

**PENGARUH TRANSAKSI *ONLINE (E-COMMERCE)*,
LAMA USAHA DAN MODAL TERHADAP
PENDAPATAN UMKM DI KOTA BINJAI
(UMKM DI KECAMATAN
BINJAI KOTA)**

SKRIPSI

OLEH :

EKA PUTRI MAULIDHA LUBIS

198330123



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

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 22/11/24

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)22/11/24

**PENGARUH TRANSAKSI *ONLINE (E-COMMERCE)*,
LAMA USAHA DAN MODAL TERHADAP
PENDAPATAN UMKM DI KOTA BINJAI
(UMKM DI KECAMATAN
BINJAI KOTA)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area

OLEH:

EKA PUTRI MAULIDHA LUBIS

198330123

**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 22/11/24

Access From (repository.uma.ac.id)22/11/24

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Transaksi *Online (E-Commerce)*, Lama Usaha dan Modal Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Binjai (UMKM di Kecamatan Binjai Kota)

Nama : Eka Putri Maulidha Lubis

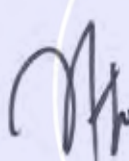
NPM : 198330123

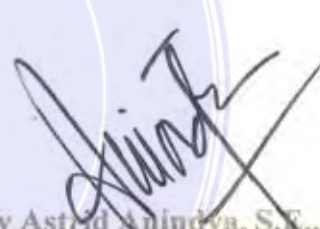
Program Studi : Akuntansi

Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing


Pemanding


(Fauziah Rahman, S.Pd., M.Ak)
Pembimbing


(Desy Astrid Anindya, S.E., M.Si)
Pemanding

Mengetahui


(Ahmad Rafiq, BBA (Hons), M.Mgt., Ph.D., CIMA)
Dekan


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

Tanggal Lulus : 25 September 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

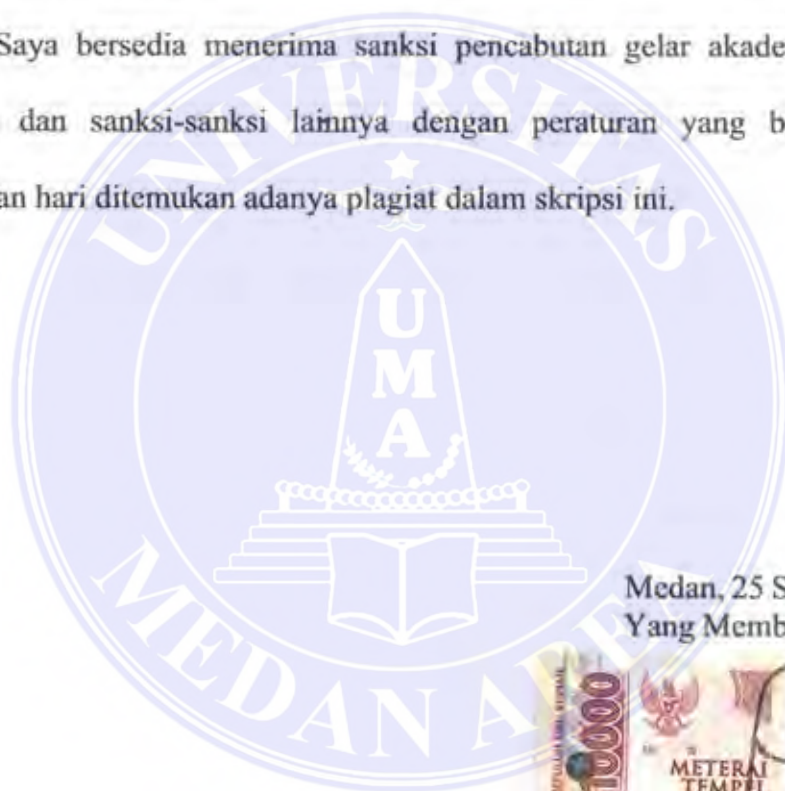
Document Accepted 22/11/24

Access From (repository.uma.ac.id)22/11/24

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



Medan, 25 September 2024
Yang Membuat Pernyataan



Eka Putri Maulidha Lubis
NPM: 198330123

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

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eka Putri Maulidha Lubis

NPM : 198330123

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pengaruh Transaksi *Online (E-commerce)*, Lama Usaha Dan Modal Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Binjai (UMKM di Kecamatan Binjai Kota).

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelolah dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : 25 September 2024

Yang menyatakan :



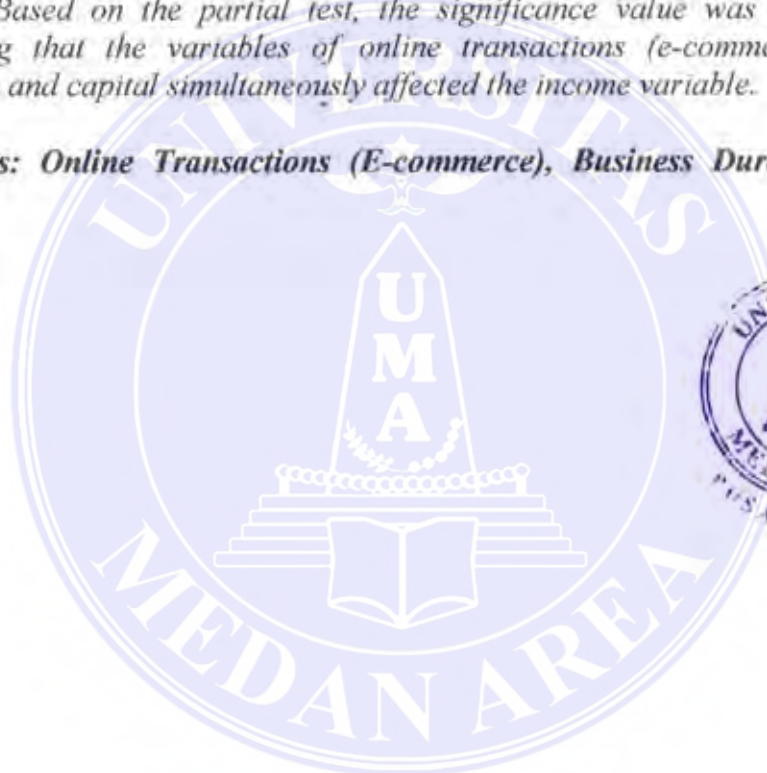
Eka Putri Maulidha Lubis

NPM:198330123

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of online transactions (e-commerce), business duration, and capital on the income of MSMEs in Binjai City (MSMEs in Binjai Kota District). The population in this research consisted of all MSMEs registered at the Cooperative, Small, and Medium Enterprises Office, totaling 221 MSME actors. The sampling technique used in this research was Non-Probability Sampling through Purposive Sampling, resulting in 69 samples. The data collection technique was carried out using questionnaires. Data processing was done using SPSS 26 software. The research employed a quantitative approach, with data analysis consisting of descriptive statistical tests, data quality tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. Based on the partial test, the significance value was $0.000 < 0,05$, indicating that the variables of online transactions (e-commerce), business duration, and capital simultaneously affected the income variable.

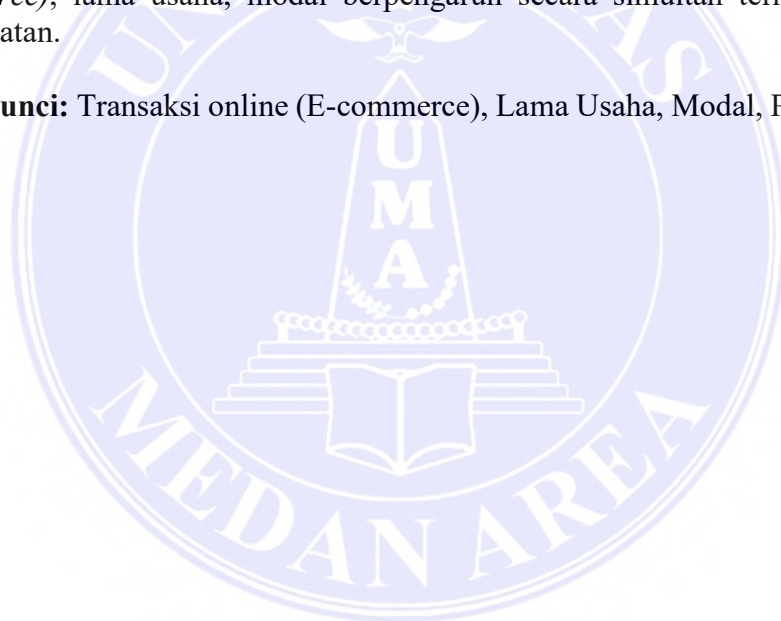
Keywords: *Online Transactions (E-commerce), Business Duration, Capital, Income*



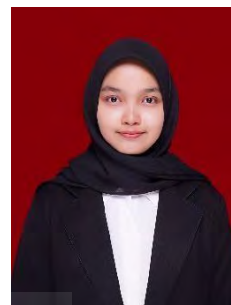
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh transaksi *online (e-commerce)*, lama usaha dan modal terhadap pendapatan UMKM di Kota Binjai (UMKM di Kecamatan Binjai Kota), populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM yang terdaftar di dinas koperasi, usaha kecil dan menengah yang berjumlah 221 pelaku UMKM. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dengan cara *Purposive Sampling* sehingga terdapat 69 sampel. Teknik pengumpulan datanya dengan menggunakan kuesioner. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan software SPSS 26. Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian kuantitatif, dengan analisis data terdiri dari uji statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Berdasarkan uji parsial diketahui nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa variabel transaksi *online (e-commerce)*, lama usaha, modal berpengaruh secara simultan terhadap variabel pendapatan.

Kata kunci: Transaksi online (E-commerce), Lama Usaha, Modal, Pendapatan



RIWAYAT HIDUP



Nama	Eka Putri Maulidha Lubis
NPM	198330123
Tempat, Tanggal Lahir	Kisaran, 09 Juni 2021
Nama Orang Tua :	
Ayah	Indra Kesuma Lubis
Ibu	Fitri Susanti
Riwayat Pendidikan :	
SMP	SMP YPAK PTPN III Gunung Para
SMA	SMA Negeri 4 Tebing Tinggi
Riwayat Studi di UMA	-
Pengalaman Pekerjaan	-
No. HP/WA	082164538059
Email	eka378271@gmail.com

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat Rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Transaksi *online* (E-Commerce), Lama Usaha Dan Modal Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Binjai (UMKM di Kecamatan Binjai Kota)”**. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW.

Tidak terasa waktu telah berlalu dan saat itu juga banyak hambatan dan kesulitan yang dihadapi penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini, namun dikarenakan kerja keras dan dukungan dari beberapa pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Semoga penulis dapat membalas semua kebaikan yang telah diberikan oleh berbagai pihak. Untuk itu dengan penuh kerendahan hati dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc. Selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki BBA(Hons), M.Mgt, Ph.d, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Rana Fathinah Ananda, S.E, M.Si selaku Ketua Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area.
4. Ibu Fauziah Rahman, S.Pd, M.Ak selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan saran dan bersedia mengorbankan waktu untuk

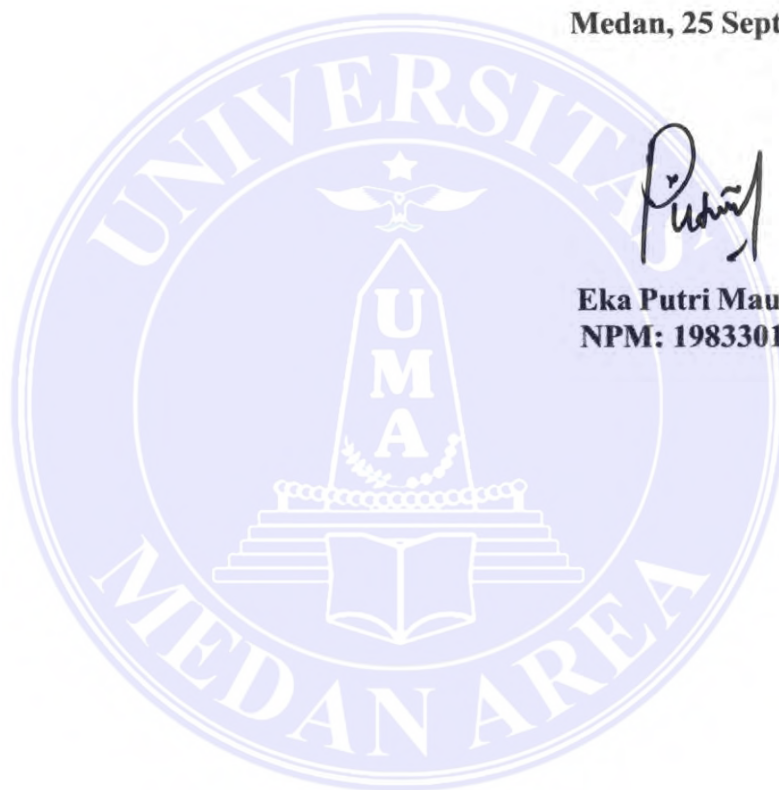
menuntun serta memberikan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Ibu Desy Astrid Anindya, S.E, M.Ak selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan saran kepada penulis.
6. Ibu Sucitra Dewi S.E, M.Si selaku dosen sekretaris yang telah membantu dan memberikan bimbingan kepada penulis.
7. Para dosen dan seluruh staff akademika FEB UMA yang telah banyak memberikan pengetahuan dan membantu penulis selama masa kuliah.
8. Kepada Orang tua tersayang dan tercinta yakni Ayahanda Indra Kesuma Lubis dan Ibunda Fitri Susanti 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.
9. Kepada Adik tercinta yakni Dhiemas Anggara Putra Insani Lubis yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada pemilik nama Iqfa Yusuf Awalya yang telah memberikan dukungan, semangat, serta telah menjadi tempat berkeluh kesah, dan yang telah membersamai penulis selama proses pengerjaan skripsi ini.
11. Kepada Sahabat tercinta yakni Indah Rahmadani, Puspita Indriani dan Urfa Suci Irawan yang telah menemani, membantu, memberikan dukungan dan motivasi selama menjalani penyelesaian skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih.

