

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu jenis usaha yang memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UMKM merupakan salah satu bentuk solusi masyarakat untuk menghadapi krisis ekonomi seperti pada saat ini. UMKM juga merupakan tulang punggung pembangunan ekonomi kerakyatan yang mampu mengurangi masalah-masalah terkait dengan ketimpangan ketimpangan pendapatan di masyarakat. UMKM merupakan kegiatan usaha yang dapat memperluas kesempatan kerja, memberikan pelayanan ekonomi kepada masyarakat, berperan dalam pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.(Safrianti 2020)

Dalam rangka mencapai pertumbuhan ekonomi yang stabil dan berkelanjutan, perlu didukung kokohnya stabilitas makroekonomi dan system keuangan. Untuk mendukung upaya tersebut diperlukan pemberdayaan sector riil khususnya pengembangan Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang berkontribusi besar dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Selain berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM dapat menjadi prioritas atau basis system ekonomi rakyat untuk mengurangi permasalahan kemiskinan dan pengangguran, selain itu UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Keberadaan UMKM sangat penting

dalam perekonomian sebagai alternative untuk meringankan beban berat perekonomian nasional dalam situasi ekonomi yang buruk.(Lesmono 2015)

UMKM memegang peranan penting dalam pertumbuhan dan perkembangan perekonomian nasional. Di tengah krisis pun, terbukti sector bisnis ini tetap berjalan, meski banyak perusahaan besar yang terjerumus ke dalam resesi bahkan gulung tikar. Hal ini karena pendapatan masyarakat menurun selama krisis moneter, tetapi tidak mempengaruhi permintaan barang. Padahal, hal ini berbanding terbalik dengan keadaan perusahaan-perusahaan besar yang terpuruk akibat penurunan permintaan pasar. Dengan demikian, UMKM bisa menjadi penyelamat perekonomian Indonesia pada saat itu.

Pada dasarnya, upaya pengembangan sector usaha kecil merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari pembangunan ekonomi bangsa Indonesia secara menyeluruh. Oleh karena itu, banyak langkah kebijakan yang diambil untuk mengembangkan usaha kecil ini. Mengingat pentingnya peran UMKM, maka pemerintah melalui instansi-instansi yang berada di bawahnya, khususnya kementrian koperasi dan UMKM telah mencanangkan berbagai program pendukung. Kebijakan pemerintah untuk mendorong usaha kecil dan menengah cukup serius. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menegaskan bahwa kegiatan tersebut harus dilakukan secara menyeluruh, optimal, dan berkelanjutan melalui pengembangan lingkungan yang kondusif, pemberian peluang usaha, dukungan, perlindungan dan pengembangan perdagangan seluas-luasnya (Safrianti 2020).

Dari perspektif ekonomi, UMKM telah menjadi tulang punggung dan perisai perekonomian nasional dari guncangan krisis yang terjadi selama ini, baik yang pro maupun kontra selama 23 tahun (1997-2020). Menurut Kemenkop UKM dan BPS (2018), di tingkat nasional UMKM telah membuktikan perannya dalam pertumbuhan unit usahanya di tahun 2018 mencapai 64.194.057 unit usaha, atau 99,99% dari jumlah badan usaha di Indonesia. Penyerapan tenaga kerja untuk 97% dari 170 juta unit angkatan kerja Indonesia, dengan 121 juta pekerja, dan memberikan kontribusi terhadap PDB Indonesia sebesar 60% dari Rp. 14.000 triliun Indonesia dari Rp. 8.400 triliun. Hasil survey Organization of Economic Cooperation Development (OECD) tahun 2016, bahwa UMKM di Indonesia dapat menyerap 70,3% dari jumlah tenaga kerja di Indonesia (Herispon, Tinggi, and Ekonomi 2021).

Pemberdayaan UMKM penting untuk mendorong pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Pengembangan UMKM terkait dengan upaya menciptakan lingkungan usaha yang kondusif dan meningkatkan kesiapan dan pengetahuan masyarakat untuk berwirausaha guna meningkatkan pendapatan masyarakat. Pendapatan usaha kecil sangat penting untuk kesejahteraan hidup dan ekonomi. Penghasilan selalu diterima dalam bentuk nominal uang. Selain itu, uang dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana pendapatan usaha dalam memperoleh pendapatan dari hasil penjualan dengan mengharap keuntungan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Dalam era digital yang pesat saat ini dapat mendorong entrepreneurship untuk membuka wirausaha dengan mudah dengan berbagai keuntungan dan

kemudahan yang didapatkan. Kemenkop UKM pada tahun 2017 melansir sebanyak 3,79 juta UMKM sudah memanfaatkan platform dalam memasarkan produknya. Jumlah ini berkisar 8% dari total pelaku UMKM yang berselancar di dunia maya, Kemenkop UKM dan Kemkominfo bersama dengan para pelaku E-commerce menggagas program bertajuk 8 juta UMKM Go. Lewat kerja sama ini, pemerintah juga berharap dapat mempercepat transformasi UMKM di Indonesia menuju digital (Safrianti 2020). Dengan banyaknya wirausahawan, munculnya persaingan dalam dunia bisnis tidak dapat dihindari. Persaingan semakin hari semakin ketat. Berbagai inivasi telah diperkenalkan untuk menarik pembeli. Penjualan produk juga harus mempertimbangkan realitas perkembangan teknologi yang cenderung meningkatkan pendapatan. Namun, hal itu akan menjadi kendala bagi UMKM di Indonesia saat ini. Karena kurangnya keahlian teknis, UMKM di Indonesia tertinggal dalam strategi pemasaran mereka. Salah satu bentuk inovasi yang mulai berkembang pesat dalam industry jual beli adalah system belanja online. Berbelanja barang bukan lagi merupakan tugas yang sulit, dan dengan kemajuan teknologi, masyarakat tidak perlu khawatir dengan berbagai hal, termasuk berbelanja. Komunikasi pemasara harus dilakukan seefisien mungkin agar calon konsumen dapat melakukan komunikasi dua arah dengan pembeli, bukan hanya sekedar menyampaikan inormasi tentang suatu produk atau jasa. Pemasar saat ini perlu melibatkan pelanggan dengan situs mereka dengan mencari saran tentang pengembangan produk atau ide baru lainnya. Gaya hidup hari ini dituntut serba praktis dan cepat sehinga membuat internet lebih dikenal dalam

pemasaran sebagai system *online* yang sangat digemari dan menjadi kebutuhan sehari-hari.

Transaksi online (E-commerce) belakangan ini digemari oleh kalangan produsen maupun konsumen karena mudahnya dalam hal promosi melalui media sehingga lebih mudah memperkenalkan dan menjual produk mereka serta memudahkan dalam bertransaksi. UMKM yang sudah lama berkecimpung memiliki prospek yang sangat baik, namun pendanaan membuat UMKM tersebut kurang mampu berkembang. Karena setiap orang dalam bisnis membutuhkan modal untuk membuat atau mengembangkan bisnis. Modal merupakan salah satu factor yang memegang peranan penting dalam proses produksi. Hal ini karena modal mempengaruhi kelancaran bisnis dan oleh karena itu pendapatan yang dihasilkannya. Modal menjadi perhatian penting bagi pengusaha karena peran modal sangat penting dalam bisnis ini yang membiayai operasi perusahaan sehari-hari.

Selain permodalan, factor penting lainnya dalam menjalankan usaha adalah lama usaha. Lama usaha adalah masa dimana seorang pengusaha telah terlibat dalam pengelolaan suatu perusahaan. Semakin lama seorang pengusaha menjalankan bisnis, semakin banyak pengalaman yang bisa mereka peroleh. Pengalaman yang matang dapat mempengaruhi penghasilan. Karena semakin lama usaha, semakin produktif tenaga kerja untuk menghasilkan produk yang memuaskan. Pengusaha lama biasanya tidak dapat mengoptimalkan penjualan, sebaliknya pengusaha yang belum lama terjun kedalam dunia bisnis belum

mampu mengoptimalkan penjualan sehingga mampu menghasilkan penjualan yang tinggi.

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

1.2 Rumusan Masalah

Terkait dengan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *E-Commerce* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo?
2. Apakah modal berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo?
3. Apakah Lama Usaha berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *E-Commerce* terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo
2. Untuk mengetahui pengaruh modal terhadap peningkatan UMKM di Kota Palopo
3. Untuk mengetahui pengaruh lama usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota palopo.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang membaca dan membutuhkan, baik bersifat teoritis maupun praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berarti dalam ilmu ekonomi khususnya di bidang UMKM. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman tentang referensi dalam penembangan ilmu pengetahuan untuk membandingkan teori-teori yang ada dengan kenyataan di lapangan, terkhusus dalam bidang UMKM.

b. Bagi UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman tentang berbagai pertimbangan pengambilan kebijakan sector UMKM terkait dengan pemberian pinjaman modal dan menginformasikan pengambilan kebijakan, serta memberikan pengetahuan UMKM tentang kemajuan teknologi untuk penerapan pada produk pemasaran.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi, bahan perbandingan dan bahan pertimbangan untuk penelitian berikutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Skripsi ini disusun dengan sistematika penulisan yang terdiri dari Bab I

Pendahuluan, Bab II Tinjauan Pustaka, Bab III Metode Penelitian, Bab IV Gambaran Umum Lokasi dan Pembahasan, serta Bab V Penutup. Adapun uraiannya sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Tinjauan Pustaka, terdiri dari uraian tentang Landasan teori yang meliputi pengertian pendapatan, Usaha Kecil Mikro dan Menengah, Transaksi

Bab II Online (*E-Commerce*), Modal dan Lama usaha, penelitian terdahulu, dan kerangka konseptual, perumusan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian, terdiri dari uraian tentang desain penelitian, tempat penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrument penelitian, dan teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, terdiri dari hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V Penutup, terdiri dari simpulan dan saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1. Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Pendapatan dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya). Pendapatan berasal dari kata “dapat”. Pada perkembangannya, pengertian pendapatan memiliki penafsiran yang berbeda-beda tergantung dari latar belakang disiplin ilmu yang digunakan menyusun konsep pendapatan bagi pihak-pihak tertentu.

