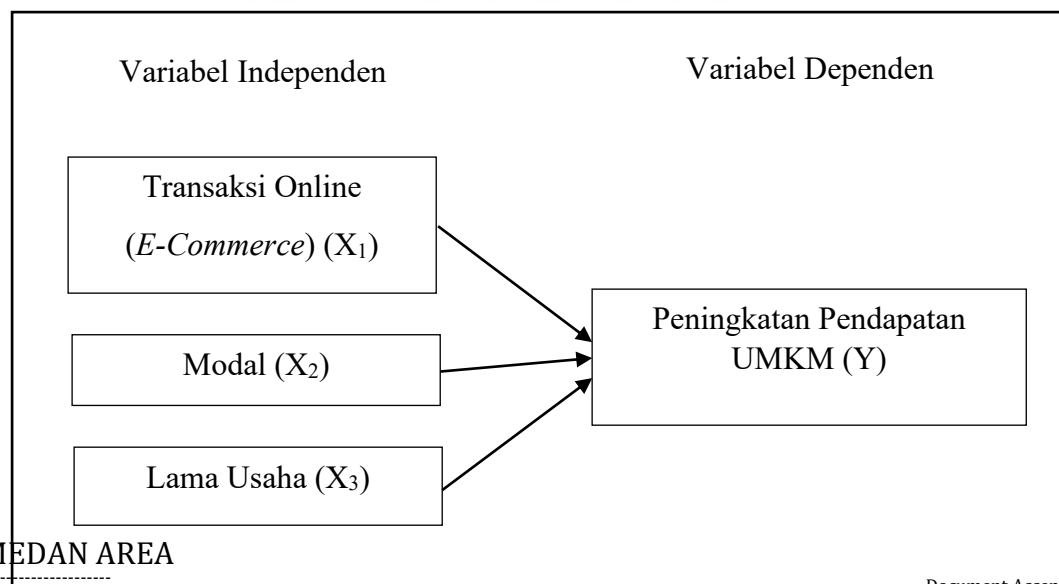
Sumber: Data yang diolah, 2022

Dari tabel studi penelitian terdahulu tentang Pendapatan UMKM dapat dijadikan referensi dalam penelitian ini. Dalam penelitian (Mikro et al., 2022) menggunakan variabel *e-commerce*, sedangkan pada penelitian (Polandos et al., 2019) menggunakan variabel independen modal dan lama usaha. Perbedaan penelitian ini dengan peneliti terdahulu yaitu peneliti menggabungkan dari ketiga variabel independen tersebut yaitu transaksi online (*e-commerce*), modal, dan lama usaha. Selain itu perbedaan dari penelitian sebelumnya yaitu pada tahun, sampel dan objek penelitian. Objek penelitian ini dilaksanakan pada seluruh UMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai pada tahun 2023.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan 4 variabel, yaitu 1 variabel dependen dan 3 variabel independen. Variabel dependen yaitu pendapatan UMKM, dan variabel independen meliputi transaksi online (*e-commerce*), modal, dan lama usaha.

**Gambar 2 1**  
**Kerangka Pemikiran**



Keterangan :

Pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen melalui kerangka berfikir diatas dapat dilihat bahwa variabel dependen (Y) dalam penelitian ini yaitu peningkatan pendapatan UMKM sedangkan variabel independen (X) yaitu transaksi *E-commerce*, modal, dan lama usaha. Tujuan kerangka berfikir adalah untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

## 2.4 Perumusan Hipotesis

Hipotesis adalah hubungan yang diperkirakan secara logis di antara dua atau lebih variabel yang diungkapkan dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji dan yang ditetapkan dalam kerangka teoritis yang dirumuskan untuk studi penelitian (Sekaran, 2016).

### 1. Pengembangan Hipotesis Transaksi Online (*E-Commerce*) (X1) Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM (Y)

*E-commerce* memberikan akses pasar yang lebih luas bagi UMKM. Dengan menjual produk atau layanan secara online, UMKM dapat menjangkau pelanggan di wilayah yang sebelumnya sulit dijangkau secara fisik. Dengan memiliki akses yang lebih luas, UMKM dapat meningkatkan jumlah pelanggan potensial dan meningkatkan pendapatan mereka.

Transaksi online dapat mengurangi biaya operasional UMKM. Dengan beroperasi secara online, UMKM dapat mengurangi biaya yang terkait dengan sewa tempat usaha, stok produk, dan jumlah karyawan. Pengurangan biaya ini dapat meningkatkan margin keuntungan dan, akhirnya, pendapatan UMKM.

*E-commerce* memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan strategi pemasaran digital dengan biaya yang lebih rendah. Melalui *platform e-commerce*, UMKM dapat menggunakan media sosial, iklan online, dan optimisasi mesin pencari untuk memperluas jangkauan pemasaran mereka. Dengan mencapai lebih banyak calon pembeli, UMKM dapat meningkatkan peluang penjualan dan pendapatan.

H<sub>1</sub> : Transaksi Online (*E-Commerce*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai.

## 2. Pengembangan Hipotesis Modal (X<sub>2</sub>) Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM (Y)

Modal usaha dapat digunakan untuk memperluas kapasitas persediaan UMKM. Dengan adanya tambahan modal, UMKM dapat menginvestasikan dalam bentuk produk dan layanan yang lebih baik, memperluas ruang usaha, atau meningkatkan stok bahan baku. Hal ini akan meningkatkan kapasitas persediaan UMKM, sehingga mereka dapat menyimpan persediaan lebih banyak produk atau layanan, meningkatkan volume penjualan, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan.

Modal usaha juga digunakan untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan UMKM. Dengan adanya modal tambahan, UMKM dapat menginvestasikan dalam peningkatan kualitas bahan baku, pelatihan karyawan, atau mengadopsi teknologi yang lebih baik. Dengan produk atau layanan yang lebih baik, UMKM dapat menarik pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, dan meningkatkan pendapatan melalui peningkatan harga atau penjualan yang lebih tinggi.

H<sub>2</sub> : Modal Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai.

### 3. Pengembangan Hipotesis Lama Usaha (X<sub>3</sub>) Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM (Y)

Lama usaha dapat membawa pengalaman dan keahlian yang berharga bagi UMKM. Semakin lama UMKM beroperasi, semakin banyak pengetahuan dan keterampilan yang terakumulasi dalam mengelola bisnis. Dengan adanya pengalaman dan keahlian yang lebih baik, UMKM dapat mengoptimalkan operasional mereka, menghindari kesalahan yang umum, meningkatkan kualitas produk atau layanan, dan dengan demikian meningkatkan pendapatan.

Lama usaha dapat memungkinkan UMKM membangun jaringan yang kuat dengan pelanggan dan mitra bisnis. Dalam jangka waktu yang lama, UMKM dapat membangun kepercayaan, reputasi, dan hubungan yang kokoh dengan pelanggan mereka. Dengan memiliki pelanggan yang setia dan merekomendasikan kepada orang lain, UMKM dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan mereka.

