

**PENGARUH TRANSAKSI *ONLINE (E-COMMERCE)*,
MODAL DAN LAMA USAHA TERHADAP PENDAPATAN
UMKM DI KECAMATAN BATANG KUIS
(SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN)**

SKRIPSI

OLEH :

NABILAH RUKMANI

198330113



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
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 4/12/24

Access From (repository.uma.ac.id)4/12/24

**PENGARUH TRANSAKSI *ONLINE (E-COMMERCE)*,
MODAL DAN LAMA USAHA TERHADAP PENDAPATAN
UMKM DI KECAMATAN BATANG KUIS
(SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN)**

SKRIPSI

**OLEH :
NABILAH RUKMANI
198330113**



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

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/12/24

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)4/12/24

**PENGARUH TRANSAKSI *ONLINE (E-COMMERCE)*,
MODAL DAN LAMA USAHA TERHADAP PENDAPATAN
UMKM DI KECAMATAN BATANG KUIS
(SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area

OLEH :

NABILAH RUKMANI

198330113

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
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 4/12/24

Access From (repository.uma.ac.id)4/12/24

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : "Pengaruh Transaksi *Online (e-commerce)*, Modal dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis (Sektor Makanan dan Minuman)".

Nama : Nabilah Rukmani


NPM : 198330113

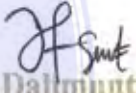
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing


Pemanding


Muhammad Habibie, SE, M.Ak
Pembimbing


Hasbiana Dalimunthe, SE, M.Ak
Pemanding

Mengetahui :


Ahmad Rafki, BBA, Hons, M.Mgt., Ph.D, CIMA
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


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

Tanggal Lulus: 25 September 2024

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Transaksi Online (e-commerce), Modal dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis (Sektor Makanan dan Minuman)”** yang saya susun merupakan sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis sayasendiri. Ada pun bagian –bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain 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 pengaturan yang berlaku, apabila di kemudian hari adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 25 September 2024



Nabilah Rukmani
198330113

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Nabilah Rukmani
NPM : 198330113
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive RoyaltyFree Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pengaruh Transaksi *Online (e-commerce)*, Modal dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis (Sektor Makanan dan Minuman) beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas MedanArea berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagaipemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 25 September 2024

YangMenyatakan



Nabilah Rukmani

ABSTRACT

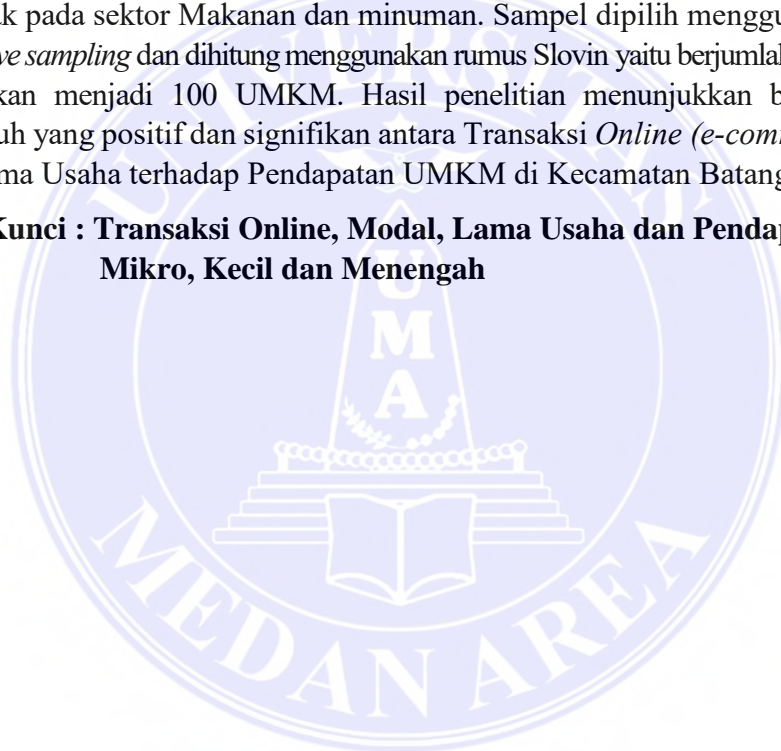
This research aims to examine the influence of online transactions (e-commerce), capital and length of business on MSME income in Batang Kuis District (Food and Beverage Sector). The type of research used is quantitative descriptive. The data source used in this research is primary data. Data collection techniques use questionnaires and interviews. The population used in this research were MSMEs in 11 villages in Batang Kuis District, namely Tanjung Sari Village, Batang Kuis Pekan Village, Bintang Meriah Village, Sena Village, Baru Village, Paya Gambar Village, Tumpatan Nibung Village, Mosque Village, Sidodadi Village, Village Sugiharjo, and Bakaran Batu Village which operates in the food and beverage sector. The sample was selected using a purposive sampling method and calculated using the Slovin formula, namely 99.83 MSMEs rounded up to 100 MSMEs. The research results show that there is a positive and significant influence between online transactions (e-commerce), capital and length of business on MSME income in Batang Kuis District.

Keywords: *Online Transactions, Capital, Length of Business and Micro, Small and Medium Development Income*

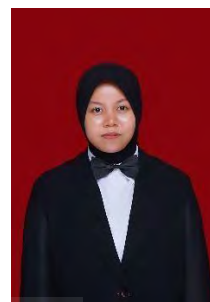
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan Untuk menguji pengaruh Transaksi *Online (e-commerce)*, Modal dan Lama Usaha terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis (Sektor Makanan dan Minuman). Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kusioner (angket) dan wawancara. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM di 11 Desa di Kecamatan Batang Kuis yaitu Desa Tanjung Sari, Desa Batang Kuis Pekan, Desa Bintang Meriah, Desa Sena, Desa Baru, Desa Paya Gambar, Desa Tumpatan Nibung, Desa Mesjid, Desa Sidodadi, Desa Sugiharjo, dan Desa Bakaran Batu yang bergerak pada sektor Makanan dan minuman. Sampel dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dan dihitung menggunakan rumus Slovin yaitu berjumlah 99,83 UMKM dibulatkan menjadi 100 UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Transaksi *Online (e-commerce)*, Modal dan Lama Usaha terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis.

Kata Kunci : Transaksi Online, Modal, Lama Usaha dan Pendapatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah



RIWAYAT HIDUP



Nama	Nabilah Rukmani
NPM	198330113
Tempat, Tanggal Lahir	Sei Rotan, 08 Maret 2000
Nama Orang Tua	
Ayah	Sulaiman
Ibu	Rukuniati
Riwayat Pendidikan	
SD	SD Negeri 107415 Batang Kuis
SMP	MTS Darul Ilmi Batang Kuis
SMA/SMK	SMK Swasta Tunas Karya
Riwayat Studi UMA	1. Beasiswa Bank Indonesia (GenBI 2022-2023)
Pengalaman Pekerjaan / Organisasi	-
Nomor Handphone	082294173035
E-mail	Nabilahrukmani08@gmail.com

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmatNya yang diberikan sehingga peneliti dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini. Judul yang dipilih dalam penelitian ini ialah **“Pengaruh Transaksi Online (e-commerce), Modal Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis (Sektor Makanan dan Minuman)”**.

Tujuan dari penulisan ini merupakan persyaratan untuk menempuh program sarjana Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Peneliti jugamengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan arahan dan saran yang secara langsung maupun tidak langsung dalam membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini izinkan peneliti menyampaikan rasa terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung dari awal sampai selesainya skripsi ini kepada :

1. Bapak Prof Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki BBA (Hons), MMgt, Ph.D.CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Rana Fathinah Ananda, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area
4. Bapak Muhammad Habibie, SE, M.Ak selaku dosen pembimbing penulis

Yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran untuk mengarahkan dan membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga selesainya skripsi ini. Penulis sangat berterimakasih karena tanpa arahan dari beliau mungkin skripsi ini tidak akan selesai. Semoga beliau selalu sehat, selalu dilimpahi dengan keberuntungan dan segala hal baik selalu kebersamai beliau dan keluarga.

5. Ibu Hasbiana Dalimunthe, SE, M.Ak selaku dosen pembimbing yang telah membantu penulisan skripsi ini melalui saran dan kritik demi kesempurnaan skripsi ini dan semoga segala hal baik selalu kebersamai beliau dan keluarga.
6. Bapak Thezar Fiqih Hidayat Hasibuan, SE, M.Si selaku dosen sekretaris selama proses pengerjaan skripsi ini dan semoga segala hal baik selalu kebersamai beliau dan keluarga.
7. Persembahan kecil untuk kedua orang tua penulis, Papa dan Mama. Ketika dunia menutup pintunya untuk penulis, mereka berdua membuka lengannya untuk penulis. Ketika orang-orang menutup telinga untuk saya, mereka membuka hati untuk penulis. Ketika penulis kehilangan kepercayaan diri penulis sendiri, mereka berdua selalu ada untuk penulis dan percaya bahwa penulis mampu. Ketika penulis melakukan kesalahan, mereka hadir untuk merangkul dan memperbaiki semuanya. Tiada hentinya memberikan doa, cinta dan kasih sayang serta semangat pengorbanan yang tidak dapat tergantikan oleh apapun dan siapapun. Terimakasih selalu kebersamai penulis sedari awal skripsi ini

dimulai. Penulis akan selalu berusaha tumbuh untuk menjadi yang terbaik yang penulis bisa.

8. Seluruh Dosen beserta staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang telah menambah ilmu pengetahuan peneliti selama menempuh Pendidikan.
9. Seluruh Pegawai dan Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang telah membantu saya dalam penyelesaian kelengkapan administrasi.
10. Seluruh Staf dan Kepala Desa Pemerintah daerah Kecamatan Batang Kuis yang telah membantu saya dalam kelengkapan data administrasi serta yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian di Kecamatan Batang Kuis.
11. Ibu Adela Sari Lubis, S.Tr.Keb.,M.K.M. selaku Kepala Dinas Koperasi danUKM Deli Serdang dan Seluruh pegawai serta staf administrasi yang telah membantu saya dalam penyelesaian kelengkapan administrasi data.
12. Seluruh teman-teman Komunitas GenBI (Generasi Baru Indonesia), dan teman - teman seperjuangan kelas Akuntansi A3 Angkatan 2019 yang selalu memberikan semangat dan dukungan sehingga skripsi ini selesai dengan baik
13. Semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya pembuatan skripsi maupun dalam penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat dengan baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata peneliti ucapkan terima ksasih

Medan , 25 September 2024

Peneliti



Nabilah Rukmani
198330113

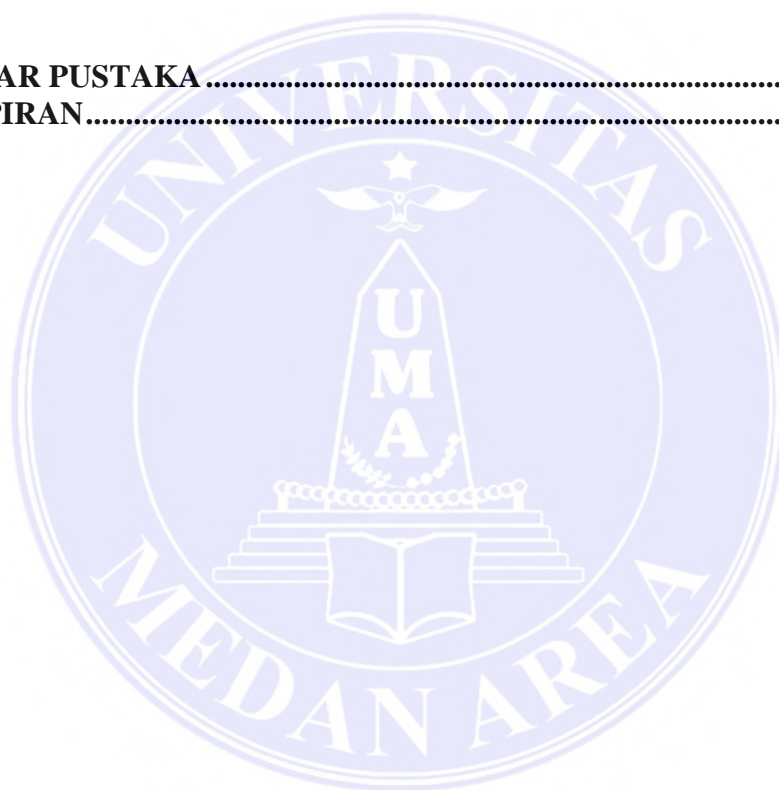


DAFTAR ISI

ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model</i>	15
2.2 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	16
2.3 Pendapatan.....	18
2.3.1 Konsep Pendapatan	19
2.3.2 Jenis-Jenis Pendapatan.....	19
2.3.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi	19
2.3.4 Indikator Pendapatan.....	21
2.4 Transaksi <i>Online (E-commerce)</i>	21
2.4.1 Karakteristik <i>E-commerce</i>	22
2.4.2 Jenis-jenis <i>E-commerce</i>	23
2.4.3 Kelebihan dan Kekurangan <i>E-commerce</i>	24
2.4.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi Transaksi <i>Online</i>	26
2.4.5 Indikator Transaksi <i>Online (E-commerce)</i>	27
2.5 Modal.....	28
2.5.1 Sumber Modal Kerja.....	28
2.5.2 Indikator Modal.....	29
2.6 Lama Usaha.....	30
2.6.1 Indikator lama usaha	31
2.7 Penelitian Terdahulu	31
2.8 Kerangka Konseptual.....	33
2.9 Hipotesis Penelitian	34
2.9.1 Pengaruh Transaksi <i>Online (E-commerce)</i> Terhadap Pendapatan UMKM 34di Kecamatan Batang Kuis	34
2.9.2 Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan UMKM Kecamatan Batang Kuis	35

