

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN UMKM
FASHION BATIK DI KOTA SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas dan Syarat-syarat Memperoleh Derajat
Sarjana Ekonomi Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
Surakarta

Disusun Oleh :
Adha Febri Astuti
20210072

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2024**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN UMKM
FASHION BATIK DI KOTA SURAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas dan Syarat-syarat Memperoleh Derajat
Sarjana Ekonomi Progam Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
Surakarta**

**Disusun Oleh :
Adha Febri Astuti
20210072**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2024**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Adha Febri Astuti
NIM : 20210072
Program Studi : S1 Akuntansi
Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan
UMKM *Fashion* Batik Di Kota Surakarta
Disetujui dan disahkan :
Hari : Selasa
Tanggal : 23 Juli 2024

Pembimbing



Era Trianita Saputra, S.E., M.Si., M.B.A

NIDN. 0623029402

Mengetahui,

Wakil Ketua 1



Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.

NIDN. 0606118902

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Adha Febri Astuti
NIM : 20210072
Program Studi : S1 Akuntansi
Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM *Fashion*
Batik Di Kota Surakarta

Skrripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu
Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana
Akuntansi

Hari : Rabu
Tanggal : 7 Agustus 2024
Tim Penguji

Tanda tangan

Ketua : Era Trianita Saputra, S.E., M.Si., M.B.A



Anggota : Arif Nugroho Rachman, S.E., M.M., M.Ak.



Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta



Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.

NIDN : 0625127401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adha Febri Astuti
Tempat/Tgl. Lahir : Surakarta, 20 Februari 2002
NIM : 20210072
Program Studi : S1 Akuntansi
Alamat : Mojo RT 3 RW 2, Kecamatan Pasar Kliwon, Kota Surakarta, Jawa Tengah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM *Fashion* Batik Di Kota Surakarta” adalah hasil penelitian atau karya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surakarta, 7 Agustus 2024


METRAL TEMPEL
CALX269462033
(Adha Febri Astuti)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Dan Kami pasti akan menguji kamu dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa, dan buah-buahan. Dan sampaikanlah kabar gembira kepada orang-orang yang sabar”

(QS. Al-Baqarah Ayat 155)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S Al-Insyirah:5-6)

“Sungguh, atas kehendak Allah, semua ini terwujud, tidak ada kekuatan kecuali dengan (pertolongan) Allah.”

(Al-Kahfi Ayat 39)

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal itu baik bagimu dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu buruk bagimu. Allah mengetahui, sedangkan kamu tidak mengetahui.”

(Al-Baqarah Ayat 216)

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT, skripsi ini dipersembahkan dengan sepenuh hati kepada :

1. Ayah, almarhummah ibu, dan saudara-saudara saya yang telah memberikan dukungan, bantuan hingga doa sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Semoga ibu saya melihat dan bangga dengan diri saya dan pencapaian saya.
2. Orang-orang terdekat saya, Hartomy Juniar, Virgi Avisha, Akbar Tri Ansori, Aldira Putri dan Nabilla Prastiwi yang telah menemani dan mendukung saya selama bertahun tahun hingga detik ini dengan penuh cinta dan kesabaran walaupun saya banyak kurangnya, sekali lagi saya berterimakasih dengan kepercayaan dan kesetiaan yang telah teman-teman berikan.
3. Diri saya sendiri, saya ucapkan, “terimakasih telah berjuang!” Saya berjanji akan setia menemani, mencintai dan memprioritaskan kebahagiaan diri sendiri. saya akan terus belajar dan bekerja keras dengan menjadi pribadi yang jauh lebih baik.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi manusia. Skripsi ini berjudul “Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pendapatan UMKM *Fashion* Batik di Kota Surakarta” merupakan tugas akhir yang harus diselesaikan untuk memenuhi tugas dan sebagian syarat Program Studi Strata 1 Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Skripsi ini dapat selesai tidak lepas dari berbagai pihak yang telah mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung. Peneliti pada kesempatan kali ini mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Budi Istianto, S.E., M.M., M.H. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Ibu Astuning Saharsini, S.E., M.Acc dan Ibu Era Trianita Saputra, S.E., M.Si., M.B.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu sabar membimbing, memberi arahan dan semangat selama penyusunan skripsi.
3. Seluruh dosen, staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta yang sudah membantu.
4. Pemilik, pengelola dan karyawan UMKM *fashion* Batik di Kota Surakarta yang telah memperkenankan untuk melakukan penelitian.
5. Kedua orang tua dan saudara-saudara penulis yang selalu memberi doa, dukungan dan semangat.
6. Sahabat saya Nesya Ayu, Khafidhotul, Vania Nova, Nova Ferdia yang telah membantu dan memberikan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. teman-teman dan kakak-kakak *online* penulis yang sudah memberikan bantuan, saran dan dukungan.
8. Diri sendiri yang sudah berjuang sampai di titik ini, *proud of me and i love myself*.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak, Semoga laporan skripsi ini bermanfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan.

Surakarta, 23 Juli 2024

Adha Febri Astuti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
HALAMAN JUDUL DALAM	2
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	5
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
A. Rumusan Masalah	13
B. Tujuan Penelitian.....	13
C. Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
A. Teori yang Relevan	16
B. Penelitian Terdahulu.....	39
C. Kerangka Pikir	42
D. Hipotesis Penelitian.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	48

A. Objek penelitian	48
B. Tempat dan Waktu.....	48
C. Jenis dan Metode Penelitian.....	49
D. Sumber Data.....	49
E. Populasi dan Sampel	50
F. Metode Pengumpulan Data	52
G. Definisi Operasional Variabel	54
H. Metode Analisis Data	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	64
B. Identitas Responden	66
C. Analisis Data	72
D. Pembahasan Hasil Penelitian	82
BAB V PENUTUP.....	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah UMKM Sektor Perdagangan di Kota Surakarta Tahun 2023	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3. 1 Skala <i>Likert</i>	54
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	55
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Alamat Usaha.....	67
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	69
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Sumber Modal	69
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Sumber Modal pendapatan per bulan	70
Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja	71
Tabel 4. 8 Responden Berdasarkan <i>E-commerce</i>	72
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas	73
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas Non-Parametrik Kolmogorof-Smirnow	75
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	76
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser	77
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	78
Tabel 4. 15 Hasil Uji Parsial (T)	79
Tabel 4. 16 Hasil Uji f (Uji Simultan).....	81
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Provinsi dengan Jumlah Industri Mikro dan Kecil Terbanyak.....	2
Gambar 1.2 Data Perkembangan UMKM di Provinsi Jawa Tengah.....	3
Gambar 1.3 Data Presentase UMKM di Kota Surakarta	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

lampiran 1. Kuesioner Penelitian	92
lampiran 2. Daftar Sampel Penelitian	99
lampiran 3. Tabulasi Data.....	100
lampiran 4. Hasil Uji Validitas Instrumen Data	106
lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Data	110
lampiran 6. Hasil Uji Normalitas Asumsi Klasik.....	111
lampiran 7. Hasil Uji Multikolinieritas Asumsi Klasik.....	112
lampiran 8. Hasil Uji Gletser Heteroskedastisitas Asumsi Klasik	112
lampiran 9. Analisis Linier Berganda.....	113
lampiran 10. Uji Hipotesis Parsial	115
lampiran 11. Uji Hipotesis Simultan (f).....	115
lampiran 12. Uji Hipotesis Koefisien Determinansi	116
lampiran 13. Dokumentasi	117

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN UMKM *FASHION* BATIK DI KOTA SURAKARTA

Adha Febri Astuti

20210072

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal kerja, jumlah tenaga kerja, tingkat pendidikan dan *e-commerce* terhadap pendapatan UMKM *fashion* batik di Kota Surakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kuantitatif dengan menggunakan data primer kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah para pelaku UMKM sektor perdagangan *fashion* batik di Kota Surakarta. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah menggunakan kuesioner *online* maupun *offline*. Teknik pengolahan data yang memanfaatkan software *SPSS* menggunakan uji instrumen data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal kerja, jumlah tenaga kerja, dan *e-commerce* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM *fashion* batik di Kota Surakarta, sedangkan tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM *fashion* batik di Kota Surakarta.

Kata Kunci : Modal Kerja, Jumlah Tenaga Kerja, Tingkat Pendidikan, *E-commerce* dan Pendapatan UMKM.

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN UMKM FASHION BATIK DI KOTA SURAKARTA

Adha Febri Astuti

20210072

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of working capital, number of employees, education level, and e-commerce on the income of batik fashion MSMEs in Surakarta City. The method used in this research is a quantitative method using primary data from questionnaires. The population in this study consists of batik fashion MSME entrepreneurs in the trade sector in Surakarta City. The sample size in this study is 85 respondents. Data collection techniques used include both online and offline questionnaires. Data processing techniques utilizing SPSS software include data instrument tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The results of this study indicate that working capital, number of employees, and e-commerce have an effect on the income of batik fashion MSMEs in Surakarta City, whereas the education level does not affect the income of batik fashion MSMEs in Surakarta City.