Lama usaha dapat membantu membangun kepercayaan pelanggan. Dalam industri yang kompetitif, pelanggan cenderung lebih percaya pada bisnis yang telah beroperasi untuk waktu yang lama. Kepercayaan ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, mengurangi tingkat churn (pindah pelanggan), dan membantu UMKM dalam mempertahankan pangsa pasar serta meningkatkan pendapatan mereka.

Lama usaha dapat memberikan stabilitas dan keberlanjutan dalam operasional UMKM. Dalam jangka waktu yang lama, UMKM dapat mengembangkan sistem yang stabil, membangun hubungan yang baik dengan pemasok dan mitra bisnis, serta mengelola risiko dengan lebih baik. Stabilitas ini dapat membantu UMKM



mengatasi tantangan dan perubahan yang terjadi dalam bisnis, sehingga mereka dapat tetap beroperasi dan meningkatkan pendapatan mereka secara konsisten.

H<sub>3</sub> : Lama Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai.

#### 4. Pengembangan Hipotesis Lama Usaha (X<sub>3</sub>) Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM (Y)

Transaksi Online (*E-commerce*) mencakup berbagai kegiatan termasuk transaksi barang atau jasa secara elektronik, layanan pengiriman konten digital online, transfer dana elektronik, transaksi saham elektronik, slip pembayaran elektronik, bisnis lelang, kerjasama desain dan rekayasa, pengadaan online, pengadaan publik, konsumen langsung pemasaran dan layanan purna jual (Helmalia & Afrinawati, 2018). Semakin tinggi kesadaran pelaku UMKM untuk memanfaatkan e-commerce maka semakin besar kemungkinan usahanya mengalami peningkatan pendapatan. Dalam menjalankan usaha, lama usaha merupakan salah satu faktor penting. Karena semakin lama usaha tersebut berjalan maka semakin banyak memiliki relasi dan memungkinkan untuk terus meningkatkan pendapatan dikarenakan banyak yang sudah mengetahui keberadaan usaha tersebut.

Dalam hal modal semakin tinggi modal maka akan semakin tinggi juga hasil produksinya hal tersebut dapat mempengaruhi pencapaian pendapatan usaha. Hal ini sejalan dengan teori kontigensi bahwa seorang dalam usaha pemimpin dapat menyesuaikan atau menentukan kondisi yang tepat untuk menghadapi tantangan dalam usaha agar usahanya tetap berjalan dan terus meningkatkan pendapatan usaha.

Berdasarkan penelitian Modal, Tenaga Kerja dan Lama Usaha Beserta “Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Industri Kecil Menengah (IKM) Batik di Kampong Batik Jetis Kabupaten Sidoarjo” menyimpulkan bahwa semua secara simultan seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap pendapatan IKM batik. Dibuktikan dengan nilai signifikannya itu sebesar 0,000 yang lebih kecil dari ( $\alpha = 5\%$  atau 0,05), lalu hasil dari uji koefisien determinasi sebesar 0,637 yang menunjukkan bahwa 63,7% dari variabel modal, tenaga kerja dan lama usaha dapat menjelaskan pendapatan IKM batik sedangkan untuk sisanya 36,3% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti (Setyawan, 2022).

H<sub>4</sub> : Transaksi Online (*E-Commerce*), Modal, dan Lama Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Jenis dan Lokasi Penelitian

##### 3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian asosiatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari jawaban responden yang diisi oleh pelaku UMKM melalui kuisisioner. Tujuannya adalah membuktikan apakah ada Pengaruh Transaksi (*E-commerce*), Modal, dan lama Usaha terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di jalan Soekarno Hatta Binjai. Setelah itu data tersebut diolah menggunakan *software* SPSS versi 24.

##### 3.1.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara langsung yang di peroleh dari Pelaku usaha mikro kecil menengah di Jalan Soekarno Hatta Binjai.

#### 3.2. Populasi Sampel

##### 3.2.1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan kelompok orang, kejadian atau suatu hal yang ingin peneliti investigasi (Rahmat Fitra, 2021) Sedangkan menurut (Nita, 2015) Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek dimana memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan.

Berdasarkan hal tersebut maka populasi atau objek yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah UMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai sebanyak 47 UMKM

### 3.2.2. Sampel

Menurut (Nita, 2015) sampel adalah bagian dari jumlah dan ciri-ciri yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 47 Sampel.

## 3.3. Defenisi Konseptual dan Operasional Variabel

### 3.3.1. Defenisi Konseptual

#### a) Pendapatan UMKM (Y)

Menurut Santoso (2010:26) dalam Mulyati (2017) Pendapatan merupakan pemasukan atau peningkatan aktiva suatu perusahaan atau penyelesaian kewajiban perusahaan atau campuran keduanya selama satu periode tertentu akibat penyerahan atau pembuatan suatu produk, pelayanan jasa, atau kegiatan lainnya yang merupakan kegiatan utama perusahaan yang berkesinambungan

#### b) Transaksi *Online (E-Commerce)* (X1)

Transaksi *Online (E-Commerce)* adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (B2B) dan konsumen langsung (B2C), melewati kendala ruang dan waktu yang selama ini merupakan hal-hal yang dominan Karmawan, (2010).

#### c) Modal (X2)

Modal adalah faktor yang mempunyai peran cukup penting dalam proses produksi karena modal diperlukan ketika pengusaha hendak mendirikan perusahaan baru atau untuk memperluas usaha yang sudah ada, tanpa modal yang cukup maka

akan berpengaruh terhadap kelancaran usaha, sehingga akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh (Dewi, 2014).

d) Lama Usaha (X3)

Lama usaha bisa diartikan sebagai lamanya waktu yang sudah dijalani oleh pengusaha dalam menjalankan usahanya. Jangka waktu pengusaha dalam melakukan usahanya memberikan pengaruh penting bagi pemilihan strategi dan cara melakukan usahanya (Urip, 2018).

### 3.3.2. Defenisi Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel adalah proses mengubah konsep abstrak atau konstruk yang ingin diteliti menjadi variabel yang dapat diukur secara konkret atau diamati dalam konteks penelitian. Hal ini dilakukan untuk memudahkan pengumpulan data dan analisis yang lebih terukur.

**Tabel 3 1**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Demensi	Indikator	Skala
Pendapatan (Y)	Penghasil yang diperoleh	a. Peningkatan hasil b. Kecukupan hasil c. Dapat berkembang (Nurhafshah, 2020)	Ordinal
Transaksi <i>Online</i> ( <i>E-Commerce</i> ) (X1)	Proses penjualan secara digital	a. Akses Internet b. Kemampuan SDM c. Pemasaran (Polandos et al., 2019)	Ordinal
Modal (X <sub>2</sub> )	Dana yang digunakan dalam	a. Modal sendiri b. Modal pinjaman	Ordinal

	operasional perusahaan	c. Pendanaan Modal (Prabowo & Sutanto, 2019)	
Lama usaha ( $X_3$ )	Lamanya suatu usaha berjalan	a. Lama berdiri suatu usaha b. Pengalaman yang diperoleh (Yuli, 2020)	Ordinal

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber atau dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel (Wahyuni & Sari, 2021). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

#### 4.4.1. Kuesioner

Untuk memperoleh data yang valid, akurat, dan relevan maka teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara pembagian kuesioner secara langsung kepada responden. Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden Jawab, biasanya dalam *alternative* yang didefinisikan dengan jelas (Sekaran, 2006). Kuesioner dipilih karena lebih efisien dalam hal waktu, energi, biaya penelitian, serta memiliki tingkat akurasi yang tinggi.