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 23, pendapatan adalah arus kas masuk bruto dan manfaat ekonomik yang timbul dari efektivitas normal entitas selama satu periode. Jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuita yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.(Safrianti2020).

Pendapatan menurut John J. Wild (3013) merupakan maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seorang dalam satu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula.

Definisi pendapatan yang dikemukakan oleh dyckman (2013) bahwa pendapatan merupakan arus masuk atau peningkatan lainnya atas aktiva sebuah entitas atau penyelesaian kewajiban (atau kombinasi dari keduanya) selama satu periode dari pengiriman atau produksi barang, penyediaan jasa, atau aktivitas lain yang merupakan operasi utama atau sentral entitas yang sedang berlangsung.

Pendapatan ialah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul akibat aktivitas normal entitas selama satu periode, jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak bersumber dari kontribusi penanaman modal (Sa'ad 2017). Pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seorang dalam suatu periode dengan mengharap keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Penelitian tersebut tidak menitik beratkan pada general kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi suatu periode.

Berdasarkan pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah penghasilan yang diperoleh dari aktivitas perusahaan baik berasal dari penjualan jasa, penjualan barang, bunga deviden, *royalty*, dan sewa. Pendapatan merupakan tujuan akhir dari perusahaan. Besar kecilnya pendapatan yang diperoleh tergantung pada usaha yang dijalankan, keterampilan tenaga kerja serta modal yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

b. Jenis-jenis Pendapatan

Ada beberapa jenis pendapatan yang tercantum dalam standar akuntansi No. 03 Tahun 2010 yang membagi menjadi 3 jenis yaitu:

1) Penjualan barang

Pendapatan yang timbul berdasarkan penjualan barang yang diproduksi perusahaan untuk dijual kembali dan barang yang dibeli untuk dijual kembali. Seperti barang dagang yang dibeli pengecer, tanah yang dibeli atau property yang dibeli untuk dijual kembali.

2) Penjualan Jasa

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

3) Bunga, *Royalty*, dan Deviden

Pendapatan yang di peroleh dari penggunaan asset entitas oleh pihak lain yang menghasilkan bunga, *Royalty*, dan Devien. Penggunaan aktiva perusaan oleh pihak lain menimbulkan pendapatan benrbentuk Bunga, *Royalty*, dan Deviden.

c. Factor-faktor yang mempengaruhi pendapatan.

Menurut Antara & Aswitari (2016) ada beberapa factor yang mempengaruhi pendapatan yaitu:

1) Modal

Modal adalah sejumlah uang atau baran yang digunakan sebagai dasar untuk melakukan suatu aktivitas. Dalam bahasa inggris modal disebut *capital* yaitu barang yang telah diperoleh dari alam atau manusia denan tujuan memperoleh suatu keuntungan (Amelia Riza 2020). Modal merupakan variable yang paling besar pengaruhnya terhadap pendapatan, karena semakin banyak modal yang tersedia, pedagang dapat membeli barang dalam jumlah besar dan berubah sesuai permintaan konsumen, sehinga penjualan akan meningkat dan pendapatan akan meningkat.

2) Lama Usaha

Pedagang yang melakukan usaha paling lama biasanya lebih memahami permintaan konsumennya guna meningkatkan pendapatan.

3) Tenaga Kerja

Semakin banyak tenaga kerja yang memiliki skill maka akan semakin banyak pula produk yang dihasilkan sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga mampu meningkatkan pendapatan.

d. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki definisi yang berbeda pada setiap literature menurut beberapa instansi atau lembaga bahkan undang-undang (Sarfiyah, Atmaja, and Verawati 2019). Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), UMKM dapat di definisikan sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. 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 yang sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. 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, ataupun menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha Besar dengan jumlah karyawan.

2.1.2 Transaksi Online (E-Commerce)

a. Pengertian *E-Commerce*

usaha *Elektronik Commerce (E-commerce)* atau lebih dikenal dengan sebutan *Online Shopping* adalah pelaksanaan perniagaan berupa transaksi penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, maupun promosi suatu produk barang atau jasa yang dilakukan dengan memanfaatkan sarana komunikasi elektronik *digital* atau telekomunikasi data. Selain itu, bentuk perniagaan ini juga dapat dilakukan secara global, yaitu dengan menggunakan jaringan internet atau *social media* (HELMALIA and AFRINAWATI 2018). Dengan kata lain, *E-Commerce* adalah pemanfaatan internet untuk berbagai kegiatan bisnis. Kegiatan bisnis yang dilakukan secara online dapat meliputi pemasaran, promosi, public relation, transaksi, pembayaran dan penjadwalan pengiriman barang, serta masih terbuka kemungkinan inovasi-inovasi kegiatan bisnis online seiring dengan perkembangan teknologi *E-Commerce* itu sendiri.

Loudon dalam Dewi Shanti menyebutkan bahwa *E-Commerce* merupakan lingkungan *digital* yang memungkinkan transaksi komersial terjadi di antara banyak organisasi dan individual. Menurut Yulimar dan Setiawan dalam Dewi Shinta *E-Commerce* dapat didefinisikan sebagai penggunaan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik (Arisandi 2014). Menurut Kamarwan (Jaidan, 2010), *E-Commerce* adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis

berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (*business to business*) dan konsumen langsung (*business to costumer*), melewati kendala ruang dan waktu yang selama ini merupakan hal-hal yang dominan.

E-Commerce merupakan pembelian dan penjualan barang atau jasa melalui internet dan menyediakan kemampuan untuk melakukan transaksi yang melibatkan barang atau jasa antar dua belah pihak atau lebih melalui media elektronik (Nurlinda and Fathimah 2019).

Transaksi online atau *E-Commerce* adalah konsep yang mampu digambarkan menjadi proses jual beli barang atau jasa dalam World Wide Web (WWW) internet atau pertukaran produk, jasa dan kabar melalui jaringan kabar termasuk internet, *E-Commerce* memungkinkan perusahaan menjangkau semua global untuk memasarkan produk dan jasanya tanpa wajib dibatasi oleh batasan-batasan georafis. *E-Commerce* merupakan salah satu terbentuknya prinsip ekonomi baru yang biasa dikenal dengan sebutan ekonomi digital. *E-Commerce* muncul sebagai jawaban atas segala jenis gaya hidup manusia modern yang selalu menuntut kemudahan dan praktisan dalam segala jenis bidang (Safrianti 2020).

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *E-Commerce* merupakan transaksi yang bersifat non-finansial antara dua pihak yang saling membutuhkan melalui suatu media elektronik. *E-Commerce* tumbuh dan berkembang pesat di berbagai Negara, salah satunya adalah Indonesia yang banyak memiliki E-Commerce, misalnya Tokobagus (yang sekarang menjadi OLX), Tokopedia, Bukalapak dan lain sebagainya.

b. Karakteristik *E-Commerce*

Rintho (2018) selain mempunyai konsep dasar, untuk mengetahui lebih jauh tentang *E-Commerce*, tentu *E-Commerce* juga mempunyai karakteristik yaitu:

1) Transaksi Tanpa Batas

Batas geografis tidak membatasi perusahaan besar atau kecil untuk go internasional. Dengan kecanggihan internet, batas-batas Negara (ruang dan waktu) tidak ada lagi. Penjual dapat dengan mudah menemukan pembeli dimana saja di dunia dalam hitungan detik, dan sebaliknya, pembeli dapat mengakses produk yang diinginkan kapan saja dan di mana saja.

2) Transaksi Anonim

Hal ini tentu tidak sinkron menggunakan transaksi jual beli secara tradisional, dimana pembeli dan penjual wajib bertemu secara langsung. Dengan *E-Commerce* transaksi yang ditawarkan merupakan penjual dan pembeli tidak wajib bertatap muka dan tidak memerlukan bukti orisinal selama pembayaran sudah diotoritas.

3) Produk Digital dan Non Digital

Dengan menggunakan *E-Commerce* produk yang ditawarkan bisa lebih beragam.

4) Produk Barang Tak Berwujud

Produk yang dijual dalam *e-commerce* sangat beragam, bukan hanya barang yang berwujud tetapi juga menjual barang yang tak berwujud, misalnya data.

Produk yang dijual dalam *E-Commerce* sangat beragam, bukan hanya barang yang berwujud tetapi juga menjual barang yang tidak berwujud misalnya data, perangkat lunak (*Software*) atau ide-ide dapat dijual secara daring.

c. Kelebihan dan kekurangan *E-Commerce*

Segala sesuatu tentu memiliki nilai positif dan negative begitu juga penjualan menggunakan system transaksi *online* (Safrianti 2020). Beberapa kelebihan yang diperoleh dengan penjualan menggunakan system *E-Commerce* antara lain:

1) *Revenue stream* (Aliran Pendapatan).

Aliran pendapatan baru yang lebih menjanjikan yang tidak mampu ditemukan pada transaksi tradisional.

2) *Market Exposure*

Dengan keunggulan dan kemudahan teknologi saat ini tentu akan mudah mematahkan pangsa pasar untuk menetapkan strategi

3) *Operating Cost*

Jika secara konvensional akan membutuhkan banyak karyawan untuk melayani sehingga mengeluarkan biaya yang lebih untuk membayar karyawan yang dipekerjakan. Selain itu mengurangi biaya kertas karena semua sudah menggunakan digitalisasi sehingga mampu meningkatkan pendapatan.

4) *Global Reach*

Dengan adanya *E-Commerce* maka melebarkan jangkauan yakni dapat menjangkau seluruh dunia.

5) Bagi masyarakat umum mengurangi polusi dan pencemaran lingkungan.

Maksudnya adalah konsumen jadi tidak menambah padatnya arus lalu lintas.

