

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1. Kajian Teori**

##### **2.1.1. Pengertian *E-commerce***

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

Menurut Helmalia & Afrinawati, (2018) bisnis *E-commerce* yang populer saat ini dikenal dengan belanja *online* yaitu berupa transaksi penjualan, promosi produk, pemesanan, pembelian, dan pembayaran yang berasal dari komoditas atau layanan yang dilakukan dengan menggunakan komputer dan peralatan komunikasi, *E-commerce digital*, atau komunikasi data dalam bentuk jaringan Internet. *E-commerce* adalah bisnis komersial di sektor layanan elektronik. *E-commerce* umumnya mengacu pada segala bentuk aspek yang terjadi pada transaksi yang terjadi karna adanya kegiatan komersial dengan individu tersebut, berdasarkan dari pemrosesan dan pertukaran data digital seperti gambar, audio, dan teks (Simarta, 2006) dalam (Helmalia & Afrinawati, 2018).

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

memberikan kemudahan melakukan setiap aktifitas dan kepraktisan di segala bidang (Politwika, 2017)

### **2.1.1.1. Karakteristik *E-Commerce***

Berikut ini jenis-jenis karakteristik *E-commerce* menurut Rerung, (2018) antara lain sebagai berikut:

a) Transaksi tanpa batas

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

b) Transaksi anonym

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

c) Produk digital dan non digital

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

d) Produk barang tidak berwujud

Ketika ingin menjual melalui *E-commerce*, pemilik usaha tidak hanya dapat menjual produk berwujud tetapi juga dapat menjual produk tidak berwujud seperti perangkat lunak dan ide atau hasil karya edititng secara online.

### 2.1.1.2. Jenis-Jenis *E-commerce*

Terdapat 7 (tujuh) jenis-jenis *E-commerce* menurut (Rerung, 2018) sebagai berikut:

#### a) *Business To Business (B2B)*

*B2B* adalah suatu transaksi bisnis yang melibatkan transaksi *online* barang atau perusahaan jasa. Pengguna dari jenis ini biasanya adalah produsen dan pedagang tradisional. Contoh *E-commerce* di Indonesia antara lain sebagai berikut: *bizzy.com*, *kawalama.com*, *Indotrading.com*, *Electronic city Bizzy* merupakan *E-commerce* pertama dengan konsep *B2B*.

*Bizzy* memberikan jalan keluar untuk perusahaan yang berjuang memenuhi kebutuhan dan layanan bisnis mereka. *Kawanlama.com* adalah suatu perusahaan perdagangan *B2B* Indonesia memberikan penawaran mulai dari jenis peralatan industri, peralatan rumah tangga hingga peralatan bengkel. *Ralali.com* merupakan perusahaan *B2B* yang menjual macam-macam jenis perlengkapan otomotif, alat ukur, *GPS* dan peralatan listrik lainnya.

#### b) *Business To Consumer (B2C)*

*B2C* adalah usaha yang terjadi karna adanya pengusaha dan konsumen, atau secara tradisional antara perusahaan yang menjual produk dan memberikannya kepada konsumen. Artinya sebuah perusahaan hanya menjualkan produknya atau jasa yang dimilikinya kemudian menjualnya kepada konsumen hanya sebagai untuk di konsumsi atau ingin memilikinya. Contoh pemain *E-commerce B2C* di Indonesia adalah *Blibli*, *Jd.id*, *Lazada*, *Shopee*, *Bukalapak*.

*Shopee* memiliki peringkat teratas dalam urusan produk murah dan biaya pengiriman gratis. Sedangkan *JD.id* menguatkan brand dengan jaminan produk jualannya asli atau *original*. *B2C* juga hadir *Official Store* di *online market place* sebagai contoh *brand* tertentu memiliki tempat khusus di *Bukalapak* untuk menjual produk dari distributor resminya.

c) *Consumer To Consumer (C2C)*

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

d) *Consumer To Business (C2B)*

*C2B* merupakan model bisnis ini dilakukan oleh konsumen atau *end-use* menyediakan produk atau layanan ke perusahaan. *C2B* adalah model kebalikan dari *B2C*, di mana bisnis menghasilkan produk dan layanan untuk konsumsi konsumen. Contoh platform *C2B*, yakni istockphoto.com yang menjadi media bagi para fotografer individu untuk mendapatkan royalti apabila ada yang menggunakan fotonya.