Adapun skala yang digunakan adalah skala likert. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan lima *alternative* jawaban dengan *skoring*:

**Tabel 3. 2**  
**Skala Likert**

No.	Jenis Jawaban	Skor
1.	SS = Sangat Setuju	5
2.	S = Setuju	4
3.	N = Netral	3
4.	TS = Tidak Setuju	2
5.	STS = Sangat Tidak Setuju	1

Sumber (Sugiyono, 2017)

### 3.4.2. Wawancara

Wawancara yakni teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung kepada responden apabila peneliti ingin mengetahui hal hal secara lebih mendalam dari objek yang diteliti.

### 3.5. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode kuantitatif juga dapat diartikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme. Metode ini dapat diartikan sebagai metode ilmiah atau scientific karena memenuhi prinsip-prinsip ilmiah yang konkrit atau empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Hasil penelitian ini disajikan dalam bentuk analisis numerik dan statistik. Metode analisis data yang digunakan untuk penelitian ini menggunakan kuisioner yang dibagikan kepada responden, kemudian direkap dalam bentuk tabulasi. Data tersebut akan diolah dengan bantuan yang menggunakan program computer SPSS (*Statistical Package for The Social Sciences*) versi 24.

### 3.5.1. Uji Kualitas data

#### 3.5.1.1. Uji Validitas

Validitas adalah kemampuan dari kuesioner untuk mengukur secara aktual apa yang seharusnya diukur dan tidak ada kesalahan dalam penarikan kesimpulan data. Tes ini dijalankan untuk menentukan apakah survei pengukuran valid. Ini mengatakan bahwa survei berguna jika peneliti dapat mengukur apa yang perlu peneliti ukur, atau jika peneliti dapat mengukur secara akurat apa yang ingin peneliti temukan (Alifa, 2020).

Metode yang sering digunakan untuk memberikan penilaian dengan validitas kuesioner adalah korelasi *product moment* (*moment product correlation*, *pearson correlation*). Dari perhitungan tersebut dapat diketahui validitas masing-masing butir pertanyaan. Butir pertanyaan tersebut dikatakan valid jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel namun apabila butir pernyataan tersebut dikatakan tidak valid apabila  $r$  hitung  $\leq r$  tabel.

#### 3.5.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah instrument untuk mengukur ketepatan, keterandalan, *consistency*, *stability* atau *dependability* terhadap kuesioner. Uji reabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun benar-benar merupakan hasil yang baik, reabilitas atau keandalan. Suatu alat ukur dikatakan reliabilitas atau dapat dipercaya apabila alat ukur yang digunakan stabil, dapat diandalkan, dan dapat digunakan dalam peramalan. Artinya data yang dikatakan realibilitas adalah alat ukur yang digunakan bisa memberikan hasil yang sama walaupun digunakan berkali-kali oleh peneliti yang berbeda (Ghozali, 2018).



Pengujian reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar daripada ( $> 0,6$ ). Jika nilai *Cronbach Alpha* ( $< 0,60$ ) maka pertanyaan-pertanyaan untuk mengukur variabel yang diamati tidak reliabel

### 3.5.2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian Regresi Linier Berganda, akan dilakukan pengujian terlebih dahulu terhadap asumsi klasik pada data yang akan digunakan dalam penelitian ini. Pengujian tersebut meliputi beberapa hal sebagai berikut:

#### 3.5.2.1. Uji Normalitas

Tujuan dari pengujian normalitas adalah untuk memeriksa apakah model regresi, faktor pengganggu, atau residual memiliki distribusi normal. Memiliki distribusi normal: analisis plot dan uji Kolmogorov-Smirnov (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini, normalitas data diuji menggunakan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi yang dihasilkan lebih kecil dari 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi tidak normal.

#### 3.5.2.2. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2018)

Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai toleransi dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai *cut off* yang umum digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas adalah  $tolerance < 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF > 10$ .

- 1) Jika nilai  $tolerance > 0,10$  atau  $VIF < 10$ , artinya mengindikasikan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika nilai  $tolerance < 0,10$  atau  $VIF > 10$ , artinya mengindikasikan bahwa terjadi multikolinearitas.

### 3.5.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat persamaan atau perbedaan varians dari residual pengamatan yang satu ke pengamatan yang lain dalam regresi. Jika varians dari residual tetap sama dari satu pengamatan ke pengamatan lain, maka dapat disebut sebagai homoskedastisitas, dan jika berbeda, maka dapat disebut sebagai heteroskedastisitas.

Untuk mengetahui apakah ada heteroskedastisitas dalam model regresi, Uji Glejser digunakan dalam penelitian ini. Uji ini dilakukan dengan membangun model regresi yang mencakup residual absolut dan variabel bebas (Ghozali, 2018). Keputusan yang diambil adalah jika nilai signifikan  $> 0,05$ , maka terjadi dispersi heterogen. Ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mengandung varian yang heterogen.

### 3.5.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, alat analisis data yang dipergunakan adalah program komputer SPSS 24 yang menerapkan metode regresi linier berganda. Regresi berganda diaplikasikan untuk menilai dampak beberapa variabel independen

terhadap variabel dependen (Saragih & Nasution, 2015). Model-model regresi linier sederhana yang menunjukkan korelasi antara dua variabel, yakni variabel X sebagai variabel independen dan Y sebagai variabel dependen, dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan berikut:

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

Keterangan:

Y : Pendapatan Pengusaha UMKM.

$\alpha$  : Konstanta.

$B_{123}$  : Koefisiensi Regresi.

$X_1$  : Transaksi online (*E-commerce*).

$X_2$  : Modal.

$X_3$  : Lama Usaha.

#### 3.5.4. Uji Statistik T

Uji Statistic T digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Aryanto, 2018). Keputusan menerima atau menolak hipotesis didasarkan pada kriteria berikut:

- 1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikan ( $Sig < 0,05$ ), maka hipotesis diterima. Hal ini berarti, secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau probabilitas lebih besar dari tingkat signifikan ( $Sig > 0,05$ ), maka hipotesis ditolak. Hal ini berarti, secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

### 3.5.5. Uji F

Menurut (Scapin 2020) Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh variable independen dengan dependen secara simultan. Uji ini dilakukan untuk menguji secara menyeluruh apakah variable bebas secara bersamaan atau simultan mempengaruhi variable terikatnya dengan membandingkan signifikansi F hitung dengan F tabel. Penelitian ini akan dilakukan dengan membandingkan antara nilai Fhitung dengan Ftabel pada tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 5%.