Keywords: Working Capital, Number of Employees, Education Level, E-commerce, MSME Income

BAB I

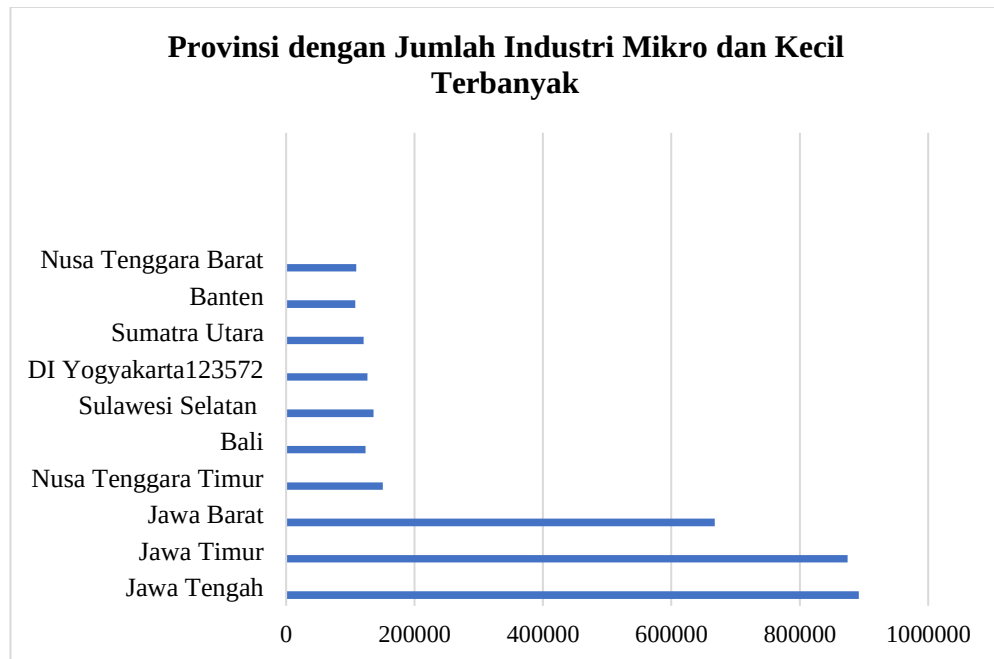
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi Indonesia adalah representasi dari suatu negara berkembang yang dinamis dengan potensi yang besar dengan populasi 270 juta jiwa dan wilayah yang luas. Namun, ketidakseimbangan antara jumlah penduduk yang tinggi dan ketersediaan lapangan pekerjaan menimbulkan tantangan. Dalam upaya untuk mengatasi hal ini masyarakat Indonesia berupaya menciptakan lapangan pekerjaan guna memajukan perekonomian. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi pilihan yang relevan karena dapat memberikan kesempatan kerja serta menghasilkan profit bisnis sehingga UMKM memiliki andil penting dalam kontribusi ekonomi menjadi tulang punggung dalam struktur perekonomian Indonesia.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), data terbaru pada tahun 2022 menunjukkan bahwa jumlah Industri Mikro dan Kecil (IMK) di Indonesia mencapai sekitar 4.340.000 unit usaha. Dari jumlah tersebut, provinsi Jawa Tengah menonjol sebagai provinsi dengan IMK terbanyak mencapai 892.108 usaha, diikuti oleh Jawa Timur dengan 874.497 usaha, dan Jawa Barat dengan 667.795 usaha. Selain itu, di Nusa Tenggara Timur tercatat sebanyak 168.002 usaha dan Bali memiliki 150.466 usaha. Namun, terdapat perbedaan yang cukup mencolok di beberapa wilayah Indonesia. Kalimantan Utara adalah provinsi

dengan jumlah IMK paling sedikit, hanya mencapai 5.354 usaha. Di atasnya ada Papua dan Papua Barat, masing-masing dengan 14.504 dan 6.273 usaha. Data ini menggambarkan bahwa Industri Mikro dan Kecil (IMK) cenderung terpusat di Jawa Tengah, mencapai persentase sekitar 20% dari total IMK nasional.

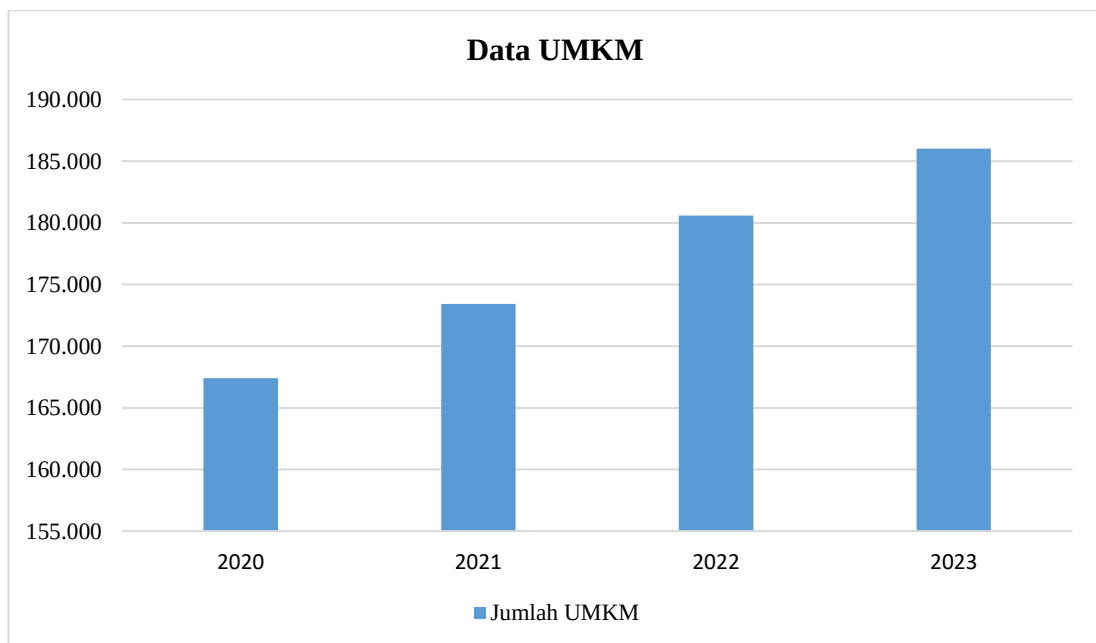


Gambar 1.1 Provinsi dengan Jumlah Industri Mikro dan Kecil Terbanyak

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2023

Peran penting UMKM dalam perekonomian tercermin dari besarnya jumlah keberagaman sektor ekonomi, penyerapan tenaga kerja serta kontribusi signifikan terhadap pendapatan nasional. UMKM merupakan entitas ekonomi yang memainkan peran sentral dalam struktur ekonomi global. Hal ini didasarkan pada data pertumbuhan pelaku UMKM di Jawa Tengah yang menunjukkan banyak unit bisnis yang terus meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2020, jumlah pelaku UMKM mencapai 167.391, menandai awal dari perkembangan yang signifikan. Kemudian, pada tahun 2021, jumlah pelaku UMKM meningkat menjadi 173.431, menggambarkan tren positif dalam

pertumbuhan sektor UMKM. Peningkatan yang berkelanjutan terus terjadi di tahun 2022 dengan jumlah mencapai 180.579, mencerminkan daya tarik yang terus bertambah dalam berwirausaha di tingkat mikro, kecil, dan menengah. Puncak pertumbuhan terjadi pada tahun 2023, dengan jumlah pelaku UMKM mencapai 186.024, menandai keberlanjutan pertumbuhan yang konsisten dalam periode waktu yang signifikan. Fenomena ini memberikan gambaran mengenai kontribusi vital UMKM dalam mendukung perekonomian dan peningkatan lapangan kerja di masa lalu hingga saat ini.



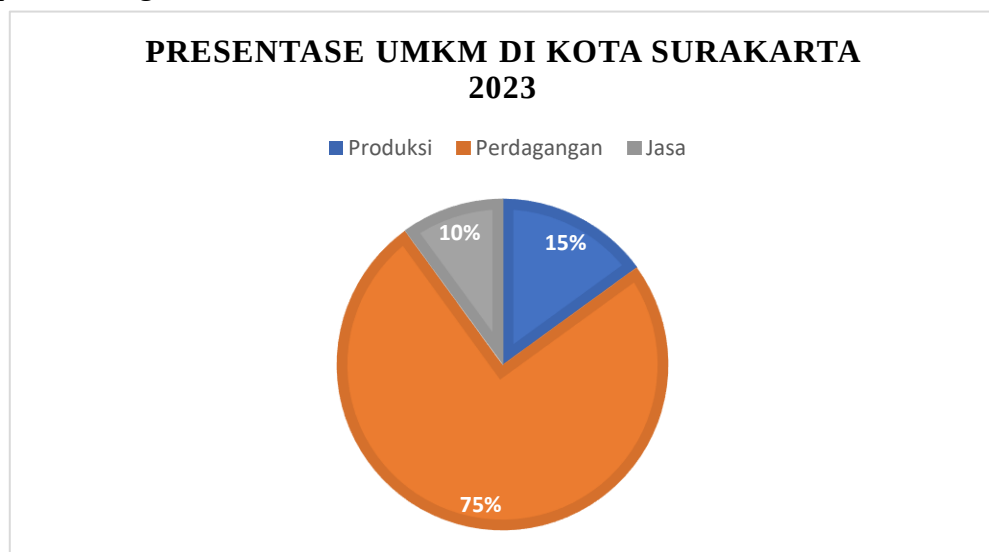
Gambar 1.2 Data Perkembangan UMKM di Provinsi Jawa Tengah

Sumber : Data UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah, 2023

Perkembangan UMKM pada masa ini telah menunjukkan peningkatan yang konsisten dari tahun ke tahun di berbagai wilayah di seluruh kota di Indonesia. Salah satu contohnya adalah peran penting Kota Surakarta dalam meningkatkan

perekonomian di Jawa Tengah. Pertumbuhan ekonomi Jawa Tengah turut dipengaruhi oleh kontribusi yang diberikan oleh para pelaku UMKM. Dampaknya terlihat dari jumlah pemilik usaha UMKM yang tersebar luas di Kota Surakarta dengan beragam sektor usaha yang digeluti.