Sedangkan beberapa kekurangan dengan penjualan menggunakan system *E-Commerce* antara lain:

- 1) Pencurian informasi. Gangguan yang timbul bisa menyingkap semua data dan informasi perusahaan kepada pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab, sehingga dapat mengakibatkan kerugian yang besar. Gangguan layanan. Jika ada masalah non-teknis misalnya mati lampu akan mengganggu pelayanan.
- 2) Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak. Misalnya seorang *hacker* yang mampu membobol sebuah system dari jaringan internet, setelah itu ia mengambil informasi yang bersifat pribadi dari sang korban.
- 3) Meningkatnya individualism, pada perdagangan elektronik seorang dapat berinteraksi dan mendapatkan barang atau jasa yang diperlukan tanpa harus bertemu dengan siapapun.
- 4) Terkadang menimbulkan kekecewaan. Apa yang dilihat di layar smartphone terkadang berbeda dengan apa yang terlihat secara kasat mata.

2.1.3 Modal

Modal dapat diartikan sebagai jumlah yang digunakan untuk menjalankan suatu usaha. Modal memiliki hubungan positif dengan peningkatan pendapatan pedagang, dan modal yang besar mempengaruhi kapasitas dan ukuran usaha. Ketersediaan bahan baku yang mencukupi secara terus menerus memudahkan produksi dan pada akhirnya meningkatkan produksi, yang dapat mempengaruhi tingkat keuntungan usaha yang dihasilkan.

modal merupakan factor penting dalam proses produksi karena sangat dibutuhkan oleh pengusaha untuk memulai usaha baru atau memperluas usaha yang sudah ada. Tanpa modal yang cukup, maka akan mempengaruhi kelancaran usaha, sehingga akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh sesuai dengan karakteristik dan skala usahanya.

Secara umum pengertian modal adalah kumpulan uang atau barang-barang dagangan yang dijadikan sebagai dasar untuk melakukan suatu kegiatan. Modal dalam bahasa Inggris adalah *Capital* yang artinya, barang-barang yang dihasilkan oleh alam atau oleh manusia untuk menghasilkan barang-barang lain yang dibutuhkan oleh manusia untuk memperoleh keuntungan (Polandos et al. 2019). Modal merupakan pengeluaran perusahaan untuk membeli barang-barang modal dan perlengkapan-perengkapan produksi guna menambah kemampuan produksi barang yang tersedia dalam perekonomian (Riadmojo 2020)

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menjelaskan bahwa modal adalah dana yang dimanfaatkan sebagai suatu pokok atau induk untuk melakukan perdagangan. Harta atau benda tersebut juga bisa digunakan untuk memproduksi sesuatu yang mampu meningkatkan kekayaan.

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa modal adalah asset utama dari pengusaha dalam menjalankan usahanya dan biasanya berbentuk dana, barang atau asset. Dengan demikian, proses produksi hingga pendistribusian dapat berjalan dengan lancar.

2.1.4 Lama usaha

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

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

2.2 Penelitian terdahulu

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

Tabel 2.1
Penelitian terdahulu

No.	Nama, Judul & Tahun pengarang	variable	Metode	Hasil Penelitian
1.	Prisilia Monika Polandos, Daisy S.M Enka, Krest D. Tolosang (2019) Analisis pengaruh	Variable X X ₁ Modal usaha X ₂ Lama Usaha X ₃ Jumlah	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nodal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pengusaha

	modal, lama usaha dan jumlah tenaga kerja terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di kecamatan Lamongan	tenaga kerja Variable Y Y Pendapatan		UMKM di kecamatan Lawongan Timur, namun lama usaha dan jumlah tenaga kerja tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pengusaha UMKM di Kecamatan Lawongan Timur
2.	Helmalia & Afrinawati (2018) Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap peningkatan pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang	Variable X <i>X Electronic Commerce (E-Commerce)</i> Variable Y Y Peningkatan pendapatan	Analisis Regresi Linier Sederhana	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variable <i>E-Commerce</i> berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Padang.
3.	Dini Seyorini, Eti Nurhayati, Rosmita (2019) Pengaruh transaksi <i>online (E-Commerce)</i> terhadap peningkatan laba UMKM (studi	Variable X Transaksi <i>online (E-Commerce)</i> Variable Y Peningkatan Laba	Regresi Linear Sederhana Metode penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable <i>E-Commerce</i> berpengaruh signifikan terhadap peningkatan laba UMKM pengolahan besi Ciampea Bogor Jawa Barat.

	kasus UMKM pengolahan besi Ciampea Bogor Jawa Barat)			
4.	Issabella Pratiwi Saragih & Drs. Syahrir Hakim Nasution, M.Si (2015) 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)	Variable X X ₁ Modal sendiri X ₂ Modal pinjaman KUR Variable Y Pendapatan pengusaha UMKM	Analisis Regresi Linier Berganda Metode penelitian Kuantitatif deskriptif	Hasil studi ini menunjukkan bahwa modal sendiri dan modal pinjaman berpengaruh terhadap jumlah pendapatan pengusaha UMKM di Kab. Toba Samosir.
5.	Rusmusi IMP & Afrah Nabila Mgfirah (2018) Pengaruh Modal, Jam kerja dan lama usaha terhadap	Variable X X ₁ Modal X ₂ Lama Usaha X ₃ Jam Kerja Variable Y	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa modal mempunyai pengaruh yang positif terhadap pendapatan pedagang, lama usaha juga berpengaruh

	pendapatan pedagang di pasar ikan Hias Ina Restu Purwokerto Utara	pendapatan		signifikan terhadap pendapatan pedagang dan jam kerja mempunyai arah hubungan searah terhadap pendapatan pedagang di pasar ikan Hias Ina Restu Purwokerto Utara.
6.	Nurul Amalia Sari (2019) Pengaruh perkembangan ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM di Kota Makassar	Variable X Ekonomi Digital Variable Y Pendapatan	Analisis Regresi Linier sederhana Metode penelitian Kuantitatif Deskriptif	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Variable ekonomi digital (X) berpengaruh signifikan terhadap Variable Pendapatan (Y) UMKM di Kota Makassar.
7.	Nirfandi Gonibala, Vecky A.J Masinambow, Mauna Th. B. Maramis (2019) Analisis pengaruh modal dan biaya produksi terhadap pendapatan UMKM di Kota	Variable X X ₁ Modal X ₂ Biaya produksi Variable Y Pendapatan	Analisis Regresi Linier Sederhana Metode penelitian Kualitatif	Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa modal dan biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kota Kotamobagu.

	Kotamobagu.			
8.	Prastuti Sulistyorini, Nur Ika Royanti, Era Yuniarto (2018) Pengaruh adopsi <i>E-Commerce</i> terhadap keberhasilan usaha (studi kasus pedagang batik di pasar grosir setono).	Variable X Adopsi <i>E-Commerce</i> Variable Y Keberhasilan usaha	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa factor manfaat, factor kemudahan, dan adopsi <i>E-Commerce</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.
9.	Siti Turyani Marfuah, Sri Hartiyah (2019) Pengaruh modal sendiri, Kredit Usaha Rakyat (KUR), teknologi, lama usaha dan lokasi usaha terhadap pendapatan usaha (studi kasus pada UMKM di Kabupaten Wonosobo)	Variable X X ₁ Modal sendiri X ₂ Kredit Usaha Rakyat (KUR) X ₃ Teknologi X ₄ Lama Usaha X ₅ Lokasi usaha Variable Y Pendapatan usaha	Analisis Regresi Linier Berganda Metode penelitian kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal sendiri, kredit usaha rakyat (KUR), teknologi, lama usaha dan lokasi usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha.
10.	Tesa Nurul Safitri (2020)	Variable X X ₁ Transaksi	Analisis Regresi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

	Pengaruh Transaksi Online (<i>E-Commerce</i>), Modal, dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal.	Online (<i>E-Commerce</i>) X ₂ Modal X ₃ Lama Usaha Variable Y Pendapatan	Linier Berganda Metode penelitian kuantitatif	
11.	Eka Rosdiana Amelia (2020)	Variable X X ₁ Modal sendiri X ₂ Modal Pinjaman Variable Y profitabiliytas	Regresi Linier Beranda Metode penelitian kuantitatif	Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa Variable modal sendiri tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Sedangkan modal pi jaman berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Dari table studi penelitian terdahulu tentang Pendapatan UMKM dapat dijadikan sebagai refrensi dalam penelitian ini. Dalam penelitian Tesa Nurul safitri (2020) menggunakan variable *E-Commerce*, Modal dan Lama usaha, perbedaan penelitian ini dan penelitian terdahulu yaitu perbedaan tahun penelitian, sampel dan obejek penelitian. Objek penelitian ini dilaksanakan pada seluruh UMKM yang berada di Kota Palopo pada tahun 2022.

2.3 Kerangka Konseptual

Penelitian ini menggunakan 4 variable, yaitu 1 variable dependen dan 3 variable independen. Variable dependen yaitu pendapatan UMKM, dan variable independen yaitu Transaksi *online (E-Commerce)*, Modal dan lama Usaha.

1. Pengaruh transaksi *online (e-commerce)* (X1) terhadap peningkatan pendapatan UMKM (Y)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Setyorini, Nurhayati, & Rosmita (2019) menyatakan bahwa variable transaksi *online (e-commerce)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan, berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Tesa Nurul Safitri (2020) yang menyatakan bahwa transaksi *online (e-commerce)* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Melihat perbandingan dari kedua penelitian terdahulu maka dari itu peneliti memutuskan untuk meneliti pengaruh *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan UMKM yang berada di Kota Palopo.

2. Pengaruh modal (X2) terhadap Peningkatan pendapatan UMKM (Y)

Modal merupakan faktor produksi yang dapat menentukan tinggi rendahnya suatu pendapatan. Modal bagi para wirausahawan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat pendapatan.