### 3.5.6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut (Aryanto, 2018) Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada dasarnya mengukur jarak dimana kemampuan model menjelaskan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Secara umum, Nilai koefisien determinasi dari data silang (*crosssection*) relatif rendah karena variasi yang besar antara pengamatan individu, tetapi data deret waktu juga ini umumnya memiliki koefisien determinasi yang tinggi.

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Transaksi Online terdapat tidak pengaruh positif terhadap Peningkatan Pendapatan, Banyaknya umkm yang belum menggunakan transaksi online karena eksistensi e-commerce atau penggunaan teknologi yang belum dimengerti dalam memasarkan produk .
2. Modal berpengaruh positif signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan, dikarenakan jika pengusaha memperbesar modal usaha dan melakukan penambahan kuantitas serta jenis barang yang dijual maka pendapatan pengusaha akan naik.
3. Lama Usaha tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan, dikarenakan banyak umkm yang baru terjun dibisnis dengan modal mengamati lingkungan sekitar sehingga semakin lamanya suatu usaha berjalan belum menjamin pelaku UMKM memiliki pengalaman dan pengetahuan usaha yang lebih banyak.
4. Transaksi Online (*E-Commerce*), Modal, dan Lama Usaha secara simultan berpengaruh terhadap Peningkatan Pendapatan umkm di Jalan Soekarno Hatta Binjai.

#### 5.2. Saran

Berdasarkan beberapa kesimpulan yang telah dijelaskan maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Pemerintah Daerah Kota Binjai khususnya Pemerintah di Kecamatan Binjai Timur, Perlunya perhatian serius terhadap pengembangan pada Usaha Mikro Kecil, terutama pelatihan- pelatihan penggunaan teknologi bagi para pelaku umkm agar mampu menambah pengetahuan tentang pentingnya pemasaran online untuk memperluas pasar. Serta perlunya mengadakan pelatihan atau seminar terkait pentingnya pembukuan bagi usaha umkm agar para pelaku umkm lebih mengenal laporan keuangan sehingga pendapatan yang dimiliki lebih jelas dan dapat dibedakan mana uang pribadi dan mana uangperusahaan.
2. Bagi Akademis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur mengenai pengaruh Transaksi Online (*E-Commerce*), Modal, dan Lama Usaha terhadap peningkatan pendapatan umkm di Jalan Soekarno Hatta Binjai.
3. Bagi Publik atau masyarakat hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan masyarakat mengenai pengaruh Transaksi Online (*E-Commerce*), Modal, dan Lama Usaha terhadap peningkatan pendapatanUMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai. Sehingga masyarakat khususnya pelaku UMKM dapat mengetahui secara jelas mengenai pendapatan UMKM.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan agar lebih bisa mengembangkan penelitianini dengan meneliti variabel lain, jumlah sampel, dan meneliti studi kasus sektor lain sehingga mencangkup lebih luas lagi dalam penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrinawati, H. &. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(1), 152–161.
- Alifa. (2020). Pengaruh Sharia Compliance, Good Corporate Governance Dan Kompetensi Amil Zakat Terhadap Pengelolaan Dana Zakat (Studi Kasus Pada Baznas (Bazis) Dki Jakarta). *Metode Penelitian*, 32–41.  
[Http://Repository.Stei.Ac.Id/2118/](http://Repository.Stei.Ac.Id/2118/)
- Armin, F. (2022). *Statistika Deskriptif Dengan*. December.
- Aryanto. (2018). Bab Iii - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Basuki. (2017). *Regresi Linear Berganda*. 1, 63–76.
- Dewi, T. (2014). Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan Dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm). *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 3(12), 576–585.
- Fadhlani. (2017). Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Monza Di Pasar Simalingkar Medan. *Visioner & Strategis*, 6(Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Monza Di Pasar Simalingkar Medan), 111–126.
- Handoyo, M. A. (2019). Kemampuan Sumber Daya Manusia Dan Seni Yang Mengatur Hubungan Dan Peranan Tenaga Kerja. *Gastronomia Y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Hermiyanty, Wandira Ayu Bertin, D. S. (2017). Uji Multikolonieritas. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 8(9), 1–58.
- Ida, F. F., & Musyarofah, A. (2021). Validitas Dan Reliabilitas Dalam Analisis Butir Soal. *Al-Mu'arrif: Journal Of Arabic Education*, 1(1), 34–44.
- Kumar, M. (2021). Defenisi Pemasaran. *Frontiers In Neuroscience*, 14(1), 1–13.
- Lestari. (2020). Analisis Pengaruh Modal, Tenaga Kerja Dan Lama Melaut Terhadap Pendapatan Nelayan Payang Di Kelurahan Blimbing Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Jie*, 4(4), 650–664.
- Mikro, U., Dan, K., Di, M., & Padang, K. (2022). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan*. 4(1), 152–161.
- Nita. (2015). Metode Penelitian. *Metodologi Penelitian*, 5(December), 118–138.

- Noviyanti, N., Noval, S. M. R., & Jamaludin, A. (2021). Pembatasan Akses Internet Oleh Pemerintah Saat Terjadi Unjuk Rasa Dan Kerusuhan Di Papua Dan Papua Barat Ditinjau Dalam Perspektif Hak Asasi Manusia. *Logika : Jurnal Penelitian Universitas Kuningan*, 12(01), 42–55.
- Nurhafshah. (2020). Pengaruh Pendidikan Keuangan Di Keluarga, Pendapatan Dan Literasi Keuangan Terhadap Financial Management Behavior. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253.*
- Polandos, P. M., Engka, D. S. ., & Tolosang, K. D. (2019). 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), 36–47.
- Prabowo, R., & Sutanto, A. (2019). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sektor Otomotif Di Indonesia. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 1–11.
- Quraisy, A. (2022). Normalitas Data Menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov Dan Saphiro-Wilk. *J-Hest Journal Of Health Education Economics Science And Technology*, 3(1), 7–11.
- Rahmat Fitra, 2021. (2021). *Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Menginap Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.Upi.Edu | Perpustakaan.Upi.Edu 24. 24–44.*
- Saragih, I. P., & Nasution, S. H. (2013). Analisis Pengaruh Modal Sendiri Dan Modal Pinjaman Kredit Usaha Rakyat (Kur) Terhadap Pendapatan Pengusaha Umkm Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 3(6), 393–407.
- Saribu, D. (2021). *Akuntansi Keuangan Menengah I (Intermediate Accounting) (Materi Mudah Dipahami, Dilengkapi Pembahasan Dan Latihan).* [Http://Repository.Uhn.Ac.Id/Handle/123456789/5188](http://Repository.Uhn.Ac.Id/Handle/123456789/5188)
- 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.
- Suciati, W., Pardanawati, S. L., & Pravasanti, Y. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Keuangan Akuntansi Bisnis*, 1(2), 70–80.
- Syam, A. H. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.
- Tesa. (2020). Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce), Modal, Dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Di Kabupaten Tegal.