2.9.3 Pengaruh Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM Di Kecamatan Batang Kuis	35
2.9.4 Pengaruh Transaksi <i>Online (e-commerce)</i> , Modal, Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM Di Kecamatan Batang Kuis	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Desain, Objek dan Waktu Penelitian	39
3.1.1 Desain Penelitian	39
3.1.2 Objek dan Waktu Penelitian	39
3.3 Populasi dan Sampel	42
3.3.1 Populasi	42
3.3.2 Sampel.....	43
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	44
3.5 Metode Analisis Data	45
3.5.1 Statistik Deskriptif.....	45
3.6 Uji Kualitas Data	45
3.6.1 Uji Validitas	45
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	46
3.7.1 Uji Normalitas	46
3.7.2 Uji Multikolinearitas	47
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	47
3.8 Analisis Regresi Berganda.....	48
3.9 Uji Hipotesis	48
3.9.1 Uji Secara Parsial (uji T).....	48
3.9.2 Uji Simultan (uji F)	49
3.10 Koefisien Determinasi (R ²)	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Deskripsi Penelitian.....	51
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	51
4.2 Statistik Deskriptif.....	56
4.3 Hasil Uji Kualitas Data	57
4.3.1 Uji Validitas.....	57
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	59
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	59
4.4.2 Hasil Uji Multikolenieritas	60
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
4.5 Hasil Regresi Linear Berganda.....	62
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	64
4.6.1 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	64
4.6.2 Hasil Uji Simultan (Uji F)	65
4.6.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	67
4.7 Pembahasan.....	67

4.7.1 Pengaruh transaksi <i>online (e-commerce)</i> terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis	67
4.7.2 Pengaruh modal usaha terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis	68
4.7.3 Pengaruh lama usaha terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis	69
4.7.4 Pengaruh transaksi <i>online (e-commerce)</i> , modal dan lama usaha terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Batang kuis	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	81



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kecamatan Batang Kuis	5
Tabel 2.1 Penelitian Tedahulu	30
Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian	39
Tabel 3.2 Skala Likert	40
Tabel 3.3 Indikator Penelitian	40
Tabel 4.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	55
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas Variabel	57
Tabel 4.4 Hasil Uji Kolmogrov Smirnov	58
Tabel 4.5 Hasil Multikolinearitas Variabel	58
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4.7 Hasil Uji t	61
Tabel 4.8 Hasil uji F	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	33
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin.....	52
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	54
Gambar 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	55
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kusioner Penelitian	82
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian	86
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Transaksi Online	96
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Modal	97
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Lama Usaha	98
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Pendapatan	99
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas	100
Lampiran 8 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.	101
Lampiran 9 Hasil Uji t, Uji F, Uji R ²	102
Lampiran 10 Tabel R.....	103
Lampiran 11 Tabel F	104
Lampiran 12 Surat Izin Penelitian.....	107
Lampiran 13 Surat Balasan Penelitian... ..	108
Lampiran 14 Dokumentasi... ..	109

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Indonesia adalah salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM ini menjadi tulang andalan dalam pembangunan ekonomi kerakyatan yang dapat mengurangi masalah-masalah yang berkaitan dengan ketimpangan masyarakat yang berhubungan dengan pendapatan. UMKM ialah aktivitas usaha yang mampu membuka lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi kepada masyarakat, memiliki peran dalam proses pemerataan dan meningkatkan pendapatan masyarakat, mendorong kelajuan ekonomi, serta berperan dalam menciptakan stabilitas nasional (Polandos et al, 2019).

Usaha Mikro Kecil Dan Menengah atau biasa disingkat dengan UMKM adalah salah satu aspek penting dalam pertumbuhan perekonomian di suatu negara, seperti yang terjadi di Indonesia. UMKM ini memiliki peran yang sangat vital bagi negara, seperti pertumbuhan perekonomian, peningkatan pendapatan yang terjadi di masyarakat, pengurangan kemiskinan dan pengangguran, penciptaan lapangan kerja dan masih banyak lagi. Bahkan disaar kondisi ekonomi tidak kondusif sekalipun, UMKM menjadi alternative terbaik yang dapat mengurangi beban yang dihadapan perekonomian nasional (Gabriel, 2022).

Berdasarkan hal tersebut dapat di buktikan pada saat diterpa serangan krisis ekonomi, sektor UMKM ini masih berdiri sekalipun perusahaan besar mengalami stagnansi bahkan sampai terhenti. Hal ini bisa terjadi karena meskipun

penghasilan masyarakat berkurang saat krisis ekonomi akan tetapi tidak mempengaruhi permintaan barang maupun jasa yang di hasilkan UMKM. Berbeda dengan keadaan usaha dengan ukuran besar yang justru tumbang karena permintaan pasarnya kian berkurang.

Peneliti mengambil contoh pada bulan maret 2020, Virus Covid-19 masuk ke negara kita yang kemudian setelah itu menjadi wabah dan pandemik, sama seperti yang di alami oleh negara-negara lain di dunia. Indonesia dihadapkan dengan masalah yang berhubungan dengan aspek perekonomian efek dari Covid-19. Ekonomi di Indonesia pada tahun 2020 diperkirakan tumbuh negative, angka pengangguran serta kemiskinan bertambah. Menurut perhitungan *Year on Year* pertumbuhan ekonomi pada triwulan pertama tahun 2020 menunjukkan terdapat pelemahan mencapai 2,97% dibandingkan pencapaian pada triwulan pertama tahun 2019 sebesar 5.07% (Damayanti, 2021).

Pendapatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan sejumlah uang yang diterima oleh suatu perusahaan dari suatu aktivitas yang dilakukannya. Kebanyakan aktivitas tersebut adalah aktivitas penjualan produk atau penjualan jasa kepada konsumen. Istilah pendapatan dalam dunia bisnis bukanlah hal yang asing, karena usaha apapun yang digeluti tetap tujuan utamanya adalah menghasilkan pendapat. Usaha besar ataupun kecil selalu mencari pendapatan supaya menunjang kinerja keuangan yang optimal (Husaini dan Ayu, 2017).

Pendapatan merupakan darah kehidupan bagi perusahaan tanpa pendapatan tidak akan ada keuntungan, tanpa keuntungan maka tidak akan ada perusahaan (Harmanto, 2019). Pendapatan berperan penting dalam mensejahterakan kehidupan serta perekonomian. Pendapatan selalu didapatkan dengan nominal uang, setelah itu uang bisa dijadikan bahan pengukur seberapa jauh usaha dalam mendapatkan hasil penjualan dengan mengharapkan laba sesuai dengan arah yang sudah di cita-citakan. UMKM di Indonesia berperan penting dalam mengembangkan perekonomian dan pembangunan nasional. Daya serap tenaga dapat menekan tingkat kemiskinan di Indonesia. Selain itu, UMKM pula berperan untuk mengurangi kesenjangan ekonomi masyarakat.

Pada era globalisasi ini, berkembangnya teknologi memberikan kemudahan masyarakat melakukan aktivitas belanja tanpa terhalang sesuatu. Aktivitas belanja saat ini dapat dilakukan tanpa harus bepergian cukup hanya dengan mencari barang yang dibutuhkan secara *online* melalui *smartphone* serta dilanjutkan dengan transaksi pembayaran dan pesanan datang dengan cepat, aman, murah dan nyaman. Kemudahan ini memberikan dampak positif untuk seluruh kalangan seperti ibu rumah tangga yang tidak memiliki waktu untuk bepergian, sampai dengan generasi milenial yang melakukan aktivitasnya melalui *handphone* (Usman, 2022).

Kompetisi dalam dunia bisnis tidak dapat dihindari lagi, melihat banyaknya pelaku usaha saat ini. Bahkan persaingan itu kian hari kian bertambah ketat. Hal ini yang menuntut para pelaku usaha untuk dapat mengikuti perkembangan teknologi yang ada salah satunya adalah dengan bergabung pasar *online* (e-

commerce). UMKM juga dituntut untuk kreatif serta inovatif dalam menyusun strategi pelayanan yang efektif, dengan peningkatan sistem pelayanan yang efektif memberikan daya tarik tersendiri untuk konsumen serta menjadi keuntungan untuk meningkatkan pendapatan. Untuk dapat meningkatkan pelayanan serta pendapatan tersebut, UMKM dapat memanfaatkan kemajuan teknologi, yaitu dengan sistem jual beli yang dilakukan secara *online (e-commerce)*.

E-commerce atau Electronic Commerce ialah kegiatan perdagangan berupa penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, maupun promosi suatu produk barang dan jasa yang dijalankan menggunakan komputerisasi juga sarana komunikasi elektronik dalam bentuk digital ataupun komunikasi data (Helmalia & Afrinawati, 2018). Kebiasaan hidup di era sekarang yang dituntut harus serba praktis dan cepat sehingga menjadikan internet lebih dikenal pada pemasaran *online* yang digemari serta sudah menjadi kebutuhan sehari-hari.

E-commerce tidak membutuhkan transaksi secara fisik antara konsumen dengan pedagang langsung, sehingga akan mempercepat pelaksanaan transaksi. Begitu juga dengan konsumen yang dapat menghemat waktu dan tenaga, berkembangnya teknologi semakin hari semakin maju, akan tetapi pelaku usaha masih ada yang merasa kesusahan dalam mengembangkan usahanya salah satunya dipengaruhi oleh sisi *financial* yaitu modal usaha.

Modal salah satu faktor yang memiliki peran penting dalam proses produksi serta mempengaruhi kelancaran berjalannya suatu usaha hingga pendapatan yang

diperoleh. Modal merupakan sejumlah uang, barang atau aset lainnya yang di investasikan pemilik usaha dengan tujuan untuk mendirikan usaha agar usaha itu bisa berkembang. UMKM memiliki standart pada skala usaha. skala usaha yang dilakukan pada UMKM dapat dilihat pada besar kecilnya modal yang dikeluarkan. pendapatan yang besar juga membutuhkan modal yang besar, akan tetapi adakalanya mereka tidak bisa memisahkan modal usaha dengan biaya keperluan rumah tangga sehari-hari, dilihat bahwa kelemahan modal para pengusaha kecil, menengah, mikro ini terkait dengan status ekonomi dan penghasilan mereka (Saragih et all, 2017).

UMKM memiliki ukuran yang beragam, ukuran besar atau kecilnya usaha bisa terlihat dari modal yang di keluarkan. Modal berkaitan dengan kemampuan suatu usaha untuk melakukan kegiatan operasional dan berpengaruh terhadap risiko perusahaan itu sendiri. Faktor lain yang dalam menjalankan usaha adalah lamanya usaha yang sudah berjalan, lama usaha adalah masa dimana seorang pengusaha telah terlibat dalam mengelola suatu perusahaan, biasanya semakin lama wirausaha menjalankan usaha maka makin besar juga pengalaman yang didapatkan (Usman, 2022).

Seorang wirausaha yang memiliki pengalaman panjang pastinya memiliki kekuatan mental yang berbeda-beda. Seorang wirausaha kebanyakan mempunyai pola berpikir yang unik pada saat dihadapkan oleh kondisi serta situasi yang berbeda. Menurut Usman (2022) wirausahawan dengan kebiasaan, pengetahuan, dan kemampuan menarik biasanya mampu menetapkan keputusan pada saat kondisi serta situasi apapun. Tidak bisa dipastikan wirausahawan yang

melaksanakan usahanya lebih dulu tidak selalu memiliki pendapatan harian yang lebih besar dibandingkan wirausahawan masih baru melakukan bisnis.

Kecamatan Batang Kuis merupakan salah satu kecamatan di Indonesia yang perkembangan UMKM-nya cukup pesat. Kecamatan Batang Kuis terletak di Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara. Kecamatan Batang Kuis terdiri dari 11 Desa dan 72 Dusun. Komposisi penduduk yang multi-etnis terdiri dari berbagai suku bangsa antara lain : Jawa, Tapanuli, Karo, Minang, Melayu dan lain-lain. Penduduk mayoritas adalah suku Jawa dan Melayu. Agama yang dianut terdiri dari Islam, Katolik, Protestan, Hindu dan Budha, dimana Islam sebagai agama mayoritas. Sebagian besar rumah tangga memiliki mata pencaharian utama di sektor pertanian, perkebunan dan lahan pertanian pada umumnya sawah tadah hujan. (Badan Pusat Statistik Kabupaten Deli Serdang, 2019).

**Tabel 1.1 Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
di Kecamatan Batang Kuis.**

Tahun	Jumlah UMKM (Sektor makanan dan minuman)	Pendapatan Per tahun
2020	727	Rp 2.103.018.000,-
2021	761	Rp 1.623.000.000,-
2022	784	Rp 2.687.709.894,-

Sumber: Dinas Koperasi Dan UKM Deli Serdang, 2023

Merujuk pada data Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Deli Serdang, jumlah UMKM yang bergerak pada sektor makanan dan minuman di Kecamatan Batang Kuis sejauh ini terus mengalami kenaikan hingga akhir tahun 2022 terdapat sebanyak 784 unit usaha yang bergerak pada sektor makanan dan minuman. Sehingga diperkirakan jumlah pelaku usaha UMKM di Kecamatan Batang Kuis

akan terus mengalami pertumbuhan. Namun, hal ini berbanding terbalik dengan pendapatan yang dihasilkan. Pada tahun 2021 mengalami penurunan pendapatan yang cukup drastis karena disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya karena masuknya *pandemic covid-19* di Indonesia.

Keputusan pemerintah yang menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa daerah sejak April 2020, serta Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) berdampak luas dan akhirnya mengganggu kinerja perekonomian. Hal ini berdampak terbatasnya pergerakan maupun aktivitas masyarakat yang berdampak pada menurunnya permintaan domestik (Farida, 2022). Pendapatan masyarakat yang menurun akibat pandemi berdampak kepada sektor usaha hingga ada yang mengurangi aktivitasnya serta menutup total usahanya, sehingga angka pengangguran pun meningkat.

Pada aspek UMKM, adanya pandemik ini berdampak menurunkan kinerja dari sisi permintaan (konsumsi serta daya beli masyarakat) serta memberikan dampak pada pemutusan hubungan kerja serta ancaman gagal bayar atau macetnya pembayaran kredit (Irawati, 2021). Hal ini juga dirasakan oleh para UMKM di Kecamatan Batang Kuis, penurunan pendapatan hampir membuat pelaku UMKM mengalami kendala saat melaksanakan kewajiban pembayaran kredit peminjaman modal kepada perbankan, serta mengecilnya daya beli di beberapa sektor salah satunya adalah sektor makanan dan minuman karena kurangnya minat konsumen untuk membeli makanan berat maupun ringan dan lebih memilih untuk memasak di rumah dengan alasan agar lebih hemat

pengeluaran, sehingga menyebabkan para UMKM mengalami kerugian yang besar bahkan sampai memutuskan untuk menutup sementara usahanya.