3. Pengaruh lama usaha (X3) terhadap peningkatan pendapatan UMKM (Y)

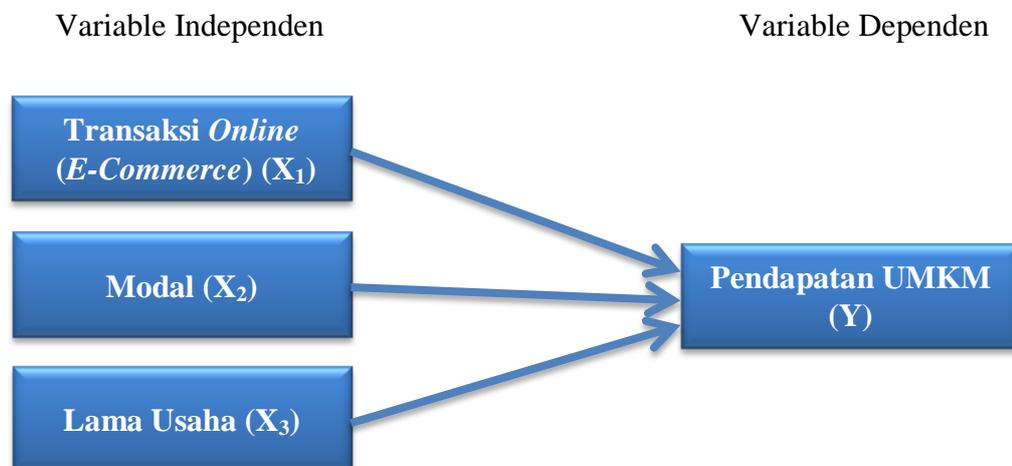
Lama usaha bisa diartikan sebagai lamanya waktu yang telah dijalani oleh pengusaha dalam menjalankan usahanya. Jangka waktu pengusaha dalam menjalankan usahanya dapat memberikan pengalaman dalam berwirausaha. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rusmuri & Magfira (2018) dan Tesa Nurul

Safitri (2020) kedua penelitian tersebut menyatakan bahwa lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM, dapat dilihat bahwa pengusaha yang lebih lama dalam menjalankan usahanya akan memiliki strategi yang lebih matang dan tepat dalam mengelola usahanya sehingga dapat meningkatkan pendapatan.

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka konseptual dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual



2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara rumusan masalah penelitian dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sa'ad 2017). Hipotesis biasanya berupa dugaan atau simpulan sementara yang masih ada kemungkinan benar atau salah.

Berdasarkan penerapan variable-variable di atas, maka rumusan hipotesis penelitian ini adalah:

H₁ : Diduga bahwa Transaksi *Online (E-Commerce)* berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo

H₂ : Diduga bahwa Modal berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota palopo

H₃ : Diduga bahwa Lama Usaha berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yang berusaha menganalisis pengaruh transaksi *online (e-commerce)*, modal, dan lama usaha terhadap pendapatan UMKM di kota Palopo. Penelitian metode deskriptif merupakan metode penelitian yang tidak terbatas sampai pada pengumpulan dan penyusunan data saja, tetapi juga menalisis serta menginterpretasikan tentang arti data tersebut.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau objek untuk dilakukan suatu penelitian. Lokasi penelitian berada di Kota Palopo, Sulawesi selatan. Peneliti mengambil lokasi penelitian tersebut karena berbagai pertimbangan dari segi biaya, waktu, dan tenaga, selain itu melihat potensi UMKM di Kota Palopo yang begitu berkembang, sehingga peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian di Kota Palopo.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan kelompok orang, kejadian atau suatu hal yang ingin peneliti investigasi (Safrianti 2020). Berdasarkan hal tersebut maka populasi atau objek penelitian yang akan menjadi focus dalam penelitian ini adalah UMKM di Kota Palopo sebanyak 6.780 UMKM.

Tabel 3.1
Data UMKM Kota Palopo

No	Usaha	Tahun				Satuan
		2015	2016	2017	2018	
1.	Mikro	3.537	4.450	4.642	4.776	Unit
2.	Kecil	1.341	1.862	1.919	1.909	Unit
3.	Menengah	57	59	59	59	Unit
Jumlah		4.935	6.371	6.529	6.780	UMKM

(Sumber: Dinas Koperindag Kota Palopo)

Sampel adalah suatu hal yang mewakili suatu populasi dan merupakan bagian dari populasi. Untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini, dihitung menggunakan metode *Slovin* yang menggunakan rumusan sebagai berikut:

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

Sehingga memperoleh hasil sebagai berikut:

$$n = \frac{6.780}{1 + 6.780(0,01)^2}$$

$$n = \frac{6.780}{1 + 67,8}$$

$$n = \frac{6.780}{68,8}$$

$$n = 98$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel.

N : Jumlah Populasi

e : Batas Toleransi Kesalahan (*Error Tolerance*)

3.4 Sumber Data dan Jenis Data

3.4.1 Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Data sekunder

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan adalah dengan menggunakan data sekunder yaitu data yang telah tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen yang telah ada sebelumnya atau berdasarkan hasil penelitian terdahulu (*library research*).

2. Data primer

Data yang diperoleh langsung oleh peneliti dilapangan melalui responden dengan cara observasi, wawancara dan penyebaran angket atau kuisioner.

3.4.2 Jenis Data

Jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu data atau informasi yang berupa dokumen-dokumen yang diperoleh langsung melalui responden dengan cara observasi, wawancara, dan penyebaran angket atau kuisioner kepada para pelaku UMKM.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian kuantitatif yaitu melalui beberapa tahap:

1. Observasi

Teknik observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan atau peninjauan secara langsung pada kegiatan yang dilakukan oleh UMKM.

2. Penyebaran angket (Kuisisioner)

Teknik penyebaran angket atau kuisisioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden. Peneliti menggunakan teknik ini untuk mencari data yang berhubungan langsung dengan objek penelitian ini.

3.6 Variable Penelitian dan Derfinisi Oprasional Variabel

3.6.1 Variable Penelitian

a. Transaksi *Online (E-Commerce)* (X_1)

Transaksi *Online (E-Commerce)* adalah system transaksi jual beli yang diseting secara online sehingga konsumen tidak harus dating ke took untuk membeli barang (Hanny, Syah, and Novita 2020). *E-Commerce* adalah jenis mekanisme *E-Bisnis* yang berfokus pada transaksi bisnis individu menggunakan internet sebagai sarana pertukaran barang atau jasa antara dua institusi dan konsumen langsung (Lesmono 2015; Sa'ad 2017).

b. Modal (X_2)

Modal adalah kumpulan uang atau barang yang digunakan sebagai dasar untuk melakukan pekerjaan. Dalam bahasa Inggris, modal disebut *capital*, yaitu barang yang diproduksi oleh alam atau manusia untuk membantu produksi barang lain yang dibutuhkan oleh manusia untuk mendapatkan keuntungan (Polandos et al. 2019).

c. Lama Usaha (X_3)

Lama usaha adalah lamanya seorang pengusaha atau pedagang menjalankan usahanya. Lama pembukaan usaha dapat berpengaruh terhadap tingkat pendapatan karena lamanya seorang pelaku usaha atau bisnis menekuni bidangnya akan mempengaruhi produktivitasnya atau keahliannya, sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil daripada hasil penjualan (Nainggolan 2016).

d. Pendapatan UMKM (Y)

Menurut Greuning, et al. Pendapatan yaitu beberapa aliran masuk bruto dari manfaat ekonomis selama periode, muncul dari kegiatan bisnis normal dan menghasilkan kenaikan ekuitas yang jelas bukan dari kontribusi pemilik ekuitas. Pendapatan adalah nilai maksimum yang dapat dikonsumsi seseorang dalam satu periode, dalam kondisi yang sama dengan keadaan semula pada akhir periode, pengertian ini menitikberatkan pada pengeluaran kuantitatif total konsumsi dalam satu periode.

3.6.1. Definisi Operasional Variable

Tabel 3.2

Definisi operasional variable

Variabel	Definifi	Indikator
Transaksi <i>Online</i> (<i>E-Commerce</i>) (X_1)	Proses penjualan secara <i>Online</i> atau <i>Digital</i>	a. Akses internet b. Kemampuan SDM c. Pemasaran
Modal (X_2)	Dana yang digunakan dalam operasional	a. Modal sendiri b. Modal pinjaman

	perusahaan	c. Keadaan usaha setelah menambahkan modal
Lama Usaha (X_3)	Lamanya usaha berjalan	a. Lama berdiri suatu usaha b. Pengalaman yang diperoleh
Pendapatan UMKM (Y)	Penghasilan yang diperoleh	a. Peningkatan hasil b. Kecukupan hasil c. Dapat berkembang

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yaitu suatu alat yang digunakan untuk mengukur suatu fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2013).

Instrumen penelitian digunakan untuk mengumpulkan data kuantitatif yaitu Pengaruh transaksi *online (e-commerce)*, modal, dan lama usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM di kota Palopo dan juga menjadi alat bantu yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan informasi. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert yang memiliki 5 point pilihan yang disajikan.

Tabel 3.3

Pengukuran Skala Likert Pengaruh Transaksi *Online (E-Commerce)* (X_1), Modal (X_2), Lama Usaha (X_3) dan Pendapatan UMKM (Y)

Kategori	Skor
Sangat Setuju/ Selalu (SS/SL)	5
Setuju/ Sering (S/SR)	4

Kurang Setuju/ Jarang (KS/JR)	3
Tidak Setuju/ Tidak pernah (TS/TP)	2
Sangat Tidak Setuju/ Sangat Tidak Pernah (STS/STP)	1

3.8 Uji Validitas Dan Reliabilitas

Agar data yang di kumpulkan dapat bermanfaat maka harus diolah dan di analisis terlebih dahulu, agar dapat mengambil keputusan, adapun analisis metode yang di gunakan yaitu:

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan sebelum disebarkan kepada objek penelitian unyuk mengukur tingkat keakuratan sebuah instrument (Nasri 2020). Uji validitas pada penelitian ini menggunakan *person correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antara nilai yang dipertanyaan. Jika *person correlation* yang didapat memiliki nilai di bawah 0.01 (< 0.01) berarti data yang diperoleh valid.