Medan, 25 September 2024

Penulis,



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Eka Putri Maulidha Lubis'.

Eka Putri Maulidha Lubis
NPM: 198330123

DAFTAR ISI

ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pendapatan.....	11
2.1.2 Jenis-jenis Pendapatan	13
2.1.3 Indikator Pendapatan	14
2.1.4 Transaksi <i>online (E-commerce)</i>	15
2.1.5 Karakteristik Transaksi <i>online (E-Commerce)</i>	16
2.1.6 Jenis-Jenis Transaksi <i>online (E-Commerce)</i>	17
2.1.7 Manfaat Transaksi <i>online (E-Commerce)</i>	20
2.1.8 Kelebihan dan Kekurangan Transaksi <i>online (E-commerce)</i>	21
2.1.9 Indikator Transaksi <i>online (E-commerce)</i>	23
2.1.10 Lama Usaha	24
2.1.11 Indikator Lama Usaha.....	25
2.1.12 Modal.....	26
2.1.13 Jenis-Jenis Modal.....	26
2.1.14 Indikator Modal	28
2.1.15 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	29
2.1.16 Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.....	30
2.1.17 Jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah	34
2.1.18 Kelebihan dan Kekurangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah ..	35
2.2 Penelitian Terdahulu	36
2.3 Kerangka Konseptual.....	37
2.4 Hipotesis	38
2.4.1 Pengembangan Hipotesis Transaksi <i>online (E-Commerce)</i> Terhadap Pendapatan UMKM	38
2.4.2 Pengembangan Hipotesis Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM.....	39
2.4.3 Pengembangan Hipotesis Modal Terhadap Pendapatan UMKM ..	40
2.4.4 Pengembangan Hipotesis Transaksi <i>online (E-commerce)</i> , Lama Usaha dan Modal terhadap pendapatan UMKM.....	41

BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Jenis, Lokasi Dan Waktu Penelitian	43
3.1.1 Jenis Penelitian.....	43
3.1.2 Lokasi.....	43
3.1.3 Waktu Penelitian	43
3.2 Populasi dan Sampel	44
3.3 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	45
3.3.1 Definisi Operasional.....	45
3.3.2 Variabel Penelitian	46
3.5 Metode Pengumpulan Data Penelitian	48
3.5.1 Kuesioner.....	48
3.6 Metode Analisis Data.....	49
3.6.1 Uji Statistik Deskriptif	49
3.6.2 Uji Kualitas Data.....	49
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	50
3.6.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	52
3.6.5 Uji Hipotesis.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.2 Hasil Perolehan Data.....	55
4.3 Hasil Analisis Data dan Uji Data	57
4.3.3 Statistik Deskriptif	59
4.3.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	61
4.3.5 Uji Multikolinearitas	62
4.3.6 Uji Heteroskedastisitas	63
4.3.7 Hasil Analisis Linear Berganda.....	65
4.3.8 Hasil Uji Hipotesis	66
4.3.9 Uji Simultan (Uji F)	68
4.3.10 Uji Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>).....	69
4.4 Pembahasan	70
4.4.1 Pengaruh Transaksi <i>online (E-commerce)</i> Terhadap Pendapatan UMKM	70
4.4.2 Pengaruh Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM	71
4.4.3 Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan UMKM.....	72
4.4.4 Pengaruh Transaksi <i>online (E-commerce)</i> , Lama Usaha Dan Modal Terhadap Pendapatan UMKM.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	UMKM di Kecamatan Binjai Kota	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1	Waktu Penelitian	44
Tabel 3.2	Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	47
Tabel 3.3	Skor Skala Likert.....	48
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Sesuai dengan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Sesuai dengan Umur	56
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Sesuai dengan Pendapatan per Bulan	56
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Sesuai dengan Lama Usaha	57
Tabel 4.5	Uji Kolmogorov-Smirnov	62
Tabel 4.6	Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4.7	Uji Heteroskedastisitas.....	64
Tabel 4.8	Uji Regresi Linear Berganda.....	65
Tabel 4.9	Uji Parsial (Uji T).....	67
Tabel 4.10	Uji Simultan (F)	68
Tabel 4.11	Uji koefisien Determinasi (R ²)	69

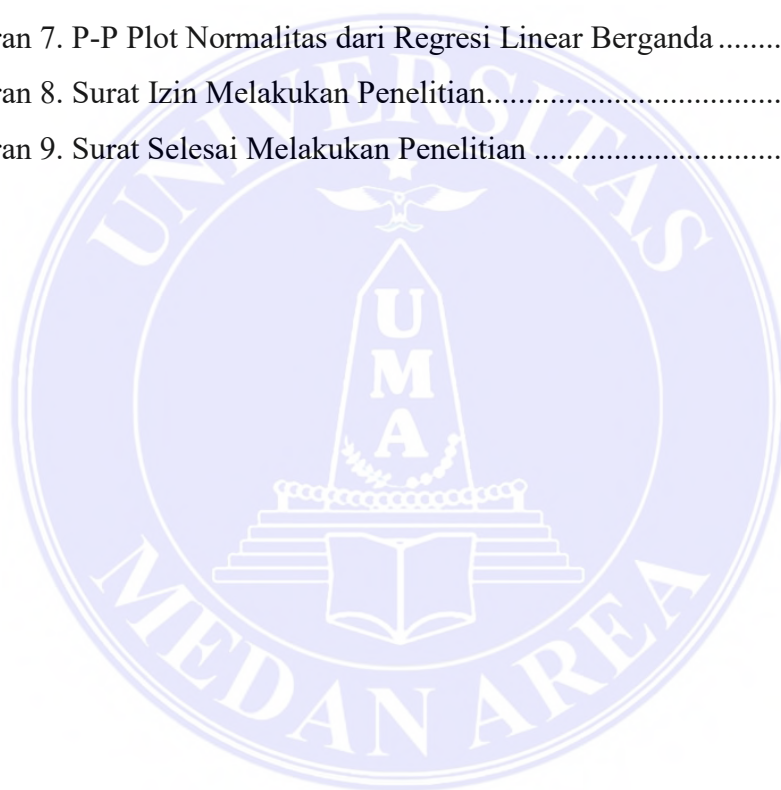
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	37
Gambar 4.1 Scatter Plot	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran 2. Data Penelitian Variabel Transaksi <i>online (E-Commerce)</i> (X1).....	86
Lampiran 3. Data Penelitian Variabel Lama Usaha (X2).....	91
Lampiran 4. Data Penelitian Variabel Modal (X3).....	96
Lampiran 5. Data Penelitian Variabel Pendapatan (Y).....	101
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	106
Lampiran 7. P-P Plot Normalitas dari Regresi Linear Berganda.....	111
Lampiran 8. Surat Izin Melakukan Penelitian.....	112
Lampiran 9. Surat Selesai Melakukan Penelitian.....	113



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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 (Tesa, 2020).

Dalam era digital yang pesat saat ini dapat mendorong *entrepreneurship* untuk membuka wirausaha dengan mudah dengan berbagai keuntungan dan kemudahan yang didapatkan. 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). Berdasarkan hal tersebut membuktikan bahwa kemampuan teknologi digital khususnya pada transaksi *online* dapat mempengaruhi pendapatan UMKM. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Helmalia dan Afrinawati (2018) yang menunjukkan bahwa transaksi *online (e-commerce)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dila Nurmawati (2022) yang menunjukkan bahwa transaksi *online (e-commerce)* tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.

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 5 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). Berdasarkan hal tersebut membuktikan bahwa lama usaha mempengaruhi pendapatan UMKM. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rasya Hasna dan Bagus Kusuma (2021) yang menunjukkan bahwa lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Eva Fitriani (2021) yang menunjukkan bahwa lama usaha tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.

Selain lama usaha faktor lain yang penting dalam mengelola suatu usaha adalah modal. 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, 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 (Tesa, 2020).

Modal yang lemah dari masyarakat dapat diartikan sebagai suatu kurang kemampuan masyarakat untuk mengelola modal yang sebenarnya (Polandos, 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 nonbank lainnya, karena khawatir akan tingginya tingkat bunga dan prosedur yang sering kali 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. Berdasarkan hal tersebut membuktikan bahwa modal mempengaruhi pendapatan UMKM. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Polandos dan Engka (2019) yang menunjukkan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Siti Sarah (2021) yang menunjukkan bahwa modal tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.

Kota Binjai merupakan salah satu kota yang memiliki daya beli tinggi, dan UMKM mempunyai prospek yang besar untuk berkembang (Febi Silviana,

2022). UMKM di Kecamatan Binjai Kota terdiri dari 3 sektor yaitu sektor makanan dan minuman, sektor kerajinan tangan, dan sektor jasa. Berikut data jumlah UMKM di Kecamatan Binjai Kota dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1 UMKM di Kecamatan Binjai Kota

Tahun	Jumlah UMKM
2018	121
2019	139
2020	126
2021	153
2022	184
2023	221

Sumber: Dinas Koperasi Dan UKM Kota Binjai

Berdasarkan tabel 1.1 terlihat bahwa jumlah UMKM di Kota Binjai setiap tahunnya mengalami peningkatan kecuali pada tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 9,3% atau sebanyak 13 UMKM yang merugi sehingga berhenti beroperasi. Hal ini disebabkan karena adanya fenomena Covid-19, yang mempengaruhi tingkat pendapatan UMKM dikarenakan adanya kebijakan *sweeping* yang dilakukan oleh aparat sekitar di Kota Binjai (waspada, 2023).

Pada tahun 2020-2023 pelaku UMKM kembali meningkat, peningkatan tersebut didorong oleh peran Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dalam pemberdayaan UMKM (Benuanews.com, 2023). Adanya peningkatan jumlah

UMKM berarti menyebabkan tingginya pesaing-pesaing usaha, sehingga para UMKM perlu meningkatkan inovasi agar usaha yang mereka miliki dapat terus berjalan.

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, 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, 2019) dengan hasil penelitian modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pengusaha UMKM di kecamatan Langowan Timur, sedangkan penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan fenomena dan *research gap* tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Transaksi *online (E-commerce)*, Lama Usaha Dan Modal Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Binjai (UMKM di Kecamatan Binjai Kota)”**.

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. Lama usaha dan Modal juga menjadi faktor penurunan pendapatan karena 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. 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.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Adapun pertanyaan penelitian yang dapat diambil dari latar belakang diatas adalah sebagai berikut:

1. Apakah transaksi *online* (*e-commerce*) berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kota Binjai?
2. Apakah modal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kota Binjai?
3. Apakah lama usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kota Binjai?
4. Apakah transaksi *online* (*e-commerce*), modal dan lama usaha berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan UMKM di Kota Binjai?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah diatas, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh transaksi *online* (*e-commerce*) terhadap pendapatan UMKM di Kota Binjai.

2. Untuk mengetahui pengaruh modal terhadap pendapatan UMKM di Kota Binjai.
3. Untuk mengetahui pengaruh lama usaha terhadap pendapatan UMKM di Kota Binjai.
4. Untuk mengetahui pengaruh transaksi *online (e-commerce)*, modal, lama usaha secara simultan terhadap pendapatan UMKM di Kota Binjai.

1.5 Manfaat Penelitian

Didalam penelitian yang dilakukan, diharapkan agar dapat memberikan manfaat terhadap:

1. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah untuk merumuskan kebijakan dan merancang strategi untuk meningkatkan pendapatan UMKM.