Data menunjukkan bahwa unit usaha di Kota Surakarta tersebar dalam tiga bidang utama yaitu, produksi, perdagangan, dan jasa. Secara keseluruhan, sektor perdagangan memberikan kontribusi terbesar, yaitu sekitar 75%, diikuti dengan sektor produksi sebesar 15%, dan bidang jasa sebesar 10%. Menurut data dari Dinas Koperasi Kota Surakarta, sektor perdagangan memiliki jumlah usaha terbanyak, yaitu sebesar 8.398 UMKM atau 75%. Disusul sektor produksi dengan 1.643 UMKM dengan presentase 15% dan sisanya 1.116 UMKM yang bergerak pada sektor jasa dengan presentase sebesar 10%. Sektor perdagangan menunjukkan bahwa aktivitas perdagangan merupakan pendorong utama dalam menggerakkan perekonomian daerah. Sektor produksi, perdagangan dan jasa secara bersama-sama membentuk fondasi yang kuat bagi perkembangan ekonomi di Kota Surakarta.



Gambar 1.3 Data Presentase UMKM di Kota Surakarta

Sumber : Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor perdagangan di Kota Surakarta menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Sektor yang berkontribusi paling besar adalah makanan dan minuman yaitu 79%. Setiap sektor ini memainkan peran penting dalam mendukung perekonomian. Meskipun sektor perdagangan *fashion* bukan yang terbesar tetapi Kota Surakarta menjadi kota dengan sektor batik terbesar dalam pertumbuhan sektor ekonomi di Kota Surakarta.

Tabel 1. 1 Jumlah UMKM Sektor Perdagangan di Kota Surakarta Tahun 2023

Sektor Perdagangan	Jumlah UMKM	Persentase (%)
Manufaktur & Bahan Bakar	232	3%
Hewan dan Tumbuhan	212	3%
Makanan, Minuman dan Sembako	6.630	79%
Alat Tulis dan Mainan	155	2%
Konstruksi dan Barang Bekas	98	1%
Elektronik dan Perlengkapan Rumah Tangga Lainnya	511	6%
<i>Fashion/ Pakaian</i>	560	7%
Jumlah	8.398	100

Sumber : Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Pada awalnya, batik hanya dijadikan pakaian bagi keluarga kerajaan dan digunakan di lingkungan keraton. Namun, seiring berjalannya waktu produksinya meluas ke masyarakat umum dan menjadi populer sebagai busana atau *trend fashion* yang diminati hingga saat ini. Batik merupakan sebuah karya seni tradisional Indonesia yang kaya akan makna dalam pola dan motifnya. Ragam motif serta corak dari Batik Surakarta yang terus mengikuti perkembangan zaman umumnya menjadi pilihan cinderamata saat berkunjung ke kota batik. Contoh *fashion* batik yang berkembang hingga saat ini yaitu, mukena, kemeja, *blouse*, kaos, celana, rok, kaftan, tunik, *vest*, *blazer*, sandal dan sepatu. Selain itu, penggunaan batik pada aksesoris seperti tas, dompet, koper, ransel, bando, *belt* dan *scarf* atau kerudung juga semakin populer.

Berdasarkan data Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Surakarta terdapat pelaku usaha dari berbagai macam sektor di Kota Surakarta. Dari jumlah tersebut terdapat 560 pelaku usaha yang bergerak di bidang perdagangan *fashion* batik. Sektor UMKM di Kota Surakarta sangat didukung oleh pemerintah. Hal ini dibuktikan dengan perayaan hari batik yang digelar sepanjang tahun serta perayaan lain seperti *fashion show* keindahan batik, Solo Batik *Carnival* atau *SBC* serta sejumlah kampung batik yang hanya ada di Kota Surakarta yang dapat dijadikan rekomendasi destinasi wisata untuk menambah pendapatan pelaku usaha dan melestarikan budaya batik nusantara.

Para pelaku usaha batik di Kota Surakarta dihadapkan dengan berbagai kendala dan hambatan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada salah satu pelaku usaha batik di Kecamatan Laweyan yaitu Ibu

Dian. Kendala dan hambatan yang dihadapi para pelaku usaha salah satunya masalah permodalan. Ketersediaan modal menjadi faktor krusial bagi para pelaku usaha untuk mendirikan atau mengembangkan usahanya agar dapat bertahan dalam persaingan pasar. Modal juga memiliki peran penting dalam menjaga kelancaran operasional usaha. Dukungan modal kerja yang tepat dapat mempercepat inovasi, mengoptimalkan ketersediaan bahan baku, serta memfasilitasi pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM sehingga akan berpengaruh pada pendapatan yang diterima. Tanpa adanya modal yang memadai maka akan berpengaruh pada pendapatan yang akan diperoleh.

Setelah pandemi COVID-19 para pelaku usaha mengeluhkan sepi pengunjung. Fenomena ini disebabkan karena pengunjung hanya meningkat saat hari libur ataupun pada *event* tertentu di mana banyak rombongan wisatawan lokal maupun mancanegara yang berkunjung. Sepinya pengunjung ini menyebabkan menurunnya omzet pelaku UMKM hingga 50-80%. Penurunan pendapatan juga dikarenakan penurunan permintaan dari negara-negara ekspor yang beralih mengimpor batik yang berasal dari Cina. Dikutip dari Emeria, (2023) kain batik produksi Cina mempunyai harga jauh lebih murah dengan kualitas yang sama. Ditambah dengan dampak produk import ilegal dan pakaian bekas yang mendominasi pasar. Ribuan ton produk *fashion* impor ilegal baik yang masih baru ataupun bekas ini berasal dari berbagai negara seperti Cina, India, Korea Selatan, Taiwan, dan negara lainnya.

Situasi ini menyebabkan pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan yang berdampak pada pengurangan tenaga kerja dan penutupan usaha. Temuan

penelitian sebelumnya mengenai korelasi antara modal dan pendapatan UMKM menegaskan bahwa modal kerja berperan signifikan dalam mempengaruhi kemajuan bisnis UMKM. Semakin besar jumlah modal yang diinvestasikan dan semakin mudahnya akses terhadap modal kerja, akan mengakibatkan peningkatan signifikan dalam perkembangan bisnis, sebagaimana dijelaskan oleh (Purwanti, 2012). Sebagian pelaku usaha menggunakan modal pribadi untuk menjalankan usahanya dan mengambil sebagian keuntungan untuk mengembangkan bisnis, sebagian pelaku usaha lainnya melakukan pinjaman bank ataupun Kredit Usaha Rakyat (KUR). Tidak sedikit juga pelaku usaha yang menerapkan sistem *reseller* dan *dropship* yang mana modalnya berupa produk dari produsen ataupun pemasok, kemudian pelaku usaha mengelola dengan mandiri usahanya. Apabila modal yang dimiliki sudah mencukupi maka pelaku usaha akan lebih mudah dalam menjalankan operasional usahanya. Selain masalah permodalan, tenaga kerja juga menjadi kendala bagi para pelaku usaha.

Tenaga kerja memainkan peran sentral dalam kemajuan ekonomi sebagai faktor produksi yang berperan aktif dalam pengolahan dan pengorganisasian faktor-faktor produksi lainnya sebagaimana yang diungkapkan oleh (Maliha, 2018). Keterampilan dan keahlian yang dimiliki oleh para pekerja mempengaruhi kualitas akhir dari setiap produk *fashion* batik. Dalam industri ini, kerja keras, detail, dan dedikasi para pengrajin sangat diperlukan untuk menghasilkan karya-karya berkualitas tinggi. Mereka tidak hanya memainkan peran sebagai pelaksana teknis, tetapi juga sebagai penjaga keaslian motif-motif tradisional yang memperkaya setiap desain dan juga memberikan pelayanan kepada konsumen

senyaman mungkin sehingga konsumen yang berkunjung puas dan bisa kembali lagi untuk membeli produk. Sumber daya manusia (SDM) atau tenaga kerja adalah salah satu yang terkena dampak dari turunya pendapatan yang diperoleh pelaku UMKM sehingga menyebabkan pengurangan tenaga kerja hingga penutupan usaha. Tingkat pendidikan dan pelatihan bagi tenaga kerja di UMKM *fashion* batik menjadi penting, karena membuka peluang bagi peningkatan keterampilan serta inovasi dalam teknik pembuatan dan desain, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan dan daya saing dalam industri ini secara keseluruhan. Sebagian besar pelaku usaha di Kota Surakarta memiliki tenaga kerja yang cukup untuk membantu proses jual beli, namun ada juga yang dijalankan sendiri tanpa dibantu tenaga kerja. Setelah pandemipun masih banyak pelaku usaha yang mengurangi tenaga kerjanya, karena sepi pembeli sehingga tidak adanya pemasukan untuk membayar gaji serta membayar pajak maka pelaku usaha memutuskan untuk mengurangi tenaga kerja.

Tingkat pendidikan memainkan peran yang penting dalam mengembangkan industri UMKM *fashion* batik. Menurut Ardini & Rachman (2024) tingkat pendidikan individu yang tinggi diharapkan memungkinkan individu untuk memperoleh pengetahuan yang memadai, sehingga dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, meskipun sebagian besar pengrajin adalah mereka yang memiliki keterampilan tradisional turun-temurun dalam pembuatan batik, semakin banyak dari mereka yang sadar akan pentingnya pengetahuan tambahan terutama terkait manajemen usaha dan pemasaran. Seiring dengan perkembangan zaman, ada upaya yang cukup signifikan dalam memberikan akses

pendidikan formal dan pelatihan kepada para pengrajin batik dan tenaga kerja untuk memperluas wawasan mereka tentang teknik produksi modern, strategi pemasaran, dan manajemen bisnis. Dengan bekal pendidikan yang memadai, pengetahuan dan keterampilan tenaga kerja akan lebih luas, memungkinkan mereka untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi. Sebagian besar jenjang pendidikan tenaga kerja UMKM batik adalah tingkat SMA/K.