Dalam model bisnis ini, individu menawarkan untuk menjual produk atau layanan kepada perusahaan yang siap membelinya. Misalnya, jika konsumen adalah *software developer*, maka konsumen dapat menunjukkan *demo software* atau keterampilan yang konsumen miliki di situs-situs seperti freelancer.com, upwork.com, dll. Jika perusahaan menyukai software atau keterampilan konsumen, maka perusahaan akan langsung membeli software langsung dari konsumen, atau mempekerjakan pembuat *software*.

e) *Business To Administration (B2A)*

*B2A* adalah model bisnis yang merujuk pada bisnis yang menjual produk, layanan, atau informasi kepada pemerintah atau lembaga pemerintah. Sistem *B2A* menyediakan kesempatan bagi perusahaan swasta untuk mengajukan tender pada proyek, produk pemerintah yang mungkin dibeli/dibutuhkan pemerintah untuk perusahaan. Jenis *E-commerce* yang satu ini setiap tahunnya mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir karena investasi oleh *E-government* atau pejabat pemerintah. Sistem *e-*

*procurement* di Indonesia lebih dikenal dengan pelayanan pengadaan dengan elektronik. Salah satu contohnya adalah Qlue.co.id, yang menyediakan layanan Manajemen hubungan pelanggan untuk lembaga pemerintah.

f) *Customer To Administration (C2A)*

Jenis C2A transaksi elektronik yang dilakukan oleh individu ke pemerintah atau administrasi publik. Contohnya, seorang konsumen dapat membayar pajak penghasilannya secara *online*. pelayanan pemerintah kepada masyarakat yang didukung oleh teknologi informasi dan komunikasi.

g) *Online To Offline (O2O)*

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

### 2.1.1.3. Manfaat *E-Commerce*

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

- 1) Manfaat bagi pelaku usaha
  - a) Memberikan kemudahan dalam akses Jual beli.
  - b) Pemasaran barang produk lebih efisien.
  - c) Dapat mencakup pasar yang cukup luas.
  - d) Kemudahan dalam berkomunikasi antar produsen dan konsumen.
  - e) Lebih mudah dalam penyampaian informasi.
  - f) Proses transaksi yang cukup mudah.
- 2) Manfaat bagi konsumen
  - a) Dapat berbelanja tanpa ada batas waktu.
  - b) Pemilihan produk yang diinginkan dapat disesuaikan dengan harga yang diinginkan.

- c) Tidak perlu bertemu pembelinya atau datang langsung ke tempatnya hanya menggunakan *handphone* yang dapat di pesan melalui aplikasi di internet.
- d) efisien waktu.
- e) Adanya promosi yang ditawarkan oleh pedagang.

#### **2.1.1.4. Kelebihan dan Kekurangan *E-Commerce***

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

- a. *Revenue stream* (aliran pendapatan) Arus pendapatan yang diperoleh dapat berpotensi lebih menjanjikan. *Revenue stream* juga bisa menjadi strategi perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya. Tujuan utama aliran pendapatan adalah mendapatkan sumber dana berkelanjutan untuk melakukan ekspansi sekaligus mengatasi dinamika yang terjadi dalam dunia usaha.
- b. *Market exposure* (pangsa pasar) Pada dasarnya tujuan mengetahui pangsa pasar adalah untuk mengetahui seberapa baik dan berkembangnya usaha yang jalani. Dengan adanya kelebihan dan kemudahan teknologi sekarang ini tentunya akan bisa memajukan pangsa pasar untuk menetapkan strategi.
- c. *Operating cost* (biaya operasional) adalah biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan aktivitas sehari-hari sebuah perusahaan. Berikut ini yang termasuk biaya operasional adalah upah, komisi penjualan, imbalan kerja dan pensiun, transportasi dan perjalanan, amortisasi dan depresiasi, sewa, pemeliharaan dan pajak. sehingga perlu mengeluarkan biaya yang cukup besar karna untuk membayar upah karyawan yang dipekerjakan. Selain itu, mengurangi biaya penggunaan kertas karena dijamin sekarang.
- d. *Global reach* (jangkauan luas) *E-commerce* bisa memperluas jangkauan pemasaran bahkan bisa mencakup seluruh negara.