3.8.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah instrument untuk mengukur ketepatan, keterandalan, *cinsistency*, *stability* atau *dependability* terhadap alat ukur yang digunakan (Sa'ad 2017).

Uji reabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuisisioner yang disusun benar-benar merupakan hasil yang baik, reabilitas atau keandalan. Suatu alat ukur dikatakan reabilitas atau dapat dipercaya apabila alat ukur yang digunakan stabil, dapat diandalkan, dan dapat digunakan dalam peramalam. Artinya data yang dikatakan reabilitas adalah alat ukur yang digunakan bisa memberikan hasil yang sama walaupun digunakan berkali-kali oleh peneliti yang berbeda (Ghozali, 2018) dalam (Safrianti 2020).

Ada dua cara pengukuran reabilitas yaitu: (a). *Reaped measure* atau pengukuran ulang, seseorang disodori pertanyaan yang sama di waktu yang berbeda. (b). *One shot* atau pengukuran hanya dilakukan satu kali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

3.9 Analisis Data

3.9.1 Uji Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif mempunyai tujuan untuk mengetahui gambaran umum dari semua variabel yang digunakan dalam suatu penelitian. Analisis statistik deskriptif merupakan statistik yang menskriptifkan suatu data yang dilihat dari rata-rata, standar deviasi, *variance*, nilai maksimum dan nilai minimum (Safrianti 2020).

3.9.2. Analisis Regresi Linear Berganda

Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan program komputer SPSS 22 dengan menggunakan metode regresi linear berganda. Regresi linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen (Safrianti 2020). Bentuk-bentuk model regresi linear sederhana yang menunjukkan hubungan antara dua variabel, yaitu variabel X sebagai variabel independen dan variabel Y sebagai variabel dependen:

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

Keterangan:

Y: Pendapatan UMKM

α : Konstanta

β_{123} : Koefisiensi Regresi

X_1 : Transaksi *Online (E-commerce)*

X_2 : Modal

X_3 : Lama Usaha

Untuk mendeskripsikan bagaimana pengaruh transaksi *online(e-commerce)*, modal, dan lama usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo.

a. Uji Signifikansi Variable (Uji statistic t)

Menurut (Chandrarin, 2017), Uji T merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah variable-variable independen signifikan terhadap variable dependen yang dipormulasikan dalam model. Uji ini dilakukan untuk membuktikan pengaruh variable terikat secara parsial (Individu). Dengan kata lain pengujian ini dilakukan untuk melihat keberartian dari masing-masing variable secara terpisah (parsial) terhadap variable tidak bebas (Safrianti 2020). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, dengan ketentuan pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, $\alpha = 0,01$, maka hipotesis diterima, berarti variable independen mempunyai pengaruh terhadap variable dependen
- b) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, $\alpha = 0.01$, maka pengaruh hipotesis ditolak, berarti variable independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variable dependen.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali, 2018) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur variable seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable

dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variable-variable independen dalam menjelaskan independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variable dependen.

variasi variable dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu variable berarti kemampuan variable-variable independen dalam menjelaskan variasi variable dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu variable berarti independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variable dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi penelitian

Kota Palopo adalah sebuah kota yang terletak di Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Kota Palopo, dahulu bernama Kota Administratif (Kotip), merupakan pusat pemerintah Kabupaten Luwu yang dibentuk berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 42 Tahun 1986. Seiring dengan berjalannya waktu, dengan reformasi merebak dan dicanangkan UU No. 22 Tahun 1999 dan PP 129 Tahun 2000, membuka pintu bagi kota-kota administrative diseluruh Indonesia yang telah memenuhi sejumlah persyaratan untuk dapat menaikkan statusnya sebagai daerah otonom (Arman 2020).

Pada awal terbentuknya daerah otonom, Kota Palopo hanya memiliki 4 wilayah kecamatan yang meliputi 19 kelurahan dan 9 Desa. Namun seiring dengan momentum Kota Palopo di segala bidang untuk mendekatkan pelayanan pemerintah kepada masyarakat, pada tahun 2006 Kecamatan Kota Palopo kembali dimekarkan menjadi 9 Kecamatan dan 48 Kelurahan.

Berdasarkan UU No. 11 Tahun 2002 tanggal 10 April 2002. Kota Palopo secara geografis terletak dari 2°53' 15" - 3°04'08" Lintang selatan dan 120°03'10" - 120°14'34" Bujur Timur. Kota Palopo adalah sebuah daerah otonomi kedua terakhir dari empat daerah otonom Tanah Luwu, di mana sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Walenrang, Kabupaten Luwu, di sebelah

Timur dengan Teluk Bone, di sebelah selatan berbatasan dengan kecamatan Bua Kabupaten Luwu sedangkan di sebelah barat dengan kecamatan Tondon Nanggala Kabupaten Tanah Toraja.(Arman 2020)

Kota palopo secara spesifik dipengaruhi oleh iklim tropis basah, dengan keadaan curah hujan yang bervariasi antara 500-1000 mm/tahun. Suhu udara berkisar antara 25,5°c sampai dengan 29,7°c, dan berkurang 0,6°c sampai kenaikan dengan 85% tergantung lamanya penyinaran matahari antara 5,2 sampai 8,5 jam/hari. Kondisi permukaan daerah perkotaan cenderung datar dan lurus, sepanjang jalan Trans-Sulawesi sedikit menyebar pada arah jalan kolektor dan jalan lingkungan di wilayah perkotaan, sedangkan kawasan yang menjadi pusat aktivitas dan cukup padat adalah sekitar pasar (pusat perdagangan dan jasa), sekitar perkantoran, dan sepanjang wilayah pesisir pantai, yang merupakan kawasan pemukiman kumuh yang basah dengan kondisi tanah yang tergenang air dan pasang surut air laut. Pada umumnya kondisi geografis Kota Palopo ini terdiri dari 3 variasi yaitu dataran rendah sepanjang pantai, wilayah perbukitan bergelombang, dan datar di bagian tengah (Arman 2020).

Pertumbuhan ekonomi Kota Palopo yang semakin meningkat menandakan bahwa Kota Palopo telah mengalami kemajuan. Hal ini didukung dengan banyaknya unit usaha baik dalam skala mikro, kecil dan menengah. Pertumbuhan UMKM di Kota Palopo telah berkembang pesat dari tahun ke tahun. Kota palopo yang terbagi menjadi 9 kecamatan dan 48 kelurahan ini memiliki 6.780 UMKM. Jumlah I I terus meningkat dari tahun 2015 yang tercatat hanya memiliki 4.395 UMKM.

Dilihat dari jumlah UMKM tiap tahun meningkat sejak 5 tahun terakhir, tahun 2015 tercatat jumlah UMKM sebanyak 4.935 unit dengan peningkatan sebesar 6,5% dari jumlah UMKM 4.632 pada tahun sebelumnya. Tahun 2016 tercatat sebanyak 6.371 unit UMKM dengan peningkatan sebesar 29%. Tahun 2017 jumlah UMKM yang tercatat sebanyak 6.520 unit dengan peningkatan sebesar 2,3% dan pada tahun 2018 jumlah UMKM yang tercatat dalam dinas koperindag Kota Palopo sebanyak 6.780 unit dengan peningkatan sebesar 4%, sehingga dapat diketahui jumlah peningkatan rata-rata UMKM di Kota Palopo sebesar 10,5%. Hal ini ditandai dengan adanya peningkatan jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang ada di Kota Palopo. Jumlah UMKM tersebut tentunya akan mengalami peningkatan dari tahun ketahun.

4.2 Hasil Penelitian

Proses pengumpulan data dimulai dari surat izin penelitian yang diterbitkan oleh LPPM Universitas Muhammadiyah Kota Palopo kemudian ditujukan kepada Dinas Perizinan dan Penanaman Modal kemudian menerbitkan surat izin penelitian Selma 2 bulan terhitung mulai 7 Juni 2022 s/d 7 september 2022, kemudian peneliti menyiapkan kuesioner online dan menyebarkan ke 98 pelaku UMKM yang ada di Kota Palopo, penyebaran kuesioner di lakukan kurang lebih selama 1 bulan.

Proses pengolahan data dilakukan kurang lebih 1 bulan disebabkan oleh beberapa UMKM yang belum mengisi kuesioner yang telah diberikan, sehingga proses pengimputan data menjadi terhambat. Penelitian ini dilakukan untuk menguji penaruh transaksi online terhadap peningkatan UMKM di Kota palopo.

Sebelum menganalisis tanggapan responden terhadap pernyataan atau pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner. Karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu pelaku UMKM yang berada di Kota Palopo meliputi nama, Nama usaha, usia, lama usaha, penghasilan yang di peroleh selama menjalankan usahanya.

4.2.1 Data Sampel UMKM Kota Palopo

Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM yang terdapat di Kota Palopo yaitu sebanyak 6.780 UMKM. Sampel dalam penelitian ini dipilih menggunakan rumus slovin :

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

Sehingga memperoleh hasil sebagai berikut:

$$n = \frac{6.780}{1 + 6.780(0,01)^2}$$

$$n = \frac{6.780}{1 + 67,8}$$

$$n = \frac{6.780}{68,8}$$

$$n = 98$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel.