2. Bagi Peneliti

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

3. Bagi Pelaku UMKM

Hasil penelitian ini diharapkan pelaku UMKM dapat mengembangkan usahanya dengan menjadi UMKM sebagai pembuka lapangan pekerjaan yang lebih luas dan memberikan pengetahuan kepada pelaku UMKM mengenai kemajuan teknologi *digital*.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

TAM merupakan salah satu jenis teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku (*behavioral theory*) yang banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi. Menurut Wikipedia, TAM adalah merupakan salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer. Menurut Davis (1989) TAM adalah sebuah teori sistem informasi yang didesain guna menerangkan bagaimana pengguna mengerti dan mengaplikasikan sebuah teknologi informasi. Penelitian ini sangat memiliki hubungan dengan teori TAM karena di dalam penelitian ini mencoba menjelaskan tentang kualitas aplikasi akuntansi dari penggunaan sebagai dasar penerimaan individu terhadap kualitas informasi yang dihasilkan oleh *software* tersebut seperti penggunaan *e-commerce* dalam rangka meningkatkan pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Syahril & Rikumahu, 2019).

2.1.1 Pendapatan

Pendapatan merupakan faktor terpenting dalam sebuah bisnis karena menentukan naik turunnya sebuah bisnis. Oleh karena itu, perusahaan perlu menggunakan sumber daya mereka seefektif mungkin dan berusaha untuk menghasilkan pendapatan yang diharapkan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, penghasilan berasal dari kata dasar “dapat”. Artinya penghasilan usaha adalah hasil dari berbisnis, dll. Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan

(PSAK No. 23, 2018), 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. Menurut ilmu ekonomi, pendapatan adalah jumlah maksimum yang dikonsumsi seseorang dalam suatu periode tertentu, mengharapkan keadaan yang sama seperti keadaan semula pada akhir periode tertentu. Dengan kata lain, pendapatan bukan hanya apa yang dikonsumsi, tetapi juga jumlah kekayaan pada awal periode ditambah jumlah hasil yang dicapai selama periode tersebut (Sari, 2019).

Pendapatan menurut Soemarso (2018) adalah jumlah yang dibebankan kepada pelanggan untuk barang atau jasa yang dijual. Pendapatan juga dapat didefinisikan sebagai peningkatan total modal (biasanya karena menerima aset dari pelanggan) karena barang atau jasa yang dijual. Pendapatan adalah jumlah maksimum yang dapat dikonsumsi seseorang dalam suatu periode tertentu, dengan mengharapkan kondisi yang sama pada akhir periode yang sama seperti pada keadaan semula. Pemahaman ini tidak berfokus pada total pengeluaran konsumen selama periode waktu tertentu. Pendapatan menurut Mulyati S. (2017) adalah arus masuk atau penyelesaian (atau kombinasi keduanya) dari penyediaan

atau produksi barang, penyediaan jasa, atau pelaksanaan kegiatan lain yang membentuk suatu kegiatan.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah penghasilan dari kegiatan normal usaha, baik dari penjualan jasa, dividen, royalti, dan sewa. Penjualan sangat penting karena merupakan subyek kegiatan perusahaan. Pendapatan adalah tujuan akhir dari setiap bisnis. Jumlah pendapatan yang wirausahawan hasilkan tergantung pada perusahaan tempat usaha beroperasi, kualifikasi karyawan, dan modal.

2.1.2 Jenis-jenis Pendapatan

Dalam Pernyataan (PSAK No. 23, 2018) membagi pendapatan menjadi 3 jenis yaitu:

1. Penjualan Produk

Pendapatan dari penjualan barang yang diproduksi oleh perusahaan untuk dijual dan dibeli untuk dijual kembali. Barang yang dibeli dari pengecer, atau tanah atau aset lain yang dibeli untuk dijual kembali.

2. Penjualan Jasa

Pendapatan yang dihasilkan ketika perusahaan menjual jasa. Menjual jasa biasanya melibatkan pelaksanaan tugas yang disepakati secara kontrak dalam jangka waktu tertentu.

3. Penjualan Jasa

Pendapatan yang dihasilkan ketika perusahaan menjual jasa. Menjual jasa biasanya melibatkan pelaksanaan tugas yang disepakati secara kontrak dalam jangka waktu tertentu.

4. Bunga, Royalti, dan Deviden

Pendapatan dari penggunaan aset perusahaan oleh pihak lain. Ini menghasilkan bunga, royalti, dan dividen. Penggunaan aset perusahaan oleh pihak lain menghasilkan pendapatan dengan cara berikut:

- i. Bunga adalah biaya untuk penggunaan uang tunai atau setara kas atau jumlah yang harus dibayar kepada perusahaan.
- ii. Royalti adalah biaya untuk menggunakan aset jangka panjang perusahaan seperti paten, merek dagang, dan hak cipta.
- iii. Dividen adalah pembagian keuntungan kepada pemegang saham menurut bagian mereka dari jenis modal tertentu.

2.1.3 Indikator Pendapatan

Pendapatan diukur dengan 3 indikator dalam penelitian ini, menurut Lukmono (2014) 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 (Lukmono, 2014).

2. Kecukupan Hasil

Kecukupan penghasilan adalah suatu transaksi jual-beli yang terjadi kemudian menghasilkan pendapatan kemudian merasa cukup dengan apa yang telah di dapat (Lukmono, 2014).

3. Dapat berkembang

Suatu pendapatan dapat dinyatakan dalam keadaan berkembang apabila pendapatan usaha yang di peroleh dalam jangka panjang cenderung meningkat (Halim, 2020).

2.1.4 Transaksi *online* (*E-commerce*)

E-commerce 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 *e-commerce* saat ini karna kemajuan teknologi informasi yang semakin berkembang, khususnya internet.

Menurut Helmalia & Afrinawati (2018), bisnis *e-commerce* 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. *E-commerce* adalah bisnis komersial di sektor layanan elektronik. *E-commerce* 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 (Helmalia & Afrinawati, 2018).

Transaksi *e-commerce* 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. *E-commerce* dapat membantu bisnis untuk menjual produk dan layanan mereka di seluruh dunia tanpa terikat pada batas-batas geografis. *E-commerce* bentukan dasar dari prinsip bisnis baru yang biasa dikenal dengan sebutan ekonomi digital. *E-commerce* menjadi pelayanan pembantu untuk memberikan kemudahan melakukan setiap aktifitas dan kepraktisan di segala bidang (Politwika, 2017).

2.1.5 Karakteristik Transaksi *online* (*E-Commerce*)

Berikut ini jenis-jenis karakteristik transaksi *online* (*e-commerce*) menurut Rerung (2018) antara lain sebagai berikut:

1. 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.

2. Transaksi anonim

Ketika ingin menjual di *e-commerce* 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.

3. Produk digital dan non digital

Ketika ingin menjual melalui *e-commerce*, pemilik usaha tidak harus menawarkan hanya satu produk saja melainkan dapat menawarkan berbagai jenis produk yang dimiliki.

4. Produk barang tidak berwujud

Ketika ingin menjual melalui *e-commerce*, 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*.

2.1.6 Jenis-Jenis Transaksi *online* (E-Commerce)

Terdapat 7 (tujuh) jenis-jenis transaksi *online* (*e-commerce*) menurut Rerung (2018) sebagai berikut:

1. *Business To Business* (B2B)

B2B adalah suatu transaksi bisnis yang melibatkan transaksi *online* barang atau perusahaan jasa. Pengguna dari jenis ini biasanya adalah produsen dan pedagang tradisional. Contoh *e-commerce* di Indonesia antara lain sebagai berikut: *bizzy.com*, *kawalama.com*, *Indotrading.com*, *Electronic city Bizzy* merupakan *e-commerce* pertama dengan konsep *B2B*. *Bizzy* memberikan jalan keluar untuk perusahaan yang berjuang memenuhi kebutuhan dan layanan bisnis mereka. *Kawanlama.com* adalah suatu perusahaan perdagangan *B2B* Indonesia memberikan penawaran mulai dari jenis peralatan industri, peralatan rumah tangga hingga peralatan bengkel. *Ralali.com* merupakan perusahaan *B2B* yang menjual macam-macam jenis perlengkapan otomotif, alat ukur, GPS dan peralatan listrik lainnya.

2. *Business To Consumer (B2C)*

B2C adalah usaha yang terjadi karna adanya pengusaha dan konsumen, atau secara tradisional antara perusahaan yang menjual produk dan memberikannya kepada konsumen. Artinya sebuah perusahaan hanya menjualkan produknya atau jasa yang dimilikinya kemudian menjualnya kepada konsumen hanya sebagai untuk di konsumsi atau ingin memilikinya. Contoh pemain *e-commerce B2C* di Indonesia adalah Blibli, Jd.id, Lazada, Shopee, Bukalapak. Shopee memiliki peringkat teratas dalam urusan produk murah dan biaya pengiriman gratis. Sedangkan Jd.id menguatkan brand dengan jaminan produk jualannya asli atau original. *B2C* juga hadir *Official Store* di *online market place* sebagai contoh brand tertentu memiliki tempat khusus di Bukalapak untuk menjual produk dari distributor resminya.

3. *Consumer To Consumer (C2C)*

C2C merupakan suatu jenis *e-commerce* yang mencakup antar konsumen individu dapat menjual maupun membeli produk dari konsumen lainnya melalui *platform* atau *marketplace* untuk menyelesaikan suatu transaksi jual beli. Selain melalui *marketplace*, kegiatan jual beli juga juga dapat dilakukan secara langsung antar individu, tanpa adanya termasuk dari pihak ketiga. Beberapa contoh *platform* dengan model bisnis ini adalah OLX, Kaskus, hingga melalui Instagram.

4. *Consumer To Business (C2B)*

C2B merupakan model bisnis ini dilakukan oleh konsumen atau enduse menyediakan produk atau layanan ke perusahaan. *C2B* adalah model kebalikan dari *B2C*, di mana bisnis menghasilkan produk dan layanan untuk konsumsi

konsumen. Contoh *platform C2B*, yakni *istockphoto.com* yang menjadi media bagi para fotografer individu untuk mendapatkan royalti apabila ada yang menggunakan fotonya. Dalam model bisnis ini, individu menawarkan untuk menjual produk atau layanan kepada perusahaan yang siap membelinya. Misalnya, jika konsumen adalah *software developer*, maka konsumen dapat menunjukkan demo *software* atau keterampilan yang konsumen miliki di situs-situs seperti *freelancer.com*, *upwork.com*, dll. Jika perusahaan menyukai *software* atau keterampilan konsumen, maka perusahaan akan langsung membeli *software* langsung dari konsumen, atau mempekerjakan pembuat *software*.

5. *Business To Administration (B2A)*

B2A adalah model bisnis yang merujuk pada bisnis yang menjual produk, layanan, atau informasi kepada pemerintah atau lembaga pemerintah. Sistem *B2A* menyediakan kesempatan bagi perusahaan swasta untuk mengajukan tender pada proyek, produk pemerintah yang mungkin dibeli atau dibutuhkan pemerintah untuk perusahaan. Jenis *e-commerce* yang satu ini setiap tahunnya mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir karena investasi oleh *e-government* atau pejabat pemerintah. Sistem *e-procurement* di Indonesia lebih dikenal dengan pelayanan pengadaan dengan elektronik. Salah satu contohnya adalah *Qlue.co.id*, yang menyediakan layanan Manajemen hubungan pelanggan untuk lembaga pemerintah.

6. *Costumer To Administration (C2A)*

Jenis *C2A* transaksi elektronik yang dilakukan oleh individu ke pemerintah atau administrasi publik. Contohnya, seorang konsumen dapat

membayar pajak penghasilannya secara *online*. pelayanan pemerintah kepada masyarakat yang didukung oleh teknologi informasi dan komunikasi.

7. *Online To Offline (O2O)*

O2O adalah jenis *e-commerce* yang melakukan promosi terhadap pelanggan dari *e-commerce* ke toko fisik. Proses *O2O* adalah kombinasi dari *e-commerce* dan belanja di dalam toko. Misalnya, pembeli dapat berbelanja *online* di *website* milik penjual kemudian mengambil barang tersebut di toko terdekat milik perusahaan. Misalnya, *Carrefour.co.id* dan *Mataharimall.com*, *indomaret.com*, *alfamart.com*.

2.1.7 Manfaat Transaksi *online* (E-Commerce)

Transaksi *online* (*e-commerce*) memberikan sebuah manfaat yang cukup baik bagi UMKM. *E-commerce* 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 ketempatnya hanya menggunakan handphone yang dapat di pesan melalui aplikasi di internet.
- d. Efisien waktu.
- e. Adanya promosi yang ditawarkan oleh pedagang.