- e. Dengan adanya *E-commerce* pencemaran polusi udara dapat menurun, karna masyarakat tidak perlu berbelanja langsung ke toko
- kekurangan yang ada dalam melakukan penjualan menggunakan sistem *E-commerce* antara lain:
- a. Mencuri data rahasia yang berharga, Gangguan ini dapat terjadi karena mencakup semua data perusahaan dan informasi dari pihak yang tidak berwenang, sehingga para pelaku kejahatan dapat mengakibatkan pencurian data dan menimbulkan kerugian yang cukup besar.
  - b. Gangguan pelayanan, Jika terjadi sesuatu hal yang tidak diinginkan misalnya *plafrom* tersebut sedang bermasalah, ketika ingin mengunjungi *plafrom* tersebut ternyata ada perbaikan sistem sehingga mengganggu pelayanan.
  - c. Penggunaan internet untuk mengakses sumber yang sifatnya rahasia. Misalnya, peretas yang mampu mengganggu sistem perbankan. Setelah itu, peretas dapat mentransfer saldo rekening orang lain ke rekening pribadi.
  - d. Meningkatkan *individualisme*, pada perdagangan *online* dapat bertransaksi dan memperoleh barang/jasa yang diperlukan tanpa bertemu dengan siapapun, sehingga mengakibatkan kurangnya sosialisasi antar manusia.
  - e. Menimbulkan kekecewaan. Apa yang dilihat di *handphone* terkadang tidak sesuai dengan apa yang terlihat di *handphone*.

#### **2.1.1.5. Indikator Transaksi *E-commerce***

Transaksi *E-commerce* diukur dengan 3 indikator dalam penelitian ini, menurut (Polandos *et al.*, 2019) indikator transaksi *E-commerce* tersebut meliputi sebagai berikut:

##### 1. Akses internet

Menurut Noviyanti *et al.*, (2021) Akses internet adalah jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisasi di seluruh dunia melalui telepon atau satelit.

## 2. Kemampuan Sumber Daya Manusia

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

## 3. Pemasaran

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

### 2.1.2. Modal

#### 2.1.2.1. Pengertian Modal

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

Pengertian modal menurut Gitman *et al*, (2015) adalah modal didefinisikan sebagai aset yang dimiliki dalam jangka panjang atau apa pun selain kewajiban di sisi debit neraca perusahaan. Modal merupakan aset yang dapat dipakai kembali untuk pembiayaan produksi berikutnya. Modal menekankan pada nilai, daya beli, dan kemampuan menggunakan barang modal. Oleh karena itu, modal usaha merupakan aset yang paling penting dalam perusahaan, dan menjadi suatu hal yang terpenting dari siklus kemajuan perusahaan di masa depan untuk menciptakan keuntungan dan kinerja bagi perusahaan.

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

### 2.1.2.2. Jenis-Jenis Modal

- A. Berdasarkan sumbernya, ada dua jenis modal: modal internal dan modal eksternal. Modal internal adalah modal yang berasal dari kekayaan pemilik perusahaan sedangkan modal eksternal adalah yang didapatkan selain dari kekayaan perusahaan. Perbedaan antara modal internal dan eksternal adalah sebagai berikut:
1. Modal internal ini berasal dari modal para pemegang saham, penjualan surat berharga, atau modal yang didapatkan dari laba perusahaan, namun karena adanya keterbatasan dana, perusahaan tidak bisa berkembang hanya dari modal internal saja.
  2. Modal eksternal adalah modal yang dapat dihasilkan dari luar perusahaan. Untuk mendapatkan pinjaman dari investasi, perusahaan harus memiliki reputasi yang baik laporan keuangan yang baik.
- B. Jenis Modal menurut wujudnya antara lain :
1. Modal *konkret* (aktif) adalah Modal *konkret* atau modal aktif adalah modal yang dapat dilihat secara kasat mata dan berwujud. Contoh modal *konkret* adalah uang, bahan baku, gedung atau tempat usaha, kendaraan, mesin, gudang, dan lain-lain.
  2. Modal *passive* (pasif) Modal abstrak adalah modal usaha yang tidak dapat dilihat secara kasat mata. Nilainya susah ditakar langsung. Meskipun demikian, modal abstrak sangat penting bagi keberlangsungan jalannya perusahaan. Contoh modal abstrak adalah ilmu pengetahuan, skill, hak cipta, brand, media sosial, koneksi usaha, manajerial, dan sebagainya.