Sektor makanan dan minuman di Kecamatan Batang Kuis juga mengalami imbas negatif dari adanya pandemi Covid-19 ini. Banyak yang gulung tikar, merosot omzetnya, tetapi ada juga UMKM yang masih bertahan. Bisnis catering makanan adalah salah satu yang paling terimbas keganasan pandemi Covid-19. Tetapi tidak semua bisnis makanan dan minuman mengalami penurunan usaha. Usaha makanan dan minuman UMKM yang omzetnya naik saat masa pandemi ini adalah pelaku UMKM yang mampu mengoptimalkan digitalisasi yaitu menjual produk melalui media *online*. karena adanya pergeseran perilaku pembeli yang biasanya melalui tatap muka sekarang menjadi secara virtual (Wartaekonomi, 2021).

Pandemic covid-19 banyak membuat perubahan. Perubahan yang terjadi begitu cepat sehingga membuat konsumen mengubah perilakunya dalam memperoleh barang dan jasa (Cholilawati, 2021). Hal ini juga menjadikan para pelaku usaha harus berpikir keras agar usahanya tetap berjalan. Namun, kurangnya pengetahuan serta kepiawaian dalam mengikuti perkembangan pasar *online (e-commerce)* juga menjadi penghambat berkembangnya UMKM terutama pada UMKM yang belumlah berjalan. Oleh karena itu para pelaku UMKM di tuntut untuk bisa dapat mengikuti perkembangan pasar yang ada, salah satunya kegiatan pasar *online* yang berkembang di Kecamatan Batang Kuis saat ini yaitu penggunaan media sosial seperti *marketplace facebook* dengan membuat grub khusus jual-beli yang diberi nama (Lapak Batang Kuis) yang

dimana para pelaku UMKM mempromosikan dagangannya dengan memanfaatkan *smartphone* yang dimiliki.

Masa *endemic covid-19* perlahan-lahan UMKM mulai bangkit kembali, Sebagian besar pelaku UMKM sudah mulai mampu beradaptasi dengan perkembangan pasar *online*, dengan adaptasi dan inovasi sebagai kunci membangun kembali dan memperkuat sektor ini (Mutiara, 2023). Pelaku UMKM di Kecamatan Batang Kuis sudah mulai beradaptasi dengan pasar *online* (*e-commerce*) seperti facebook, instagram, *marketplace* dan sejenisnya. Akan tetapi pada masa ini salah satu tantangan utama yang harus dihadapi oleh UMKM di Kecamatan Batang Kuis adalah tekanan finansial (modal) akibat dari penutupan sementara atau permanen dari bisnis fisik. Kegiatan jual- beli terhenti dan keterbatasan modal menjadi penyebab tidak mampunya sebagian UMKM untuk bangkit kembali.

Lama berjalannya usaha juga tidak dapat menjamin bisa bertahan atau tidaknya usaha karena pada masa ini pelaku usaha yang mampu memberikan inovasi serta memberikan *trend* terbaru yang pasti lebih dilirik oleh konsumen, UMKM yang melakukan penjualan *online* lebih kuat dibandingkan dengan yang hanya melakukan penjualan *offline* saja. Kemampuan dalam beradaptasi menjadikan UMKM mampu untuk tetap bertahan serta bersaing di era ini.

Munculnya *pandemic Covid-19* banyak merugikan UMKM, apalagi semenjak dilaksanakannya pembatasan sosial oleh pemerintah. Hal ini menyebabkan masyarakat mengalami perubahan pola perilaku, salah satunya yang paling terlihat adalah pola konsumsinya, yang awalnya dilakukan dengan

tatap muka harus berubah menjadi metode lain yang sesuai. *E-commerce* ini sebenarnya sudah ada meskipun sebelum munculnya *Covid-19*, namun, tidak begitu diminati oleh masyarakat (Ayunda et al, 2022). Dengan memanfaatkan *e-commerce* peluang pasar penjualan tidak hanya lagi berfokus kepada masyarakat atau konsumen di lokasi tertentu saja, tetapi dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Jika *e-commerce* ini dapat menambah pendapatan maka modal juga dapat bertambah dan pelaku usaha dapat memaksimalkan produksi untuk dapat dijual guna meningkatkan pendapatan dan laba yang diperoleh juga maksimal.

Penelitian mengenai pendapatan UMKM sudah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya seperti, Helmia & Afrinawati (2018) yang menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Polandos et al (2019) dengan hasil penelitian modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pengusaha UMKM di Kecamatan Langowan Timur, sedangkan penelitian yang dilakukan Wibowo & Setyaningsing (2019) juga menyebutkan bahwa lama usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan. Tesa Nurul Safrianti (2020) yang menunjukkan bahwa *e-commerce*, modal dan lama usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kabupaten Tegal.

Dari permasalahan diatas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh **Transaksi Online (*e-commerce*), Modal dan Lama Usaha terhadap pendapatan UMKM, penelitian ini memfokuskan pada UMKM yang bergerak pada sektor Makanan dan Minumandi Kecamatan Batang Kuis.**

1.2 Rumusan Masalah

Uraian pada latar belakang diatas menunjukkan terdapat permasalahan serta perbedaan yang terjadi, yaitu sejak tahun 2020 hingga 2022 jumlah UMKM sektor makanan dan minuman di Kecamatan Batang kuis selalu mengalami peningkatan, namun berbanding terbalik dengan pendapatan yang dihasilkan. *Pandemic covid-19* banyak membuat perubahan, perubahan yang terjadi begitu cepat membuat konsumen mengubah perilakunya dalam memperoleh barang maupun jasa. Penghasilan yang menurun memberikan imbas kerugian untuk semua sektor terutama sektor makanan dan minuman.

Berkurangnya minat konsumen untuk membeli makanan dan minuman berat maupun ringan menyebabkan UMKM mengalami kerugian yang memberikan dampak hingga mengharuskan UMKM untuk menutup sementara atau permanen usahanya. Desa Batang Kuis pekan salah satu lokasi yang menjadi destinasi favorit untuk mencari makanan dan minuman yang terletak di Kecamatan Batang Kuis, Desa ini memiliki banyak sekali UMKM yang bergerak pada sektor makanan dan minuman. Sama seperti sektor usaha lainnya, sektor makanan dan minuman di Kecamatan Batang Kuis juga mengalami imbas negatif dari adanya pandemi Covid-19 ini.

Banyak yang gulung tikar, merosot omzetnya, tetapi ada juga UMKM yang masih bertahan. Bisnis katering makanan adalah salah satu yang paling terimbas keganasan pandemi Covid-19. Kurangnya pengetahuan serta kepiawaian dalam mengikuti perkembangan pasar *online (e-commerce)* juga menjadi penghambat berkembangnya UMKM terutama pada UMKM yang belum lama

berjalan. tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM di Kecamatan Batang Kuis adalah tekanan finansial(modal) akibat dari penutupan sementara atau permanen dari bisnis fisik.

Kegiatan jual-beli terhenti dan keterbatasan modal menjadi penyebab tidak mempunya sebagian UMKM untuk bangkit kembali walaupun masa *pandemic covid-19* sudah berakhir. Sebagian besar pelaku UMKM sudah mulai mampu beradaptasi dengan perkembangan pasar *online*, dengan adaptasi dan inovasi sebagai kunci membangun kembali dan memperkuat sektor ini.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah transaksi *online (E-Commerce)* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis pada sektor makanan dan minuman?
2. Apakah modal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis pada sektor makanan dan minuman?
3. Apakah lama usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis pada sektor makanan dan minuman?
4. Apakah transaksi *online (E-Commerce)*, modal dan lama usaha berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis pada sektor makanandan minuman?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di uraikan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh transaksi *online (E-Commerce)* terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis pada sektor makanan dan

minuman.

2. Mengetahui pengaruh modal terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis pada sektor makanan dan minuman.
3. Mengetahui pengaruh lama usaha terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis pada sektor makanan dan minuman
4. Mengetahui pengaruh transaksi *online (E-Commerce)*, modal dan lama usaha terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis pada sektor makanan dan minuman

1.5 Manfaat Penelitian

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

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi serta berguna sebagai bahan referensi kepustakaan, khususnya pada bidang umkm serta mejadi referensi dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan referensi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dengan membandingkan teori-teori yang ada di lapangan khususnya pada bidang umkm, serta melengkapi salah

satu syarat untuk memperoleh sarjana akuntansi pada fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Medan Area.

b. Bagi UMKM

Penelitian ini diharapkan bisa menambah pemahaman serta masukan mengenai berbagai pertimbangan pengambilan keputusan dalam bidang UMKM dan pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pemberian pinjaman modal serta memberikan pengetahuan mengenai kemajuan teknologi untuk dapat di aplikasikan dalam pemasaran produk.

c. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat di jadikan sebuah referensi untuk penelitian selanjutnya yang lebih mendalam lagi khususnya mengenai transaksi *online (E-Commerce)*, modal dan lama usaha terhadap pendapatan umkm di kecamatan yang lainnya.

d. Manfaat Kebijakan

Penelitian ini diharapkan memberikan kebijakan untuk mengembangkan pengetahuan tentang pengaruh penerapan transaksi *online (E-Commerce)*, modal dan lama usaha terhadap pendapatan umkm di suatu daerah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teory

2.1.1 *Technology Acceptance Model*

Dengan perkembangan teknologi informasi maka proses transaksi yang dilakukan secara *online*. Pengguna *e-commerce* dengan transaksi *online* akan berdampak pada peralihan model transaksi yang sebelumnya dilakukan langsung menjadi tidak langsung dengan melalui perantara aplikasi *e-commerce*. Dalam penelitian ini menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan mengenai model yang digunakan untuk menganalisis dan mempelajari faktor internet.

Menurut Davis (1989) menyatakan penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dimana para pelaku usaha yakin bahwa menjual produk melalui *e-commerce* dapat meningkatkan pendapatan serta respon kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dalam hal ini para pelaku usaha yakin bahwa semakin lama pengalaman pelaku usaha untuk menekuni usaha akan memiliki strategi, serta strategi yang dimiliki oleh pelaku usaha akan mempengaruhi tingkat pendapatan pada usaha tersebut.

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

penggunaan Teknologi Informasi bisa mempengaruhi perilaku dalam penerimaan terhadap teknologi. Memperhatikan aspek persepsi teknologi baru. Aspek biaya merupakan salah satu model produk untuk konsumen dengan menggunakan produk atau tidak. Teori ini membahas satu hal penting dalam Pengaruh Transaksi *Online (e-commerce)*, Modal dan Lama Usaha terhadap pendapatan umkm.

2.2 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Definisi usaha yaitu ekonomi yang melakukan usaha dengan tujuan menciptakan barang maupun jasa yang bisa dijual maupun ditukar dengan barang yang lain dan terdapat seseorang yang mempertanggung jawabkan serta berwenang atas usaha tersebut (Fitroh, 2021). Usaha memiliki arti mengelola, mulai dari perencanaan hingga usaha berakhir pada siklus yang seharusnya. Usaha memiliki komponen-komponen penunjang, seperti pengelolaan sumber daya, pemanfaatan teknologi, pengelolaan keuangan, dan lain sebagainya.

Usaha kecil menengah (UKM) dan Usaha mikro kecil menengah (UMKM) memiliki pengertian yang sama menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang-perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria yang diatur dalam Undang- Undang tersebut. 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 secara langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah dan Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang ini.

Usaha Menengah di jelaskan sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilaksanakan oleh 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 ataupun Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Dengan Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro, memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,- (limapuluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha Kecil, memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki penghasilan penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Usaha Menengah, memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,- (limaratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp 10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,- (lima puluh milyar rupiah).

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tersebut juga disebutkan bahwa keberadaan umkm dan pengelolaannya oleh pemerintah dimaksudkan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan, meliputi:

1. Mewujudkan struktur ekonomi nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan.
2. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan usaha mikro, kecil dan menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.
3. Meningkatkan peran usaha mikro, kecil dan menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan pekerjaan, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan (Sari, 2019).

2.3 Pendapatan

Pendapatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan sejumlah uang yang diterima oleh suatu perusahaan dari suatu aktivitas yang dilakukannya. Kebanyakan aktivitas tersebut adalah aktivitas penjualan produk atau penjualan jasa kepada konsumen. Istilah pendapatan dalam dunia bisnis bukanlah hal yang asing, karena usaha apapun yang digeluti tetap tujuannya adalah menghasilkan pendapat. Usaha besar ataupun kecil selalu mencari pendapatan supaya menunjang kinerja keuangan yang optimal (Husaini dan Ayu, 2017).

2.3.1 Konsep Pendapatan

Menurut Standar Akuntansi Keuangan (SAK) PSAK no. 25 ditegaskan bahwa dalam pendekatan arus keluar pada pendapatan tersebut diperoleh dari pemberian atau produksi barang, pemberian jasa ataupun kegiatan utama lainnya dimana tersirat bahwa produk tersebut harus meninggalkan perusahaan. Konsep dasar pendapatan ialah proses arus, ialah menciptakan barang atau jasa pada perusahaan pada jarak waktu tertentu.

2.3.2 Jenis-Jenis Pendapatan

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

1. Penjualan Barang

Pendapatan muncul karena adanya penjualan barang yang di produksi perusahaan untuk di jual serta barang yang di beli untuk diperjual belikan kembali. Seperti barang dagangan yang di beli oleh pengecer, property yang di beli untuk dapat di perjual belikan kembali.

2. Penjualan Jasa

Pendapatan muncul akibat dari perusahaan memperjual belikan jasa mereka, penjualan jasa biasanya mencakup implementasi tugas yang secaa kontrak dan telah disepakati untuk dilakukan dalam suatu periode tertentu.

3. Bunga, *Royalty*, *Dividen*

Pendapatan muncul akibat penggunaan aset berwujud oleh para pihak yang menghasilkan Bunga, *Royalty* dan *Deviden*. Penggunaan aktiva perusahaan oleh pihak lain memunculkan pendapatan dalam bentuk:

- a. Bunga, yaitu pembebanan untuk penggunaan kas atau setara kas dan jumlahterutang kepada perusahaan.
- b. *Royalty*, yaitu pembebanan untuk penggunaan aktiva jangka panjang perusahaan seperti Hak Cipta, Hak Paten dan Merek.
- c. *Deviden*, yaitu distribusi laba kepada pemegang investasi ekuitas sesuai dengan proporsi mereka dari jenis modal tertentu.