2.1.8 Kelebihan dan Kekurangan Transaksi *online* (*E-commerce*)

Adanya kekurangan dan kelebihan dalam menggunakan *e-commerce* (Rerung, 2018). Berikut ini adalah kelebihan yang ada pada *e-commerce* yang dihasilkan dari penjualan menggunakan sistem *e-commerce* antara lain:

1. *Revenue stream* (aliran pendapatan)

Arus pendapatan yang diperoleh dapat berpotensi lebih menjanjikan. *Revenue stream* juga bisa menjadi strategi perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya. Tujuan utama aliran pendapatan adalah mendapatkan sumber dana berkelanjutan untuk melakukan ekspansi sekaligus mengatasi dinamika yang terjadi dalam dunia usaha.

2. *Market exposure* (pangsa pasar)

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.

3. *Operating cost* (biaya operasional)

Biaya operasional adalah biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan aktivitas sehari-hari sebuah perusahaan. Berikut ini yang termasuk biaya operasional adalah upah, komisi penjualan, imbalan kerja dan 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.

4. *Global reach* (jangkauan luas)

E-commerce bisa memperluas jangkauan pemasaran bahkan bisa mencakup seluruh negara.

5. Dengan adanya *e-commerce* pencemaran polusi udara dapat menurun, karna masyarakat tidak perlu berbelanja langsung ke toko. Kekurangan yang ada dalam melakukan penjualan menggunakan sistem *e-commerce* 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 platform tersebut sedang bermasalah, ketika ingin mengunjungi platform 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.

2.1.9 Indikator Transaksi *online* (E-commerce)

Transaksi *online* (e-commerce) diukur dengan 3 indikator dalam penelitian ini, menurut Polandos (2019) indikator transaksi *online* (e-commerce) tersebut meliputi sebagai berikut:

1. Akses internet

Menurut Noviyanti (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

Ilmu dan seni yang mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat (Hasibuan, 2016).

3. Pemasaran

Definisi pemasaran lebih diidentikan dengan proses pengenalan produk atau servis kepada konsumen yang potensial. (Widodo, 2018).

2.1.10 Lama Usaha

Menurut Priyandika (2015), lama usaha adalah lamanya seorang pelaku usaha atau bisnis menekuni bidang usahanya. Semakin lama seorang pelaku usaha menekuni bidang usahanya maka akan mempengaruhi produktivitasnya (kompetensi professional/keahlian), sehingga hal tersebut dapat meningkatkan pendapatan usahanya (Marfuah and Hartiyah 2019).

Lama usaha dapat diartikan sebagai lamanya seorang wirausahawan menjalankan usahanya. Lamanya seorang wirausahawan dalam menjalankan usanya memberikan pengaruh penting bagi pemilihan strategi dan cara melakukan usahanya. Pengusaha yang telah lama berkecimpung dalam melakukan usahanya akan memiliki strategi yang lebih matang dan tepat untuk mengelola, memproduksi dan memasarkan produknya (Safrianti 2020).

Tahun 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, 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 (Antara & Aswitari, 2016).

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 (Rusmusi & Maghfira, 2018).

2.1.11 Indikator Lama Usaha

Penelitian ini menggunakan variabel lama usaha dengan indikator yang diadopsi dari (Danang, 2017) yaitu:

1. Lamanya pengalaman pengusaha atau pelaku usaha dalam menjalankan bisnis atau usahanya yang dinyatakan dalam satuan tahun.
2. Keterampilan usaha, dalam memproduksi suatu produk tentunya baik dan cepat, dengan kreativitas dan pengalamannya juga mampu menghasilkan produk dengan inovasi yang baru.

3. Pengalaman usaha, semakin banyak pengalaman dalam melakukan usaha maka produk yang dihasilkan akan memiliki kualitas yang baik.
4. Pengetahuan usaha, semakin banyak ilmu yang didapat maka akan dengan mudah pemilik usaha mengetahui selera atau keinginan konsumen atau pelanggan.

2.1.12 Modal

Pengertian modal menurut Gitman (2015) 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.

Menurut Jumingan (2017), modal kerja adalah sebagian dana yang digunakan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan sehari-hari, seperti memberikan uang muka untuk pembelian bahan baku atau bahan dagangan, membayar upah tenaga kerja dan upah karyawan, dan pengeluaran lainnya.

2.1.13 Jenis-Jenis Modal

1. Jenis Modal berdasarkan sumbernya, ada dua jenis modal:

- a. Modal internal

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.

b. Modal eksternal

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.

2. Jenis Modal menurut wujudnya antara lain:

a. Modal konkret (aktif)

Modal konkret 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.

b. 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.

3. Jenis Modal Berdasarkan fungsi antara lain:

a. Modal pribadi

Modal pribadi merupakan modal dari hasil perseorangan atau pemilik untuk memperlancar kegiatan usaha dan menghasilkan laba atau keuntungan.

b. Modal sosial

Modal sosial merupakan modal yang berasal dari tenaga kerja yaitu fungsinya untuk membantu dan memberikan manfaat bagi tenaga kerja untuk memperlancar proses produksi.

2.1.14 Indikator Modal

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 (Mulyati S, 2017).

2.1.15 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Sebagai orang Indonesia, aktivitas sehari-hari tidak terlepas dari berbagai macam kegiatan usaha jasa dan barang yang dihasilkan oleh para pelaku UMKM. Mulai dari kegiatan di waktu pagi hari untuk sarapan pagi, membeli nasi uduk atau ketupat sayur yang didagangkan oleh pelaku UMKM, sehingga memenuhi kebutuhan pokok masyarakat sehari-hari. Di zaman modern saat ini, bahkan masih ada yang belum memiliki toko untuk menjalankan usahanya dan hanya mengandalkan penjualan produk secara *online* tanpa izin usaha. Dari namanya, UMKM merupakan singkatan dari usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), namun tidak dapat dihindari lagi bahwa usaha kecil ini memberikan dampak kontribusi yang cukup besar, mulai dari segi vital bagi perekonomian masyarakat secara makro.

Pengertian UMKM menurut UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah:

1. Usaha Mikro

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2. Usaha Kecil

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha

Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

3. Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2.1.16 Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 pasal 6 menjelaskan tentang kriteria Usaha Mikro, kecil dan Menengah dengan nilai kekayaan bersih tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta dari hasil penjualan adalah sebagai berikut:

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
 - a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Kriteria UMKM menurut (PP Nomor 7 Tahun, 2021) (PP Nomor 7 Tahun, 2021) memuat berbagai kebijakan dan peraturan tentang kemudahan pendirian usaha, perizinan, fasilitasi, saluran pembiayaan, akses rantai pasok, koperasi, dan akses pasar bagi usaha kecil, menengah, dan mikro. Ada total 49 peraturan turunan. 11 Tahun 2020 (UU Penciptaan Lapangan Kerja) tentang penciptaan lapangan kerja diundangkan pada 2 Februari 2021. Di antara 49 peraturan turunan tersebut, salah satunya adalah (PP Nomor 7 Tahun, 2021) yang mengatur tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan

usaha mikro, usaha kecil menengah, dan usaha menengah (PP Nomor 7 Tahun, 2021).

Sebelumnya, metode UMKM menerapkan standar UMKM berdasarkan kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan. Namun, standar ini telah diubah melalui UU Hak Cipta. Dalam hukum hak cipta, ukuran yang digunakan didasarkan pada modal komersial atau hasil penjualan tahunan.

1. Kriteria Usaha Mikro
 - a) Memiliki kekayaan bersih atau modal usaha paling banyak Rp 1 miliar diluar tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 2 miliar.
2. Kriteria Usaha Kecil
 - a) Memiliki kekayaan bersih atau modal usaha lebih dari Rp 1 milyar paling banyak Rp 5 milyar diluar tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2 milyar paling banyak 15 milyar.
3. Kriteria Usaha Menengah
 - a) Memiliki kekayaan bersih atau modal usaha lebih dari Rp 5 milyar paling banyak Rp 10 milyar di luar tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 15 milyar paling banyak Rp 50 milyar.

Setiap perusahaan memiliki kriteria tertentu, namun selain UMKM, ada ciri-ciri khusus yang harus dimiliki oleh suatu unit usaha. Dalam menentukan mikro, kecil, menengah usaha tersebut, dikarenakan untuk dapat menentukan jenis

badan usaha yang dikelola untuk memperoleh izin usaha. Di bawah ini adalah deskripsi ciri-ciri untuk menentukan mikro, kecil, menengah suatu UMKM:

a) Ciri-ciri Usaha Mikro

1. Jenis produk yang dijual tidak tetap dan sangat bervariasi.
2. Kantor tidak tetap dan tidak bergerak.
3. Jangan pernah memelihara rekening dengan menggabungkan modal usaha dan dana rumah tangga.
4. Perusahaan yang relatif kecil.
5. Sulitnya mendapatkan dukungan pinjaman bank.
6. Hanya 1-5 karyawan termasuk anggota keluarga.

b) Ciri-ciri Usaha Kecil

1. Memiliki Modal yang sangat terbatas.
2. Tidak mempunyai sistem pembukuan yang jelas sehingga sulit untuk mendapatkan bantuan atau pinjaman kredit bank.
3. Sulit memperbesar atau memperluas skala usahanya dikarenakan masih menggunakan sistem penjualan secara tradisional.
4. Jenis produk usaha yang di jual tidak terlalu banyak.
5. Kepercayaan masyarakat terhadap produk.
6. Tidak adanya Ekspor-Import.

c) Ciri-ciri Usaha Menengah

1. Sudah melakukan pembukuan yang jelas atau menerapkan sistem akuntansi yang teratur.

2. Sudah mempunyai manajemen usaha yang dikelola dengan baik dan modern serta adanya pembagian tugas-tugas antar departemen.
3. Telah melakukan pengurusan persyaratan legalitas izin usaha, NPWP, Surat UMKM, Surat BPOM dan lainnya.

2.1.17 Jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Ada banyak jenis UKM dalam implementasinya, jenis fitur ini untuk mengkategorikan berbagai jenis UMKM sehingga pelaku usaha dapat dengan mudah mendapatkan izin usaha dari pemerintah. Di bawah ini adalah beberapa jenis UMKM, di antaranya sebagai berikut.

1. Usaha kuliner adalah usaha yang menjual makanan dan minuman. Usaha kuliner merupakan usaha mikro hingga menengah. Bisnis ini mudah ditemukan di sekitar kita karena kebutuhan dasar konsumen.
2. Bisnis fashion adalah bisnis penjualan pakaian yang merupakan kebutuhan pokok kedua setelah makan dan minum. Perusahaan fashion juga banyak terdapat di sekitar kita, dengan berbagai model dan perubahan yang membuat perusahaan fashion ini menjadi salah satu UMKM yang mempunyai kriteria standar.
3. Usaha pertanian adalah suatu usaha yang bergerak di bidang pertanian dan memiliki lahan yang luas. Usaha pertanian saat ini digemari oleh semua lapisan masyarakat, karena hasil panen yang melimpah dapat mendatangkan keuntungan. Perusahaan pertanian, termasuk UMKM, umumnya menjual benih, pestisida, dll.