C. Jenis Modal Berdasarkan fungsi antara lain :

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

### **2.1.2.3. Peran Modal Kerja**

Modal kerja ini penting dikarenakan berguna untuk keberhasilan suatu perusahaan, terutama bagi perusahaan kecil. Jumlah modal kerja yang ada diperlukan perusahaan untuk mengoperasikan/menjalankan suatu pekerjaan sehingga Tidak ada kesulitan keuangan yang dihadapi secara finansial. Modal kerja harus cukup untuk perusahaan menjalankan usahanya secara ekonomis dan tidak ada kendala keuangan, seperti mampu menutupi kerugian dan mampu mengatur keuangan perusahaan agar tidak terjadi krisis keuangan atau bangkrut. (Jumingan, 2017). Kebijakan suatu perusahaan untuk mengatur modal kerja yang ada harus sesuai dengan kebutuhan agar proses kegiatan produksi sehari-hari dan dapat beroperasi secara ekonomis dan efisien. Sebab itu modal kerja adalah bagian yang cukup berpengaruh terhadap perusahaan dalam menjalankan aktivitas usahanya.

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

Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah modal kerja menurut (Jumingan, 2017) :

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

- 6) Dampak *Gateway* (siklus bisnis).
- 7) Tingkat risiko bahwa harga jual aset jangka pendek bisa turun.
- 8) Pengaruh musim.
- 9) Peringkat kredit dari perusahaan..

#### **2.1.2.5. Sumber Modal Kerja**

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

##### 1) Pendapatan Bersih

Sumber modal kerja berasal dari hasil penjualan barang dagangan dan hasil lain dari peningkatan kas dan piutang. Namun demikian, sebagian dari modal ini harus dimanfaatkan untuk menutupi biaya modal dan biaya-biaya yang perlu dikeluarkan untuk menghasilkan pendapatan, yaitu biaya awal produksi dan biaya administrasi. Oleh karena itu, sumber modal kerja adalah keuntungan penjualan dan jumlah modal kerja yang dihasilkan dari operasional jangka pendek.

##### 2) Keuntungan dari hasil penjualan aktiva tetap dan surat-surat berharga

Menjual aset dan surat berharga dapat meningkatkan kas perusahaan, dan sebaliknya jika terjadi kerugian maka modal kerja akan berkurang.

##### 3) Peminjaman dana dari perbankan atau pinjaman jangka pendek

Pinjaman jangka pendek, seperti pinjaman bank, beberapa pengusaha memerlukan pinjaman bank karna dari aktiva lancar, karna kebutuhan jangka pendek sehingga memerlukan tambahan modal. Penggunaan modal yang tepat dan efisien membuat perusahaan semakin berkembang sehingga upaya peningkatan penghasilan dapat tercapai dengan baik dan maksimal.

#### **2.1.2.6. Indikator Modal**

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

1. Modal Sendiri

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

2. Modal Pinjaman

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

3. Pendanaan modal

Pendanaan adalah cara memperoleh dana yang diperlukan baik sebagai modal utama maupun dana tambahan untuk pengerjaan proyek, program, atau portofolio yang dialokasikan demi berjalannya sebuah perusahaan, organisasi, ataupun proyek (Mulyati S, 2017).

### **2.1.3. Pengertian Lama Usaha**

Tahun usaha dapat diartikan sebagai lamanya pengusaha tersebut menjalankan usahanya. Lamanya seorang wirausahawan berkecimpung dalam bisnis memiliki dampak yang positif terhadap pilihan strategi yang dijalankan. Pelaku usaha yang sudah lama berkecimpung dalam bisnis mempunyai kemampuan strategi dan analisis yang baik dalam mengatur, mengetahui target pasar dan memahami kondisi yang saat ini dibutuhkan (Polandos *et al.*, 2019). Wirausahawan yang mempunyai waktu menjalankan usahanya lebih lama dalam bisnis mempunyai pengalaman, pengetahuan, dan kemampuan mengambil keputusan yang baik dalam berbagai kondisi dan situasi tertentu. Pengusaha yang memiliki pengalaman usaha sejak lama, mampu mengetahui kelebihan dan kekurangan produknya sendiri.