N : Jumlah Populasi

e : Batas Toleransi Kesalahan (*Error Tolerance*)

Tabel 4.1
Data Sampel UMKM

No.	Nama Pemilik Usaha	Jenis Usaha>Nama Usaha
1.	Fera	The Lunar Hijab
2.	Hijrah febriana Utami	Delicious Donuts
3.	Uli Astri	Toko Duwanti
4.	Luther Datu	Warung Ochan
5.	Nurcayanti	Adadisinii.id
6.	Muh. Aqsa	Princess Olshop
7.	Hasbia Novianti	HNshop
8.	Nona	Closiana
9	Cantika	Panda Cell
10	Putri	Rumah Makan
11.	M. Ilham Topadda'	Toko Jaya Bangunan
12.	Wahyu Dwi Candra	Boxer Palopo
13.	Wisnu Saputra	Arion Coffee
14.	Lusiana	Lucinta Shop
15	Tri Puji Lestari Dewi	RM. Aroma Malaja
16	Tenri	Kedai TC
17	Andi Nur Asia Rahim	Toko Campuran
18	Erda Jafar	Foto Art
19.	Jusnaeni	Kedai Gunter
20	Widya Puji Astuti	Sweety kitchen
21	Yesi Wulan Sari	Ywshop.id
22	Makmur	BRI Link Palopo
23	Nilam Pahrisa	Dapur Minho
24	Sulhan., S.E	Sea Shells
25	Astri Ramadani	Souvenir
26	Muh. Jamal Mirdad	Toko Jam Tangan Palopo

27	Ragil Andean	Somai
28	Firman	Toko Jinan Herbal
29	Wiwie Lolitta	Dissert_ta
30	Irysnti Ismail	Arbain
31	Hardiati	MS Glow
32	Salsabila	Toko Serbaguna
33	Muslimah Utami	Puding ku
34	Hasma Hattab	Toko Barang Campuran
35	Rudi	Raday Cell
36	Nila Aqila	Kois Nila Cell
37	Herika Hamka	Olshop
38	Ririn aprilia	Ri2Nolshop
39	Sahira	Olshop
40	Andri	RC Barber
41	Nurma Ningsih	BUMI
42	Dian	Qirah Cake
43	Ratna Wati	Kerupuk Amplang
44	Ipa Afriati Malacoppo	Usaha JU Online
45	Rukni., S.Pi	Pengolahan Hasil Perikanan
46	Hamdani	Istana Wanita
47	Anis	Gong Ki Tae Store
48	Ratna	Ratna Olshop
49	Rosita A.T	Warung Bakso Kita
50	Rina Putri	Rumah Benang Macrame
51	Ida	Toko Campuran Gunter
52	KiKI	Toko Kiki
53	Ridwan Fatha	Warkop Kampis
54	Sidiq Arifin	Pakaian online
55	Zakya azzahra	Warung zaza
56	A Faidhul Haq	Faidhul Cell

57	Sumiati Tahir SE	Toko Noval
58	Imelda Zainuddin	Nouva Shop
59	Rahma	Toko Faiz
60	Mulatang	Toko Afnan Cell
61	Afrilia Mimo Paliling	Syifakilashop
62	Ismail., S.Pi	Depot Dzakwan air Qu
63	sapriati	Husada
64	Sultan	Jual beli ikan
65	Darmawati H.L	Poklahsal cakalang
66	Dian Rahayu	Warkop Tower
67	Besse anti	Depot Akram
68	Irawati	Runtono
69	Edhi Bro	Online shop
70	Andi burhan	Kios Bintang
71	Hasnawiya	Jaya Abadi
72	Adriana Yasir	Kios Umi
73	Khairul	Pembududaya
74	Adhy	Toko Barang Campran
75	Rita K	Toko Barang campuran
76	Syarifuddin Kaseng	Rental Mobil
77	Atiek	Guntel Cell
78	Della amelia	Trift shop
79	Felicia	Trift Store
80	Yanto	Yantidisini
81	Arimbi Azahrah	Arimbi shop
82	Nur Aisyah	Icha Shop
83	Ashri Amalia Fasya	Amalia Editing
84	Imam	Jasa Design
85	Aqra	Oyshop.id
86	Tami	Thasashop.id

87	Andi indah	Warung Makan Indah
88	Uqi Leoni Putri S.Farm	Unnie.id
89	Muh. Syaruh	Cious Tea
90	Arya	Sejawat Kopi
91	Nur Aidil	Davinci Coffe
92	Muh. Ramli	Closest store
93	Muh. Rizal Sihab	Caffee Shop
94	Mira	Mira Olshop
95	Kusuma Dewi	Dewi Cell
96	Devi Tasya Wulandari	MUA Palopo
97	Merry	GGrosir baju
98	Nikeisha Farah Afah	Mlxkystuff

4.3 Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan di Kota Palopo, dimulai pada bulan Juni 2022 dengan objek penelitian yaitu UMKM yang berada di Kota Palopo dengan mengambil sampel sebanyak 98 UMKM. Dari 98 kuesioner (100%) yang disebar, 98 (100%) diterima Kembali. Dari kuesioner yang diterima kembali, data yang diperoleh nantinya kemudian akan diolah untuk menguji hipotesis. Untuk mendapatkan gambaran umum mengenai pelaku UMKM di Kota Palopo yang menjadi responden dalam penelitian, berikut dikelompokan responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pendapatan perbulan, dan lama usaha dijalankan.

4.3.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Dengan melihat usia responden. Maka peneliti dapat mengetahui jumlah responden dengan usia terbanyak. Adapun jumlah data mengenai usia responden sebagai berikut.

4.3 Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan di Kota Palopo, dimulai pada bulan Juni 2022 dengan objek penelitian yaitu UMKM yang berada di Kota Palopo dengan mengambil sampel sebanyak 98 UMKM. Dari 98 kuesioner (100%) yang disebar, 98 (100%) diterima Kembali. Dari kuesioner yang diterima kembali, data yang diperoleh nantinya kemudian akan diolah untuk menguji hipotesis. Untuk mendapatkan gambaran umum mengenai pelaku UMKM di Kota Palopo yang menjadi responden dalam penelitian, berikut dikelompokan responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pendapatan perbulan, dan lama usaha dijalankan.

4.3.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Dengan melihat usia responden. Maka peneliti dapat mengetahui jumlah responden dengan usia terbanyak. Adapun jumlah data mengenai usia responden sebagai berikut.

Tabel 4.2

Profil Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1.	15-20	11	11
2.	21-30	49	51
3.	31-40	14	14
4.	41-50	12	12
5.	Diatas 50	12	12
	Total	98	100

Sumber: Data Yang Diolah

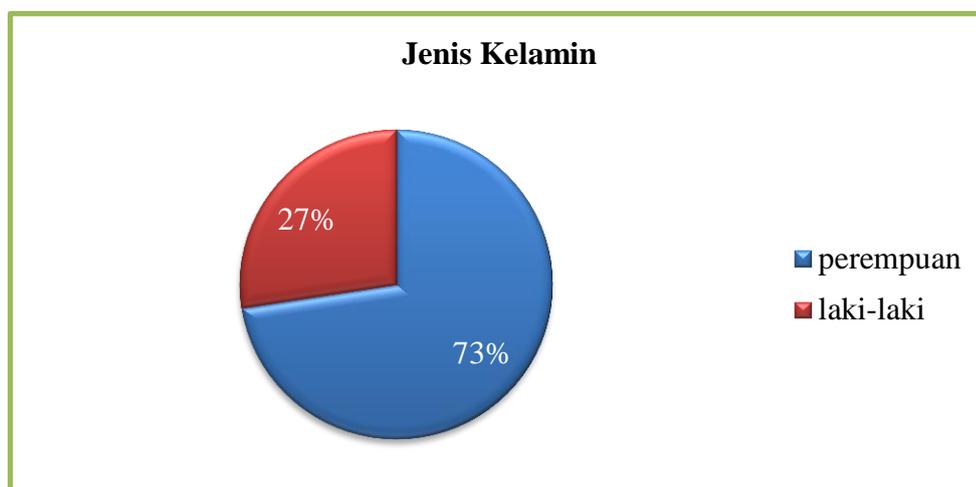
Dari table 4.2 dapat dilihat jumlah responden berusia 15-20 tahun sebanyak 11 orang dengan presentase 11%, berusia 21-30 tahun sebanyak 49 orang dengan presentase 51%, berusia 31-40 tahun sebanyak 14%, berusia 41-50 tahun sebanyak 12 orang dengan presentase 12%, dan yang berusia di atas 50 tahun sebanyak 12 orang dengan presentase 12%. Dengan semikian dapat diketahui jumlah responden usia terbanyak adalah antara usia 21-30 tahun sebanyak 49 orang dengan presentase 51%.

4.3.2 Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Dengan melihat jenis kelamin responden, maka penelitian dapat mengetahui jumlah responden dengan jenis kelamin terbanyak. Adapun klasifikasi responden menurut jenis kelamin sebagai berikut:

Diagram 4.3

Profil Responden Menurut Jenis Kelamin



Sumber: Data Yang Di olah

Berdasarkan table 4.3 di atas dapat dilihat bahwa perempuan mendominasi menjadi pelaku UMKM di Kota Palopo, terdapat 73% responden perempuan dan 27% responden laki-laki.