2.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi

Berikut ini faktor yang memberikan pengaruh besar kecilnya pendapatan menurut Antara & Aswitari (2017), sebagai berikut:

1. Modal

Modal ialah variabel paling besar penharuhnya terhadap pendapatan, hal ini dikarenakan pedagang bisa membeli barang dengan jumlah banyak dan mengubahnya sesuai dengan keinginan konsumen dengan menambahkan modal usaha, maka penjualan serta pendapatan bisa mengalami peningkatan.

2. Lama Usaha

Usaha biasanya yang sudah lama berjalan memiliki kesamaan yang lebih mengenai kebutuhan konsumen, yang memungkinkan mereka dapat mengerti rujukan konsumen serta menambah pendapatan.

3. Tenaga Kerja

Semakin banyak sumber daya manusia terampil, maka semakin banyak juga produk yang dapat di produksi untuk mengabdikan keinginan konsumen dan menambah pendapatan.

2.3.4 Indikator Pendapatan

Pendapatan diukur dengan tiga indikator dalam penelitian ini, indikator pendapatan menurut Halim (2020), sebagai berikut:

1. Peningkatan hasil kemampuan

Menggunakan modal untuk bekerja guna menghasilkan keuntungan usaha pada periode tertentu.

2. Kecukupan hasil

Kecukupan hasil ialah kegiatan jual-beli yang terjadi agar dapat menghasilkan pendapatan hingga pengusaha merasa cukup akan apa yang telah di dapatkan.

3. Dapat berkembang

Pendapatan bisa dikatakan berkembang jika pendapatan usahanya diperoleh dalam jangka waktu yang Panjang cenderung meningkat.

2.4 Transaksi Online (e-commerce)

E-commerce bisa diartikan sebagai suatu kegiatan transaksi dan pertukaran informasi antara pedagang dengan pembeli di dalam dunia maya. *E-commerce* adalah segala bentuk aktifitas transaksi jual beli barang ataupun jasa dengan menggunakan format elektronik. Menurut Laudon dalam Nursani (2019) *e-commerce* merupakan suatu keadaan dimana prosedur jual beli barang dilakukan dengan cara elektronik oleh konsumen serta dari perusahaan dengan menggunakan computer sebagai perantara dalam proses jual-beli.

Elektonic commerce merupakan transaksi perdagangan bidang jasa yang menggunakan format *elektronic*. *E-Commerce* merujuk kepada semua bentuk

transaksi yang berkaitan dengan kegiatan perdagangan baik organisasi maupun individual berdasarkan kepada pemrosesan dan transmisi data yang terdigitalisasi termasuk teks, suara, dan gambar (Simarmata, 2006: 326).

Transaksi *online* atau *e-commerce* ialah sektsa baru dapat digambarkan sebagai prosedur jual-beli produk maupun jasa *world wide web internet* atau proses jual-beli atau pertukaran produk, jasa serta informasi termasuk internet. *E-commerce* mengizinkan perusahaan untuk dapat memasarkan produknya serta jasa hingga menjangkau seluruh dunia tanpa dibatasi oleh Batasan geografis. *E-commerce* ini timbul sebagai jawaban dari berbagai jenis gaya hidup manusia *modern* yang selalu meminta keringanan serta kepraktisan dalam segala hal.

2.4.1 Karakteristik *E-Commerce*

Berikut ini karakteristik *e-commerce* menurut Rerung (2018), sebagai berikut:

1. Transaksi tanpa batas

Memanfaatkan kehebatan dalam dunia digital, tidak ada batasan lagi dalam hal pemasaran produk maupun jasa. Misalnya, batasan geografis tiada lagi menghalangi besar ataupun kecil untuk bisa melangkah ke *go internasional* serta masyarakat seluruh dunia bisa masuk dimanapun dan kapanpun sekaligus bisa mendapatkan barang hanya dalam waktu yang sangat singkat.

2. Transaksi *anonym*

Ketika bertransaksi *online* melalui *e-commerce* pedagang serta konsumen tidak wajib untuk bertemu dan tidak membutuhkan data diri asli untuk

melakukan transaksi pembayaran. Hal ini tidak sama dengan transaksi penjualan yang dilakukan dengan cara tradisional, yang dimana pedagang serta konsumen wajib bertatap muka agar dapat melakukan transaksi.

3. Produk *digital* dan *non digital*

Penggunaan *e-commerce* dapat memberikan produk yang sangat beragam bukan hanya satu macam barang saja akan tetapi dapat lebih dari itu.

4. Produk barang tak berwujud

Menggunakan *e-commerce* tidak selalu berupa benda atau produk yang berbentuk saja yang dapat dibeli melainkan benda atau produk yang tidak berwujudpun dapat dibeli, contohnya *software* maupun saran atau gagasan yang bisa diperjual belikan secara *online*.

2.4.2 Jenis-jenis *E-Commerce*

7 (tujuh) jenis *e-commerce* menurut Rerung (2018) antara lain :

1. *Business to Business (B2B)*, merupakan segala macam bentuk perdagangan yang mencakup segala transaksi elektronik baik barang maupun jasa yang dilaksanakan oleh perusahaan satu dengan perusahaan yg lain.
2. *Business to consumer (B2C)*, merupakan jenis usaha yang dilaksanakan oleh pelaku usaha dan konsumen sama hal nya dengan perusahaan yang mejual serta memberikan penawaran produknya kepada konsumen dengan cara tradisional. Bagian produsen melaksanakan usaha dengan cara menjajakan produknya kepada konsumen tanpa ada masukan dari konsumen untuk melaksanakan usahanya kembali pada pihak produsen (bukan pelanggan tetap).

3. *Consumer to Consumer (C2C)*, merupakan jenis *e-commerce* yang mencakup segala transaksi *online* barang maupun jasa konsumen. Kebanyakan transaksi jenis ini dilaksanakan menggunakan media *platform* ataupun *marketplace* agar bisa melaksanakan transaksi tersebut.
4. *Consumer To Business (C2B)*, yaitu jenis usaha yang dilakukan perorangan bisa menawarkan macam-macam jenis produk maupun jasa pada perusahaan tertentu yang kemudian perusahaan membeli dan membayar barang ataupun jasa tersebut.
5. *Bussines to Administration (B2A)*, ialah jenis *e-commerce* mencakup segala transaksi yang dilaksanakan secara *online* oleh perusahaan dan administrasi publik. usaha ini mengalami peningkatan beberapa tahun terakhir ini dengan pembayaran yang dilakukan melalui *e-government* atau pemerintah.
6. *Customer to Administration (C2A)*, yaitu Jenis *e-commerce* ini mencakup transaksi elektronik yang dilaksanakan oleh para individu maupun administrasi publik.
7. *Online to Offline (O2O)*, yaitu jenis *e-commerce* yang dapat mendapatkan pelanggan melalui *offline store*. Proses O2O ialah mengkombinasikan *e-commerce* dengan belanjaan ritel fisik.

2.4.3 Kelebihan dan Kekurangan E-Commerce

Semua hal tentunya mempunyai nilai positif serta negatif, begitupun dengan penjualan yang memakai metode transaksi *online* (Rerung,2018). Berikut kelebihan yang didapatkan ketika melakukan penjualan memakai metode *e-*

commerce sebagai berikut:

1. *Revenue stream* (aliran pendapatan), aliran baru menjanjikan yang tidak di dapatkan ketika bertransaksi secara tradisional.
2. *Market exposure* (pangsa pasar), kemudahan serta keunggulan yang diberikan teknologi saat ini memudahkan untuk membuat strategi agar dapat menguasai pangsa pasar.
3. *Operating cost* (biaya operasional), jika biasanya harus banyak menggunakan karyawan untuk melayani pelanggan, maka semakin banyak juga biaya yang harus di keluarkan untuk menggaji karyawan. Dengan bertransaksi *online* tentunya dapat mengurangi biaya operasional yang dikeluarkan, serta mengurangi biaya kertas karena keseluruhan sudah di digitalisasikan guna meningkatkan pendapatan.
4. *Global reach* (jangkauan lebar), menggunakan *e-commerce* dapat memperluas jangkauan penjualan bahkan hingga ke seluruh dunia.
5. Bisa mengurangi polusi serta pencemaran lingkungan. Maksudnya ialah konsumen tidak harus keluar rumah untuk berbelanja dan dapat mengurangi kepadatan arus lalu lintas.

Sedangkan kekurangan yang dimiliki penjual jika menggunakan sistem *e-commerce* antara lain:

1. Pencurian informasi rahasia yang berharga. Kurang kuatnya perlindungan dalam penyimpanan data atau akun dapat memunculkan gangguan yang bisa mengakibatkan semua data rahasia penjualan di curi oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab dan mengakibatkan kerugian yang besar.

2. Gangguan layanan. Masalah *non-teknis* seperti mati listrik dapat mengganggu penjual maupun pembeli dalam melakukan transaksi.
3. Penggunaan akses oleh pihak yang tidak berhak. Seperti seorang hacker yang bisa membobol sebuah sistem perbankan ataupun lainnya, setelah itu hacker dengan mudah memindahkan sejumlah uang di dalam rekening orang lain ke rekeningnya sendiri.
4. Meningkatkan individualisme, pada perdagangan elektronik pembeli bisa bertransaksi serta mendapatkan barang atau jasa yang di butuhkan tanpa perlu bertemu oleh siapapun. Terkadang memunculkan rasa kekecewaan karena yang dilihat pada layar monitor hp ataupun komputer terkadang berbeda dengan apa yang terlihat secara nyata.

2.4.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi transaksi *online*

Berikut ini faktor yang mempengaruhi transaksi *online*, sebagai berikut :

1. Kemudahan Pembayaran Pembelian secara *online* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Kemudahan yang diberikan juga merupakan kemudahan dalam hal pembayaran. Pembayaran dapat dilakukan melalui transfer atau dibayarkan di minimarket yang ditunjuk.
2. Gaya hidup Gaya hidup saat ini menuntut semua masyarakat mampu menggunakan teknologi dan mengikuti perkembangan teknologi. Salah satu indikasi dari perkembangan teknologi adalah tersedianya perusahaan jasa yang menawarkan tempat untuk melakukan transaksi jual beli secara *online*. Tren pembelian *online* ini menjadi gaya hidup yang wajib untuk

diikuti, biasanya sebagian masyarakat akan merasa ketinggalan zaman jika tidak mengikuti tren.

3. Harga-harga yang ditawarkan dari berbagai situs belanja *online* dengan harga yang relatif murah, bahkan tidak jarang harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan dengan pasar tradisional atau membelinya secara *offline* (dengan datang langsung ketempatnya). Maka, harga akan menjadi pertimbangan utama konsumen untuk melakukan keputusan pembelian secara *online* (Asrizal Efendi Nasution, 2019).

2.4.5 Indikator transaksi *online* (e-commerce)

Transaksi *E-commerce* diukur dengan tiga indikator pada penelitian ini, menurut (Polandos et al., 2019) indikator transaksi *E-commerce* tersebut meliputi sebagai berikut:

1. Akses internet

Akses internet merupakan jaringan telekomunikasi elektronik yang terhubung dengan jaringan komputer serta fasilitas komputer yang sudah terorganisasi pada seluruh dunia melalui satelit.

2. Kemampuan Sumber Daya Manusia

Ilmu atau seni yang mengontrol hubungan serta peran tenaga kerja supaya efektif dan efisien dalam memberikan bantuan guna mewujudkan tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat.

3. Pemasaran

Pemasaran selalu identik dengan proses pengenalan suatu produk ataupun servis kepada konsumen yang potensial. (Widodo, 2018). Pemasaran bisa dilaksanakan melalui bermacam cara misalnya dengan membuat akun pemasaran *e-commerce* yang saat ini sudah ada seperti *shopee*, *tokopedia*, *lazada*, dan lain sebagainya.

2.5 Modal Usaha

Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang dan sebagainya atau modal adalah harta benda (uang, barang dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu untuk menambah kekayaan (Pradono, 2019). Jadi, dapat disimpulkan bahwa modal usaha merupakan bagian penting dalam usaha yang biasanya berupa sejumlah uang atau barang yang digunakan untuk menjalankan usaha.

Modal yang sudah dikeluarkan tentunya diharapkan akan dapat kembali masuk ke dalam kas usaha dan dapat dipergunakan kembali oleh pelaku usaha untuk membiayai kegiatan operasional selanjutnya. Salah satu dana tersebut ialah modal kerja, menurut Jumingan (2017) bahwa modal kerja adalah sejumlah dana yang dikeluarkan untuk membelanjai operasi usaha tersebut dari hari ke hari, misalnya memberi uang muka pada pembelian bahan baku atau barang dagangan, membayar gaji pegawai, dan biaya-biaya yang lainnya.

2.5.1 Sumber Modal Kerja

Beberapa sumber modal yang dikemukakan oleh Jumingan (2017) antara lain:

1. Pendapatan Bersih, yaitu Modal kerja diperoleh dari hasil penjualan barang dan hasil-hasil lainnya yang meningkatkan uang kas dan piutang. Akan tetapi sebagian modal ini harus digunakan untuk menutup harga pokok penjualan dan biaya usaha yang telah dikeluarkan untuk memperoleh revenue, yakni berupa biaya penjualan dan biaya administrasi. Jadi yang merupakan sumber modal kerja adalah pendapatan bersih dan jumlah modal kerja yang diperoleh dari operasi jangka pendek.
2. Keuntungan dari penjualan aktiva tetap dan surat-surat berharga, yaitu Penjualan aktiva maupun surat berharga akan menambah kas perusahaan, sebaiknya jika terjadi kerugian maka modal kerja akan berkurang.
3. Dana pinjaman dari bank atau pinjaman jangka pendek lainnya Pinjaman jangka pendek (seperti kredit bank) bagi beberapa perusahaan merupakan sumber penting dari aktiva lancarnya terutama tambahan modal yang diperlukan untuk membiayai kebutuhan jangka pendeknya. Ketepatan dalam penggunaan modal kerja diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan usaha sesuai dengan yang diharapkan sehingga upaya peningkatan pendapatan masyarakat dapat terwujud dengan optimalitasnya.

2.5.2 Indikator Modal

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

1. Modal Sendiri

Modal yang terdiri dari keuntungan yang ditahan serta bisa juga dengan

penyertaan kepemilikan perusahaan.

2. Modal Pinjaman

Modal yang didapatkan dari pihak diluar perusahaan yang biasanya berasal dari pinjaman.

3. Pendanaan modal

Pendanaan merupakan cara untuk mendapatkan pendanaan yang dibutuhkan guna modal utama maupun penambahan dalam pengerjaan proyek, program dan portofolio yang sudah dijanjikan demi keberlangsungan perusahaan.