Pengalaman bisnis yang dimiliki dapat dipelajari dengan melihat jam atau durasi kerja seseorang dalam menjalankan usahanya. Semakin lama seseorang berkecimpung dalam bisnis semakin bertambah pengalaman dan pengetahuannya. Waktu memulai usaha mempengaruhi tingkat penghasilan pelaku usaha, dan lamanya waktu usaha yang dijalankan mempengaruhi produktivitas (kemampuan/keterampilan), sehingga meningkatkan efisiensi dalam proses produksi (Antara & Aswitari, 2016).

Semakin lama menjalankan usaha maka akan memberikan pengetahuan tentang selera ataupun keinginan konsumen. Keterampilan berdagang makin bertambah dan semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil didapatkan (Rusmusi & Maghfira, 2018)

#### **2.1.3.1. Indikator Lama Usaha**

Lama usaha diukur dengan 2 indikator dalam penelitian ini, menurut (Rusmusi & Maghfira, 2018) indikator lama usaha tersebut meliputi sebagai berikut

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

#### **2.1.4. Pendapatan**

Pendapatan merupakan faktor terpenting dalam sebuah bisnis karena menentukan naik turunnya sebuah bisnis. Oleh karena itu, perusahaan perlu menggunakan sumber daya mereka seefektif mungkin dan berusaha untuk menghasilkan pendapatan yang diharapkan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, penghasilan berasal dari kata dasar “dapat”. Artinya penghasilan usaha adalah hasil dari berbisnis, dll. Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK No. 23, 2018), pendapatan adalah arus kas masuk bruto dari manfaat ekonomik yang timbul dari aktivitas normal entitas selama suatu periode, jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.

Pendapatan menurut (Ikatan Akuntan Indonesia, 2019) adalah penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang normal yang dikenal dengan sebutan, misalnya: penjualan, imbalan, bunga, deviden, royalty, dan sewa.

Menurut ilmu ekonomi, pendapatan adalah jumlah maksimum yang dikonsumsi seseorang dalam suatu periode tertentu, mengharapkan keadaan yang

sama seperti keadaan semula pada akhir periode tertentu. Dengan kata lain, pendapatan bukan hanya apa yang dikonsumsi, tetapi juga jumlah kekayaan pada awal periode ditambah jumlah hasil yang dicapai selama periode tersebut. (Sari, 2019)

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

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

#### 1. Jenis-jenis Pendapatan

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

##### A. Penjualan Produk

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

## B. Penjualan Jasa

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

## C. Bunga, Royalty, dan Dividen

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

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

## 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha antara lain:

Berikut ini faktor yang mempengaruhi besar kecilnya pendapatan menurut Antara & Aswitari, (2016) adalah:

### 1. Modal

Modal merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap pendapatan, karena pedagang dapat membeli barang dalam jumlah banyak dan mengubahnya sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan menambah modal usaha, penjualan dan pendapatan juga akan meningkat.

### 2. Lama Usaha

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

### 3. Tenaga kerja

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

#### **2.1.4.1. Indikator Pendapatan**

Pendapatan diukur dengan 3 indikator dalam penelitian ini, menurut (Lukmono, 2014) indikator pendapatan tersebut meliputi sebagai berikut :

##### 1. Peningkatan Hasil

Kemampuan suatu usaha dengan seluruh modal yang bekerja di dalamnya untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (Lukmono, 2014).

##### 2. Kecukupan Hasil

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

##### 3. Dapat berkembang

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

#### **2.1.5. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

##### **2.1.5.1. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

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

dihindari lagi bahwa usaha kecil ini memberikan dampak kontribusi yang cukup besar, mulai dari segi vital bagi perekonomian masyarakat secara makro.