4.3.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Dengan melihat pendapatan perbulan responden, maka peneliti dapat mengetahui jumlah responden dengan pendapatan tertinggi. Adapun klasifikasi responden menurut pendapatan perbulan sebagai berikut:

Diagram 4.4

Profil Responden Menurut Pendapatan Per Bulan



Sumber data diolah

Berdasarkan Table 4.4 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang mempunyai pendapatan di bawah Rp. 5 Juta sebanyak 75,8%, pendapatan antara Rp. 5 Juta – Rp. 10 Juta sebanyak 19,2%, pendapatan antara Rp. 10 Juta – Rp. 20 Juta sebanyak 1% dan pendapatan di atas Rp. 20 Juta sebanyak 4%. Dapat di

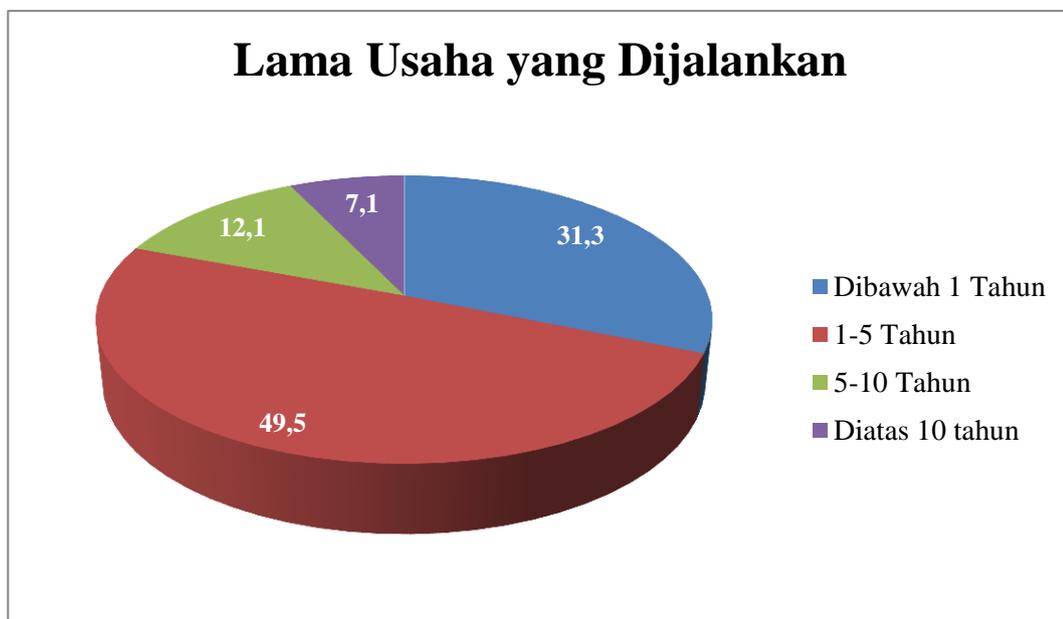
simpulkan bahwa mayoritas pelaku UMKM di Kota Palopo memperoleh pendapatan perbulan di bawah Rp. 5 Juta.

4.3.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Usaha Yang Dijalankan

Dengan melihat lama usaha yang dijalankan oleh responden, maka peneliti dapat mengetahui jumlah responden dengan masa terlama menjalankan usahanya. Adapun klaifikasi responden berdasarkan lama usaha yang dijalankan sebagai berikut:

Diagram 4.5

Profil Responden Munurut Lama Usaha yang Dijalankan



Sumber Data diolah

Dari Tabel 4.5 menunjukkan jumlah responden dengan lama usaha dibawah 1 tahun dengan presentase 31,3% , antara 1-5 Tahun dengan presentase 49,5%, antara 5-10 Tahun dengan presentase 12,1% dan diatas 10 tahun dengan presentase 7,1%.

4.4 Uji Kualitas Data

4.4.1 Hasil Uji Validitas

Validitas adalah kemampuan dari kuesioner untuk mengukur secara actual apa yang seharusnya diukur dan tidak ada kesalahan dalam penarikan kesimpulan data. Pengujian ini dilakukan guna mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner pengukuran. Dimana kuesioner dinyatakan valid apabila dapat mengukur apa yang semestinya diukur atau mampu mengukur apa yang ingin dicari secara tepat (Safrianti 2020).

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan dua sisi dengan nilai signifikansi 0,01 dengan jumlah responden 98 yaitu dengan nilai r table dalam penelitian ini 0,259. Pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini dikatakan valid jika r hitung $>$ r table.

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variable	Butir Pertanyaan	R Table	Nilai Korelasi (Person Correlation)	Keterangan
Transaksi Online (X1)	X1.1	0,259	0,810	Valid
	X1.2	0,259	0,846	Valid
	X1.3	0,259	0,802	Valid
	X1.4	0,259	0,789	Valid

	X1.5	0,259	0,824	Valid
Modal (X2)	X2.1	0,259	0,606	Valid
	X2.2	0,259	0,667	Valid
	X2.3	0,259	0,598	Valid
	X2.4	0,259	0,598	Valid
	X2.4	0,259	0,610	Valid
	X2.5	0,259	0,677	Valid
Lama Usaha (X3)	X3.1	0,259	0,815	Valid
	X3.2	0,259	0,800	Valid
	X3.3	0,259	0,854	Valid
	X3.4	0,259	0,841	Valid
	X3.5	0,259	0,860	Valid
	X3.6	0,259	0,801	Valid
Peningkatan Pendapatan UMKM (Y)	Y1	0,259	0,640	Valid
	Y2	0,259	0,654	Valid
	Y3	0,259	0,655	Valid
	Y4	0,259	0,716	Valid
	Y5	0,259	0,736	Valid
	Y6	0,259	0,721	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Statistik Validitas SPSS Versi 22 (2022)

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dibuat untuk menentukan konsistensi data agar dapat diandalkan untuk jangka waktu tertentu. Jika responden atas item pernyataan stabil dan memiliki nilai *alfa cronbach* lebih besar dari 0,70, maka item pernyataan dapat diandalkan dan hasilnya di setujui.

Tabel 4.7
Hasil Reliabilitas Intrumen Penelitian

No.	Variable	Cronbach Alpa	>/<	Standar Cronbach Alpa	Hasil
1.	Transaksi Online (X1)	0,810	>	0,70	Reliable
2.	Modal (X2)	0,747	>	0,70	Reliable
3.	Lama Usaha (X4)	0,804	>	0,70	Reliable
4.	Pendapatan UMKM (Y)	0,771	>	0,70	Reliable

Sumber: Hasil pengolahan data reliabilitas SPSS versi 22 (2022)

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam table 4.7 dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbac's alpha* pada variable Transaksi *Online* (X1), Modal (X2), Lama Usaha (X3), dan Pendapatan (Y) bilainya lebih dari 0,70. Dengan demikian maka semua butir pernyataan dalam variable penelitian dinyatakan reliable.

4.4.3 Statistik Deskriptif

Satistik Deskriptif adalah metode statistic yang digunakan untuk menemukan gambaran umum dari semua variable yang digunakan dalam suatu penelitian.

Uji statistic deskriptif pada penelitian ini diuji menggunakan SPSS versi 22, yang menampilkan jumlah data (N), nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rat (mean) dan standar deviation yang dapt dilihat pada table 9.8.

Tabel 4.8
Ringkasan Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Transaksi Online	98	5	25	18,70	4,746
Modal	98	10	25	19,39	2,955
Lama Usaha	98	9	30	25,95	4,236
Pendapatan umkm	98	12	30	23,35	3,891
Valid N (listwise)	98				

Sumber: Olah data SPSS Versi 22

Table 4.9 Menunjukkan bahwa variable transaksi online memiliki nilai Minimum 5, nilai maksimum 25, nilai mean 18,70 dan nilai standar deviation 4,746. Modal memiliki nilai minimum 10, nilai maksimum 25, nilai mean 19,39, dan nilai standar deviation 2,955. lama usaha memiliki nilai minimum 9, nilai maksimum 30, nilai mean 25,95 dan nilai standar deviation 4,236. Pendapatan UMKM memiliki nilai minimum 12, nilai maksimum 30, nilai mean 23,35, dan nilai standar deviation 3,891.

4.4.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan SPSS versi 22 dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh atara lebih dari satu variable independen terhadap variable dependen (Safrianti 2020).

Tabel 4.9
Hasil Uji Analisis Reregresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,072	1,913		1,606	,112
Transaksi online	,095	,068	,116	1,397	,166
modal	,548	,119	,416	4,586	,000
lama usaha	,304	,085	,331	3,564	,001

a. Dependent Variable: peningkatan pendapatan umkm

Berdasarkan Table 4.10 pada kolom *Unstandardized Coefficients* tertera nilai (B) *Constant* sebesar 3,072, koefisien *Transaksi Online* sebesar 0,095, *Modal* sebesar 0,548, dan *Lama Usaha* sebesar 0,304.

Dengan demikian dapat di tulis persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 3,072 + 0,095X_1 + 0,548X_2 + 0,304X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Pendapatan UMKM

X₁ : Transaksi Online

X₂ : Modal

X₃ : Lama Usaha

e : Error

Persamaan tersebut mempunyai arti sebagai berikut:

Koefisien Konstanta sebesar 3,072 menyatakan bahwa jika *Transaksi Online* (X₁), *Modal* (X₂), *Lama Usaha* (X₃) bernilai 0, maka pendapatan UMKM di Kota Palopo sebesar 3,072.

- 1) Koefisien regresi pada variable Transaksi Online (X1) bernilai 0,095 artinya jika variable Transaksi Online ditingkatkan 1 satuan sedangkan variable lain tetap, maka akan menyebabkan peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo 0,095 satu satuan
- 2) Koefisien regresi untuk variable Modal sebesar 0,548 artinya jika variable modal ditingkatkan 1 satuan sedangkan variable lain tetap, maka akan menyebabkan peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo 0,548 satu satuan
- 3) Koefisien regresi untuk variable Lama Usaha sebesar 0,304, artinya jika variable Lama Usaha ditingkatkan sebesar 1 satuan sedangkan variable lain tetap, maka akan menyebabkan peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo 0,304 satu satuan

4.4.5 Uji Parsial (Uji T)

Uji signifikan parsial (Uji T) ini dilakukan untuk membuktikan pengaruh variable terikat secara parsial (individu), atau dengan kata lain pengujian ini dilakukan untuk melihat keberartian dari setiap variable secara terpisah (parsial) terhadap variable tidak bebas. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai T hitung dengan tingkat kesalahan (α) sebesar 10%, dengan ketentuan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Apabila $T_{Hitung} < T_{Tabel}$, $\alpha = 0,01$, maka Hipotesis diterima, berarti variable independen mempunyai pengaruh terhadap variable dependen
- 2) Apabila $T_{Hitung} > T_{Tabel}$, $\alpha = 0,01$, maka Hipotesis ditolak, berarti variable independen tidak mempunyai pengaruh terhadap variable dependen.