Teknologi yang terus berkembang menjadikan strategi pemasaran *fashion* batik semakin beragam. Salah satu elemen krusial dalam mencapai kesuksesan UMKM adalah adanya akses ke pasar yang luas dan terdefinisi dengan baik untuk produk-produk usahanya (Tajuddin & Abd, 2019). Tingkat teknologi yang memadai membuat para pelaku UMKM melakukan inovasi dengan membuka toko secara *online* untuk menjangkau pasar yang semakin luas hingga mancanegara dengan menggunakan *e-commerce*. *E-commerce* berperan penting dalam meningkatkan produktivitas usaha dan memungkinkan meningkatkan permintaan pasar sehingga pendapatan akan semakin meningkat. Dengan adanya peningkatan pendapatan ini akan mempermudah dalam mengembangkan usaha. Namun, sebagian pelaku UMKM belum secara meluas memanfaatkan Teknologi Informasi (TI) sebagai sarana untuk mendukung kegiatan pemasaran dan penjualan secara *online* melalui internet atau *electronic commerce*. Sedangkan sebagian besar pemilik UMKM *fashion* batik sudah menggunakan *e-commerce* sebagai sarana pemasaran digital. Hal ini dikarenakan setelah pandemi penjualan menurun drastis hingga membuat *reseller* dan *dropship* gulung tikar sehingga pemilik harus memutar otak untuk memasarkan

produknya yaitu secara *online* melalui internet atau *electronic commerce* (*e-commerce*). Pemilik UMKM *fashion* batik memaparkan perbandingan pendapatan UMKM *fashion* batik *online* dan *offline* adalah 3:2. Pemasaran produk *fashion* batik setelah pandemi mengalami pergantian *trend* dari *offline* menjadi *online* dengan pendapatan yang lebih banyak melalui penjualan *online* dengan penjualan kotor per minggu sekitar Rp 1.000.000 - 3.000.000 sedangkan penjualan *offline* Rp 800.000-2.000.000.

Kondisi tersebut membuat peneliti tertarik untuk mengkaji faktor-faktor yang berdampak terhadap pendapatan UMKM meliputi modal kerja, jumlah tenaga kerja, tingkat pendidikan dan *e-commerce*. Penting bagi pelaku usaha untuk memperhatikan hubungan erat antara faktor-faktor ini, karena fokus hanya pada satu aspek tanpa mempertimbangkan yang lain misalnya, hanya memprioritaskan modal kerja tanpa mendukungnya dengan tenaga kerja yang kompeten, teknologi marketing seperti *e-commerce* serta tingkat pendidikan yang memadai, dapat mengakibatkan kegagalan dalam merebut pangsa pasar. Permintaan produk yang semakin meningkat namun modal dan tenaga kerja kurang memadai maka akan berpotensi pada penurunan kepercayaan konsumen, bahkan konsumen akan berpindah ke kompetitor lain. Oleh karena itu, keseimbangan antara keempat faktor tersebut menjadi kunci utama dalam meningkatkan produktivitas dan kelancaran operasional UMKM memungkinkan mereka untuk tetap bersaing dan tumbuh di pasar yang kompetitif. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sandi *et al.*, (2021) menyatakan bahwa modal kerja dan tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.

Sedangkan penelitian menurut Jalaliah *et al.*, (2022) menyatakan bahwa modal kerja dan tenaga kerja berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pendapatan UMKM.

Hasil dari penelitian Yuniarum & Achma, (2020) menunjukkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh terhadap pendapatan UMKM, namun berbeda dengan penelitian Hidayanti & Saharsini, (2023) menyatakan bahwa tingkat pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Penelitian Madrianah *et al.*, (2023) pengaruh *e-commerce* terhadap pendapatan UMKM yang bermitra Gojek dalam masa pandemi Covid-19 di Kota Makassar menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan pada UMKM. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Safitri, (2020) yang menyatakan bahwa transaksi *online (e-commerce)* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Berdasarkan latar belakang dan penelitian terdahulu di atas, peneliti melakukan penelitian mengenai pengaruh pendapatan pada UMKM *fashion* batik dengan menggunakan variabel modal kerja, jumlah tenaga kerja, tingkat pendidikan dan *e-commerce*. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul “Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM *Fashion* Batik di Kota Surakarta”.

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah modal kerja berpengaruh terhadap pendapatan UMKM *fashion* batik di Kota Surakarta?
2. Apakah jumlah tenaga kerja berpengaruh terhadap pendapatan UMKM *fashion* batik di Kota Surakarta?
3. Apakah tingkat pendidikan berpengaruh terhadap pendapatan UMKM *fashion* batik di Kota Surakarta?
4. Apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM *fashion* batik di Kota Surakarta?

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh modal kerja terhadap pendapatan UMKM *fashion* batik di Kota Surakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh jumlah tenaga kerja terhadap pendapatan UMKM *fashion* batik di Kota Surakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh tingkat pendidikan terhadap pendapatan UMKM *fashion* batik di Kota Surakarta.

4. Untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* terhadap pendapatan UMKM *fashion* batik di Kota Surakarta.

C. Manfaat Penelitian

1. Bagi Praktisi

a. Bagi Pihak UMKM

Diharapkan dapat memberikan informasi bagi UMKM *fashion* batik di Kota Surakarta mengenai pengetahuan tentang pengaruh modal kerja, jumlah tenaga kerja, tingkat pendidikan dan *e-commerce* terhadap pendapatan sehingga dapat menjadi bahan evaluasi untuk kesempurnaan dan pengembangan usaha dengan lebih baik lagi kedepannya.

b. Bagi Mahasiswa

Diharapkan mahasiswa mendapatkan informasi, wawasan serta pengetahuan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM.

c. Bagi Pembaca/ Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan pengetahuan bagi pembaca agar dapat dijadikan sebagai acuan penelitian selanjutnya yang mengambil topik faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM.

2. Bagi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, serta gambaran untuk perkembangan ilmu pengetahuan terkait pengaruh pendapatan UMKM bagi para pembacanya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori yang Relevan

1. Teori *Stewardship* (*Stewardship Theory*)

Teori dasar (*grand theory*) yang diterapkan dalam penelitian ini adalah teori *stewardship*. *Stewardship theory* merupakan teori yang dikemukakan oleh Donaldson & Davis, (1991) menjelaskan bahwa *stewardship theory* merujuk pada situasi di mana para pengelola (*steward*) tidak memiliki kepentingan pribadi melainkan lebih memprioritaskan kepentingan pemilik (*principal*). Sikap melayani diartikan sebagai suatu tindakan yang menggantikan kepentingan pribadi dengan pelayanan sebagai landasan bagi kepemilikan dan penggunaan kekuasaan. Dengan mengintegrasikan manajemen pekerjaan, pemberdayaan, kemitraan dan penggunaan kekuasaan dengan benar, maka tujuan individu secara otomatis terpenuhi dengan sendirinya. Para pengelola percaya bahwa kepentingan mereka akan sejalan dengan kepentingan perusahaan dan pemilik. Teori *Stewardship* mengasumsikan bahwa manusia pada dasarnya dapat bertindak dengan tanggung jawab penuh, dapat dipercaya, memiliki integritas tinggi, dan kejujuran. Teori ini memandang pengelola sebagai pihak yang mampu melaksanakan tindakan terbaik untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan. Konsep teori ini didasarkan pada asas kepercayaan pada pihak yang diberikan wewenang, dimana manajemen dalam suatu organisasi

dianggap sebagai *good steward* yang melaksanakan tugas yang diberikan oleh atasannya (*principal*) dengan penuh tanggung jawab.

Teori *stewardship* ini dapat diaplikasikan pada UMKM *fashion* batik di kota Surakarta. Dimana pihak pemilik UMKM *fashion* batik berperan sebagai *principal* dengan kepercayaan yang diberikan kepada pengelola selaku *steward* untuk mengelola dana yang idealnya dapat memenuhi seluruh kepentingan bersama antara *principal* dan *steward*. Kepercayaan ini diartikan sebagai harapan bahwa setiap tindakan yang diambil oleh pengelola akan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati, sehingga menciptakan keselarasan dan hasil yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak (Fitriani, 2023). Pada konteks penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwasanya pihak pemilik (*principal*) UMKM *fashion* batik memberikan kepercayaan kepada pengelola (*steward*) untuk mengelola modal ataupun keuangan, Sumber Daya Manusia (SDM) dan *e-commerce* yang idealnya dapat memenuhi seluruh kepentingan bersama antara *principal* dan *steward*.

Teori ini diaplikasikan pada variabel modal kerja yang berfokus pada tanggung jawab pengelola dalam pengelolaan modal kerja untuk menjaga keberlanjutan keuangan dan operasional sehari-hari sehingga berpengaruh pada pendapatan UMKM. Dengan tanggung jawab pengelola yang dapat mensejahterakan, memotivasi, dan mengembangkan tenaga kerja yang kompeten akan membantu berkontribusi pada pendapatan UMKM *fashion* batik yang dijalankan (Sa *et al.*, 2023). Kebijakan

pendidikan dan pengembangan karyawan dapat meningkatkan kemampuan dan kompetensi akan berdampak pada produktivitas, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan yang tidak luput dari tanggung jawab manajemen. Di sisi lain peran pengelola UMKM untuk memastikan bahwa pemanfaatan strategi *e-commerce* dilakukan secara efektif untuk meningkatkan akses pasar, efisiensi operasional, dan pendapatan. Dengan menggunakan teori *stewardship* dalam penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM *fashion* batik di Kota Surakarta dapat memberikan pendekatan yang berfokus pada tanggung jawab pengelolaan sumber daya dengan orientasi keberlanjutan dalam mempengaruhi pendapatan UMKM.

2. Pendapatan

Pendapatan adalah pertambahan atau penambahan aktiva serta penurunan atau pengurangan kewajiban suatu usaha sebagai akibat dari kegiatan usahanya, khususnya penjualan barang dan jasa kepada masyarakat atau konsumen (Harnanto, 2019:102). Sedangkan menurut Jalaliah *et al.*, (2022) pendapatan didefinisikan sebagai sejumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari aktivitas penjualan produk atau jasa kepada pelanggan yang memerlukan perencanaan matang dan strategi yang baik guna mencapai tujuan perusahaan untuk mendapatkan pendapatan yang tinggi. Pendapatan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang normal, yang dikenal dengan sebutan seperti penjualan, imbalan, bunga, deviden, royalty, dan

sewa, adalah yang disebut sebagai pendapatan (Ikatan Akuntan Indonesia, 2019).