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

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

#### **2.1.5.2. Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah**

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

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

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

Kriteria UMKM menurut (PP Nomor 7 Tahun, 2021)

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

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

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

Setiap perusahaan memiliki kriteria tertentu, namun selain UMKM, ada ciri-ciri khusus yang harus dimiliki oleh suatu unit usaha. Dalam menentukan mikro, kecil, menengah usaha tersebut, dikarenakan untuk dapat menentukan jenis badan usaha yang dikelola untuk memperoleh izin usaha. Di bawah ini adalah deskripsi ciri-ciri untuk menentukan mikro, kecil, menengah suatu UMKM:

A. Ciri-ciri Usaha Mikro

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

### B. Ciri-ciri Usaha Kecil

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

### C. Ciri-ciri Usaha Menengah

1. Sudah melakukan pembukuan yang jelas atau menerapkan sistem akuntansi yang teratur.
2. Sudah mempunyai manajemen usaha yang dikelola dengan baik dan modern serta adanya pembagian tugas-tugas antar departemen.
3. Telah melakukan pengurusan persyaratan legalitas Ijin Usaha, NPWP, surat UMKM, Surat BPOM dan lainnya.

#### **2.1.5.3. Jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

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

1. Usaha kuliner adalah usaha yang menjual makanan dan minuman. Usaha kuliner merupakan usaha mikro hingga menengah. Bisnis ini mudah ditemukan di sekitar kita karena kebutuhan dasar konsumen.
2. Bisnis fashion adalah bisnis penjualan pakaian yang merupakan kebutuhan pokok kedua setelah makan dan minum. Perusahaan fashion juga banyak terdapat di sekitar kita, dengan berbagai model dan perubahan yang membuat perusahaan fashion ini menjadi salah satu UMKM yang mempunyai kriteria standar.

3. Usaha pertanian adalah suatu usaha yang bergerak di bidang pertanian dan memiliki lahan yang luas. Usaha pertanian saat ini digemari oleh semua lapisan masyarakat, karena hasil panen yang melimpah dapat mendatangkan keuntungan. Perusahaan pertanian, termasuk UMKM, umumnya menjual benih, pestisida, dll.

#### **2.1.5.4. Kelebihan dan Kekurangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

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

##### A. Kelebihan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

- 1) keinginan pelaku UMKM untuk dapat mengambil keputusan dalam bertindak.
- 2) Pelaku UMKM bisa ikut berperan atau berpartisipasi untuk menangani usahanya.
- 3) Usaha yang ada sudah banyak dikalangan masyarakat.

##### B. Kekurangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

- 1) Kurangnya adanya modal usaha yang dimiliki sehingga tidak mudah untuk mengembangkan usahanya.
- 2) Kurangnya karyawan dikarenakan tidak dapat memberikan gaji yang sesuai standar UMP.
- 3) Tidak dapat melakukan penjualan barang lainnya dikarenakan sewaktu-waktu tidak bisa menjual barang tertentu secara tetap.

## **2.2. Review Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu.**

Review penelitian terdahulu digunakan untuk mengetahui perbedaan dan persamaan antara peneliti-peneliti sebelumnya. Berkaitan dalam topik yang dilakukan

dalam penelitian ini, maka perlu adanya dukungan penelitian-penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut:

Helmalia & Afrinawati, (2018) Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Pengaruh *E-commerce* terhadap peningkatan pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang. Analisis data yang di gunakan yaitu Analisis Regresi Linier Sederhana. Hasil analisis menunjukkan bahwa variable *E-commerce* berpengaruh positif terhadap variabel pendapatan. Peran pelaku UMKM dan peran *E-commerce* memiliki dampak yang besar terhadap perkembangan UMKM. persamaan dengan peneliti yang saat ini dilakukan yaitu variabel independen dan dependen, cara penelitian analisis data, dan variabel bebas, lokasi dan tahun penelitian.

Setyorini *et al.*, (2019) Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Pengaruh transaksi *E-commerce* terhadap peningkatan laba UMKM (studi kasus UMKM pengolahan besi Ciampea Bogor Jawa Barat). Analisis data yang di gunakan yaitu Analisis Regresi Linier Sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *E-commerce* berpengaruh positif terhadap variabel pendapatan. Kewirausahaan dan peran *E-commerce* memiliki dampak yang besar terhadap perkembangan UMKM. persamaan dengan peneliti yang saat ini dilakukan yaitu variabel independen dan dependen, cara penelitian analisis data, dan variabel bebas, lokasi dan tahun penelitian.