2.1.18 Kelebihan dan Kekurangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan menengah merupakan usaha yang telah memberikan kontribusi dan dampak yang cukup signifikan terhadap perekonomian negara. Kontribusi yang sangat besar ini didukung dengan adanya produk lokal, penyerapan tenaga kerja, dan keinginan kebutuhan masyarakat luas. Namun seiring dengan berkembangnya UMKM saat ini, UMKM memiliki kelebihan dan kekurangan sebagai berikut:

- a. Kelebihan Usaha Mikro Kecil dan Menengah
 - 1) Keinginan pelaku UMKM untuk dapat mengambil keputusan dalam bertindak.
 - 2) Pelaku UMKM bisa ikut berperan atau berpartisipasi untuk menangani usahanya.
 - 3) Usaha yang ada sudah banyak dikalangan masyarakat.
- b. Kekurangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah
 - 1) Kurangnya adanya modal usaha yang dimiliki sehingga tidak mudah untuk mengembangkan usahanya.
 - 2) Kurangnya karyawan dikarenakan tidak dapat memberikan gaji yang sesuai standar UMP.
 - 3) Tidak dapat melakukan penjualan barang lainnya dikarenakan sewaktu-waktu tidak bisa menjual barang tertentu secara tetap.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

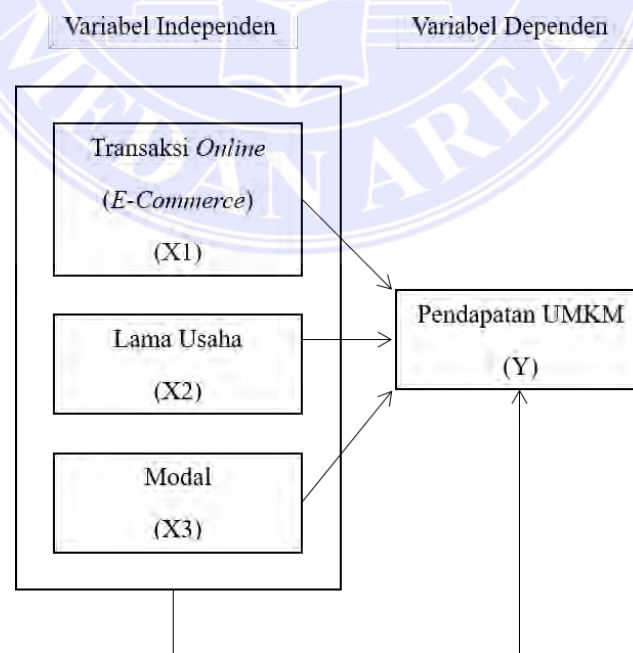
No	Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Helmalia & Afrinawati (2018)	Pengaruh <i>e-commerce</i> terhadap peningkatan pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang.	Hasil analisis menunjukkan bahwa variable <i>e-commerce</i> berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan.
2.	Rusmusi 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 <i>online (e-commerce)</i> terhadap peningkatan laba UMKM (studi kasus UMKM pengolahan besi variabel Ciampea Bogor Jawa Barat).	Hasil ini menunjukkan bahwa variable <i>e-commerce</i> berpengaruh positif terhadap pendapatan.
4.	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.
5.	Tesa Nurul Safrianti (2020)	Pengaruh Transaksi <i>online (E-commerce)</i> , Modal, dan lama usaha terhadap 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, 2022) menggunakan variabel *e-commerce*, sedangkan pada penelitian (Polandos, 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 Kecamatan Binjai Kota pada tahun 2023.

2.3 Kerangka Konseptual

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 Konseptual

Keterangan :

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

2.4 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). Berdasarkan penerapan variabel-variabel di atas, maka rumusan hipotesis penelitian ini adalah:

2.4.1 Pengembangan Hipotesis Transaksi *online (E-Commerce)* Terhadap Pendapatan UMKM

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.

H1: Transaksi *online* (*e-commerce*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kota Binjai.

2.4.2 Pengembangan Hipotesis Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM

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.

H2: Lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kota Binjai.

2.4.3 Pengembangan Hipotesis Modal Terhadap Pendapatan UMKM

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.

H3: Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kota Binjai.

2.4.4 Pengembangan Hipotesis Transaksi *online (e-commerce)*, Lama Usaha dan Modal terhadap pendapatan UMKM

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

pendalptaln 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 Kampoeng 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 baltik jetis sedangkan untuk sisanya 36,3% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti (Setyawan, 2022).

H4: Transaksi *online (e-commerce)*, lama usaha dan modal berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan UMKM di Kota Binjai.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi Dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Jenis data penelitian yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari jawaban responden yang diisi oleh pelaku UMKM melalui kuisisioner. Tujuannya adalah membuktikan apakah ada pengaruh transaksi *online* (*e-commerce*), modal, dan lama usaha terhadap pendapatan UMKM di Kota Binjai setelah itu data tersebut diolah menggunakan *software* statistik SPSS versi 26.

3.1.2 Lokasi

Objek penelitian yang dipilih sebagai lokasi penelitian yaitu pelaku UMKM yang berada di Kota Binjai yang berlokasi di Kecamatan Binjai Kota.

3.1.3 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini direncanakan mulai dari sampai dengan dimana dapat terlihat dalam tabel rincian kegiatan penelitian yang direncanakan sebagai berikut :

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

Tahapan Penelitian	2023									2024								
	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep
Pengajuan Judul	■																	
Penyusunan Proposal		■	■	■	■													
Bimbingan Perbaikan					■	■	■											
Seminar Proposal							■											
Pengumpulan data dan bimbingan penelitian								■	■	■	■	■	■	■	■			
Seminar Hasil																■		
Perbaikan Laporan Hasil																■	■	
Sidang Meja Hijau																		■

3.2 Populasi dan Sampel

Penelitian Menurut Cronin (Swarjana 2022) Populasi adalah semua komponen satu atau lebih dianggap memiliki ciri yang sama, sehingga merupakan suatu kelompok. Peneliti menentukan karakteristik kelompok tergantung fokus yang akan diteliti, seperti orang, insiden atau bahan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM yang menjadi pedagang di kecamatan Binjai Kota sebanyak 221 pedagang. Sampel adalah bagian terpilih dari populasi yang dipilih melalui beberapa proses dengan tujuan menyelidiki atau mempelajari sifat-sifat tertentu dari populasi induk. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*.

Adapun penentuan besaran sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus slovin :

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

Dimana :

n = jumlah sampel penelitian

N = jumlah populasi

e = Error atau kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan

Dalam penelitian ini digunakan 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebesar:

$$n = \frac{221}{1+221(0,1)^2}$$

$$n = \frac{221}{1+2,21}$$

$$n = \frac{221}{3,21}$$

$$n = 68,84 \text{ dibulatkan } 69 \text{ sampel}$$

3.3 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

3.3.1 Definisi Operasional

Definisi operasional menurut Nikmatur (2017) adalah definisi yang menjadi variabel-variabel yang sedang diteliti menjadi bersifat operasional dalam kaitannya dengan proses pengukuran variabel-variabel tersebut. Definisi operasional memungkinkan sebuah konsep yang bersifat abstrak dijadikan suatu yang operasional sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan pengukuran.

Dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran ordinal karena skala tersebut merupakan skala yang sering digunakan untuk survei dan

kuesioner. Hasil dari pengumpulan data digunakan untuk mengkategorikan responden. Data tersebut kemudian dibandingkan untuk menarik simpulan tentang seluruh populasi yang disurvei. Karena kesederhanaan analisis dan kategorisasi, penarikan kesimpulan juga tidak memerlukan waktu yang lama. Keuntungan menggunakan skala ordinal lainnya adalah kemudahan dalam mengelompokkan dan membandingkan jawaban dari responden. Jika peneliti mengajukan pertanyaan survei tanpa memberikan pilihan jawaban, respons audiens kemungkinan akan sangat beragam sehingga tidak dapat dikonversi menjadi data statistik.

3.3.2 Variabel Penelitian

a. Variabel bebas (independen)

Variabel bebas merupakan variabel yang nilainya menentukan variabel lain atau variabel yang biasanya dimanipulasi, diamati dan diukur untuk menentukan ada tidaknya hubungan atau pengaruh dari variabel terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah transaksi *online (e-commerce)* (X1), lama usaha (X2), dan modal (X3).

b. Variabel terikat (dependen)

Variabel terikat merupakan variabel yang nilainya ditentukan oleh variabel lain atau variabel yang diamati dan diukur untuk diketahui hubungan dan pengaruhnya terhadap variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu pendapatan (Y).

Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Pendapatan (Y)	Pendapatan adalah penghasilan dari kegiatan normal usaha, baik dari penjualan jasa, dividen, royalti, dan sewa. (Tesa, 2020)	1. Peningkatan hasil 2. Kecukupan hasil 3. Dapat Berkembang Sumber: (Lukmono, 2014)	Ordinal
2	Transaksi online (<i>e-commerce</i>) (X1)	Transaksi <i>online (E-commerce)</i> merupakan tempat terjadinya sebuah transaksi karna adanya komunikasi yang dilakukan antar penjual dan pembeli melalui internet. (Mulyati, 2017)	1. Akses internet 2. Kemampuan sumber daya manusia 3. Pemasaran Sumber: (Polandos et al., 2019)	Ordinal
3	Lama Usaha (X2)	Lama usaha adalah lamanya seorang pelaku usaha atau bisnis menekuni bidang usahanya. (Urip, 2018)	1. Lamanya pengalaman pengusaha atau pelaku usaha dalam menjalankan bisnis atau usahanya yang dinyatakan dalam satuan tahun 2. Keterampilan usaha 3. Pengalaman usaha 4. Pengetahuan usaha Sumber: (Danang, 2017)	Ordinal
4	Modal (X3)	Modal merupakan aset yang dapat dipakai kembali untuk pembiayaan produksi berikutnya. Modal menekankan pada nilai, daya beli, dan kemampuan menggunakan barang modal. (Dewi, 2014)	1. Modal sendiri 2. Modal pinjaman 3. Pendanaan modal Sumber: (Prabowo & Sutanto, 2019)	Ordinal

3.5 Metode Pengumpulan Data Penelitian

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:

3.5.1 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 3.3 Skor Skala Likert

No	Pernyataan	Bobot
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah salah satu alat uji yang digunakan untuk memberikan suatu gambaran atau deskripsi dalam bentuk data dari nilai rata-rata, nilai maksimum dan nilai minimum dari standar deviasi (Ghozali, 2019).

3.6.2 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan ukuran yang menyatakan sejauh mana instrument pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas juga ditujukan untuk mengukur seberapa nyata suatu pengujian atau instrumen. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara statistik yaitu menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total dengan menggunakan metode Pearson Correlation yang digunakan untuk menghitung koefisien korelasi berdasarkan pertanyaan dari kuesioner.

Uji validitas membandingkan r hitung dengan total dari hasil output (corrected item correlation) dengan r tabel dimana $df = n-2$ dengan sig 0,05 atau 5% total correlation dengan kriteria jika r hitung lebih besar ($>$) dari r tabel maka data yang diperoleh dinyatakan valid.

2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten dari waktu ke waktu. Besarnya nilai reliabilitas ditunjukkan pada nilai koefisiennya, yaitu dengan koefisien reliabilitas. Uji

Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach's alpha (α) dimana jika nilai Cronbach alpha lebih besar ($>$) dari 0,7 maka instrumen tersebut dikatakan Reliabel.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik dapat digunakan untuk melihat apakah di dalam model regresi tersebut terdapat penyimpangan, sehingga perlu dilakukan pemeriksaan dengan menggunakan pengujian normalitas, multikolinearitas dan heterokadasitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dapat berfungsi untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak terdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal, jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel namun pada nilai residualnya (lubis, 2019). Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan grafik (histogram dan Plot) dan uji kolmogorov smirnov.

Normal P-PLOT dapat dilihat dari penyebaran data (titik) pada suatu diagonal dari grafik yang bersangkutan. Dimana bila data menyebar mendekati garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau berbentuk seperti lonceng, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan bila data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas ini juga dapat dilakukan melalui analisis Kolmogorov - Smirnov (Uji KS). Apabila tingkat signifikan pada Asymp Sig (2-tailed) lebih besar ($>$) dari 0,05 atau 5% maka dapat dikatakan data berdistribusi normal. (Lubis, 2019).

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas di dalam suatu model regresi linear berganda dan jika terdapat korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebas, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Metode yang sering digunakan untuk menguji adanya gangguan multikolinearitas adalah dengan melihat nilai Tolerance, variance inflation factor (VIF) (Lubis, 2019).

Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dimana jika nilai tolerance lebih besar ($>$) dari 0,10, maka hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya masalah multikolinearitas. Kemudian, dapat dilihat dari nilai VIF lebih kecil (\leq) dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini menunjukkan tidak adanya masalah multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Untuk mendeteksi heterokadasitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). (Lubis, 2019).

Dasar analisis uji heteroskedastisitas dapat dilihat sebagai berikut:

- a) Jika pada gambar terdapat pola tertentu seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit maka telah terjadi masalah heteroskedasitas.

- b) Jika pada gambar tidak terdapat pola tertentu serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi masalah heteroskedasitas.

3.6.4 Uji Regresi Linear Berganda

Teknik analisis yang digunakan oleh penelitian ini adalah regresi linier berganda untuk memperoleh hubungan antara variabel bebas dan variabel terikatnya. Untuk mencapai tujuan penelitian ini, maka dibutuhkan uji kualitas data, uji asumsi klasik agar memastikan bahwa model regresi linear berganda tidak terdapat masalah pada datanya seperti, data tidak berdistribusi normal, terdapat multikolinearitas dan heteroskedasitas. Rumus model regresi linear berganda pada penelitian ini sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y : Pendapatan UMKM

α : Konstanta.

B1 : Koefisien Regresi Transaksi *E-commerce*

B2 : Koefisien Regresi Lama Usaha

B3 : Koefisien Regresi Modal

X1 : Transaksi *E-commerce*

X2 : Lama Usaha

X3 : Modal

e : Error atau variabel gangguan.