Pendapatan dibagi menjadi tiga kategori, sesuai dengan Pernyataan (*Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.23, 2010*), yaitu :

a. Penjualan barang

Barang melibatkan produk yang dihasilkan oleh perusahaan untuk dijual, dan barang yang dibeli dengan tujuan dijual kembali, seperti barang dagang yang diperoleh dari pengecer atau tanah serta properti lainnya yang diperoleh untuk tujuan dijual kembali.

b. Penjualan jasa

Penjualan jasa umumnya mencakup pelaksanaan tugas yang telah disepakati secara kontraktual untuk dilakukan selama periode waktu tertentu yang telah disepakati oleh perusahaan. Pelayanan tersebut dapat diserahkan dalam satu atau lebih dari satu periode. Beberapa kontrak penjualan jasa, seperti kontrak konstruksi yang melibatkan manajer proyek dan arsitek, yang timbul dari kontrak, tidak diuraikan dalam pernyataan ini. Pemanfaatan aset perusahaan oleh pihak lain yang menghasilkan bunga, royalti, dan dividen, menghasilkan pendapatan dalam bentuk:

- 1) Bunga yaitu, biaya yang dikenakan atas penggunaan kas atau setara kas atau jumlah yang terhutang kepada perusahaan.

- 2) Royalti yaitu, biaya yang dikenakan atas penggunaan aset jangka panjang perusahaan, seperti paten, merek dagang, hak cipta, dan perangkat lunak komputer.
- 3) Dividen yaitu, pembagian laba kepada pemegang investasi ekuitas sesuai dengan proporsi mereka dari jenis modal tertentu.

Menurut Purba, (2021) suatu perusahaan untuk mendapatkan laba harus mempunyai pendapatan yang memadai. Pendapatan diperoleh dari beberapa sumber, antara lain :

a. Pendapatan internal

Pendapatan yang diperoleh dari anggota atau pemegang saham (modal awal) dan dari siapapun yang berhubungan dengan perusahaan itu sendiri.

b. Pendapatan eksternal

Pendapatan yang berasal dari pihak luar yang tidak memberikan kontribusi terhadap peningkatan operasional perusahaan. Pendapatan ini berasal dari bunga bank dan lain-lain.

c. Hasil usaha

Pendapatan yang diterima perusahaan atas kegiatannya, misalnya penerimaan jasa melalui aktivasi yang dilakukan.

Menurut Purba, (2021) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan seseorang, diantaranya adalah:

a. Modal

Modal kerja merupakan dana yang digunakan sebagai pokok (induk) untuk berniaga, melepaskan dana, dan sebagainya, yang dapat digunakan untuk menghasilkan nilai tambah pada kekayaan.

b. Pasar

Pasar dianggap sebagai tempat di mana barang dan jasa yang dihasilkan dijual, serta sebagai tempat fisik di mana pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan transaksi atas suatu produk. Para ekonom mendefinisikan pasar sebagai kumpulan pembeli dan penjual yang bekerja untuk produk atau jenis produk tertentu.

c. Lama usaha

Lama usaha merujuk pada durasi waktu yang dihabiskan seseorang dalam menjalankan usahanya. Durasi ini dapat diartikan sebagai berapa lama seorang pedagang telah aktif dalam menjalankan usahanya. Lamanya usaha mempengaruhi tingkat pengalaman, di mana semakin lama seorang pelaku bisnis terlibat dalam usaha perdagangan, semakin meningkat pula pengetahuan mengenai perilaku konsumen atau pasar. Oleh karena itu, semakin lama usaha dijalankan, semakin baik kualitas usaha tersebut.

d. Lokasi

Lokasi usaha dianggap sebagai faktor yang memicu munculnya biaya yang signifikan, sehingga lokasi dapat digunakan untuk merencanakan strategi bisnis atau sebaliknya dapat menjadi penyebab kegagalan suatu usaha. Ketika suatu usaha memutuskan untuk beroperasi di suatu lokasi tertentu, pemilik usaha harus menanggung konsekuensi biaya-biaya yang timbul akibat pemilihan lokasi tersebut.

e. Jam Kerja

Jam kerja mencakup durasi waktu mulai dari pembukaan usaha hingga penutupan yang diukur dalam satuan jam. Semakin banyak waktu kerja yang dilakukan maka produktivitas akan meningkat sehingga pendapatan yang diperoleh semakin bertambah.

3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah entitas yang produktif untuk dikembangkan guna mendukung pembangunan ekonomi di Indonesia secara makro dan mikro serta berpotensi untuk mempengaruhi perkembangan sektor-sektor lainnya (Artini, 2019). Tujuan UMKM yang tercantum dalam Pasal 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 yakni untuk menumbuhkan dan mengembangkan kegiatan usahanya dengan maksud memperkuat fondasi perekonomian nasional yang didasarkan pada prinsip demokrasi ekonomi yang adil.

UMKM merupakan jenis usaha produktif yang dikelola oleh individu wirausaha atau badan usaha, yang mentaati ketentuan UMKM yang telah diamanatkan dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku, sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dibagi berdasarkan jenisnya, yaitu :

a. Usaha Mikro

Usaha Mikro, sebagaimana dijelaskan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 pasal 1, merujuk pada kegiatan produktif yang dimiliki oleh individu atau entitas hukum perorangan dan menjalankan kegiatan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam peraturan perundang-undangan. Kriteria Usaha Mikro, seperti yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 pasal 6, dimiliki oleh usaha tersebut, yang melibatkan:

- 1) Kekayaan bersihnya memiliki batas maksimum sebesar Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah), tanpa memperhitungkan tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2) Hasil penjualan tahunannya memiliki batas maksimum sebesar Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

b. Usaha Kecil

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri secara *independent*, dijalankan oleh individu atau entitas hukum yang bukan

merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha menengah atau usaha besar, dan memenuhi kriteria usaha kecil yang telah diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dapat dianggap sebagai usaha kecil apabila persyaratannya terpenuhi, seperti:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

c. Usaha Menengah

Definisi usaha menengah, sebagaimana tercantum dalam Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, mengacu pada kegiatan ekonomi produktif yang berdiri secara mandiri, dijalankan oleh individu atau entitas bisnis yang tidak termasuk dalam kategori anak perusahaan atau cabang dari perusahaan yang dimiliki, dikendalikan, atau menjadi bagian baik secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar. Usaha menengah memiliki jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam undang-undang tersebut. Kriteria yang termasuk dalam Usaha Menengah yaitu:

- 1) Kekayaan bersih yang dimiliki berkisar lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) hingga paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2) Hasil penjualan tahunan yang dimiliki berkisar lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) hingga paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

4. Modal Kerja

Modal usaha merupakan segala bentuk kekayaan yang dapat dimanfaatkan untuk menjalankan bisnis atau usaha (Ayuningtyas *et al.*, 2024). Menurut Artini, (2019) modal adalah elemen krusial dalam memulai suatu usaha dimana sebagian besar modal yang digunakan oleh pengusaha UMKM bersumber dari modal sendiri dan sebagian lagi berasal dari modal pinjaman. Disisi lain Purba, (2021) berpendapat bahwa modal kerja merupakan investasi perusahaan dalam jangka waktu pendek yang termanifestasi dalam bentuk kas, persediaan, dan piutang yang bertujuan untuk memenuhi kegiatan operasional perusahaan. Maka dapat disimpulkan modal kerja merupakan investasi perusahaan dalam jangka pendek yang mencakup kas, persediaan, dan piutang yang dapat diperoleh dari modal sendiri pengusaha atau melalui pinjaman modal yang bertujuan untuk menjaga kelancaran operasional perusahaan termasuk dalam aspek pembelian barang, pengelolaan persediaan, dan penanganan piutang.

Tujuan manajemen modal kerja bagi perusahaan, sebagaimana diuraikan oleh Kasmir, (2019) tercantum sebagai berikut :

- a. Meningkatkan kapabilitas perusahaan dalam menjaga tingkat likuiditas yang memadai.
- b. Memastikan bahwa kewajiban finansial perusahaan dapat dipenuhi tepat waktu melalui manajemen modal kerja yang memadai.
- c. Menjamin persediaan yang memadai untuk memenuhi permintaan pelanggan secara efisien.
- d. Membuka peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan tambahan dana dari pihak kreditur apabila persyaratan tertentu dalam perbandingan keuangan perusahaan terpenuhi.
- e. Menawarkan kondisi kredit yang menarik bagi pelanggan dengan daya beli perusahaan yang kuat.
- f. Memaksimalkan pemanfaatan aktiva lancar guna meningkatkan penjualan dan laba perusahaan.
- g. Memberikan perlindungan bagi perusahaan ketika menghadapi potensi krisis modal kerja yang mungkin muncul akibat penurunan nilai aktiva lancar

Menurut Kasmir, (2019) konsep modal kerja dapat diuraikan menjadi 3 macam, yaitu:

- a. Konsep kuantitatif

Konsep kuantitatif diindikasikan bahwa modal kerja mencakup seluruh aset lancar. Dalam kerangka konsep ini, perhatian difokuskan pada pemenuhan kebutuhan dana yang diperlukan untuk mendukung operasi perusahaan dalam jangka pendek. Konsep ini sering disebut sebagai modal kerja kotor (*gross working capital*).

b. Konsep kualitatif

Konsep kualitatif menekankan pada kualitas modal kerja, yang didefinisikan sebagai perbedaan antara total aset lancar dan kewajiban lancar. Dalam teori ini, perhatian lebih diberikan pada tingkat pendapatan perusahaan. Ketika aset lancar lebih besar dari kewajiban lancar diperoleh modal kerja bersih atau *net working capital*. Dengan cara ini memungkinkan pengawasan terhadap tingkat likuiditas perusahaan.

c. Konsep fungsional

Konsep fungsional menekankan peran dana dalam mencapai tujuan laba perusahaan. Artinya, jumlah dana yang digunakan dan dialokasikan perusahaan dalam modal kerja diharapkan dapat meningkatkan laba. Sebaliknya, jika alokasi dana dalam modal kerja terbatas, maka laba perusahaan cenderung menurun. Namun, dalam praktiknya, hubungan ini tidak selalu terjadi dengan konsisten.