Tabel 4.10
Hasil Uji Parsial (Uji T)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,072	1,913		1,606	,112
Transaksi online modal lama usaha	,095	,068	,116	1,397	,166
	,548	,119	,416	4,586	,000
	,304	,085	,331	3,564	,001

a. Dependent Variable: peningkatan pendapatan umkm

Berdasarkan data yang terdapat dalam Table 4.11 diperoleh suatu kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Variable Transaksi *Online* (X1) memiliki nilai koefisien positif 0,095, nilai $T_{Hitung} 1,397 < T_{Tabel} 2,366$ dan nilai signifikansi $0,166 > 0,01$ jadi variable Transaksi *Online* tidak berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo. Sehingga hipotesis yang menyatakan diduga Transaksi *Online* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo ditolak kebenarannya.
- 2) Variable Modal (X2) memiliki nilai koefisien positif 0,548, nilai $T_{Hitung} 4,586 > T_{Tabel} 2,366$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,01$, jadi variable Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo, sehingga hipotesis yang menyatakan diduga Modal berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo dapat diterima kebenarannya.

3) Variable Lama Usaha (X3) memiliki nilai koefisien positif 0,304, nilai T_{Hitung} 3,564 > T_{Tabel} 2,366 dan signifikansi $0,001 < 0,01$, jadi variable Lama Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo, sehingga hipotesis yang menyatakan diduga Lama Usaha berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota palopo diterima kebenarannya.

4.4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) ialah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variable-variable independen dalam menjelaskan variasi variable dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variable-variable independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variable dependen. Secara umum koefisien determinan untuk data silang (*Crossection*) relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut waktu (*time series*) juga biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Safrianti 2020).

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,744 ^a	,553	,539	2,642	1,870

- a. Predictors: (Constant), lama usaha, Transaksi online, modal
- b. Dependent Variable: peningkatan pendapatan umkm

Berdasarkan hasil yang dapat dilihat pada table 4.12 menunjukkan bahwa variable pendapatan sebesar 0,539 atau 53,9%. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan UMKM dipengaruhi oleh variable Transaksi *Online*, Modal dan Lama Usaha sebesar 53,9%, sedangkan sisanya 46,1% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data maka dapat diuraikan pembahasan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Untuk pengujian hipotesis pertama, diduga variable Transaksi *Online* (*E-Commerce*) berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo. Dari perhitungan uji hipotesis (Uji t) dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai $Sig = 0,166 > 0,01$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Transaksi *Online* (X1) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo, dengan demikian hipotesis pertama ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya eksistensi *e-commerce* di Kota Palopo. Para pelaku Usaha Menengah Kecil Mikro yang menggunakan transaksi *online* tidak serta merta akan meningkatkan pendapatan demikian pula sebaliknya pelaku UMKM yang tidak menggunakan transaksi *online* tidak serta merta akan menurunkan pendapatan pengusaha UMKM tersebut.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tesa Nurul Safrianti (2020) yang berjudul Pengaruh Transaksi Online, Modal dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kabupaten Tegal yang menyatakan bahwa Transaksi Online tidak berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan UMKM.

2. Untuk pengujian hipotesis kedua, diduga Modal berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo. Dari perhitungan Uji Hipotesis (Uji T) dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil $Sig = 0,000 < 0,01$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Modal berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo, dengan demikian hipotesis kedua diterima.

Dari hasil analisis pelaku UMKM perlu memperlihatkan modal dalam melakukan usaha. Jika pengusaha meningkatkan modal usaha, maka pendapatan pengusaha akan semakin meningkat demikian pula sebaliknya, jika pengusaha mengurangi modal usahanya maka pendapatan yang akan diperoleh berkurang. Hal ini perlu diperhatikan agar tetap bertahan dalam kondisi persaingan yang semakin meningkat setiap tahunnya.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Issabella Pratiwi Saragih dan Drs. Syahrir Hakim Nasution, M.Si yang berjudul Analisis Pengaruh Modal Sendiri dan Modal Pinjaman Kredit Usaha Rakyat (KUT) terhadap Pendapatan Pengusaha UMKM kabupaten Toba Samosir (Studi Kasus: PT. Bank Sumut Cabang Balige) yang

menyatakan bahwa modal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM.

3. Untuk pengujian hipotesis ketiga, diduga Lama Usaha berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo. Dari hasil perhitungan Uji Hipotesis (Uji T) dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai $Sig = 0,001 < 0,01$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Lama Usaha berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM, dengan demikian hipotesis ketiga diterima.

Dari hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin lama suatu usaha dijalankan oleh pelaku UMKM maka pelaku UMKM memiliki pengalaman dan pengetahuan usaha yang lebih banyak dibandingkan dengan pelaku UMKM yang memiliki umur usaha yang masih muda.

Hali ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hendy Riadmojo (2020) yang berjudul Pengaruh Lama Usaha dan Modal Usaha Terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Di Kecamatan Serengan Surakarta yang menyatakan bahwa Lama Usaha berpengaruh positif.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh transaksi *online (e-commerce)*, modal, dan lama usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM di kota palopo. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Transaksi *Online (E-commerce)* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo, dikarenakan kurangnya eksistensi dari *E-Commerce* atau penggunaan teknologi di kalangan pelaku UMKM di Kota Palopo dalam memasarkan produk.
2. Modal berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Palopo, dikarenakan jika para pelaku UMKm meningkatkan Modal usahanya dan melakukan peningkatan kuantitas usahanya maka pendapatan yang akan diperoleh meningkat atau naik.
3. Lama Usaha berpengaruh positif signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan UMK di kota Palopo, dikarenakan semakin lama usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM maka pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh oleh para pelaku UMKM tersebut lebih banyak dan hal tersebut dapat menambah pendapatan karena para pelaku UMKM telah mengetahui dan mendalami minat konsumen dipasaran.
4. Hasil koefisien determinasi menunjukkan Transaksi *Online(e-commerce)*, Modal da Lama Usaha berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan

UMKM di Kota palopo sebesar 53,9% sedangkan sisanya sebesar 46,1% dipengaruhi oleh factor lain di luar penelitian ini.

5.2 Saran

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

1. Bagi pemerintah Kota Palopo perlu adanya perhatian serius terhadap peningkatan pengembangan pada UMKM yang ada di Kota Palopo, terutama perhatian-perhatian mengenai penunaan teknologi bari para pelaku UMKM agar mampu menamba pengetahuan tentang pentingnya memasarkan produknya secara *online* untuk memperluas jangkauan pasar di era globalisasi saat ini.
2. Bagi Akademisi hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah literature mengenai pengaruh Transaksi *Online(E-Commerce)*, Modal dan Lama Usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo
3. Bagi Publik atau masyarakat hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan masyarakat dalam memulai ataupun menjalankan usahanya.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan agar lebih dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variable lain, jumlah sample, dan meneliti studi kasus sector lain sehinga cakupan dari penelitian ini menjadi lebih luas

DAFTAR RUJUKAN

- Amelia Riza, Eka Rosdiana. 2020. "Pengaruh Modal Sendiri Dan Modal Pinjaman Terhadap Profitabilitass Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah." *Skripsi*: 94.
- Arisandi, Yuswan Tio. 2014. "Efektivitas Penerapan E-Commerce Dalam PerkembanganUsaha Kecil Menengah Di Sentra Industri Sandal Dan Sepatu Wedoro Kabupaten Sidoarjo." *Administrasi Negara*: 1–8.
- Arman. 2020. "03 SKRIPSI PENGARUH STRATEGI PEMASARAN ONLINE TERHADAP." *Sripsi*.
- Hanny, Rissa, Arman Syah, and Dina Novita. 2020. "Analisis Penggunaan E-Commerce Terhadap Peningkatanpendapatan Umkm Kuliner Kecamatan Sawangan - Depok." *Excellent* 7(1): 56–68.
- HELMALIA, HELMALIA, and AFRINAWATI AFRINAWATI. 2018. "Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang." *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)* 3(2): 237.
- Herispon, Herispon, Sekolah Tinggi, and Ilmu Ekonomi. 2021. "Kontribusi Dan Eksistensi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia." (October): 43–56.
- Lesmono, Ibnu Dwi. 2015. "Pengaruh Penggunaan E-Commerce Bagi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model." *Evolusi* 3(1): 49–60.
- Marfuah, Siti Turyani, and Sri Hartiyah. 2019. "Pengaruh Modal Sendiri, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Teknologi, Lama Usaha, Dan Lokasi Usaha Terhadap

- Pendapatan Usaha.” *Journal of Economic, Business and Engineering* 1(1): 183–95.
- Nainggolan, Romauli. 2016. “Gender, Tingkat Pendidikan Dan Lama Usaha Sebagai Determinan Penghasilan Umkm Kota Surabaya.” *Kinerja* 20(1): 1.
- Nasri, Al Fadilla Darma. 2020. “Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah.” : 24. [http://repository.iainbengkulu.ac.id/4704/1/SKRIPSI al- fadlilah pdf .pdf](http://repository.iainbengkulu.ac.id/4704/1/SKRIPSI%20al-fadlilah%20pdf.pdf).
- Nurlinda, and Vidya Fathimah. 2019. “Determinan Adopsi E-Commerce Dan Dampaknya Pada Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).” *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* 7(3): 445–64.
- Polandos, Prisilia Monika et al. 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(04): 36–47.
- Riadmojo, Hendy. 2020. “PENGARUH LAMA USAHA DAN MODAL USAHA TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN UMKM DI KECAMATAN SERENGAN SURAKARTA.” *Skripsi*.
- Sa’ad, Walia Nabila. 2017. “Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandarlampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Sentra Industri Keripik Pisang Di Kota Bandarlampung).” *Skripsi*: 1–97.
- Safrianti, Tesa Nurul. 2020. “PENGARUH TRANSAKSI ONLINE (E-COMMERCE), MODAL, DAN LAMA USAHA TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM DI KABUPATEN TEGAL.” *Skripsi*.
- Sarfiah, Sudati, Hanung Atmaja, and Dian Verawati. 2019. “UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa.” *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)* 4(2): 1–189.