2.6 Lama Usaha

Lama usaha bisa dikatakan sebagai lamanya waktu usaha yang sudah dijalankan oleh pengusaha dalam menjalankan usahanya. Periode waktu seorang pengusaha dalam memimpin usahanya memberikan dampak penting untuk pemilihan strategi dalam menentukan keberlangsungan usahanya. Pengusaha yang telah lama melakukan usahanya akan memiliki strategi yang lebih matang dan tepat dalam mengelola, memproduksi, dan memasarkan produknya (Polandos et al, 2019).

Semakin lama pengusaha menjalankan usaha tentunya memiliki pengalaman yang tinggi dan pengetahuan untuk dapat menentukan keputusan di setiap keadaan. Selain itu, pengusaha yang memiliki pengalaman usaha lebih lama, secara tidak langsung merekamemiliki koneksi yang lebih luas dan berguna dalam memasarkan produknya. Pengalaman usaha seseorang dapat dilihat dari jangka waktu atau masa kerja seseorang dalam menekuni suatu pekerjaan tertentu.

Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lamanya seorang pelaku usaha atau bisnis dalam menekuni bidang usahanya dapat memberikan pengaruh produktivitas (keahlian), hal ini dapat menambah efisiensi dan dapat meminimalisir biaya produksi dari hasil penjualan. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan makin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen. Kepiawaian dalam berdagang maka semakin bertambah banyak juga relasi maupun pelanggan yang dimiliki (Rusmuri & Magfira, 2018).

2.6.1 Indikator lama usaha

Lama usaha diukur dengan dua indikator pada penelitian ini, menurut (Rusmuri & Magfira, 2018) indikator lama usaha tersebut meliputi sebagai berikut:

1. Lama berdiri suatu usaha

Waktu berjalannya usaha perdagangan yang dijalankan seseorang.

2. Pengalaman yang di peroleh

Lamanya waktu yang dijalankan seorang pengusaha, dapat memberikan peningkatan pengetahuan mengenai keinginan serta selera konsumen.

2.7 Penelitian Terdahulu

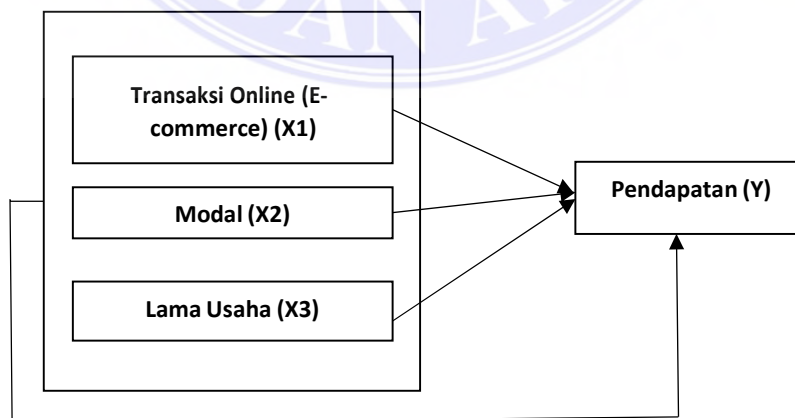
Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Pengaruh Transaksi *Online (e-commerce)*, Modal dan Lama Usaha terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis (Sektor Makanan dan Minuman), sebagai berikut:

No	Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Sri Mulyati (2017)	Pengaruh Pemberian Kredit Terhadap peningkatan pendapatan usaha kecil dan menengah (Studi kasus debitur PT BPR Pundi Masyarakat Kota Batam).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemberian kredit berpengaruh positif terhadap peningkatan UMKM.
2.	Helmawati & Afrinawati (2018)	Pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang.	Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel e-commerce berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan.
3.	Rusmusri IMP & Afrah Nabila Magfirah (2018)	Pengaruh Modal, Jam Kerja dan Lama usaha terhadap pendapatan pedagang di Pasar Ikan Hias Ina Restu Purwokerto Utara.	Hasil menunjukkan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pedagang dan lama usaha mempunyai arah hubungan yang positif dan signifikan terhadap pendapatan, jam kerja mempunyai arah hubungan searah terhadap pendapatan pedagang.
4.	Nurul Amalia Sari (2019)	Pengaruh perkembangan ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM di Kota Makassar.	Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa variabel ekonomi digital berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan UMKM di Kota Makassar.
5.	Prisilia Monnika Polandos, Daisy S.M Engka, Krest D. Tolosang (2019)	Analisis pengaruh modal, lama usaha, dan jumlah tenaga kerja terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Langosimartawan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Lawongan Timur, namun lama usaha dan jumlah tenaga kerja tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Lawongan Timur. Tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal.
6.	Usman (2022)	Pengaruh transaksi online (e-commerce), modal dan lama usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Bekasi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh transaksi online (e-commerce) dan modal berpengaruh terhadap peningkatan UMKM, lama usaha tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kota Bekasi.
7.	Gabriel Sitompul (2022)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM di Kecamatan Batang Kuis.	Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara modal dan tenaga kerja dengan perkembangan UMKM di Kecamatan Batang Kuis.

8.	Dini Seyorini, Eti Nurhayati, Rosmita (2019)	Pengaruh transaksi online (e-commerce) terhadap peningkatan laba UMKM (studi kasus UMKM pengolahan besi Ciampea Bogor Jawa Barat).	Hasil ini menunjukkan bahwa variabel e-commerce berpengaruh positif terhadap variabel pendapatan.
9.	Edi Wibowo, Setyaningsih SU (2019)	Pengaruh faktor kekuatan ekonomi terhadap pendapatan dengan lama usaha sebagai variabel moderating (survey pada usaha kedai kopi di Surakarta).	Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel modal dan tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan, sedangkan lama usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan.
10.	Tesa Nurul Safriani (2020)	Pengaruh transaksi online (e-commerce), modal dan lama usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel transaksi online (e-commerce) dan modal berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan, sedangkan variabel lama usaha. Tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal.

2.8 Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini peneliti menjelaskan Pengaruh Transaksi *Online (e-commerce)*, Modal dan Lama Usaha terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis (Sektor Makanan dan Minuman). Dengan kerangkagambar sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.9 Hipotesis Penelitian

2.9.1 Pengaruh Transaksi *Online (E-commerce)* Terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis

Transaksi *E-commerce* adalah transaksi yang dilakukan secara *online* oleh pembeli dan penjual melalui media jaringan tanpa kontak langsung antara pembeli dan penjual, ini dikarenakan dengan kemajuan zaman dan teknologi serta perubahan perilaku manusia yang semakin maju, yang menuntut untuk bersifat praktis, sehingga kepraktisan memberikan peluang bagi perusahaan untuk menjual dan mengiklankan produk dan jasa di situs internet, jadi biarlah setiap Individu dapat membeli produk dan layanan yang mereka butuhkan dengan satu klik, kapan saja, di mana saja.

Semakin banyak bisnis yang maju seiring waktu, mengiklankan dan menjual produk mereka melalui Internet, menyediakan bisnis dengan akses tak terbatas ke konsumen yang lebih luas, dengan menggunakan transaksi elektronik diharapkan dapat menghemat biaya pemasaran dan tenaga kerja, sehingga dapat meningkatkan pendapatan usaha. Hal ini muncul dari penelitian yang dilakukan oleh (Helmalia & Afrinawati, 2018) yang menyatakan bahwa transaksi *online (E-commerce)* berpengaruh positif terhadap pendapatan, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sari, 2019) yang menyatakan bahwa transaksi *E-commerce* berpengaruh positif terhadap pendapatan. Berdasarkan penjelasan di atas, Hipotesis dapat ditutup sebagai berikut :

H1 : Transaksi *Online (E-commerce)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis.

2.9.2 Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan UMKM Kecamatan Batang Kuis

Modal merupakan salah satu faktor pendukung yang sangat penting dalam menentukan tinggi rendahnya suatu pendapatan. Modal bagi para pelaku UMKM merupakan salah satu faktor pendukung yang dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, ini karena besarnya modal kerja yang digunakan oleh usaha pasti akan mempengaruhi tingkat pendapatan pelaku UMKM.

Modal yang cukup diperlukan untuk menjalankan bisnis yang sukses. Di era teknologi saat ini, pengetahuan tentang perdagangan *online* adalah salah satu aset terbesar. Karena modal mempengaruhi pendapatan usaha dengan memberikan pelayanan terbaik dan mengenali target pasar yang diinginkan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Polandos et al., (2019) memberikan hasil bahwa dalam variabel ini modal berpengaruh positif terhadap pendapatan, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Antara & Aswitari, (2017) bahwa variabel modal berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan. Berdasarkan penjelasan diatas hipotesis dapat ditutup sebagai berikut:

H2 : Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis.

2.9.3 Pengaruh Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM Di Kecamatan Batang Kuis

Lama usaha dapat diartikan sebagai lamanya seorang wirausahawan dalam menjalankan bisnisnya. Sementara seorang wirausahawan yang sudah menjalankan

bisnis nya sejak lama,memiliki pengalaman yang cukup baik dapat memberikan hasil yang baik dalam berwirausaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Antara & Aswitari, (2017) menyatakan bahwa lama usaha berpengaruh positif. Sejalan dengan penelitian Rusmusi & Maghfira, (2018) Menurutnya, lama usaha akan berdampak besar,karna Hal ini pengusaha yang meluangkan waktu untuk menjalankan usahanya memiliki strategi yang lebih canggih dan akurat dalam pengelolaan produk, manufaktur, dan pemasaran, serta dapat meningkatkan pendapatannya. Namun, dalam penelitian yang dilakukan oleh Wibowo et al., (2019) yang menyatakan bahwa lama usaha tidak berpengaruh positif terhadap pendapatan hal ini karena Pengusaha dengan lama usaha yang berumur panjang tidak selalu bisa mengoptimalkan penjualan, tetapi pengusaha yang berumur panjang bisa menghasilkan penjualan yang tinggi. Di zaman modern, bisnis kurang berpengaruh. Dengan *platform online*, pendatang baru dapat menjangkau seluruh wilayah dan tidak diragukan lagi banyak pelaku bisnis baru yang akan memulai bisnisnya.

H3 : Lama Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis.

2.9.4 Pengaruh Transaksi *Online (e-commerce)*, Modal, Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM Di Kecamatan Batang Kuis

Pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Atau dengan kata lain

pendapatan merupakan jumlah kekayaan di awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi (Sari, 2019). Transaksi *Online (e-commerce)* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi peningkatan pendapatan.

Semakin paham pengusaha mengenai strategi pemasaran *online* maka semakin bertambah pula penjualan serta laba yang di dapatkan. Strategi pemasaran *Online* atau sering disebut dengan *Online marketing strategy* merupakan segala usaha (bisnis) yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media *online*, yakni media internet. Walaupun mengalami perubahan, pemasaran tidak bisa melepaskan diri dari tiga komponen yang selalu menyertai, yaitu konsumen, kompetitor serta perusahaan (Setyorini, 2019). Hal ini terungkap dalam penelitian yang dilakukan oleh Sari (2019) yang menyatakan bahwa transaksi *E-commerce* berpengaruh positif terhadap pendapatan.

Penelitian yang dilakukan oleh Polandos et al., (2019) menunjukkan bahwa modal usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pengusaha UMKM di Kecamatan Langowan Timur. Artinya jika pengusaha memperbesar modal usaha dan melakukan penambahan kuantitas serta jenis barang yang dijual, maka pendapatan pengusaha akan semakin bertambah. Demikian sebaliknya jika pengusaha mengurangi modal usahanya maka pendapatannya akan berkurang.

Lama usaha secara teoritik manunjukkan pengaruh yang positif terhadap peningkatan pendapatan. Asumsi dasar yang digunakan adalah semakin banyak lama usaha seseorang akan semakin tinggi pula produktifitas kerja seseorang dan menghasilkan produksi yang memuaskan. Karena lama usaha serta tingkat pengetahuan yang lebih banyak memungkinkan seseorang tersebut lebih produktif bila dibandingkan dengan yang relative kurang dalam lama usaha (Polandos et al, 2019).

H4 : Pengaruh Transaksi *Online (e-commerce)*, Modal, Dan Lama Usaha Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Pendapatan UMKM Di Kecamatan Batang Kuis



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain, Objek dan Waktu Penelitian

3.1.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *Asosiatif* (hubungan). menurut Sujarweni (2019), penelitian *asosiatif* merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih. Pendekatan penelitian yang akan digunakan adalah penelitian Kuantitatif. Menurut Sujarweni (2019), data kuantitatif adalah suatu jenis data yang dapat dijelaskan dan diukur secara langsung dalam bentuk informasi atau dalam bentuk angka.