Menurut Kasmir, (2019) faktor-faktor yang mempengaruhi modal kerja dapat dijabarkan secara lebih lengkap sebagai berikut:

a. Jenis Perusahaan

Jenis kegiatan perusahaan, yang dapat dibagi menjadi perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dan non-jasa (industri), mempengaruhi kebutuhan modal kerja. Perusahaan industri umumnya memerlukan modal kerja lebih besar daripada perusahaan jasa. Perusahaan industri cenderung berinvestasi lebih banyak dalam kas, piutang, dan persediaan, yang secara signifikan mempengaruhi kebutuhan modal kerja.

b. Syarat Kredit

Syarat kredit atau proses penjualan dengan pembayaran berupa angsuran juga memiliki dampak yang signifikan pada modal kerja. Untuk meningkatkan penjualan, berbagai strategi dapat diterapkan, dan salah satunya adalah melalui penjualan dengan skema kredit. Penjualan barang secara kredit memberikan fleksibilitas kepada konsumen untuk memperoleh produk dengan membayar dalam beberapa angsuran selama periode tertentu. Berikut syarat-syarat kredit yang perlu dipahami (Kasmir, 2019) :

- 1) Persyaratan untuk memperoleh aset atau perlengkapan mempengaruhi modal kerja karena mempengaruhi biaya operasional perusahaan. Persyaratan kredit yang lebih mudah memudahkan pengelolaan pengeluaran, yang juga mempengaruhi pengelolaan inventaris atau persediaan.
- 2) Di sisi penjualan pelanggaran syarat kredit akan meningkatkan kebutuhan modal kerja di sektor *real estate*. Pembelian dalam program kredit dikenakan persyaratan kredit khusus, seperti 2/10 net

30, 2/10 net 60. Untuk mengurangi alokasi modal kerja pada sektor utang, perusahaan dapat menerbitkan dividen. Kebijakan ini memiliki dua tujuan yaitu memotivasi peminjam agar membayar utangnya lebih awal dan mengurangi risiko gagal bayar.

- 3) Waktu yang diperlukan untuk memproduksi suatu barang mempengaruhi besarnya modal kerja yang dibutuhkan. Dengan kata lain, semakin lama masa produksi maka kebutuhan modal kerja semakin besar, dan sebaliknya semakin pendek masa produksi maka kebutuhan modal kerja semakin rendah.
- 4) Perputaran persediaan mempunyai dampak yang signifikan terhadap kebutuhan modal kerja suatu perusahaan. Semakin rendah tingkat perubahan maka kebutuhan modal kerja semakin besar dan sebaliknya. Oleh karena itu, biaya perputaran persediaan harus tinggi untuk mengurangi risiko kerugian akibat pemotongan biaya dan menghemat biaya penyimpanan dan pemeliharaan.

5. Tenaga Kerja

Menurut Polandos *et al.*, (2019) setiap individu yang memiliki kemampuan untuk melakukan pekerjaan, baik dalam maupun di luar konteks hubungan kerja, dengan tujuan menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pribadi atau masyarakat dapat dikatakan sebagai tenaga kerja. Menurut Bab I Pasal 1 Ayat 2 Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003, tenaga kerja dapat diartikan sebagai setiap

individu yang mampu melakukan pekerjaan untuk menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial. Pengertian tentang tenaga kerja dapat diartikan sebagai setiap individu yang memiliki kemampuan melakukan pekerjaan baik dalam maupun di luar konteks hubungan kerja dengan tujuan untuk menghasilkan barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan pribadi atau masyarakat.

Tenaga kerja dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori, sebagaimana dijelaskan oleh Hidayati, (2019):

- a. Kategori tenaga kerja kasar mencakup orang-orang yang memiliki tingkat pendidikan rendah atau bahkan tidak memiliki keterampilan yang diperlukan untuk pekerjaan mereka. Contohnya termasuk buruh bangunan atau pekerja konstruksi, juru parkir, penyapu jalan, dan sebagainya.
- b. Kategori tenaga kerja terampil melibatkan orang-orang yang memiliki kemampuan yang diperoleh melalui pelatihan atau pengalaman kerja. Contohnya termasuk *cleaning service*, teknisi, mekanik, dan lain sebagainya.
- c. Kategori tenaga kerja terlatih adalah orang-orang yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi dan pengetahuan tinggi pada bidang tertentu. Contohnya termasuk guru, dokter dan pengacara.

6. Tingkat pendidikan

Menurut ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, pendidikan didefinisikan sebagai upaya yang disengaja dan terorganisir untuk menciptakan lingkungan belajar dan proses pembelajaran sehingga setiap individu dapat secara aktif mengembangkan potensi dirinya. Pendidikan dianggap sebagai hal yang penting dan perlu dilakukan dengan cermat untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kreativitas seseorang serta untuk menemukan dan mengembangkan bakat yang dimilikinya guna mencapai tingkat keahlian yang lebih tinggi (Fatimah, 2022).

Dari beberapa pengamatan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat pendidikan memiliki posisi yang sangat penting bagi seorang pegawai, karena dapat berdampak positif baik pada dirinya maupun pada organisasi di mana ia bekerja. Tingkat pendidikan juga mempunyai dampak yang signifikan terhadap kemampuan pegawai dalam melaksanakan dan menyelesaikan tugas mereka secara efektif. Dengan bekal pelatihan dan pendidikan yang tepat akan memperluas pengetahuan dan keterampilan karyawan, sehingga memungkinkan mereka mengatasi berbagai tantangan yang mereka hadapi.

Menurut Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional (SISDIKNAS) No. 20 tahun 2003, indikator tingkat pendidikan terdiri

dari dua bagian yaitu, jenjang pendidikan dan kesesuaian jurusan. Jenjang pendidikan tersebut meliputi:

a. Jenjang pendidikan atau studi

Menurut Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional (SISDIKNAS) No. 20 tahun 2003, indikator tingkat pendidikan terdiri dari dua bagian yaitu, jenjang pendidikan dan kesesuaian jurusan. Jenjang pendidikan tersebut meliputi:

- 1) Pendidikan dasar, tahap awal pendidikan yang berlangsung selama 9 tahun pertama masa sekolah dan merupakan dasar pendidikan menengah.
- 2) Pendidikan menengah, tahap pendidikan pasca pendidikan dasar.
- 3) Pendidikan tinggi, tahap pendidikan setelah pendidikan menengah yang meliputi program sarjana, magister, diploma, dan spesialis yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi.

b. Kesesuaian jurusan adalah penelitian yang dilakukan oleh perusahaan sebelum merekrut pegawai, yang bertujuan untuk memastikan bahwa pegawai ditempatkan pada jabatan yang sesuai dengan kualifikasi pendidikan yang telah ditempuh karena dapat memungkinkan pegawai memberikan kinerja yang optimal bagi perusahaan.

c. Jenjang pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai, dan kemampuan yang dikembangkan, terdiri dari:

- 1) Pendidikan formal indikatornya adalah formal tingkat terakhir yang ditamatkan oleh pegawai, dan kesesuaian jurusan.
- 2) Pendidikan non formal merupakan indikasi relevansi pekerjaan saat ini dengan pendidikan nonformal yang telah dilakukan pada masa lalu.
- 3) Pendidikan informal mengacu pada sikap dan kepribadian yang terbentuk dalam keluarga dan lingkungan.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi tingkat pendidikan yang dijelaskan oleh Hasbullah, (2003) adalah sebagai berikut:

- a. Ideologi: Semua individu dilahirkan ke dunia dengan hak yang sama, termasuk hak untuk menerima pendidikan dan meningkatkan pengetahuan serta pendidikannya.
- b. Sosial Ekonomi: Semakin tinggi status sosial ekonomi seseorang, maka semakin tinggi pula tingkat pendidikannya.
- c. Sosial Budaya: Sepenuhnya menyadari pentingnya pendidikan formal bagi perkembangan anak. Hal ini dikarenakan beberapa orang tua mungkin tidak menghargai pentingnya pendidikan formal bagi perkembangan anak mereka.
- d. Perkembangan IPTEK (Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Kesenian): Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi mendorong perlunya inovasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang berkelanjutan agar dapat bersaing dengan negara-negara maju.

- e. Psikologi: Pendidikan berperan sebagai alat untuk mengembangkan kepribadian agar menjadi lebih bermoral dan bermakna.

7. *E-commerce*

Transaksi daring atau *e-commerce* adalah konsep baru yang dapat dijelaskan sebagai proses perniagaan barang atau jasa di *World Wide Web* Internet atau proses jual-beli serta pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet (Safrianti, 2020). Menurut Rachmani *et al.*, (2019) *e-commerce* adalah suatu bentuk perdagangan elektronik yang mencakup berbagai proses seperti pembelian dan penjualan barang atau jasa, pertukaran produk, pertukaran uang, dan pertukaran informasi yang melalui jaringan komputer atau Internet. Sedangkan Rianty & Rahayu, (2021) menyoroti pentingnya peran perdagangan elektronik dalam operasional bisnis internasional yang membantu pengusaha mengelola transaksi secara efisien dan mengurangi berbagai biaya administrasi terkait.