- Urip. (2018). Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Untuk Entitas Mikro, Kecil, Dan Menengah (Sak Emkm). *Metode Penelitian*, 32–41.
- Usman. (2022). *Pengaruh Transaksi E-Commerce, Modal, Dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah*.
- Wahyuni, F. D., & Sari, S. N. (2021). Analisis Penerapan Sistem E-Commerce Pada Umkm (Studi Kasus: Warung Nasi Goreng Mas No Di Jalan Apron Jakarta Pusat). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(3), 155–168.
- Yuli. (2020). Analisis Pengaruh Modal, Jam Kerja, Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus Pkl Di Halaman Pt Mercindo Global Manufaktur Bawen). *Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers, November*, 137–149.
- Yuniarti. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasartradisional Cinere Depok, Volume 3 N(1)*, 165–170.
- Antara, I. K. A., & Aswitari, L. P. (2016). Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Kecamatan Denpasar Barat. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 5(11), 165258.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 24*.
- Gitman, L. J., Juchau, R., & Flanagan, J. (2015). *Principles Of Managerial Finance*. Pearson Higher Education Au.
- Gonibala, N. Dkk. (2019). Analisis Pengaruh Modal Dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan Umkm Di Kota Kitamobagu.
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Growth Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172.
- Hanny Et Al. (2020). *Analisis Penggunaan E-Commerce Terhadap Peningkatanpendapatan Umkm Kuliner Kecamatan Sawangan - Depok*. *Excellent*, 7(1), 56–68.
- Helmalia & Afrinawati. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Jebi (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237–246.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2019). *Ikatan Akuntan Indonesia. (2019). Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, Dan Menengah*. Jakarta: Iai.
- Jumingan. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Pt Bumi Aksara.
- Kemenkopukm. (2018). *Perkembangan Data Usaha Mikro Kecil, Menengah (Umkm) Dan Usaha (Ub) Tahun 2017-2018*.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### Kuesioner Penelitian

Pengaruh Transaksi Elektronik (*E-Commerce*), Modal, dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai.

Bapak, Ibu atau Saudara/I yang terhormat, bersama ini saya mohon kesediaan Bapak, Ibu, atau Saudara/i untuk mengisi data kuesioner mengenai Pengaruh Transaksi Elektronik (*E-Commerce*), Modal, dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai. Informasi yang Bapak, Ibu, atau Saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi saya.

Oleh Karena itu kepada Bapak, Ibu, atau Saudara/i, saya sebagai peneliti mengharapkan :

1. Bapak, Ibu, atau Saudara/I menjawab setiap pertanyaan dengan sejujurnya dan perlu diketahui bahwa jawaban Bapak, Ibu, atau Saudara/I tidak berhubungan dengan benar atau salah.
2. Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda checklist (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Bapak, Ibu, Saudara/I yaitu :
  - a. Jawaban SS : Sangat Setuju
  - b. Jawaban S : Setuju
  - c. Jawaban N : Netral
  - d. Jawaban TS : Tidak Setuju
  - e. Jawaban STS : Sangat Tidak Setuju

#### I. Data Umum Responden

Lingkari pada pilihan jawaban yang paling sesuai menurut Bapak, Ibu atau saudara/i :

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : a. Laki-Laki b. Perempuan
3. Pendidikan : a. SMP b. SMA c. D3/D4/S1
4. Umur : a. 21 - 30 Tahun  
b. 31 - 40 Tahun

- c. 41 - 50 Tahun  
d. Diatas 51 Tahun
5. Pendapatan Per Bulan :
- a. Rp. 1 Juta - Rp. 3 Juta  
b. Rp. 3 Juta - Rp. 5 Juta  
c. Rp. 5 Juta - Rp. 10 Juta  
d. Rp. 10 Juta - Rp. 15 Juta  
e. Diatas Rp. 15.000.000
6. Lama Usaha Yang Dijalankan :
- a. Dibawah 1 Tahun  
b. 1 – 3 Tahun  
c. 3 – 5 Tahun  
d. 5 – 10 Tahun  
e. Diatas 10 Tahun

#### A. PERNYATAAN MENGENAI TRANSAKSI ONLINE (E-COMMERCE)

Indikator akses internet :

No.	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya menggunakan kartu perdana yang berkualitas agar mendukung akses internet toko kami					
2.	Karyawan mengakses internet setiap harinya untuk sekedar mengecek maupun membalas komentar pelanggan					

Indikator kemampuan sumber daya manusia :

3.	Saya merekrut dan memperkerjakan karyawan yang mahir dalam menggunakan internet					
4.	Karyawan kami memiliki kemampuan menjual cepat dalam mereview barang yang dijual serta menggunakan internet sebagai survey produk					

Indikator pemasaran :

5.	Saya menggunakan website/marketplace/ media sosial lainnya untuk memasarkan produk/jasa saya sehingga dapat meningkatkan pendapatan					
6.	Transaksi Online membantu saya untuk mengurangi biaya promosi					
7.	Transaksi Online membantu saya menjangkau pasar yang lebih luas					

## B. PERNYATAAN MENGENAI MODAL

Indikator modal sendiri :

No.	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Pada awal pendirian usaha, saya menggunakan modal yang saya miliki sendiri tanpa meminjam kepada pihak lain					
2.	Modal sendiri sangat penting keberadaannya untuk meningkatkan pendapatan usaha					

Indikator modal pinjaman :

3.	Dengan adanya pinjaman kredit modal usaha membantu Bapak/Ibu dalam mengembangkan usaha					
4.	Prosedur peminjaman dana yang diberikan bank/ lembaga keuangan lainnya ditujukan untuk mensejahterahkan masyarakat umum dan khususnya pelaku UMKM					
5.	Pinjaman kredit modal usaha telah berjalan dengan baik sehingga bermanfaat oleh usaha Bapak/Ibu untuk meningkatkan pendapatan					

Indikator pendanaan modal :

6.	Modal yang saya miliki mampu mencukupi seluruh biaya operasional Perusahaan					
7.	Penjualan saya semakin meningkat karena adanya tambahan modal					

## C. PERNYATAAN MENGENAI LAMA USAHA

Indikator lama berdiri suatu usaha :

No.	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Lamanya usaha yang saya miliki dapat menjadi dasar kepercayaan pembeli untuk berbelanja					
2.	Memiliki umur usaha yang lama akan menjadi kelebihan bagi usaha yang saya miliki karena sudah dikenal banyak orang					

Indikator pengalaman yang diperoleh :

3.	Semakin banyak pengalaman yang saya jalankan maka pengetahuan saya mengenai penjualan semakin baik					
4.	Semakin banyak pengalaman yang saya jalankan maka keterampilan yang saya miliki semakin baik					

5.	Semakin banyak pengalaman yang saya jalankan maka semakin bisa memahami selera konsumen					
6.	Semakin banyak pengalaman yang saya jalankan maka semakin banyak pula relasi bisnis sehingga mampu memperluas pemasaran produk/jasa saya					

#### D. PERNYATAAN MENGENAI PENDAPATAN

Indikator peningkatan hasil :

No.	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Penghasilan usaha dapat meningkat jika pemilik usaha menjual produk secara online					
2.	Penghasilan usaha dapat ditingkatkan dengan menambah modal					
3.	Penghasilan usaha mengalami peningkatan karena sudah berdiri sejak lama					
4.	Penghasilan yang saya miliki selalu meningkat setiap tahunnya					

Indikator kecukupan hasil :

5.	Penghasilan yang saya terima mampu mencukupi kebutuhan sehari-hari					
6.	Penghasilan yang saya terima mampu menjamin kesejahteraan keluarga					

Indikator dapat berkembang :

7.	Penghasil yang saya terima bisa memperbesar usaha					
8.	Usaha saya dapat berkembang sesuai yang diharapkan					

SARAN :

.....