3.1.2 Objek dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Batang Kuis yang memiliki 11 Desa diantaranya Desa Tanjung Sari, Desa Batang Kuis Pekan, Desa Sena, Desa Baru, DesaTumpatan Nibung, Desa Paya Gambar, Desa Bintang Meriah, Desa Mesjid, Desa Sidodadi, Desa Sugiharjo, dan Desa Bakaran Batu, dan waktu penelitian Penelitian inimulai dilakukan pada Bulan Januari 2023. Dengan rincian waktu penelitian yang dijelaskan pada tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian

Jenis Kegiatan	2023												2024									
	jan	feb	mar	apr	mei	jun	jul	ags	sep	okt	nov	des	jan	feb	mar	apr	mei	jun	jul	ags	sep	
Pengajuan Judul	■																					
Pembuatan proposal		■	■	■																		
Revisi Proposal					■	■	■															
Seminar Proposal								■														
Pengadaan Penelitian									■	■	■											
Pembuatan Hasil												■	■	■	■							
Revisi Hasil															■							
Seminar Hasil																■						
Perbaikan hasil																	■	■	■	■		
Sidang Akhir																					■	■

3.2 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel menurut Sugiyono (2017,37) Operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian di tarik kesimpulanya.” , berikut penjabaran variabel, indikator dan skala yang digunakan dalam penelitian ini. Skala pengukuran yang digunakan pengukuran ini adalah skala likert. Skala likert merupakan jenis skala yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian seperti sikap, pendapatan, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang. Ada 5 (lima) alternatif yang digunakan dalam pemberian skor dengan nilai, sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

Skala likert	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Tabel 3.3 Indikator Penelitian

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Pengukuran
1.	Transaksi <i>Online (e-commerce)</i> (X1)	E-commerce adalah segala bentuk aktifitas transaksi jual beli barang ataupun jasa dengan menggunakan format elektronik. Menurut Laudon dalam Nursani (2019) e-commerce merupakan suatu keadaan dimana proses jual beli produk dilakukan secara elektronik oleh konsumen serta dari perusahaan dengan menggunakan computer sebagai perantara dalam transaksi bisnis.	1. Akses Internet 2. Kemampuan SDM 3. Pemasaran Sumber: Polandos et al, 2019	<i>Likert</i>
2.	Modal (X2)	Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang dan sebagainya atau modal adalah harta benda (uang, barang dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu untuk menambah kekayaan (Pradono, 2019).	1. Modal Sendiri 2. Modal Pinjaman 3. Pendanaan Modal Sumber: Prabowo & Sutanto, 2019	<i>Likert</i>
3.	Lama Usaha (X3)	Jangka waktu pengusaha dalam menjalankan usahanya memberikan pengaruh penting bagi pemilihan strategi dan cara melakukan usahanya. Pengusaha yang lebih lama dalam melakukan usahanya akan memiliki strategi yang lebih matang dan tepat dalam mengelola, memproduksi, dan memasarkan produknya (Polandos, Engka, & Tolosang, 2019).	1. Lama, berdiri nyasatu usaha 2. Pengalaman yang diperoleh Sumber: Rusmuri & Maghfira, 2018	<i>Likert</i>
4.	Pendapatan UMKM (Y)	Pendapatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan sejumlah uang yang diterima oleh suatu perusahaan dari suatu	1. Peningkatan hasil 2. kecukupan hasil	<i>Likert</i>

		aktivitas yang dilakukannya. Kebanyakan aktivitas tersebut adalah aktivitas penjualan produk atau penjualan jasa kepada konsumen. Istilah pendapatan dalam dunia bisnis bukanlah hal yang asing, karena usaha apapun yang digeluti tetap tujuan utamanya adalah menghasilkan pendapatata. Usaha besar ataupun kecil selalu mencari pendapatan supaya menunjang kinerja keuangan yang optimal (Husaini dan Ayu, 2017).	3. Dapat berkembang Sumber: Halim, 2020	
--	--	---	---	--

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah seluruh jumlah orang atau penduduk di suatu daerah, jumlah orang atau pribadi yang mempunyai ciri-ciri yang sama jumlah penghuni, baik manusia maupun makhluk hidup lainnya pada suatu satuan ruang tertentu sekelompok orang, benda, atau hal yang menjadi sumber pengambilan sampel; suatu kumpulan yang memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian (Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia, 2016).

Menurut Sugiyono (2017:80) "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti dengan tujuan untuk dipelajari serta ditarik kesimpulannya". Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM di Kecamatan Batang Kuis yang memiliki usaha pada Sektor Kuliner (Makanan dan Minuman) yang sudah menggunakan *E-commerce*. Jumlah Populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 784 jumlah UMKM Sektor Kuliner (Makanan dan Minuman) di Kecamatan Batang Kuis.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono, (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan ciri-ciri yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini, dihitung menggunakan metode slovin. Pertimbangan pada pemilihan sampel untuk penelitian ini yaitu para pelaku UMKM yang aktif melakukan penjualan melalui *e-commerce* di Kecamatan Batang Kuis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan pengambilan sampel dengan pendekatan *purposive sampling*, yang tergolong dalam kategori *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2018) teknik *purposive sampling* adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini, dihitung menggunakan metode slovin dengan taraf kesalahan 10%. rumus beserta perhitungan sampel sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{RUMUS : } n &= \frac{N}{1+N(e)^2} \\
 &= \frac{784}{1+784(0,10)^2} \\
 &= \frac{784}{1+(784 \times 0,01)} \\
 &= \frac{784}{1+784,29} \\
 &= \frac{784}{785,29} \\
 &= 99,83 \text{ dibulatkan menjadi } 100
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka didapat jumlah sampel sebanyak 99,83 dan dibulatkan menjadi 100 responden. Kuesioner akan dibagikan kepada para pelakuUMKM Sektor makanan dan minuman di Kecamatan Batang Kuis.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data Kuantitatif. Sumber data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah data Primer. Menurut Sujarweni (2019) data primer adalah data yang diperoleh dari responden dalam mengisi kuesioner yang dibagikan oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh melalui kuesioner yang diperoleh peneliti.

Teknik pengumpulan data disesuaikan dengan keadaan dan kondisi objek yang diteliti, dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuesioner. Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila penelitian tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet. Teknik ataupun metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif mempunyai tujuan untuk mengetahui gambaran umum dari semua gambaran variabel yang digunakan dalam suatu penelitian. Analisis statistik deskriptif merupakan statistik yang mendeskriptifkan suatu data yang dilihat dari rata-rata, standar *deviasi*, *variance*, nilai maksimum dan nilai minimum (Ghozali,2018). Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode statistik deskriptif.

3.6 Uji Kualitas Data

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik, maka sebelum dilakukan uji statistic terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas agar hasil penelitia menjadi valid dan realibel.

3.6.1 Uji Validitas

Validitas adalah kemampuan kuesioner untuk benar-benar mengukur apa yang sedang diukur, dan tidak ada kesalahan dalam menarik kesimpulan dari data. Tes ini dijalankan untuk menentukan apakah survei pengukuran valid. Ini mengatakan bahwa survei berguna jika peneliti dapat mengukur apa yang perlu peneliti ukur, atau jika peneliti dapat mengukur secara akurat apa yang ingin peneliti temukan. (Ghozali, 2018). Suatu instrument penelitian dikatakan valid apabila memenuhi kriteria sebagai berikut :

- a. Bila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka dinyatakan valid.
- b. Bila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka dinyatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

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

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

3.7 Uji Asumsi Klasik

Untuk melakukan uji asumsi klasik atas data primer ini, maka peneliti melakukan, uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah model regresi, faktor pengganggu, atau residual berdistribusi normal. Ada dua cara untuk menentukan apakah residual terdistribusi normal: analisis plot dan uji kolmogrov Smirnov. (Ghozali, 2018) Pengujian normalitas dalam data penelitian ini menggunakan metode *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*. Kriteria yang dapat digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

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

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2018) Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai toleransi dan nilai VIF (Variance Inflation Factor). Nilai cut off yang umum digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas adalah tolerance $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 .

- a. Jika nilai tolerance $> 0,10$ atau VIF < 10 , artinya mengindikasikan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Jika nilai tolerance $< 0,10$ atau VIF > 10 , artinya mengindikasikan bahwa terjadi multikolinearitas.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

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

Model regresi yang baik adalah homoskedastis (Ghozali, 2018) Untuk mengidentifikasi ada atau tidak heteroskedastisitas di dalam model regresi, Uji

heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser, yang dilakukan dengan membangun model regresi yang mengandung residual absolut, yaitu dengan regresi residual absolut dengan variabel bebas (Ghozali, 2018). Keputusan yang digunakan adalah jika nilai signifikan $> 0,05$ maka terjadi dispersi heterogen. Ini berarti bahwa model regresi tidak mengandung varians yang heterogen.

3.8 Analisis Regresi Berganda

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

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

Y : Pendapatan Pengusaha UMKM

α : Konstanta

β_{123} : Koefisien Regresi

X1 : Transaksi online (E-commerce)

X2 : Modal

X3 : Lama Usaha

ε : Term of error

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Secara Parsial (uji T)

Uji secara parsial (t) digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh

satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

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

3.9.2 Uji Simultan (uji F)

Menurut Ghozali (2018: 56) Uji F disini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Maka digunakan tingkat signifikan sebesar 0,05. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut: jika F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan tingkat signifikan lebih kecil dari pada α 0,05 maka H_0 ditolak atau H_a diterima, ini berarti menyatakan bahwa semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

3.10 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali, (2018) Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya mengukur jarak dimana kemampuan model menjelaskan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen

sangat terbatas.

Nilai yang mendekati 1 berarti bahwa variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum, koefisien determinan dari data penampang relatif rendah karena variasi yang besar antara pengamatan individu, tetapi data deret waktu juga biasanya memiliki koefisien determinan yang tinggi.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

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

1. Transaksi *online (e-commerce)* berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis, karena eksistensi *e-commerce* dalam melakukan penjualan serta pembelian makanan dan minuman serta mudahnya melakukan transaksi pembayaran menggunakan media *QRIS* yang lebih praktis untuk konsumen. Hal ini memberikan pengaruh yang positif terhadap penjualan dan pendapatan yang diperoleh UMKM.
2. Modal berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis. Karena pengusaha berani untuk memperbesar jumlah modal usahanya dan menambah kualitas serta tidak mengurangi rasa dari makanan maupun minuman yang mereka produksi, maka pendapatan usaha yang mereka jalankan akan bertambah. Sebaliknya jika pengusaha mengurangi jumlah modal serta kualitas rasa yang terdapat pada makanan dan minuman yang di produksi, maka akan semakin berkurang juga penghasilan yang mereka dapatkan.
3. Lama usaha berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis. Karena semakin lama usaha itu berjalan maka semakin banyak pengalaman, pengetahuan, ketrampilan yang didapatkan

oleh pelaku usaha. pelaku UMKM setuju bahwasanya pengalaman seseorang dalam dunia usaha penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dalam memandang usahanya.

5.2 Saran

1. Penggunaan *e-commerce* memberikan pengaruh yang positif terhadap keberlanjutan UMKM di Kecamatan Batang Kuis. Pelaku UMKM diharapkan mampu untuk terus mengikuti perkembangan teknologi media pemasaran yang berkembang saat ini, serta mengikuti pelatihan UMKM yang akan menambah pengetahuan mengenai perkembangan teknologi terutama pengetahuan mengenai *e-commerce*.
2. Pelaku UMKM di Kecamatan Batang Kuis disarankan memahami dalam penggunaan sistem pembayaran *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* di karenakan konsumen di era sekarang yang lebih menyukai sesuatu hal yang praktis terutama dalam hal pembayaran, Pembayaran menggunakan *e-wallet* seperti ovo, dana, gopay juga bisa ditambahkan dalam sistem pembayaran agar mempermudah konsumen yang tidak memiliki uang tunai.
3. Lama usaha mempunyai pengaruh terhadap keberlanjutan UMKM. Namun, hal ini bisa saja berubah jika pemilik UMKM yang baru berani mengambil inovasi dalam pengenalan produk mereka dengan mengikuti sesuatu yang sedang trend atau yang sedang hangat dibicarakan terutama oleh kaum-kaum muda yang aktif menggunakan media sosial. Oleh karena itu, alangkah lebih baiknya jika para pelaku usaha memperlihatkan totalitas mereka dalam

usaha dengan memberikan yang terbaik untuk Menjaga konsistensi dan komitmen dalam usaha.



DAFTAR PUSTAKA

- Akuntansi, J., & Keuangan, D. A. N. (2020). *lebih besar dibandingkan t. 4(1)*, 19–33. <https://doi.org/10.46880/jsika.Vol4No1.pp19-33>
- Antara, I. K. A., & Aswitari, L. P. (2017). Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Denpasar Barat. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 5(11).
- BKPM. (2021). *Upaya Pemerintah Untuk Memajukan UMKM di Indonesia*. Kementerian Investigasi. <https://dpmpt.kulonprogokab.go.id/detil/1301/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>
- BPS Kecamatan Batang Kuis. (2019). *Kecamatan Batang Kuis Dalam Angka 2019*.
- Datu, A. S., Pembangunan, E., & Bisnis, E. (n.d.). *Pengaruh transaksi online (e-commerce), Modal dan Lama Usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM di kota Palopo*.
- Departemen Koperasi Indonesia. (2019). *Jumlah UMKM di Provinsi Sumatera Utara*.
- Firdaus, A., Habiba, C., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Prasetyia, F. (2022). Analisis Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Pendapatan Umkm Di Masa Pandemi. *Jurnal Of Development Economic and Social Studies*, 1(3), 408–420. <http://dx.doi.org/10.21776/jdess>.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 24*.
- Gonibala, N. dkk. (2019). Analisis Pengaruh Modal dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Kitamobagu. *Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(01), 56–67.
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju.
- Hasanah, I., Hasani, A., Fatah, A., Sari, I. J., & Romdani, A. (2018). *The Influence of Learning by Smartphone to the Conceptual Science Knowledge and the Independence of Student s ' Learning at Junior High School*. 4(2), 158–166. <https://doi.org/10.30870/jppi.v4i2.3925>
- hasanah latifahul riyan, desiana nur khofifah, D. purnama alamasyah. (2020). Pengaruh Modal, Tingkat Pnedidikan dan Teknologi Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Purbalingga. *ekonomi dan manajemen*, 17(Pendapatan UMKM), 305–313.
- Helmawati, A. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang.

- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2016). *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 23. 23*, 1–14. file:///C:/PSAK23Pendapatan.pdf
- Irawati, R., & Prasetyo, B. (n.d.). *Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang)*. 114–133.
- Irawati, T., Rimawati, E., & Pramesti, N. A. (2020). Penggunaan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Sistem Informasi Alista (Application Of Logistic And Supply Telkom Akses). *is The Best Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise this is link for OJS us*, 4(2), 106–120. <https://doi.org/10.34010/aisthebest.v4i02.2257>
- Jumingan. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta:PT BUMI AKSARA.
- kementerian pendidikan, kebudayaan, riset dan teknologi republik indonesia. (2016). *KBBI DARING*.
- Khairani, Z., Soviyant, E., & Aznuriyandi, A. (2018). Efektivitas Promosi Melalui Instagram Pada Umkm Sektor Makanan Dan Minuman Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Benefita*, 3(2), 239. <https://doi.org/10.22216/benefita.v3i2.2738>
- M, A. A., S, R. I., & L, U. A. P. (2021). *Perubahan Perilaku Konsumen Aldita Store Selama Pandemi*. 1230–1236.
- Mailina Harahap , Siti Mujiatun, 2013. (2013). *Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara*. 151–159.
- Marfuah, S. T., & Hartiyah, S. (2019). Pengaruh Modal Sendiri, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Teknologi, Lama Usaha, dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Usaha (Studi Kasus Pada UMKM di Kabupaten Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering*, 1(1), 183–195.
- Marthalina, M. (2018). Pemberdayaan Perempuan dalam Mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *J-3P (Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan)*, 3(1), 43–57. <https://ejournal.ipdn.ac.id/JPDPP/article/view/862>
- Mulyana, A. (2018). Pengaruh Biaya Bahan Baku, dan Biaya Tenaga Kerja Langsung Terhadap Harga Pokok Produksi di PT. Saranacental Bajatama Tbk. *Jurnal Riset Akuntansi*, 10(1). <https://doi.org/10.34010/jra.v10i1.962>
- Mulyati, S. (2017). THE EFFECT OF GIVING CREDITS TO INCREASING SMALL AND MEDIUM BUSINESS INCOME (Case Study of PT. BPR Pundi Community Debtors in Batam City). *Measurement*, 11(1), 26–37.