Menurut definisi yang ditunjukkan di atas, perdagangan elektronik adalah tindakan pembelian produk, layanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik melalui penggunaan jaringan komputer, termasuk internet. Perkembangan teknologi informasi khususnya internet telah memegang peranan penting dalam perkembangan perdagangan elektronik.

Menurut Purba, (2021) terdapat enam jenis *e-commerce* diantaranya adalah :

- a. *Business to Consumer (B2C)*, merupakan jenis bisnis yang umum digunakan oleh masyarakat. Konsep *B2C* memiliki kemiripan dengan *C2C*. adalah model bisnis atau penjualan produk yang tidak menggunakan perantara. *B2C* adalah toko ritel, berkat kemajuan teknologi dan perkembangan individu dalam pengembangan situs web *B2C* semakin berkembang pesat. Contohnya: lazada, blibli, amazon dan shoptimize.
- b. *Business to Business (B2B)*, merupakan model *e-commerce* yang melibatkan dua pihak badan usaha berupa perusahaan yang memiliki modal besar yakni antara satu bisnis dengan bisnis lainnya. Secara umum, produk yang diperdagangkan dalam skala *B2B* dijual secara grosir atau dalam jumlah besar untuk keperluan operasional atau akan dijual kembali oleh pemilik bisnis lainnya. Misalnya, situs indotrading.com dan ralali.
- c. *Consumer to Consumer (C2C)*, merupakan bentuk *e-commerce* yang menyediakan platform bagi konsumen untuk melakukan transaksi *peer-to-peer* dengan bantuan penyedia platform *online*. Dalam *C2C* terdapat kebebasan bagi pembeli dan penjual untuk bertransaksi secara langsung. Platform *C2C* berfungsi sebagai penghubung antara penjual dan pembeli, namun tidak menyediakan fasilitas transaksi *online*. Untuk mengatasi hal ini, biasanya penjual dan

pembeli menentukan pertemuan langsung untuk pembayaran dan pemeriksaan barang, sehingga dapat memastikan kesesuaian barang dengan harga yang disepakati. Pendekatan ini dikenal dengan metode *Cash On Delivery (COD)*. Contoh platform *C2C* yang terkenal meliputi OLX, shopee, tokopedia dan bukalapak.

- d. *Consumer to Business (C2B)* adalah konsep yang berlawanan dengan *Business to Consumer (B2C)* dimana *C2B* menggunakan konsumen sebagai pembeli jasa atau barang untuk keuntungan bisnis perusahaan yang lebih besar. Dalam *C2B*, konsumen menawarkan produk atau jasa kepada perusahaan yang memerlukan dan perusahaan tersebut bersedia untuk membelinya. Contoh: iStock.
- e. *Business to Administration (B2A)*, Dalam konteks transaksi *e-commerce* terdapat pula jenis transaksi yang melibatkan perusahaan dan administrasi publik yang dikenal sebagai *Business to Administration (B2A)*. *B2A* mencakup berbagai layanan pemerintah seperti jaminan sosial, administrasi perpajakan, dokumen hukum, dan sebagainya. Contohnya: Pajak.go.id.
- f. *Online to offline (O2O)*, adalah bentuk pemasaran yang menarik pelanggan melalui aplikasi atau situs *online* untuk mengenali atau mengunjungi toko fisik. *O2O* mengidentifikasi pelanggan melalui strategi periklanan *online* seperti email dan kampanye media sosial lalu menggunakan berbagai alat dan metode untuk mendorong

pelanggan agar mengunjungi toko fisik. Contohnya: Klikindomaret dan Alfacart.

Sementara Purba, (2021) berpendapat bahwa penggunaan *e-commerce* memiliki beberapa keuntungan bagi perusahaan, konsumen dan masyarakat umum, antara lain:

a. Bagi perusahaan

- 1) *E-Commerce* dapat memperpendek jarak antara perusahaan dan konsumen, memungkinkan interaksi yang lebih dekat dan personal
- 2) *E-Commerce*, perusahaan dapat memperluas pasar mereka dengan mencapai konsumen di berbagai wilayah, tanpa terbatas oleh batasan geografis.

b. Bagi konsumen

- 1) konsumen dapat dengan efektif memperoleh informasi tentang produk atau jasa yang mereka butuhkan, serta berinteraksi dengan cepat dan ekonomis.
- 2) fleksibilitas menjadi salah satu aspek positif, di mana konsumen dapat melakukan transaksi dari berbagai lokasi, termasuk dari kenyamanan rumah, kantor, warnet, atau tempat lainnya.

c. Masyarakat Umum

- 1) Membuka peluang kerja baru, terutama bagi mereka yang akrab dengan teknologi.

- 2) *e-commerce* dapat membantu mengurangi polusi dan pencemaran lingkungan dengan mengurangi kebutuhan perjalanan fisik ke toko-toko, yang pada gilirannya mengurangi jumlah kendaraan yang berlalu lalang di jalan

Meskipun demikian, seperti halnya segala sesuatu, *e-commerce* juga memiliki aspek negatif yang perlu diperhatikan antara lain:

- a. Meningkatnya individualisme, di mana interaksi tanpa bantuan orang lain menjadi lebih sering
- b. Pengalaman *online* dapat mengecewakan karena perbedaan antara apa yang terlihat di layar monitor komputer dan kenyataan
- c. Aspek tidak manusiawi dapat muncul, di mana interaksi sosial yang dekat, seperti berjabat tangan, menjadi terbatas dalam konteks *e-commerce*.

Menurut *e-commerce* Indonesia (idEA), terdapat empat kriteria *e-commerce* yang berperan penting dalam memimpin pasar di masa yang akan datang, diantaranya:

- a. Kehadiran konsumen yang melakukan pembelian berdasarkan kebiasaan mereka menjadi hal yang penting karena konsumen percaya bahwa mereka akan terus melakukan pembelian melalui *e-commerce* sehingga tetap hidup dan dapat menjaga pola penjualan tersebut

- b. Keberadaan ekosistem yang luas merupakan salah satu ciri utama bagi *e-commerce*. Kemampuan untuk terhubung di berbagai lokasi dan tidak terpaku pada penjualan produk internal menjadi suatu hal yang diharapkan.
- c. Kemampuan dalam memonitor dan mengelola penawaran harga dari seluruh produk yang ada dalam ekosistemnya tanpa menimbulkan kerugian bagi perusahaan menjadi aspek yang sangat diinginkan
- d. Capaian dalam memberikan pengalaman pelanggan yang positif dianggap penting ketika bekerja dengan platform *e-commerce*.

B. Penelitian Terdahulu

Sejumlah studi sebelumnya yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini mencakup jurnal-jurnal nasional. Penelitian tersebut berasal dari berbagai sumber jurnal yang merupakan objek- objek penelitian yang beragam. Pemilihan referensi tersebut dilakukan berdasarkan kesesuaian variabel-variabel yang digunakan dan temuan yang mendukung kerangka penelitian ini.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil
1	Hidayanti & Saharsini, (2023)	<i>Analysis Of Factors Influencing The Income Of Food And Beverage SMEs In</i>	X1: Modal usaha X2: Pendidikan X3: Lama Usaha	Uji data instrumen, uji asumsi klasik, uji linier berganda, dan uji hipotesis	Modal usaha dan Lama usaha berpengaruh signifikan sedangkan pendidikan,

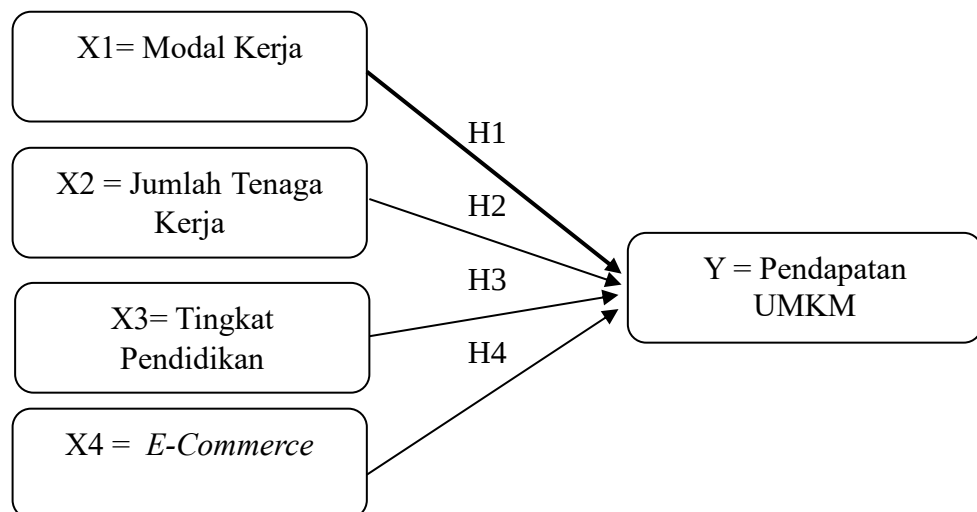
		<i>Sukoharjo District</i>	X4: Pengalaman Usaha X5: Pencatatan Akuntansi Y: Pendapatan UMKM		Pengalaman usaha, Pencatatan akuntansi tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM.
2	Oktaviana & Ansofino, (2021)	Pengaruh Modal, Biaya Produksi, Jumlah Tenaga Kerja dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan UMKM Sektor Kuliner di Kecamatan Lubuk Begalun Kota Padang	X1: Modal usaha X2: Biaya produksi X3: Jumlah tenaga kerja Y: Pendapatan UMKM	Analisis Regresi Berganda	Modal usaha, biaya produksi, jumlah tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.
3	Madrianah <i>et al.</i> , (2023)	Pengaruh <i>E-commerce</i> Terhadap Pendapatan UMKM Yang Bermitra Gojek Dalam Masa Pandemi Covid-19 di Kota Makassar	X1: <i>E-Commerce</i> Y: Pendapatan UMKM	Metode penelitian menggunakan metode analisis regresi sederhana dan Uji Validitas dan Realibilitas	<i>E-commerce</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan pada UMKM.