.....

.....

.....

## Lampiran 2

Data Penelitian Variabel Transaksi Online (*E-Commerce*) (X1)

No Responden	Transaksi Online ( <i>E-Commerce</i> )							
	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_Total
1	4	4	4	4	4	4	4	28
2	4	4	4	2	4	4	5	27
3	2	2	1	1	2	2	2	12
4	4	2	1	1	4	4	4	20
5	2	2	2	1	1	2	2	12
6	4	4	3	3	4	5	5	28
7	5	5	4	5	4	5	5	33
8	3	2	3	3	5	4	5	25
9	4	4	4	4	4	4	4	28
10	5	4	2	2	4	4	4	25
11	4	4	3	3	4	4	4	26
12	5	5	3	3	4	3	4	27
13	4	2	3	2	4	2	4	21
14	1	1	2	1	2	2	2	11
15	3	4	4	3	5	4	2	25
16	5	5	5	5	5	5	5	35
17	5	5	4	4	5	5	5	33
18	3	4	4	4	4	4	4	27
19	4	5	3	4	4	4	5	29
20	4	4	4	4	4	4	4	28
21	4	4	5	4	5	5	5	32
22	4	4	3	4	4	5	5	29
23	1	5	4	4	5	5	5	29
24	4	5	4	3	4	4	5	29
25	4	2	2	2	4	2	2	18
26	2	2	1	1	2	2	2	12
27	4	4	4	4	4	4	4	28
28	2	2	1	2	1	1	2	11

29	2	1	1	2	1	2	1	10
30	2	2	2	2	1	1	1	11
31	4	4	4	4	4	4	4	28
32	4	4	3	3	4	4	5	27
33	4	4	4	4	4	4	4	28
34	3	3	2	2	4	4	4	22
35	4	2	2	2	2	4	4	20
36	3	3	3	4	4	4	5	26
37	3	3	3	3	4	3	3	22
38	5	2	2	2	2	2	1	16
39	2	2	2	2	2	2	2	14
40	4	3	4	4	4	4	4	27
41	4	4	3	4	4	3	3	25
42	2	1	1	2	2	2	1	11
43	4	3	4	3	3	4	4	25
44	5	4	5	5	5	5	5	34
45	4	4	4	4	4	3	4	27
46	2	1	1	2	2	2	1	11
47	4	3	4	3	3	4	4	25

**Lampiran 3**  
**Data Penelitian Variabel Modal (X2)**

No Responden	Modal							
	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_Total
1	4	4	4	5	4	4	4	29
2	5	4	4	4	4	5	5	31
3	2	4	4	4	4	5	4	27
4	4	4	4	2	2	4	4	24
5	2	1	2	4	5	2	4	20
6	4	5	5	5	5	4	5	33
7	4	3	5	4	3	4	5	28
8	5	2	5	5	3	4	5	29
9	4	4	3	3	3	4	4	25
10	4	4	2	2	2	4	4	22
11	4	4	3	4	4	4	4	27
12	5	4	5	4	4	4	5	31
13	5	4	3	3	4	4	4	27
14	2	4	4	4	4	5	4	27
15	4	4	1	2	4	5	4	24
16	5	5	5	5	5	5	5	35
17	5	5	3	3	4	4	4	28
18	4	4	3	3	3	3	4	24
19	5	5	3	3	3	4	4	27
20	4	4	4	4	4	4	4	28
21	5	4	4	4	4	4	5	30
22	4	5	4	4	4	3	4	28
23	5	5	1	1	1	4	1	18
24	4	3	3	3	3	4	4	24
25	5	5	5	5	5	4	4	33
26	5	4	2	2	2	4	4	23
27	4	4	4	4	4	4	4	28
28	4	4	4	5	4	4	4	29
29	4	4	4	4	4	4	5	29
30	1	2		4	4	4	4	19
31	4	4	3	3	3	4	3	24
32	4	4	3	3	3	4	4	25
33	4	4	2	4	4	4	5	27
34	4	4	4	4	4	3	4	27
35	2	4	4	4	3	3	4	24
36	4	4	4	4	4	4	4	28
37	3	4	4	3	3	4	4	25
38	2	4	2	4	4	4	5	25



39	5	4	4	4	2	4	4	27
40	4	4	4	4	4	4	4	28
41	3	3	3	3	3	3	3	21
42	2	4	5	4	5	4	5	29
43	3	4	4	4	4	4	4	27
44	4	4	3	5	4	4	3	27
45	3	3	4	4	3	3	4	24
46	3	3	3	3	3	3	3	21
47	2	4	5	4	5	4	5	29



**Lampiran 4**  
**Data Penelitian Variabel Lama Usaha (X3)**

No Responden	Lama Usaha						
	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3 Total
1	4	4	4	4	4	4	24
2	5	5	5	4	5	4	28
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	4	2	4	21
5	4	2	4	2	4	4	20
6	4	4	4	4	4	4	24
7	5	5	4	5	5	5	29
8	5	5	5	5	5	5	30
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	2	2	5	21
11	5	5	4	4	4	4	26
12	4	4	5	4	4	4	25
13	4	4	4	5	4	4	25
14	4	4	4	4	5	4	25
15	5	5	5	5	5	5	30
16	5	5	5	5	5	5	30
17	5	5	5	5	4	5	29
18	4	4	3	3	4	4	22
19	4	4	5	5	4	5	27
20	4	4	4	4	4	4	24
21	5	5	4	4	5	5	28
22	4	4	4	4	4	4	24
23	5	4	5	5	5	5	29
24	4	5	5	5	5	5	29
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	2	4	4	4	4	22
27	4	4	4	4	4	4	24
28	2	4	4	4	4	4	22
29	4	4	4	4	4	5	25
30	4	4	4	4	4	4	24
31	3	4	4	4	4	4	23
32	4	4	4	4	4	5	25
33	5	4	5	5	5	5	29
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	4	4	4	4	24
36	5	5	5	5	5	5	30
37	5	5	5	4	4	4	27
38	4	4	4	4	4	5	25

39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	3	4	4	23
42	4	4	4	5	4	5	26
43	4	4	4	4	4	4	24
44	3	4	4	4	4	5	24
45	4	4	4	4	4	4	24
46	3	4	4	4	4	4	23
47	4	4	4	4	4	5	25