- Nasution, A. E., & Putri, L. P. (2019). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Online. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)*, 287(2), 491–497. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i2.73>
- Ni Kadek Ayu Trisnadewi. (2022). Pengaruh Efisiensi Biaya Bahan Baku Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Volume Produksi Pada Cv “ Jati Jaya ” Singaraja. *Artha Satya Dharma*, 14(2), 67–72. <https://doi.org/10.55822/asd.v14i2.229>
- 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. <https://www.journal.uniku.ac.id/index.php/logika/article/view/3757>
- Nurma, N. K. (2022). *Pengaruh E-commerce dan Pengelolaan keuangan terhadap kinerja UKM (Studi Kasus UKM sektor makanan dan minuman di Kabupaten Demak) Skripsi*.
- Nursani, Arifin, & Hufron. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal STiE Semarang*, 8 No. 9(2011), 6. <https://core.ac.uk/download/pdf/35374501.pdf>
- Pandemi, D. I. M., Pada, S., Sektor, U., & Di, F. (2022). *Jurnal manajemen*. 12(2), 212–219.
- Penelitian, J., Ilmu, M., Alkumairoh, A. F., Warsitasari, W. D., Program, M., & Ekonomi, S. (2022). *Pengaruh Modal usaha, Jam kerja dan lama usaha terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah*. 2, 202–219.
- 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.
- Politwika. (2017). 99 Langkah Sukses Berbisnis E-commerce. In Politwika (Ed.), *99 Langkah Sukses Berbisnis E-commerce* (hal. 452). Gramedia Widiasarana Indonesia. <https://ebooks.gramedia.com/id/buku/99-langkah-sukses-berbisnis-e-commerce>
- 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. <https://doi.org/10.33059/jseb.v10i1.1120>

- Prananta, K. A. S., & Ayuningsari, A. A. K. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Denpasar Selatan. *E-Jurnal EP Unud*, 8(11), 2778–2806.
- Pranatasari, F. D., & Dharma, U. S. (1875). *AGILE MARKETING SEBAGAI SOLUSI BUSINESS DISRUPTION MENUJU KEBANGKITAN BISNIS UMKM PASCA COVID-19*. 33(2), 196–211.
- PUTRI NAINA AQMARIA. (2022). *DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP PEREKONOMIAN SERTA UPAYA PEMULIHAN EKONOMI di INDONESIA*.
- Rerung, rintho rerung. (2018). E-commerce : Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi. *ekonomi dan manajemen*, 3, 198.
- Riswandi, D., Nahdlatul, U., Nusa, U., & Barat, T. (2019). *TRANSAKSI ON-LINE (E-COMMERCE): PELUANG DAN TANTANGAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*. 1(1).
- Royan, N. (2022). Pengaruh Transaksi E-Commerce, Modal, dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM di Wilayah Kota Bekasi). *Profil kesehatan kab.semarang*, 41(201), 1–9.
- Rudianto, M., Sudjana, N., Administrasi, F. I., & Brawijaya, U. (201M). Analisis Perhitungan Biaya Standar Guna Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(1), 1–8. <https://media.neliti.com/media/publications/79882-ID-analisis-perhitungan-biaya-standar-guna.pdf>
- Rusmusi, & Maghfira, A. N. (2018). Pengaruh Modal, Jam Kerja, dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Ikan Hias Mina Reestu Purwokerto Utara. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, 20, 1–9.
- Sari, N. A. (2019). Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Umkm Di Kota Makassar. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sawitri, N. N., & Saefuddin, A. (n.d.). *Ketahanan Ekonomi Nasional Masa dan Pasca Covid-19 Melalui Penguatan UMKM Indonesia (National Economic Resilience During and Post-Covid-19 Through Strengthening Indonesian MSMEs)*. 10(2), 87–97.
- Setyorini, D., Nurhayaty, E., & Rosmita, R. (2019). PENGARUH TRANSAKSI ONLINE (e-Commerce) TERHADAP PENINGKATAN LABA UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(5), 501–509. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i5.228>

- Sitompul, G. (2022). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM di Kecamatan Batang Kuis* (hal. 2465). <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/50238>
- Soemarso. (2009). *Akuntansi Suatu Pengantar Buku 1* (Edisi 5). Salemba Empat. <https://api.penerbitsalemba.com/book/books.pdf>
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suliyanthini, D., Fashion, V., Education, D., Jakarta, U. N., Fashion, V., Education, D., & Jakarta, U. N. (2021). *Sosiologi. IX*(April 2020), 18–24.
- Wahyui, S. (2019). *Pengaruh Biaya Bahan Baku Dan Biaya Tenaga Kerja Langsung Terhadap Volume Produksi Pada Raihan Bakery and Cake Shop Medan*. 1–54.
- Watajdid, N. I., Lathifah, A., Andini, D. S., & Fitroh, F. (2021). Systematic Literature Review: Peran Media Sosial Instagram Terhadap Perkembangan Digital Marketing. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 20(2), 163–179. <https://doi.org/10.14710/jspi.v20i2.163-179>
- Wibowo, E., & Su, S. (2019). Pengaruh Faktor Kekuatan Ekonomi Terhadap Pendapatan Dengan Lama Usaha Sebagai Variabel Moderating (Survey Pada Usaha Kedai Kopi Di Surakarta). *Research Fair Unisri*, 3(1). <https://ejournal.unisri.ac.id/index.php/rsfu/article/view/2578>
- Widodo, S. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle). *Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 4(1), 84–90. <http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jepa/article/view/546>
- Yusvita Aprilyan, Elin Erlina Sasanti, & Isnawati. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(2), 292–306. <https://doi.org/10.29303/risma.v2i2.216>



LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Pengaruh Transaksi *Online (E-Commerce)*, Modal dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM (Sektor Makanan dan Minuman di Kecamatan Batang Kuis.

Bapak, Ibu atau Saudara/I yang terhormat, Bersama dengan ini memohon kesediaan Bapak, Ibu atau Saudara/I untuk mengisi data kuesioner mengenai Pengaruh Transaksi *Online (E-commerce)*, Modal dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis. Informasi yang Bapak, Ibu, atau Saudara/I berikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi saya. Oleh karena itu saya selaku peneliti mengharapkan:

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

I. DATA UMUM RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : a. Laki-Laki b. Perempuan
3. Usia :
 - a. 20 – 30 Tahun
 - b. 30 – 40 Tahun
 - c. 40 – 50 Tahun
 - d. diatas 50 Tahun
4. Pendapatan Perbulan :
 - a. Dibawah Rp 10 juta
 - b. Rp 10 juta – Rp 83 Juta
 - c. Rp 83 Juta – Rp 500 Juta
 - d. Rp 500 Juta – 1,6 Milyar
 - e. diatas 1,6 Milyar
5. Lama Usaha yang di jalankan :
 - a. 1-3 Tahun
 - b. 3-5 Tahun
 - c. 5-10 Tahun
 - d. diatas 10 Tahun

A. Pendapatan Usaha (Y)

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

B. Transaksi Online (e-commerce)

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya menggunakan kartu perdana yang berkualitas agar mendukung akses internet usaha kami					
2.	Karyawan mengakses internet setiap harinya untuk sekedar mengecek maupun membalas chat dan komentar menggunakan internet					
3.	Saya merekrut dan mempekerjakan karyawan yang mahir dalam menggunakan internet					
4.	Karyawan kami mampu mengetik cepat dalam mereview barang yang dijual serta menggunakan internet sebagai survey produk					
5.	Saya menggunakan <i>website/marketplace</i> /media social 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. Modal Usaha (X2)

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					
3.	Dengan adanya pinjaman kredit modal usaha membantu Bapak/Ibu dalam mengembangkan usaha					
4.	Prosedur peminjaman dana yang diberikan bank/Lembaga keuangan lainnya ditunjukkan untuk mensejahterakan masyarakat umum dan khususnya pelaku UMKM					
5.	Modal yang saya miliki mampu mencukupi seluruh biaya operasional perusahaan					
6.	Penjualan saya semakin meningkat karena adanya penambahan modal					

D. Lama Usaha (X3)

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Lama 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					
3.	Semakin lama usaha yang saya jalankan maka pengetahuan saya mengenai penjualan semakin baik					
4.	Semakin lama usaha yang saya jalankan maka semakin bisa memahami selera konsumen					
5.	Semakin lama usaha yang saya jalankan maka semakin banyak pula relasi bisnis sehingga mampu memperluas pemasaran produk/jasa saya					

Lampiran 2 : Tabulasi Data Penelitian

Transaksi Online (e-commerce)							Total X1
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
4	2	2	2	5	5	5	25
5	4	3	4	4	3	4	27
5	5	5	5	5	5	5	35
2	2	4	2	2	2	2	16
5	4	4	5	4	4	5	31
2	1	1	1	2	2	1	10
4	4	3	3	4	4	4	26
5	4	5	5	5	4	4	32
3	2	3	3	2	4	4	21
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	4	3	5	5	5	32
3	3	2	2	3	2	3	18
5	5	4	3	5	5	5	32
1	1	1	2	2	1	4	12
3	2	4	3	4	3	4	23
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	5	4	4	4	5	30
4	4	3	3	4	4	4	26
3	2	2	2	3	4	4	20
4	4	4	3	5	4	5	29
1	2	1	2	1	1	2	10
4	4	3	3	5	5	5	29
4	2	4	4	1	3	5	23
1	2	1	1	2	2	2	11
1	4	2	3	1	2	2	15
5	2	3	2	5	1	2	20
2	4	4	2	5	3	2	22
4	4	2	2	5	5	5	27
3	5	5	5	5	5	5	33
5	5	3	3	5	5	5	31
4	4	4	3	5	4	5	29
4	5	4	4	5	5	5	32
4	4	5	5	5	5	5	33
5	5	4	4	4	4	5	31
5	4	5	5	5	5	5	34
5	5	5	5	5	5	5	35

4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	2	4	4	5	27
2	2	1	1	2	2	2	12
4	2	1	1	4	4	4	20
2	2	2	1	1	2	2	12
4	4	3	3	4	5	5	28
5	5	4	5	4	5	5	33
3	2	3	3	5	4	5	25
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	2	3	4	4	4	26
4	4	3	3	4	4	4	26
5	5	3	3	4	3	4	27
4	2	3	2	4	3	5	23
1	1	1	2	1	2	2	10
3	4	4	3	5	4	2	25
5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	4	5	5	5	4	32
3	4	4	4	4	4	4	27
4	5	3	4	4	4	5	29
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	5	4	5	5	4	31
4	4	3	4	4	4	5	28
1	5	5	4	4	5	5	29
4	5	4	3	4	4	5	29
4	2	2	2	4	2	2	18
2	2	1	1	2	2	2	12
4	4	4	4	4	4	4	28
2	2	1	2	1	1	2	11
4	4	2	3	2	1	5	21
4	2	4	3	4	1	3	21
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	3	3	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	4	28
3	3	2	2	4	4	4	22
4	2	2	2	2	4	4	20
3	3	3	4	4	4	5	26
3	3	3	4	4	4	5	26
5	2	2	2	2	2	1	16
2	2	2	2	2	2	3	15
4	3	4	4	4	4	4	27
4	4	3	4	4	4	3	26

2	1	2	1	1	2	2	11
4	3	4	3	3	4	4	25
5	4	5	5	5	5	5	34
4	4	4	4	4	3	4	27
1	5	5	4	4	5	5	29
4	5	4	3	4	4	5	29
4	2	2	2	4	2	2	18
2	2	1	1	2	2	2	12
4	4	4	4	4	4	4	28
1	5	5	4	4	5	5	29
4	5	4	3	4	4	5	29
4	2	2	2	4	2	2	18
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	3	3	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	4	28
3	3	2	2	4	4	4	22
4	2	2	2	2	4	4	20
3	3	3	4	4	4	5	26
5	5	4	5	4	5	5	33
3	2	3	3	5	4	5	25
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	2	3	4	4	4	26

Modal (X2)						Total X2
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	4	4	5	28
4	4	5	5	5	5	28
5	4	2	2	4	4	21
4	4	5	4	5	4	26
1	5	4	4	4	5	23
5	5	4	3	3	3	23
5	4	3	4	1	4	21
3	4	4	4	4	4	23
3	3	3	3	3	3	18
4	5	4	4	4	4	25
4	5	3	3	3	2	20
2	2	4	4	4	4	20
3	4	3	4	3	4	21
4	5	4	2	2	4	21
5	5	5	5	5	5	30

4	5	5	4	5	5	28
5	4	3	4	3	2	21
5	4	4	4	4	4	25
2	4	2	2	4	4	18
5	5	4	3	4	4	25
1	2	2	2	2	4	13
3	2	2	3	4	3	17
2	4	1	2	2	2	13
2	4	2	2	4	4	18
4	5	4	4	3	4	24
5	5	4	4	4	3	25
5	5	3	3	4	4	24
4	2	4	5	4	2	21
4	4	3	3	3	4	21
5	4	3	3	3	3	21
5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	2	2	4	20
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	4	4	25
5	4	4	4	4	5	26
2	4	4	4	4	5	23
4	4	4	2	2	4	20
2	1	2	4	5	2	16
4	5	5	5	4	5	28
4	3	5	4	3	4	23
5	2	5	5	3	4	24
4	4	3	3	3	4	21
4	4	2	2	2	4	18
4	4	3	4	4	4	23
5	4	5	4	4	4	26
5	4	3	3	4	4	23
2	4	4	4	5	4	23
4	4	1	2	4	5	20
5	5	5	5	5	5	30
5	5	3	3	4	4	24
4	4	3	3	3	3	20
5	5	3	3	3	4	23
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	25
4	5	4	4	4	3	24
4	5	5	1	1	1	17