3.6.5 Uji Hipotesis

1. Uji parsial (Uji-t)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Sujarweni (2019), menyatakan bahwa, “Uji statistik t dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Jika nilai probabiliti lebih kecil ($<$) dari 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen”. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut

1. Diterima jika nilai t hitung $<$ t tabel dan sig $>$ α .
2. Ditolak jika nilai t hitung $>$ t tabel dan sig $<$ α .

2. Uji simultan (Uji-F)

Uji simultan dilakukan untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh variabel independen dengan variabel dependen secara simultan, signifikansi model regresi simultan diuji dengan cara melihat nilai signifikansi (sig) dimana menurut Sujarweni (2019), “jika nilai sig dibawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji simultan ini juga dilakukan dengan membandingkan signifikansi F hitung dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika Fhitung $>$ Ftabel pada 0,05, maka H1 diterima.
2. Jika Fhitung $<$ Ftabel pada 0,05, maka H1 ditolak.

3. Koefisien determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengukur seberapa besar kemampuan semua variabel bebas (independen) dalam menjalankan kemampuan dari variabel terikat (dependen). Dimana koefisien determinasi (R^2) semakin besar atau 1 berarti dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen atau semakin kuat dan koefisien determinasi (R^2) mendekati 0 berarti dapat dikatakan bahwa variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen atau lemah.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan Pembahasan penelitian maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Transaksi *online* berpengaruh positif terhadap Pendapatan, sudah banyak UMKM yang menggunakan transaksi *online* seperti transaksi pembayaran melalui qris, ovo, gopay, dll dan juga banyak UMKM yg sudah mengerti penggunaan teknologi untuk memasarkan produk.
2. Lama Usaha tidak berpengaruh terhadap 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.
3. Modal berpengaruh positif signifikan terhadap Pendapatan, dikarenakan jika pengusaha memperbesar modal usaha dan melakukan penambahan kuantitas serta jenis barang yang dijual maka pendapatan pengusaha akan naik.
4. Transaksi *online* (*E-Commerce*), Lama Usaha, dan Modal berpengaruh secara simultan terhadap Pendapatan UMKM di Kota Binjai (UMKM di Kecamatan Binjai Kota).

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 Kota, 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 uang perusahaan.
2. Bagi Akademis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur mengenai pengaruh Transaksi *online (E-Commerce)*, Lama Usaha, dan Modal terhadap Pendapatan UMKM di Kota Binjai (UMKM di Kecamatan Binjai Kota).
3. Bagi Publik atau masyarakat hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan masyarakat mengenai pengaruh *Transaksi online (E-Commerce)*, Lama Usaha, dan Modal terhadap Pendapatan UMKM di Kota Binjai (UMKM di Kecamatan Binjai Kota). Sehingga masyarakat khususnya pelaku UMKM dapat mengetahui secara jelas mengenai pendapatan UMKM.

4. Peneliti selanjutnya diharapkan agar lebih bisa mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variabel lain, jumlah sampel, dan meneliti studi kasus sektor lain sehingga mencakup 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 (Umk). *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. *Gastronomía Ecuatoriana 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-Commere 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 Peningkatan pendapatan 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 *online* (*E-Commerce*), Lama Usaha, dan Modal

Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Binjai

(UMKM Di Kecamatan Binjai Kota)

Bapak, Ibu atau Saudara/I yang terhormat, bersama ini saya mohon kesediaan Bapak, Ibu, atau Saudara/i untuk mengisi data kuesioner mengenai Pengaruh Transaksi *online* (*E-Commerce*), Lama Usaha, dan Modal Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Binjai (UMKM Di Kecamatan Binjai Kota). 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

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. Umur : a. 21 – 30 Tahun
b. 31 – 41 Tahun
c. 31 – 40 Tahun
d. 41 – 50 Tahun
e. Diatas 51 Tahun
4. Pendapatan Per Bulan : a. Dibawah Rp. 10 Juta
b. Rp. 10 Juta – Rp. 83 Juta
c. Rp. 83 Juta – 1,6 Milyar
d. Diatas Rp. 1,6 Milyar
5. Lama Usaha Yang Dijalankan : a. 1 – 3 tahun
b. 3 – 5 tahun
c. 5 – 10 tahun
d. Diatas 10 tahun
6. Apakah usaha UMKM Anda Melakukan Transaksi Pembayaran menggunakan Qris, OVO, Gopay, dll : a. Ya b. Tidak

A. PERNYATAAN MENGENAI PENDAPATAN

Indikator peningkatan hasil:

No.	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Penghasilan usaha dapat meningkat jika pemilik usaha menjual produk secara <i>online</i>					
2.	Penghasilan usaha dapat ditingkatkan dengan menambah modal					

3.	Penghasilan usaha mengalami peningkatan karena sudah berdiri sejak lama					
----	---	--	--	--	--	--

Indikator kecukupan hasil :

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

Indikator dapat berkembang :

6.	Penghasilan yang saya terima bisa memperbesar usaha					
7.	Usaha saya dapat berkembang sesuai yang diharapkan					

B. 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 <i>online</i> membantu saya untuk mengurangi biaya promosi					
7.	Transaksi <i>online</i> membantu saya menjangkau pasar yang lebih luas					

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					

D. PERNYATAAN MENGENAI MODAL

Indikator modal sendiri :

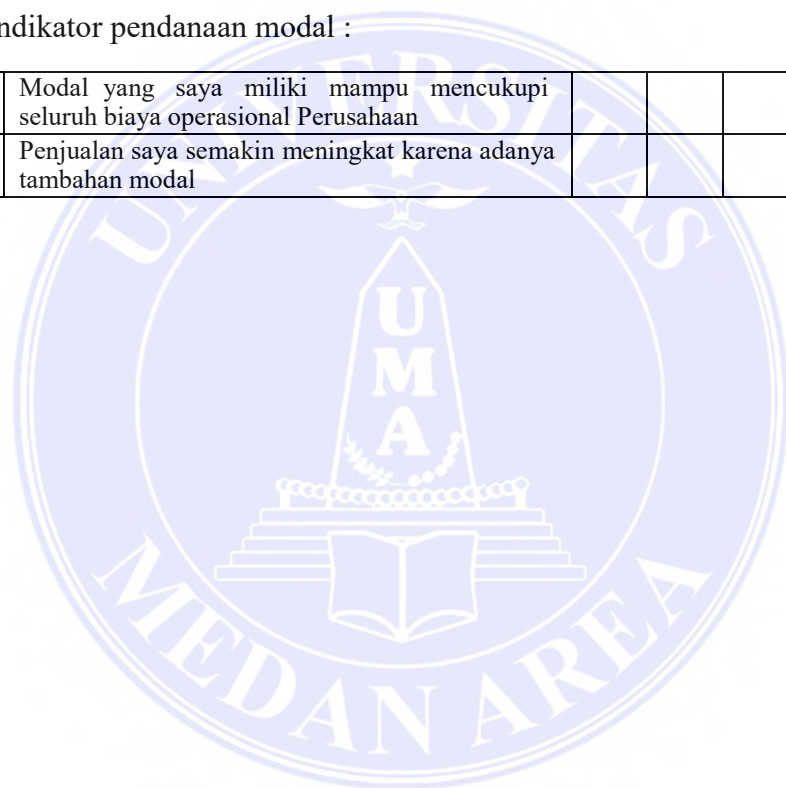
No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Pada awal pendirian usaha, saya menggunakan modal yang saya miliki sendiri tanpa meminjam kepada pihak lain					
2.	Modal sendiri sangat penting keberadaannya untuk meningkatkan pendapatan usaha					

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					



Lampiran 2. Data Penelitian Variabel Transaksi *online* (E-Commerce) (X1)

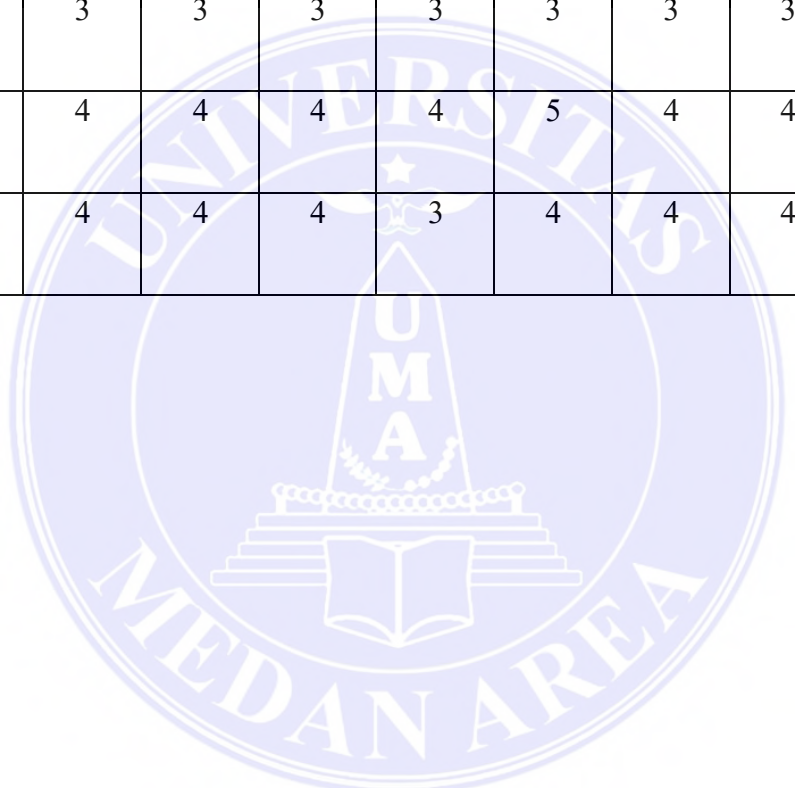
No.	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	Total
1.	4	4	4	5	4	3	3	27
2.	5	5	4	5	5	4	4	32
3.	4	4	4	4	4	4	4	28
4.	4	3	4	4	4	4	4	27
5.	4	4	4	4	4	4	4	28
6.	3	3	3	3	3	4	4	23
7.	5	4	4	4	4	4	4	29
8.	5	5	5	5	5	5	5	35
9.	5	5	5	5	5	5	5	35
10.	4	4	4	4	5	4	4	29
11.	5	5	5	5	5	5	5	35
12.	5	4	5	4	5	4	5	32
13.	4	4	4	4	4	5	5	30
14.	4	4	4	4	4	4	4	28

15.	4	4	4	4	4	4	4	28
16.	4	5	5	5	5	5	5	34
17.	4	4	4	4	4	4	4	28
18.	4	4	4	4	4	4	4	28
19.	4	4	4	4	3	4	4	27
20.	4	4	4	4	4	4	4	28
21.	4	4	4	4	3	4	4	27
22.	4	3	3	3	3	3	3	22
23.	4	3	3	3	4	4	4	25
24.	4	4	4	4	4	4	4	28
25.	4	3	3	3	4	4	4	25
26.	3	3	3	3	3	3	3	21
27.	4	4	4	4	4	4	4	28
28.	3	3	3	3	3	3	3	21
29.	4	4	4	4	4	4	4	28
30.	4	4	4	4	4	4	4	28

31.	4	4	3	4	4	4	4	27
32.	4	4	4	4	4	4	4	28
33.	3	3	4	4	4	4	4	26
34.	3	3	3	3	4	3	3	22
35.	4	4	4	5	5	5	5	32
36.	4	5	4	4	4	4	4	29
37.	5	5	5	5	5	5	5	35
38.	5	5	5	5	5	5	5	35
39.	4	5	5	4	5	5	5	33
40.	4	4	4	3	4	4	4	27
41.	3	3	3	3	3	3	3	21
42.	4	4	4	4	4	4	4	28
43.	4	4	4	4	4	4	4	28
44.	3	3	3	3	3	3	3	21
45.	3	3	3	3	3	3	3	21
46.	5	4	5	4	5	5	5	33

47.	3	3	3	3	3	3	3	21
48.	3	3	3	3	3	3	3	21
49.	3	3	3	3	3	3	3	21
50.	4	4	4	4	4	4	4	28
51.	4	4	4	4	4	4	4	28
52.	4	4	4	4	4	4	4	28
53.	4	4	4	4	4	4	4	28
54.	4	4	4	4	4	4	4	28
55.	4	4	4	4	4	4	4	28
56.	4	4	4	4	4	4	4	28
57.	4	4	4	4	4	4	4	28
58.	4	4	4	4	4	4	4	28
59.	4	4	4	4	4	4	4	28
60.	3	3	3	3	3	3	3	21
61.	3	3	3	3	3	3	3	21
62.	4	4	4	4	4	4	4	28

63.	4	4	4	4	4	4	4	28
64.	4	3	4	3	4	4	4	26
65.	3	3	3	3	3	3	3	21
66.	4	4	4	4	4	4	4	28
67.	3	3	3	3	3	3	3	21
68.	4	4	4	4	5	4	4	29
69.	4	4	4	3	4	4	4	27