Polandos *et al.*, (2019) Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana modal, kehidupan usaha, dan jumlah karyawan yang mempengaruhi pendapatan UMKM di daerah Langowan. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil survey ini menunjukkan bahwa permodalan berpengaruh positif terhadap pendapatan pengusaha UMKM di wilayah Langowan Timur, namun lama usaha yang dilakukan dan jumlah karyawan, tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap pendapatan pengusaha UMKM di Kabupaten Langowan Timur. Kewirausahaan dan peran permodalan memiliki dampak yang besar terhadap perkembangan UMKM. persamaan dengan peneliti yang saat ini

dilakukan yaitu variabel independen dan dependen, cara penelitian analisis data, dan variabel bebas, lokasi dan tahun penelitian.

Saragih, I. P., & Nasution, S. H. (2015) Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Analisis pengaruh modal sendiri dan modal Pinjaman Kredit Usaha Rakyat (KUR) terhadap pendapatan pengusaha UMKM kabupaten Toba Samosir (studi kasus : PT Bank Sumut Cabang Balige). Analisis data yang di gunakan yaitu Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil studi ini menunjukkan bahwa modal sendiri dan modal pinjaman berpengaruh positif terhadap jumlah pendapatan pengusaha UMKM. Peran pelaku UMKM dan peran permodalan memiliki dampak yang besar terhadap perkembangan UMKM. Persamaan dengan peneliti yang saat ini dilakukan yaitu variabel independen dan dependen, cara penelitian analisis data, dan variabel bebas, lokasi dan tahun penelitian.

Rusmuni & Maghfira, (2018) Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Pengaruh modal, jam kerja dan lama usaha terhadap pendapatan pedagang di Pasar Ikan Hias Ina Restu Purwokerto Utara. Analisis data yang di gunakan yaitu Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal mempunyai pengaruh positif terhadap pendapatan pedagang, lama usaha mempunyai arah hubungan yang positif terhadap pendapatan pedagang, dan jam kerja mempunyai arah hubungan searah terhadap pendapatan pedagang. Pelaku UMKM dan peran permodalan, dan lama usaha memiliki dampak yang besar terhadap perkembangan UMKM. persamaan dengan peneliti yang saat ini dilakukan yaitu variabel independen dan dependen, cara penelitian analisis data, dan variabel bebas, lokasi dan tahun penelitian.

Mulyati S, (2017) Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Pengaruh pemberian kredit terhadap peningkatan pendapatan usaha kecil dan menengah (Studi kasus debitur PT BPR Pundi Masyarakat Kota Batam). Analisis data yang di gunakan yaitu Analisis Regresi Linier Sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemberian kredit berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Pelaku UMKM dan peran pemberian modal kredit memiliki dampak yang besar terhadap perkembangan UMKM. persamaan dengan peneliti yang

saat ini dilakukan yaitu variabel independen dan dependen, cara penelitian analisis data, dan variabel bebas, lokasi dan tahun penelitian.

Akram & Kumar, (2017) Tujuan penelitian ini menyelidiki dan mengevaluasi bagaimana *E-commerce* dapat berpartisipasi dalam penciptaan lapangan kerja melalui pembiayaan usaha kecil dan menengah di India untuk menyelesaikan masalah pengangguran dan penggunaan sosial media dan *E-commerce* yang sering di salah gunakan yang memberikan dampak negatif. Metode penelitian mengadopsi model *Vector Autoregressive* (VAR). Hasil penelitian mengungkapkan bahwa *E-commerce* dan sosial media adalah peluang emas dan sumber keuangan dan sarana alternatif yang dapat memberikan pelaku UMKM untuk meningkatkan produktivitas dan aktifitas untuk mengurangi pengangguran dan penyalahgunaan *E-commerce* dan sosial media dengan berkontribusi pada pasar tenaga kerja. Persamaan pada penelitian ini variabel dependen, tahun penelitian dan tujuan penelitian serta perbedaan pada metode penelitian, variabel independen.

Sari N, (2019) Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Pengaruh perkembangan ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM di kota Makassar. Analisis data yang di gunakan yaitu Analisis Regresi Linier Sederhana. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa variabel ekonomi digital berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan UMKM di Kota Makassar. Kewirausahaan dan peran perkembangan ekonomi digital memiliki dampak yang besar terhadap perkembangan UMKM. persamaan dengan peneliti yang saat ini dilakukan yaitu variabel independen dan dependen, cara penelitian analisis data, dan variabel bebas, lokasi dan tahun penelitian.