5	5	1	1	1	4	17
4	3	3	3	3	4	20
5	5	5	5	5	4	29
5	4	2	2	2	4	19
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	5	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24
1	2	4	4	4	4	19
4	4	3	3	3	4	21
4	4	3	3	3	4	21
4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	4	4	3	23
2	4	4	4	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	3	4	4	22
2	4	2	4	4	4	20
5	4	4	4	2	4	23
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
2	4	5	4	5	4	24
3	4	4	4	4	4	23
4	4	3	5	4	4	24
4	4	3	5	4	4	24
3	3	4	4	3	3	20
3	3	3	3	3	3	18
5	4	3	3	3	3	21
5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	2	2	4	20
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	4	4	25
5	4	4	4	4	5	26
2	4	4	4	4	5	23
4	4	4	2	2	4	20
2	1	2	4	5	2	16
4	5	5	5	4	5	28
4	3	5	4	3	4	23
5	2	5	5	3	4	24
4	4	3	3	3	4	21
4	4	2	2	2	4	18
5	4	2	2	2	4	19
4	4	4	4	4	4	24

4	4	4	5	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24

Lama Usaha					
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total X3
4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	4	22
4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	5	24
4	5	4	5	4	22
4	4	4	4	4	20
3	5	4	3	4	19
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	4	2	2	2	13
4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
4	4	5	5	5	23
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
4	2	3	2	2	13
2	4	2	4	4	16
2	4	4	2	4	16
4	4	2	4	2	16
4	4	4	4	2	18
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	3	5	5	5	21
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	5	23
5	4	4	4	4	21

5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	5	24
4	4	4	4	4	20
4	2	4	2	4	16
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	2	2	16
5	5	4	4	4	22
4	4	5	4	4	21
4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	5	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
4	4	3	3	4	18
4	4	5	5	4	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	4	19
4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	5	23
5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25

4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	5	24
4	4	4	4	4	20
4	2	4	2	4	16
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	2	2	16
5	5	4	4	4	22
4	4	5	4	4	21
4	4	4	5	4	21
5	5	5	4	5	24
4	4	4	4	4	20
4	2	4	2	4	16
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	2	2	16
5	5	4	4	4	22
4	4	5	4	4	21
4	4	4	5	4	21
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	5	23
5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25

Pendapatan (Y)					
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total (Y)
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	5	22
4	4	5	4	5	22
2	5	4	4	5	20
4	5	4	4	4	21
4	5	4	4	5	22
4	3	5	4	4	20
3	4	2	3	3	15
5	4	4	5	2	20
4	5	4	5	3	21
4	3	5	5	4	21
4	4	5	4	3	20
2	3	4	4	4	17
4	4	4	3	4	19
3	2	4	4	4	17

5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
4	5	5	3	5	22
4	2	2	1	5	14
4	4	4	3	5	20
2	4	4	1	4	15
4	3	4	2	4	17
4	4	5	4	4	21
5	3	4	4	4	20
1	2	4	2	4	13
3	4	5	3	5	20
3	5	4	2	2	16
3	5	5	4	4	21
4	5	4	4	3	20
5	5	4	5	5	24
4	5	5	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	4	21
2	4	5	4	4	19
2	2	4	4	4	16
3	4	5	4	4	20
4	2	4	2	2	14
2	2	4	4	4	16
3	4	5	4	4	20
4	5	5	2	3	19
4	5	5	4	4	22
4	4	5	3	4	20
4	4	5	3	4	20
3	4	4	4	3	18
2	4	4	4	4	18
4	5	4	2	4	19
2	2	4	1	4	13
4	5	5	4	5	23
2	5	5	5	5	22
4	4	5	4	4	21
2	5	3	2	5	17
2	2	4	2	4	14
5	3	2	2	1	13
5	4	2	3	4	18
4	4	5	4	4	21
2	2	4	4	4	16

4	4	4	4	4	20
2	2	4	4	4	16
4	2	4	4	4	18
4	2	4	4	4	18
1	2	4	4	4	15
4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	3	4	4	3	17
4	4	4	4	4	20
4	2	2	4	4	16
4	4	4	4	5	21
2	2	4	4	4	16
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	3	20
4	5	3	4	4	20
3	4	4	4	3	18
4	5	4	3	4	20
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	3	20
3	4	4	4	4	19
3	4	4	5	3	19
5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	19
4	4	3	4	4	19
2	2	4	4	2	14
4	5	5	2	3	19
4	5	5	4	4	22
4	4	5	3	4	20
4	4	5	3	4	20
3	4	4	4	3	18
2	4	4	4	4	18
4	5	4	2	4	19
4	2	4	3	4	17
4	5	5	4	5	23
2	5	5	5	5	22
4	4	5	4	4	21
2	5	3	2	5	17
2	2	4	2	4	14
5	3	2	2	1	13
5	4	2	3	4	18

Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas Transaksi Online (X1)

		Correlations							TRANSAKSI ONLINE
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
X1.1	Pearson Correlation	1	.472* *	.421**	.494**	.595* *	.462* *	.451* *	.680**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.472* *	1	.705**	.709**	.624* *	.699* *	.625* *	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.421* *	.705* *	1	.822**	.640* *	.649* *	.589* *	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.494* *	.709* *	.822**	1	.560* *	.646* *	.635* *	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.595* *	.624* *	.640**	.560**	1	.703* *	.589* *	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.462* *	.699* *	.649**	.646**	.703* *	1	.766* *	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.451* *	.625* *	.589**	.635**	.589* *	.766* *	1	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TRANSAKSI ONLINE	Pearson Correlation	.680* *	.846* *	.846**	.851**	.824* *	.861* *	.812* *	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas Modal (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	MODAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.444**	.237*	.100	-.098	.141	.511**
	Sig. (2-tailed)		.000	.018	.324	.332	.162	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.444**	1	.246*	-.020	.025	.334**	.526**
	Sig. (2-tailed)	.000		.014	.847	.805	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.237*	.246*	1	.622**	.362**	.306**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.018	.014		.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.100	-.020	.622**	1	.659**	.269**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.324	.847	.000		.000	.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	-.098	.025	.362**	.659**	1	.302**	.603**
	Sig. (2-tailed)	.332	.805	.000	.000		.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.141	.334**	.306**	.269**	.302**	1	.588**
	Sig. (2-tailed)	.162	.001	.002	.007	.002		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
MODAL	Pearson Correlation	.511**	.526**	.762**	.725**	.603**	.588**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas Lama Usaha (X3)

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	LAMA USAHA
X3.1	Pearson Correlation	1	.531**	.592**	.478**	.483**	.758**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.531**	1	.493**	.585**	.452**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.592**	.493**	1	.517**	.648**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.478**	.585**	.517**	1	.680**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.483**	.452**	.648**	.680**	1	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
LAMA USAHA	Pearson Correlation	.758**	.761**	.801**	.839**	.828**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas Pendapatan (Y)

		Correlations					PENDAPATAN
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
Y.1	Pearson Correlation	1	.354**	-.012	.169	-.080	.521**
	Sig. (2-tailed)		.000	.906	.093	.431	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.354**	1	.306**	.221*	.246*	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.027	.014	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	-.012	.306**	1	.359*	.320**	.607**
	Sig. (2-tailed)	.906	.002		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.169	.221*	.359**	1	.209*	.649**
	Sig. (2-tailed)	.093	.027	.000		.037	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	-.080	.246*	.320**	.209*	1	.515**
	Sig. (2-tailed)	.431	.014	.001	.037		.000
	N	100	100	100	100	100	100
PENDAPATAN	Pearson Correlation	.521**	.729**	.607**	.649*	.515**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Lampiran 7 : Hasil Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas Transaksi Online (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.917	7

2. Uji Reliabilitas Modal (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.678	6

3. Uji Reliabilitas Lama Usaha (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.855	5

4. Uji Reliabilitas Pendapatan (Y)

Reliability Statistics

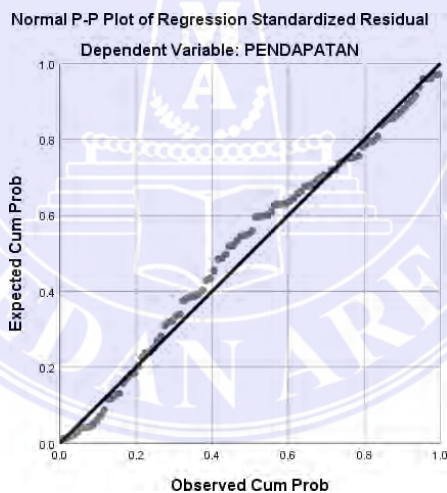
Cronbach's Alpha	N of Items
.750	5

Lampiran 8 : Hasil Uji Kolmogorov-smirnov dan p-plot

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.72408883
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.044
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.057 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.



Lampiran 9 : Hasil Uji t, Uji F, dan Uji R²

Coefficients^a						
Model		Unstandardized		Standardized	T	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.347	1.758		1.904	.060
	Transaksi Online	.238	.058	.354	4.131	.000
	Modal Usaha	.202	.079	.260	2.794	.006
	Lama Usaha	.243	.099	.236	2.550	.015

a. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

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

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.786 ^a	.582	.553	2.766

a. Predictors: (Constant), LAMA USAHA, MODAL , TRANSAKSI ONLINE

b. Dependent Variable: PENDAPATAN

Lampiran 10 : Tabel r

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah					df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005		0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah						Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001		0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000	51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990	52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911	53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741	54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509	55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249	56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983	57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721	58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470	59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233	60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010	61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800	62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604	63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419	64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247	65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084	66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932	67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788	68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652	69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524	70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402	71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287	72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178	73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074	74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974	75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880	76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790	77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703	78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620	79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541	80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465	81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392	82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322	83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254	84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189	85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126	86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066	87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007	88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950	89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896	90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843	91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791	92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742	93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694	94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647	95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601	96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557	97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514	98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473	99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432	100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211


Lampiran 11 : Tabel F**Tabel Uji F**

$\alpha = 0,05$	$df_1=(k-1)$							
$df_2=(n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161,448	199,500	215,707	224,583	230,162	233,986	236,768	238,883
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,330	19,353	19,371
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941	8,887	8,845
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163	6,094	6,041
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950	4,876	4,818
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284	4,207	4,147
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866	3,787	3,726
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	3,581	3,500	3,438
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374	3,293	3,230
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217	3,135	3,072
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095	3,012	2,948
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996	2,913	2,849
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915	2,832	2,767
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848	2,764	2,699
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790	2,707	2,641
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741	2,657	2,591
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699	2,614	2,548
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661	2,577	2,510
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628	2,544	2,477
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599	2,514	2,447
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573	2,488	2,420
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549	2,464	2,397
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528	2,442	2,375
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508	2,423	2,355
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490	2,405	2,337
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474	2,388	2,321
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459	2,373	2,305
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445	2,359	2,291
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432	2,346	2,278
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421	2,334	2,266
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409	2,323	2,255

32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399	2,313	2,244
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389	2,303	2,235
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380	2,294	2,225
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372	2,285	2,217
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364	2,277	2,209
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356	2,270	2,201
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349	2,262	2,194
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342	2,255	2,187
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336	2,249	2,180
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330	2,243	2,174
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324	2,237	2,168
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,318	2,232	2,163
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313	2,226	2,157
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308	2,221	2,152
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304	2,216	2,147
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299	2,212	2,143
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295	2,207	2,138
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290	2,203	2,134
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286	2,199	2,130
51	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283	2,195	2,126
52	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279	2,192	2,122
53	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275	2,188	2,119
54	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272	2,185	2,115
55	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269	2,181	2,112
56	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266	2,178	2,109
57	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263	2,175	2,106
58	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260	2,172	2,103
59	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257	2,169	2,100
60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254	2,167	2,097
61	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251	2,164	2,094
62	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249	2,161	2,092
63	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246	2,159	2,089
64	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244	2,156	2,087
65	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242	2,154	2,084
66	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239	2,152	2,082
67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237	2,150	2,080
68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350	2,235	2,148	2,078

69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233	2,145	2,076
70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074
71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072
72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227	2,140	2,070
73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226	2,138	2,068
74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066
75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064
76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220	2,133	2,063
77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219	2,131	2,061
78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217	2,129	2,059
79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216	2,128	2,058
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052
84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032

Lampiran 12 : Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kalam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366078, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas_ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 710/FEB /01.I/ IX / 2023 06 September 2023
Lamp : -
Perihal : Izin Research / Survey

Kepada Yth,
Dinas Koperasi Dan UMKM Deli Serdang

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


N a m a : NABILAH RUKMANI
NPM : 198330113
Program Studi : Akuntansi
Judul : **Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce), Modal, Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM DI Kecamatan Batang Kuis**

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

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

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


Wakil Dekan Bidang,
Inovasi, Kemahasiswaan Dan Alumni


Rana Fathimah Ananda, SE, M. Si

Tembusan :

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

Lampiran 13 : Surat Balasan Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN DELI SERDANG
DINAS KOPERASI DAN USAHA KECIL DAN MENENGAH
 Jalan Karya Utama No. 4 Telp. 7951076 Email : diskopds@gmail.com
 LUBUK PAKAM - 20514

Nomor : 500.12.16/2019 /KUKM/X/2023
 Sifat : Biasa
 Lamp. :
 Hal : Persetujuan Izin Riset

Kepada Yth.
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 Universitas Medan Area
 di-

Tempat


Berdasarkan surat Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, Penelitian dan Pengembangan Kabupaten Deli Serdang Nomor : 000.9/4719/BAPPEDALITBANG/2023 tanggal 12 September 2023 perihal Izin Riset atas nama :

Nama : Nabilah Rukmani
 NIM : 1207264803000006
 Program Studi : Akuntansi
 Judul Skripsi : Pengaruh Transaksi Online (*E-Commerce*), Modal dan Lama Usaha terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Batang Kuis.

Berkenaan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami menyetujui dan menerima permohonan dimaksud, sepanjang Mahasiswa/i yang bersangkutan dapat mengikuti segala peraturan yang berlaku dan dapat menjaga norma – norma kesopanan.

Demikian disampaikan agar dapat dipergunakan seperlunya, atas kerjasamanya di ucapkan terima kasih.

Lubuk Pakam, 30 Oktober 2023
KEPALA DINAS KOPERASI DAN USAHA KECIL DAN MENENGAH KABUPATEN DELI SERDANG



AQELA SARI LUBIS, S.Tr.Keb.,M.K.M
PEMBINA
 NIP. 19711111 199303 2 010

Lampiran 14 : Dokumentasi Penelitian Lapangan