Lampiran 3. Data Penelitian Variabel Lama Usaha (X2)

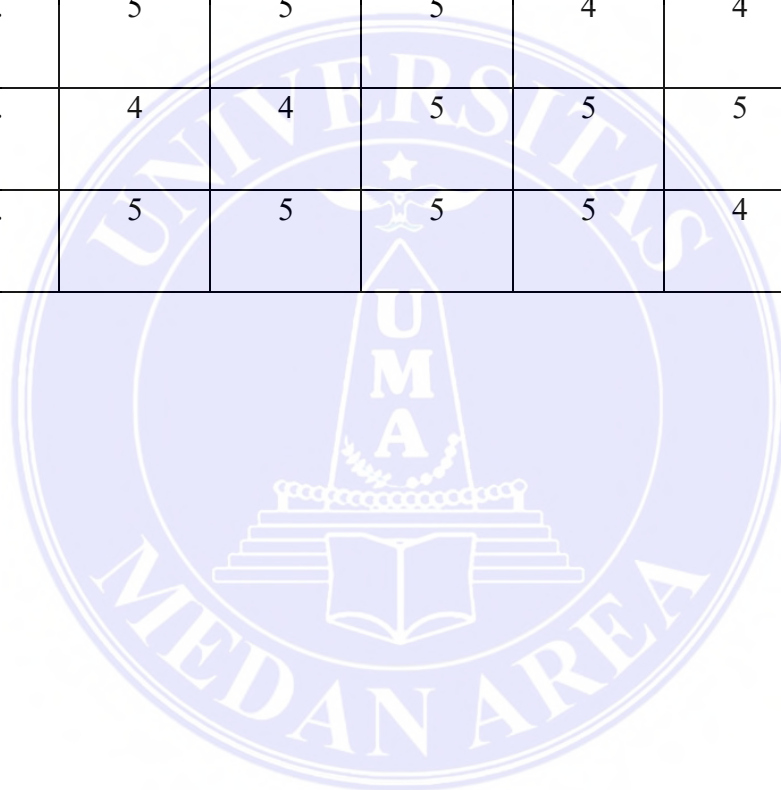
No.	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	Total
1.	4	4	5	3	3	19
2.	5	5	5	5	5	25
3.	4	4	5	4	5	22
4.	5	5	4	4	4	22
5.	4	4	5	5	4	22
6.	4	4	4	4	4	20
7.	4	2	4	5	5	20
8.	5	5	5	5	5	25
9.	5	5	5	5	5	25
10.	4	4	5	5	4	22
11.	4	4	5	5	5	23
12.	5	4	4	4	5	22
13.	5	5	4	4	4	22
14.	5	4	4	4	4	21

15.	4	4	5	4	4	21
16.	5	5	5	5	5	25
17.	4	4	4	4	4	20
18.	5	4	4	4	4	21
19.	5	5	5	5	5	25
20.	4	4	4	5	5	22
21.	4	4	3	4	4	19
22.	5	5	4	4	4	22
23.	4	4	4	4	4	20
24.	4	4	4	4	4	20
25.	4	4	4	4	4	20
26.	5	5	4	4	4	22
27.	4	4	4	3	4	19
28.	4	4	4	4	4	20
29.	5	5	4	4	4	22
30.	4	4	4	5	5	22

31.	4	4	4	3	4	19
32.	4	4	5	5	5	23
33.	4	4	4	5	4	21
34.	4	4	5	4	4	21
35.	5	5	5	4	4	23
36.	4	5	5	5	5	24
37.	5	5	5	5	5	25
38.	5	5	5	5	5	25
39.	4	4	5	5	5	23
40.	4	5	5	5	4	23
41.	4	4	4	5	5	22
42.	4	5	5	5	5	24
43.	5	5	5	4	5	24
44.	4	4	4	4	5	21
45.	3	4	4	4	4	19
46.	5	5	5	5	4	24

47.	5	5	5	4	5	24
48.	5	4	5	5	5	24
49.	4	4	5	4	5	22
50.	4	4	5	5	5	23
51.	4	4	4	4	5	21
52.	4	4	5	5	5	23
53.	5	5	5	4	4	23
54.	4	5	5	5	5	24
55.	5	5	5	4	4	23
56.	4	5	4	4	5	22
57.	4	4	5	4	4	21
58.	4	4	5	4	4	21
59.	4	5	4	4	5	22
60.	4	4	4	5	4	21
61.	4	5	5	5	5	24
62.	4	5	5	5	3	22

63.	5	5	5	5	5	25
64.	5	5	5	4	4	23
65.	4	4	4	5	4	21
66.	4	4	4	3	4	19
67.	5	5	5	4	4	23
68.	4	4	5	5	5	23
69.	5	5	5	5	4	24



Lampiran 4. Data Penelitian Variabel Modal (X3)

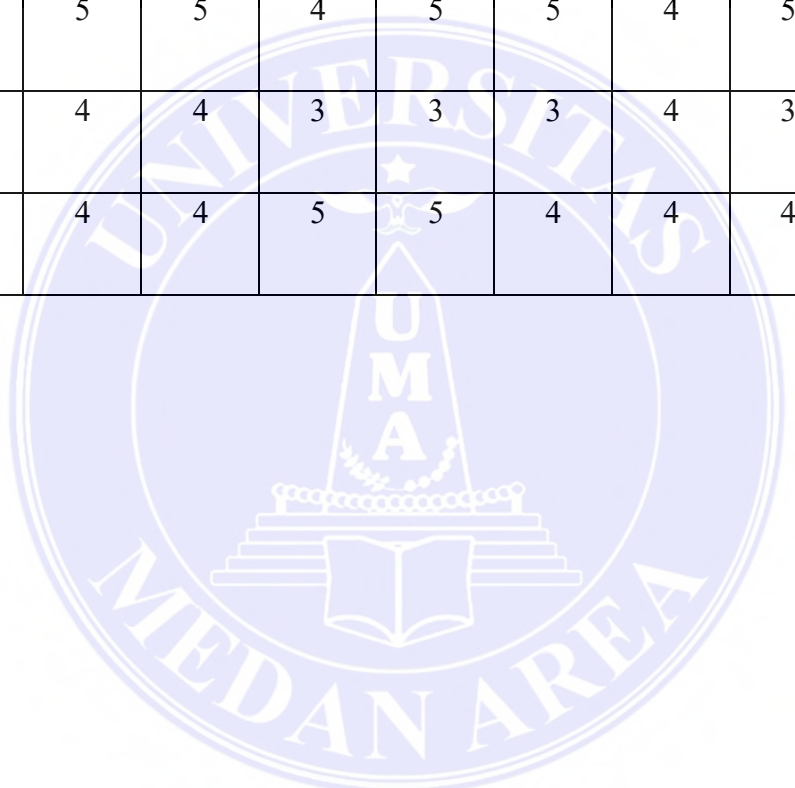
No.	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	Total
1.	5	4	4	4	3	3	3	26
2.	5	5	5	5	5	5	5	35
3.	4	4	4	4	5	4	5	30
4.	4	4	4	4	4	4	4	28
5.	4	4	4	4	5	4	5	30
6.	4	4	4	5	4	4	5	30
7.	2	2	5	5	5	5	5	29
8.	5	5	5	5	5	5	5	35
9.	5	5	5	5	5	5	5	35
10.	4	5	5	5	5	5	5	34
11.	5	4	4	3	3	5	5	29
12.	4	4	5	4	5	5	5	32
13.	4	4	4	3	3	3	4	25
14.	4	4	4	4	4	4	5	29

15.	4	4	4	4	4	4	4	28
16.	4	4	4	4	4	3	4	27
17.	4	4	4	3	3	3	4	25
18.	5	4	4	4	4	4	5	30
19.	4	4	4	5	5	5	5	32
20.	4	4	5	4	4	5	4	30
21.	4	4	4	4	4	4	4	28
22.	4	4	4	4	4	3	4	27
23.	4	5	5	4	4	5	5	32
24.	4	4	4	4	5	5	4	30
25.	4	4	4	4	4	5	5	30
26.	4	4	4	4	5	4	5	30
27.	4	4	4	4	4	5	5	30
28.	4	4	5	4	4	5	4	30
29.	4	4	4	5	5	5	5	32
30.	4	4	5	5	4	4	4	30

31.	4	4	4	3	4	4	4	27
32.	5	5	3	4	4	4	4	29
33.	4	4	4	4	4	4	3	27
34.	4	5	4	4	4	4	4	29
35.	5	5	4	4	4	5	4	31
36.	4	4	3	3	3	4	4	25
37.	5	5	3	3	3	4	4	27
38.	5	5	5	5	5	5	5	35
39.	4	4	3	3	3	4	5	26
40.	4	4	3	4	3	4	4	26
41.	4	4	4	5	5	5	4	31
42.	4	4	4	4	5	5	5	31
43.	4	4	4	4	5	5	5	31
44.	4	4	4	5	5	5	5	32
45.	4	4	4	5	5	4	5	31
46.	2	5	4	4	4	4	5	28

47.	4	4	4	4	4	5	4	29
48.	4	4	4	4	4	4	5	29
49.	4	4	4	4	5	5	5	31
50.	4	4	4	5	5	5	5	32
51.	4	4	4	4	5	4	5	30
52.	5	5	4	4	5	5	5	33
53.	5	5	5	5	4	4	5	33
54.	4	4	5	5	5	5	5	33
55.	4	4	4	5	5	5	5	32
56.	4	4	5	5	5	5	5	33
57.	5	4	5	5	5	5	5	34
58.	4	5	5	5	5	5	5	34
59.	4	4	5	5	5	5	5	33
60.	3	4	4	4	4	3	4	26
61.	4	4	5	5	4	4	5	31
62.	4	4	4	4	5	5	5	31

63.	5	5	5	5	5	4	5	34
64.	5	4	5	5	5	5	5	34
65.	4	4	4	4	4	4	4	28
66.	5	5	5	4	4	4	4	31
67.	5	5	4	5	5	4	5	33
68.	4	4	3	3	3	4	3	24
69.	4	4	5	5	4	4	4	30



Lampiran 5. Data Penelitian Variabel Pendapatan (Y)

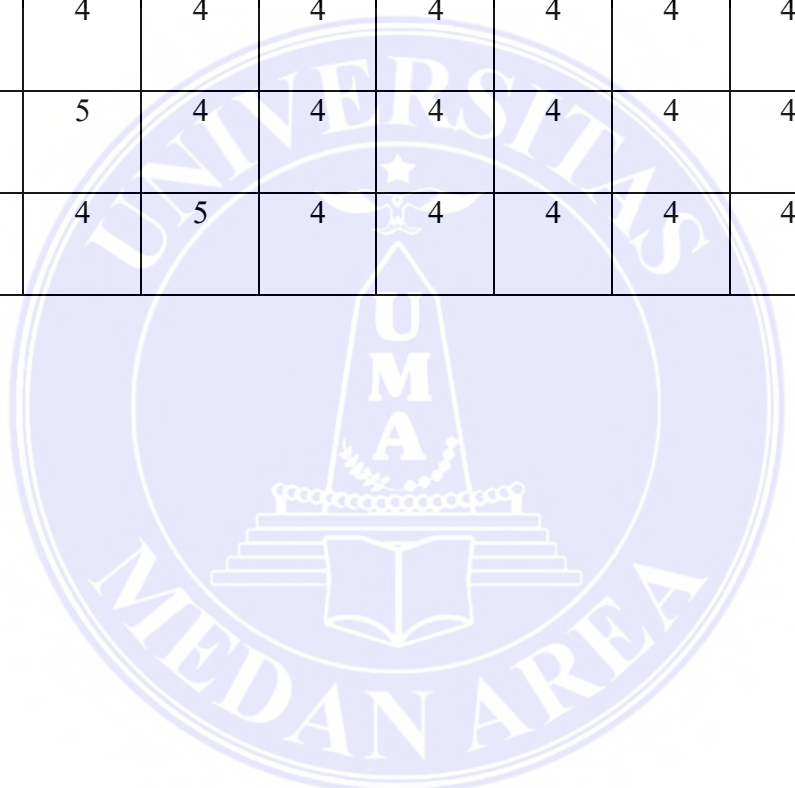
No.	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Total
1.	3	3	3	3	3	3	3	21
2.	5	5	4	4	4	4	5	31
3.	5	5	4	4	4	4	4	30
4.	4	4	4	4	4	4	4	28
5.	4	4	3	3	3	4	3	24
6.	5	4	4	4	4	4	4	29
7.	4	4	4	4	4	4	4	28
8.	5	4	4	4	4	4	4	29
9.	4	5	4	4	4	4	4	29
10.	3	3	3	3	3	4	3	22
11.	4	4	4	4	4	4	4	28
12.	3	3	4	4	4	3	4	25
13.	4	4	4	4	4	4	4	28
14.	5	4	4	4	4	4	4	29