## Lampiran 5

## Data Penelitian Variabel Peningkatan Pendapatan (Y)

No Responden	Peningkatan Pendapatan								
	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_Total
1	4	4	4	5	4	4	4	4	33
2	2	4	5	4	4	4	4	2	29
3	2	2	4	4	4	4	5	2	27
4	3	4	5	4	4	4	2	2	28
5	4	2	4	2	4	2	2	2	22
6	4	5	5	2	4	3	4	5	32
7	4	5	5	4	4	4	5	4	35
8	4	4	5	3	4	4	4	5	33
9	3	4	4	4	4	3	3	4	29
10	2	4	4	4	4	4	5	2	29
11	4	5	5	4	4	4	5	4	35
12	4	4	5	5	5	5	5	4	37
13	4	5	4	2	3	4	4	2	28
14	2	2	4	1	4	4	4	1	22
15	4	5	5	4	5	5	5	5	38
16	2	5	5	5	5	5	5	5	37
17	4	4	5	4	3	4	4	5	33
18	4	4	3	5	4	4	4	5	33
19	2	5	3	2	5	5	5	5	32
20	2	2	4	2	4	4	4	4	26
21	2	4	4	2	4	4	4	3	27
22	3	4	4	4	3	3	3	4	28
23	5	3	2	2	5	1	4	4	26
24	5	4	2	3	4	4	4	3	29
25	4	4	5	4	4	4	4	4	33
26	2	2	4	4	4	4	2	2	24
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	2	2	4	4	4	4	4	1	25
29	4	2	4	4	4	4	2	2	26
30	1	2	4	4	4	4	4	1	24
31	3	4	3	4	4	4	4	4	30
32	3	4	4	3	3	3	4	4	28
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	3	3	4	4	3	3	4	3	27
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	4	2	2	4	4	4	4	4	28
38	4	4	4	4	4	5	4	4	33

39	2	2	4	4	4	4	4	4	28
40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	5	4	4	4	3	3	4	4	31
42	4	4	5	5	5	5	5	5	38
43	3	4	4	4	4	4	4	4	31
44	4	5	3	4	5	4	4	4	33
45	3	4	4	4	3	3	3	3	27
46	4	5	4	3	5	4	4	3	32
47	4	4	4	4	4	4	4	4	32



**Lampiran 6**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Transaksi Online (E-Commerce) (X1)**

		<b>Correlations</b>							
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_Total
X1_1	Pearson Correlation	1	.602**	.544**	.523**	.574**	.567**	.576**	.720**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	47	47	47	47	47	47	47	47
X1_2	Pearson Correlation	.602**	1	.775**	.764**	.745**	.757**	.756**	.896**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	47	47	47	47	47	47	47	47
X1_3	Pearson Correlation	.544**	.775**	1	.835**	.744**	.736**	.706**	.884**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	47	47	47	47	47	47	47	47
X1_4	Pearson Correlation	.523**	.764**	.835**	1	.687**	.709**	.646**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	47	47	47	47	47	47	47	47
X1_5	Pearson Correlation	.574**	.745**	.744**	.687**	1	.804**	.784**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	47	47	47	47	47	47	47	47
X1_6	Pearson Correlation	.567**	.757**	.736**	.709**	.804**	1	.872**	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	47	47	47	47	47	47	47	47
X1_7	Pearson Correlation	.576**	.756**	.706**	.646**	.784**	.872**	1	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	47	47	47	47	47	47	47	47
X1_Total	Pearson Correlation	.720**	.896**	.884**	.853**	.886**	.904**	.891**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	47	47	47	47	47	47	47	47

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Lampiran 7**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Modal (X2)**

		<b>Correlations</b>							
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_Total
X2_1	Pearson Correlation	1	.441**	-.022	-.117	-.247	.216	-.026	.385**
	Sig. (2-tailed)		.002	.882	.435	.094	.145	.861	.008
	N	47	47	46	47	47	47	47	47
X2_2	Pearson Correlation	.441**	1	.077	-.079	.033	.406**	-.056	.470**
	Sig. (2-tailed)	.002		.611	.599	.824	.005	.710	.001
	N	47	47	46	47	47	47	47	47
X2_3	Pearson Correlation	-.022	.077	1	.680**	.426**	.117	.523**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.882	.611		.000	.003	.437	.000	.000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46
X2_4	Pearson Correlation	-.117	-.079	.680**	1	.697**	.030	.510**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.435	.599	.000		.000	.844	.000	.000
	N	47	47	46	47	47	47	47	47
X2_5	Pearson Correlation	-.247	.033	.426**	.697**	1	.102	.528**	.604**
	Sig. (2-tailed)	.094	.824	.003	.000		.493	.000	.000
	N	47	47	46	47	47	47	47	47
X2_6	Pearson Correlation	.216	.406**	.117	.030	.102	1	.226	.429**
	Sig. (2-tailed)	.145	.005	.437	.844	.493		.126	.003
	N	47	47	46	47	47	47	47	47
X2_7	Pearson Correlation	-.026	-.056	.523**	.510**	.528**	.226	1	.642**
	Sig. (2-tailed)	.861	.710	.000	.000	.000	.126		.000
	N	47	47	46	47	47	47	47	47
X2_Total	Pearson Correlation	.385**	.470**	.747**	.680**	.604**	.429**	.642**	1
	Sig. (2-tailed)	.008	.001	.000	.000	.000	.003	.000	
	N	47	47	46	47	47	47	47	47

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Lampiran 8**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Lama Usaha (X3)**

		Correlations						
		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_Total
X3_1	Pearson Correlation	1	.499**	.514**	.364*	.443**	.377**	.725**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.012	.002	.009	.000
	N	47	47	47	47	47	47	47
X3_2	Pearson Correlation	.499**	1	.446**	.518**	.387**	.377**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.007	.009	.000
	N	47	47	47	47	47	47	47
X3_3	Pearson Correlation	.514**	.446**	1	.549**	.583**	.450**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.000	.000	.001	.000
	N	47	47	47	47	47	47	47
X3_4	Pearson Correlation	.364*	.518**	.549**	1	.569**	.436**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.012	.000	.000		.000	.002	.000
	N	47	47	47	47	47	47	47
X3_5	Pearson Correlation	.443**	.387**	.583**	.569**	1	.306*	.751**
	Sig. (2-tailed)	.002	.007	.000	.000		.037	.000
	N	47	47	47	47	47	47	47
X3_6	Pearson Correlation	.377**	.377**	.450**	.436**	.306*	1	.638**
	Sig. (2-tailed)	.009	.009	.001	.002	.037		.000
	N	47	47	47	47	47	47	47
X3_Total	Pearson Correlation	.725**	.738**	.785**	.790**	.751**	.638**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	47	47	47	47	47	47	47
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								



## Lampiran 9

### Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan (Y)