### **2.3. Kerangka Konseptual Penelitian**

#### **2.3.1. Hubungan Variabel Transaksi *E-Commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM**

Transaksi *E-commerce* adalah transaksi yang dilakukan secara *online* oleh pembeli dan penjual melalui media jaringan tanpa kontak langsung antara pembeli dan penjual. Penelitian yang dilakukan oleh Setyorini *et al.*, (2019) menyatakan bahwa variabel transaksi *E-commerce* berpengaruh positif terhadap peningkatan

pendapatan, dan searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sari, 2019) yang menyatakan bahwa transaksi *E-commerce* berpengaruh positif terhadap pendapatan, penelitian yang dilakukan oleh (Helmalia & Afrinawati, 2018) juga menyatakan bahwa transaksi *E-commerce* berpengaruh positif terhadap pendapatan. Hal 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.

### **2.3.2. Hubungan Variabel Modal Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM**

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. 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, (2016) bahwa variabel modal berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan. Hal 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.

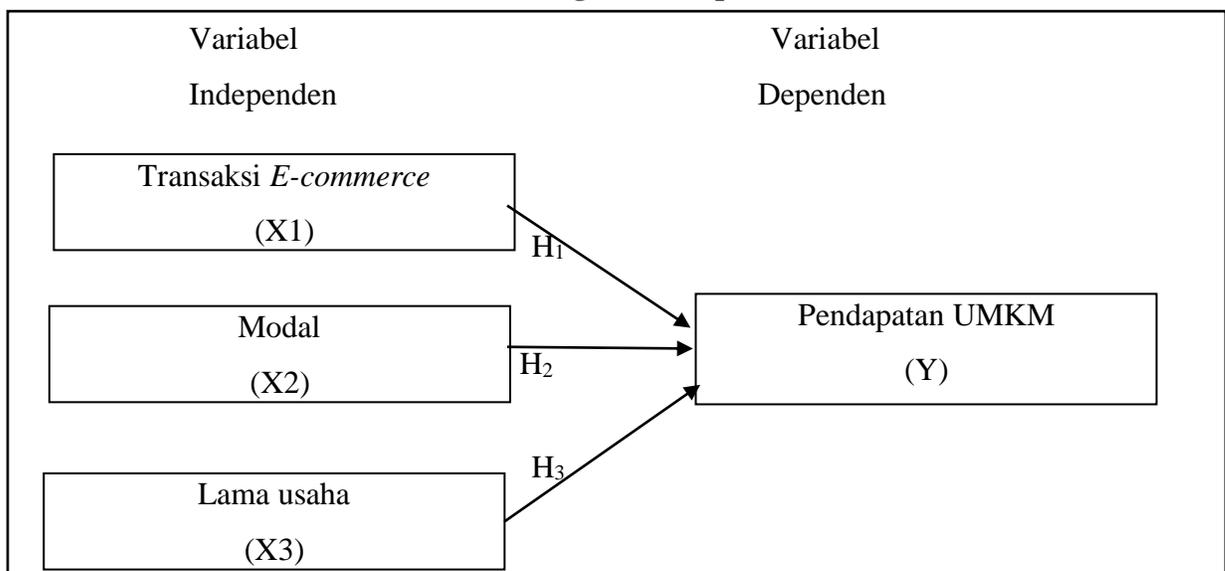
### 2.3.3. Hubungan Variable Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM

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, (2016) 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 berbeda dengan 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*, pendaatang baru dapat menjangkau seluruh wilayah dan tidak diragukan lagi banyak pelaku bisnis baru yang akan memulai bisnisnya.

## 2.4. Kerangka Berfikir

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual



Keterangan:

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

## **2.5. Hipotesis**

Berdasarkan hubungan antar variabel dan kerangka konseptual penelitian yang ada diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H<sub>1</sub> : Transaksi *E-commerce* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Bekasi.
- H<sub>2</sub> : Modal berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Bekasi.
- H<sub>3</sub> : Lama usaha berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Bekasi.