15.	3	4	4	4	5	5	4	29
16.	4	4	4	4	4	4	4	28
17.	5	5	4	4	4	4	4	30
18.	5	4	4	4	4	4	4	29
19.	4	4	4	4	4	4	4	28
20.	5	4	3	3	3	4	3	25
21.	5	5	4	4	4	4	4	30
22.	4	3	4	3	3	4	3	24
23.	4	5	4	4	4	5	4	30
24.	3	3	5	5	5	4	4	29
25.	5	4	4	4	4	4	4	29
26.	4	4	4	4	4	4	4	28
27.	4	5	4	4	4	5	4	30
28.	3	5	3	3	3	3	3	23
29.	4	5	4	4	4	4	4	29
30.	3	3	4	3	3	3	4	23

31.	3	3	3	3	3	3	3	21
32.	5	5	4	4	4	4	5	31
33.	5	5	4	4	4	4	4	30
34.	4	4	4	4	4	4	4	28
35.	4	4	3	3	3	4	3	24
36.	5	4	4	4	4	4	4	29
37.	4	4	4	4	4	4	4	28
38.	5	4	4	4	4	4	4	29
39.	4	5	4	4	4	4	4	29
40.	3	3	3	3	3	4	3	22
41.	4	4	4	4	4	4	4	28
42.	3	3	4	4	4	3	4	25
43.	4	4	4	4	4	4	4	28
44.	5	4	4	4	4	4	4	29
45.	3	4	4	4	5	5	4	29
46.	4	4	4	4	4	4	4	28

47.	5	5	4	4	4	4	4	30
48.	5	4	4	4	4	4	4	29
49.	4	4	4	4	4	4	4	28
50.	5	4	3	3	3	4	3	25
51.	5	5	4	4	4	4	4	30
52.	4	3	4	3	3	4	3	24
53.	4	5	4	4	4	5	4	30
54.	3	3	5	5	5	4	4	29
55.	5	4	4	4	4	4	4	29
56.	4	4	4	4	4	4	4	28
57.	4	5	4	4	4	5	4	30
58.	3	5	3	3	3	3	3	23
59.	4	5	4	4	4	4	4	29
60.	3	3	4	3	3	3	4	23
61.	3	3	3	3	3	3	3	21
62.	5	5	4	4	4	4	5	31

63.	5	5	4	4	4	4	4	30
64.	4	4	4	4	4	4	4	28
65.	4	4	3	3	3	4	3	24
66.	5	4	4	4	4	4	4	29
67.	4	4	4	4	4	4	4	28
68.	5	4	4	4	4	4	4	29
69.	4	5	4	4	4	4	4	29



Lampiran 6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data

1. Uji Validitas X1

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1
X1.1	<i>Pearson Correlation</i>	1	.952**	.905**	.781**	.789**	.705**	.634**	.932**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	<i>Pearson Correlation</i>	.952**	1	.944**	.802**	.744**	.740**	.649**	.940**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	<i>Pearson Correlation</i>	.905**	.944**	1	.834**	.699**	.674**	.543**	.901**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.000		.000	.000	.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	<i>Pearson Correlation</i>	.781**	.802**	.834**	1	.723**	.675**	.525**	.861**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.000	.000		.000	.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	<i>Pearson Correlation</i>	.789**	.744**	.699**	.723**	1	.789**	.669**	.882**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	<i>Pearson Correlation</i>	.705**	.740**	.674**	.675**	.789**	1	.857**	.881**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	<i>Pearson Correlation</i>	.634**	.649**	.543**	.525**	.669**	.857**	1	.788**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.000	.002	.003	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1	<i>Pearson Correlation</i>	.932**	.940**	.901**	.861**	.882**	.881**	.788**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

2. Uji Reliabilitas X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.952	7

3. Uji Validitas X2

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2
x2.1	Pearson Correlation	1	.663**	.326	.571**	.571**	.724**
	Sig. (2-tailed)		.000	.079	.001	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x2.2	Pearson Correlation	.663**	1	.663**	.866**	.571**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x2.3	Pearson Correlation	.326	.663**	1	.866**	.866**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.079	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x2.4	Pearson Correlation	.571**	.866**	.866**	1	.741**	.943**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x2.5	Pearson Correlation	.571**	.571**	.866**	.741**	1	.879**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
x2	Pearson Correlation	.724**	.872**	.872**	.943**	.879**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

4. Uji Reliabilitas X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	5

5. Uji Validitas X3

Correlations

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	x3.6	x3.7	x3
x3.1	<i>Pearson Correlation</i>	1	.491**	.147	.244	.128	.287	.345	.608**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		.006	.440	.194	.499	.124	.062	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
x3.2	<i>Pearson Correlation</i>	.491**	1	.045	.260	.228	.405*	.368*	.631**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.006		.815	.165	.225	.026	.046	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
x3.3	<i>Pearson Correlation</i>	.147	.045	1	.853**	.798**	.302	.746**	.699**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.440	.815		.000	.000	.104	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
x3.4	<i>Pearson Correlation</i>	.244	.260	.853**	1	.939**	.407*	.772**	.836**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.194	.165	.000		.000	.026	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
x3.5	<i>Pearson Correlation</i>	.128	.228	.798**	.939**	1	.508**	.728**	.799**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.499	.225	.000	.000		.004	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
x3.6	<i>Pearson Correlation</i>	.287	.405*	.302	.407*	.508**	1	.280	.632**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.124	.026	.104	.026	.004		.134	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
x3.7	<i>Pearson Correlation</i>	.345	.368*	.746**	.772**	.728**	.280	1	.809**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.062	.046	.000	.000	.000	.134		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
x3	<i>Pearson Correlation</i>	.608**	.631**	.699**	.836**	.799**	.632**	.809**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

6. Uji Reliabilitas X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	7

7. Uji Validitas Y

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y
Y1	<i>Pearson Correlation</i>	1	.000	.732**	.732**	.456*	.354	.318	.687**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		1.000	.000	.000	.011	.055	.086	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	<i>Pearson Correlation</i>	.000	1	.449*	.449*	.315	.271	.293	.616**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	1.000		.013	.013	.090	.147	.116	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	<i>Pearson Correlation</i>	.732**	.449*	1	1.000**	.535**	.518**	.264	.856**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.013	.000	.002	.003	.003	.158	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	<i>Pearson Correlation</i>	.732**	.449*	1.000**	1	.535**	.518**	.264	.856**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.013	.000	.002	.003	.003	.158	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	<i>Pearson Correlation</i>	.456*	.315	.535**	.535**	1	.323	.058	.637**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.011	.090	.002	.002	.082	.760	.760	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	<i>Pearson Correlation</i>	.354	.271	.518**	.518**	.323	1	.225	.598**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.055	.147	.003	.003	.082	.232	.232	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	<i>Pearson Correlation</i>	.318	.293	.264	.264	.058	.225	1	.604**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.086	.116	.158	.158	.760	.232	.232	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y	<i>Pearson Correlation</i>	.687**	.616**	.856**	.856**	.637**	.598**	.604**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

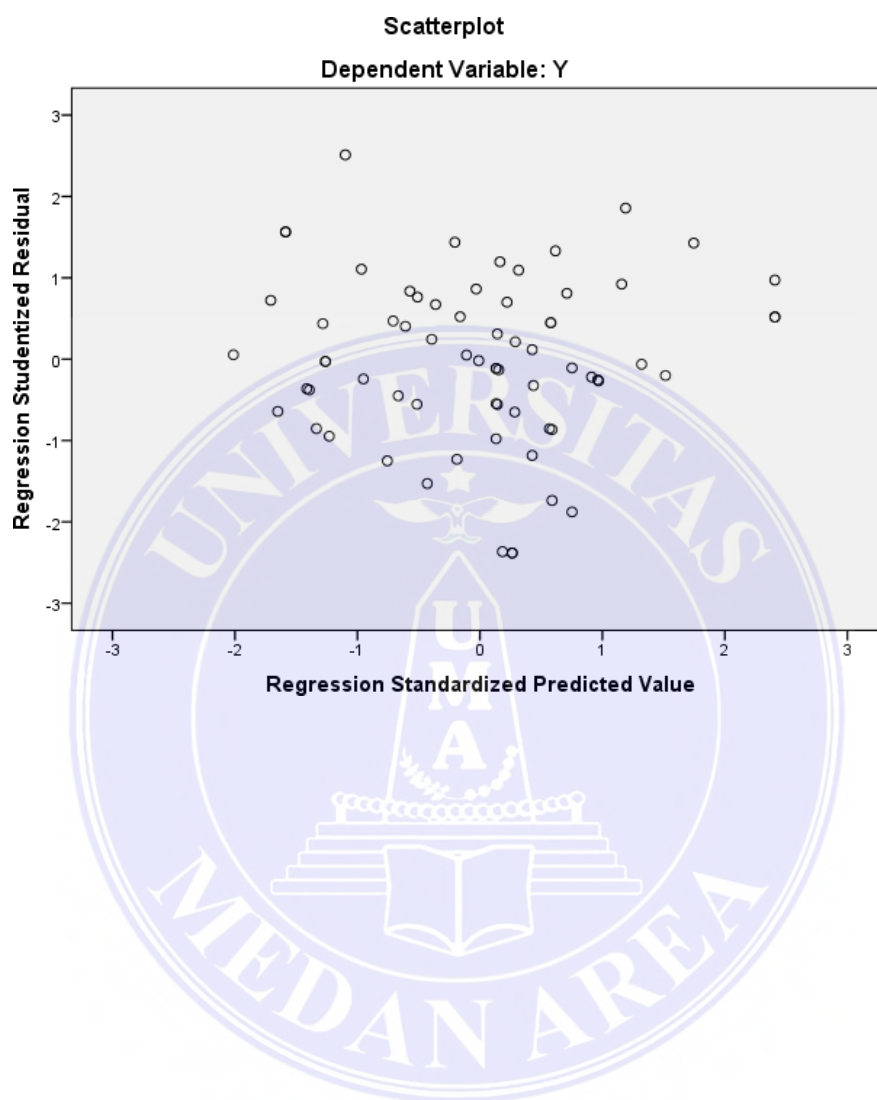
8. Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics


<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.760	7



Lampiran 7. P-P Plot Normalitas dari Regresi Linear Berganda



Lampiran 8. Surat Izin Melakukan Penelitian



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Seliabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ.medanarea@uma.ac.id

Nomor : 1388 /FEB/01.1/VI/2024 4 Juni 2024
Lamp. : -
Perihal : Izin Research / Survey

Kepada Yth,
Kepala Dinas Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Kota Binjai

Dengan hormat,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara saudara, Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :

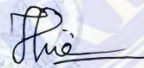
Nama : **EKA PUTRI MAULIDHA LUBIS**
NPM : **198330123**
Program Studi : **Akuntansi**
No. Handphone : **082164538059**
Email : **eka378271@gmail.com**
Judul : **Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce), Lama Usaha dan Modal Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Binjai (UMKM di Kecamatan Binjai Kota)**




Untuk diberi surat izin mengambil data pada kantor 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.

An. Kaprodi
Kepala Bidang Minat Bakat dan Inovasi
Program Studi Akuntansi


Indah Cahya Sagala, S.Pd, M.Si



Lampiran 9. Surat Selesai Melakukan Penelitian

PEMERINTAH KOTA BINJAI
DINAS KOPERASI,
USAHA KECIL DAN MENENGAH
JalanJenderal Gatot Subroto No. 30 TELP (061) 8824365Fax 8824365
email: koperasiukmkotabinjai@gmail.com
BINJAI - 20717

SURAT KETERANGAN
Nomor : 800 / 2023 / DISKOPUKM / II / 2024

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Megang Sitepu, S.Sos
NIP : 19671120 199003 1 008
Jabatan : Kepala Dinas Koperasi,Usaha Kecil dan Menengah Kota Binjai

Dengan ini menerangkan bahwa nama dibawah ini telah melakukan dan menvelesaikan Penelitian pada Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Binjai dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area, Pada Tanggal 10 Januari s/d 08 Februari 2024.

No	Nama Mahasiswa	NIM	Judul
1.	Eka Putri Maulidha Lubis	198330123	Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce) Lama usaha dan Modal Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Binjai (UMKM Di Kecamatan Binjai Kota).

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Binjai, Februari 2024

KERALA DINAS KOPERASI, USAHA KECIL DAN MENENGAH KOTA BINJAI
MEGANG SITEPU, S.Sos
PEMBINA TK I
NIP. 19671120 199003 1 008