		Correlations								
		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_Total
Y_1	Pearson Correlation	1	.384**	-.133	.089	.025	-.203	-.008	.455**	.442**
	Sig. (2-tailed)		.008	.371	.553	.869	.171	.958	.001	.002
	N	47	47	47	47	47	47	47	47	47
Y_2	Pearson Correlation	.384**	1	.263	.127	.160	.241	.397**	.553**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.008		.075	.394	.281	.102	.006	.000	.000
	N	47	47	47	47	47	47	47	47	47
Y_3	Pearson Correlation	-.133	.263	1	.228	-.051	.311*	.111	.071	.380**
	Sig. (2-tailed)	.371	.075		.123	.734	.033	.460	.637	.008
	N	47	47	47	47	47	47	47	47	47
Y_4	Pearson Correlation	.089	.127	.228	1	.054	.374**	.128	.230	.510**
	Sig. (2-tailed)	.553	.394	.123		.717	.010	.390	.120	.000
	N	47	47	47	47	47	47	47	47	47
Y_5	Pearson Correlation	.025	.160	-.051	.054	1	.367*	.344*	.213	.395**
	Sig. (2-tailed)	.869	.281	.734	.717		.011	.018	.151	.006
	N	47	47	47	47	47	47	47	47	47
Y_6	Pearson Correlation	-.203	.241	.311*	.374**	.367*	1	.443**	.157	.537**
	Sig. (2-tailed)	.171	.102	.033	.010	.011		.002	.292	.000
	N	47	47	47	47	47	47	47	47	47
Y_7	Pearson Correlation	-.008	.397**	.111	.128	.344*	.443**	1	.387**	.598**
	Sig. (2-tailed)	.958	.006	.460	.390	.018	.002		.007	.000
	N	47	47	47	47	47	47	47	47	47
Y_8	Pearson Correlation	.455**	.553**	.071	.230	.213	.157	.387**	1	.757**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.637	.120	.151	.292	.007		.000
	N	47	47	47	47	47	47	47	47	47
Y_Total	Pearson Correlation	.442**	.747**	.380**	.510**	.395**	.537**	.598**	.757**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.008	.000	.006	.000	.000	.000	
	N	47	47	47	47	47	47	47	47	47

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
 \* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Lampiran 10

### Hasil Uji Reliabilitas

#### 1. Uji Reliabilitas Transaksi Online (*E-Commerce*) (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.943	7

#### 2. Uji Reliabilitas Modan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.648	7

#### 3. Uji Reliabilitas Lama Usaha (X3)

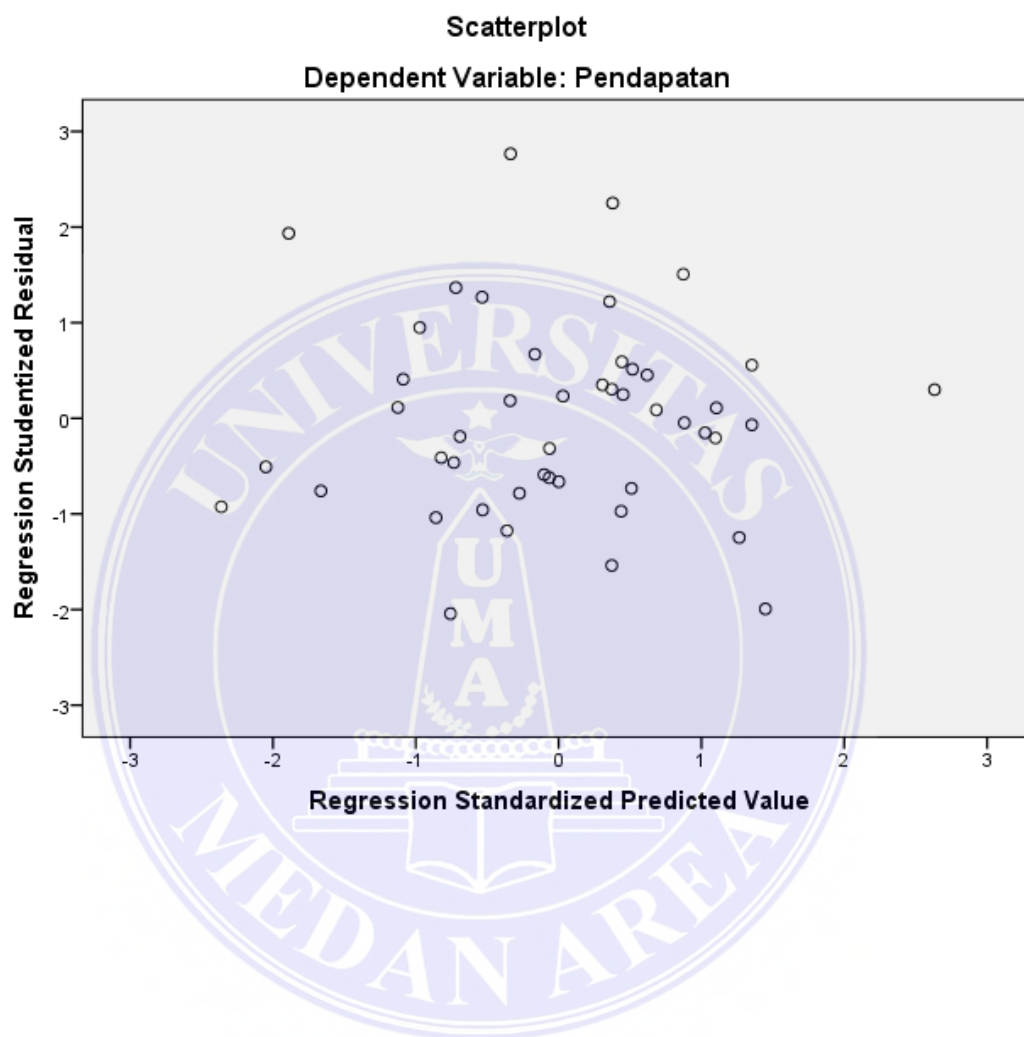
Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.831	6

#### 4. Uji Reliabilitas Pendapatan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.677	8

### Lampiran 11

#### P-P Plot Normalitas dari Regresi Linear Berganda



## Lampiran 12

### Wawancara UMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai



Wawancara di Toko Kia



Wawancara di Bukit Sion Fotocopy




**Wawancara di Toko Ayu Ulos & Fashion**



**Lampiran 13**

**Izin Penelitian**



## UNIVERSITAS MEDAN AREA

### FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998  
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331  
Email : univ\_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas :ekonomi@uma.ac.id

03 Januari 2024

Nomor : 004 /FEB /01.1/ 1 / 2024  
Lamp : -  
Perihal : Izin Research / Survey

Kepada Yth,  
**Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik Kota Binjai**

Dengan hormat,  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara saudari , Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :

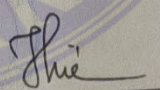
Nama : JOSEPH HIZKIA S  
N P M : 198330160  
Program Studi : Akuntansi  
Judul : **Pengaruh Transaksi Online E-Commerce , Modal Dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM Di Jalan Soekarno Hatta Binjai )**

Untuk diberi izin mengambil data pada perusahaan yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

**A.n Kaprodi ,**  
**Kepala Bidang Minat Bakat Dan Inovasi**  
**Program Studi Akuntansi**



**Indah Cahya Sagala, S.Pd,M.Si**

**Tembusan :**

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertinggal

### Lampiran 14

### Surat Balasan Penelitian