4	Yuniarum & Achma, (2020)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Sentra Batik di Kota Pekalongan	X1: Modal X2: Tenaga Kerja X3: Pendidikan X4: Jam Kerja Y: Pendapatan UMKM	Teknik purposive sampling, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Berganda	Modal, tenaga kerja, pendidikan, jam kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.
5	Jalaliah <i>et al.</i> , (2022)	Pengaruh Modal Kerja, Tenaga Kerja, dan Bahan Baku Terhadap Pendapatan UMKM Pabrik Tahu (Studi Empiris UMKM Tahu Kecamatan Banjarharjo Periode Tahun 2019-2021)	X1: Modal Kerja X2: Tenaga Kerja X3: Bahan Baku Y: Pendapatan UMKM	Analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda.	Tenaga kerja, bahan baku berpengaruh positif dan modal kerja berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pendapatan UMKM.
6	Safitri, (2020)	Pengaruh Transaksi <i>Online (e-commerce)</i> , Modal, dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di	X1: <i>E-commerce</i> X2: Modal X3: Lama Usaha Y: Pendapatan UMKM	Uji validitas, reliabilitas, analisis data statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda.	Modal dan lama usaha berpengaruh positif signifikan sedangkan <i>e-commerce</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap

		Kabupaten Tegal.			Pendapatan UMKM.
7	Polandos <i>et al.</i> , (2019)	Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha, dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Langowan Timur	X1: Modal X2: Lama Usaha X3: Jumlah Tenaga Kerja Y: Pendapatan UMKM	SPSS 17, metode analisis regresi berganda, uji asumsi klasik, uji statistik	Modal usaha berpengaruh positif dan signifikan, lama usaha dan tenaga kerja tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.

C. Kerangka Pikir

Berikut gambaran kerangka pemikiran penelitian ini :



Gambar 2. 1 Kerangka Pikir

Keterangan:

1. Variabel bebas (variabel *independent* atau X) adalah variabel yang mempengaruhi perubahan variabel terikat atau *dependent*. Penelitian ini menggunakan variabel bebas sebagai berikut:
 - a. X1: Modal Kerja
 - b. X2: Tenaga Kerja
 - c. X3: Tingkat Pendidikan
 - d. X4: *E-commerce*
2. Variabel terikat (variabel *dependent* atau Y) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas atau *independent*. Penelitian ini menggunakan variabel *dependent* Pendapatan UMKM.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari gabungan kata "*hypo*," yang berarti lemah, dan "*thesa*," yang berarti pernyataan. Sebuah hipotesis umumnya berupa suatu asumsi atau simpulan sementara yang masih memungkinkan kebenaran atau ketidakbenaran. Hipotesis merupakan pernyataan atau asumsi yang melibatkan dua atau lebih variabel yang dapat dioperasional dan diuji. Pernyataan tersebut dinyatakan dalam suatu kerangka teoritis yang dirumuskan untuk keperluan penelitian (A. Purwanti, 2023). Berikut hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh modal kerja terhadap pendapatan UMKM.

Teori *stewardship* modal kerja, sebagai salah satu bentuk sumber daya, perlu dikelola dan dijaga dengan baik oleh pemilik atau pengelola UMKM. Pemilik atau pengelola UMKM diharapkan bertindak sebagai "steward" yang bertanggung jawab atas modal kerja, melakukan alokasi yang optimal, dan mengambil keputusan yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Dengan mengelola modal secara efisien, UMKM dapat mencapai hasil yang positif terhadap pendapatan, sejalan dengan temuan penelitian Aji & Listyaningrum, (2021) yang menyatakan bahwa modal kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM sesuai dengan perspektif teori *stewardship*, di mana pengelolaan modal kerja dengan baik diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap pendapatan dan keberlanjutan UMKM. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang dapat dikembangkan adalah sebagai berikut:

H1: Modal kerja berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.

2. Pengaruh jumlah tenaga kerja terhadap pendapatan UMKM

Tenaga kerja dianggap sebagai sumber daya manusia yang perlu dikelola dengan efektif untuk mencapai tujuan jangka panjang. Teori *stewardship* menekankan pada tanggung jawab pemilik atau pengelola dalam mengelola dan menjaga sumber daya perusahaan, termasuk sumber daya manusia. Dalam hal ini, tenaga kerja yang terampil, kompeten, dan

berkomitmen dianggap sebagai aset penting yang perlu dijaga dan dioptimalkan oleh pemilik atau pengelola UMKM. Dengan memanfaatkan tenaga kerja dengan baik, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan kualitas produk atau layanan, serta meningkatkan daya saing di pasar, yang pada gilirannya dapat berdampak positif terhadap pendapatan UMKM. Dalam penelitian Jalaliah *et al.*, (2022) menghasilkan variabel tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM sesuai dengan perspektif teori *stewardship*, dimana pengelolaan yang baik terhadap tenaga kerja diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap produktifitas usaha sehingga menambah pendapatan UMKM. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang dapat dikembangkan adalah :

H2: Jumlah Tenaga kerja berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.

3. Pengaruh tingkat pendidikan terhadap pendapatan UMKM

Penelitian yang dilakukan oleh Sidik & Ilmiah, (2021) berpendapat bahwa tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM. Menurut teori *stewardship*, pemilik atau pengelola UMKM bertanggung jawab untuk mengelola sumber daya UMKM, termasuk sumber daya manusia, dengan cara mengoptimalkan kinerja untuk keberlanjutan usaha. Tingkat pendidikan karyawan atau pemilik UMKM menjadi faktor yang diharapkan dapat memengaruhi kinerja dan kesinambungan UMKM. Oleh karena itu, dengan memiliki karyawan atau

pemilik UMKM yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi, UMKM dapat lebih siap menghadapi tantangan dan mengoptimalkan peluang, yang pada gilirannya dapat berkontribusi positif terhadap pendapatan UMKM, sama halnya penelitian yang dilakukan oleh Yuniarum & Achma, (2020) menyatakan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Dengan demikian, hipotesis yang dapat dikembangkan adalah sebagai berikut:

H3: Tingkat Pendidikan berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.

4. Pengaruh *e-commerce* terhadap pendapatan UMKM.

Penggunaan *e-commerce* dapat mengoptimalkan potensi pasar digital, meningkatkan daya saing, dan mencapai pertumbuhan pendapatan yang optimal. Hal ini memberikan kesempatan bagi UMKM untuk bersaing di tingkat yang lebih luas untuk mendukung pertumbuhan ekonomi secara luas. Menurut teori *stewardship*, pemilik atau pengelola UMKM memiliki tanggung jawab untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya. Dalam hal ini *e-commerce* dianggap sebagai alat yang dapat membantu UMKM mengoptimalkan potensi pasar digital dan meningkatkan daya saing. Dengan memanfaatkan *e-commerce* secara efektif UMKM dapat mencapai pertumbuhan pendapatan yang signifikan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Madrianah *et al.*, (2023) menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan di mana pengelolaan dan pemanfaatan *e-*

commerce dengan baik diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap pendapatan dan keberlanjutan UMKM. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang dapat dikembangkan adalah sebagai berikut:

H4 : *E-commerce* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai modal kerja, jumlah tenaga kerja, tingkat pendidikan, *e-commerce* terhadap pendapatan UMKM *fashion* batik di Kota Surakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Modal Kerja berpengaruh terhadap pendapatan UMKM *fashion* batik di Kota Surakarta.
2. Jumlah Tenaga Kerja berpengaruh terhadap pendapatan UMKM *fashion* batik di Kota Surakarta
3. Tingkat Pendidikan tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM *fashion* batik di Kota Surakarta
4. *E-commerce* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM *fashion* batik di Kota Surakarta.

B. Saran

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

1. Bagi Para Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

- a. Peningkatan modal kerja bagi para pelaku UMKM *fashion* batik di Kota Surakarta dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, di antaranya adalah dengan memanfaatkan program-program pembiayaan dari Pemerintah, seperti kredit program yang memiliki persyaratan yang mudah dan suku bunga yang rendah. Dengan bertambahnya modal diharapkan akan mampu meningkatkan kapasitas produksi sehingga dapat mendorong peningkatan skala usaha yang lebih besar dan sekaligus menciptakan daya saing yang lebih tinggi.
- b. Peningkatan tenaga kerja yang berkaitan dengan pelatihan yang diberikan kepada pekerja untuk meningkatkan ketrampilan yang berujung pada kualitas yang diciptakan. Merekrut dan mengelola tenaga kerja yang dapat dilatih sesuai kebutuhan terkait tenaga kerja terampil, maupun non terampil.
- c. Mengembangkan UMKM batik di Surakarta dengan memanfaatkan berbagai *platform e-commerce* dan strategi digital marketing yang dapat digunakan oleh UMKM batik untuk menjangkau pasar secara global, termasuk penggunaan media sosial, optimasi mesin pencari (*SEO*), dan pemasaran melalui *influencer*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti yang akan datang dapat digunakan sebagai bahan referensi. Peneliti mengharapkan untuk peneliti selanjutnya agar menggunakan atau menambah variabel dan lokasi penelitian yang berbeda

untuk lebih mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi pendapatan. Dengan kata lain, bukan berarti tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap variabel pendapatan. Hanya saja sampel penelitian tidak berhasil membuktikan teori tersebut. Bagi peneliti selanjutnya agar bisa menambahkan data seperti menambah objek (*sample*) penelitian atau mengeksplorasi variabel penelitian lain.

3. Bagi Publik atau Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan masyarakat mengenai pengaruh modal kerja, jumlah tenaga kerja dan *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan UMKM *fashion* batik di Kota Surakarta. Sehingga masyarakat khususnya pelaku UMKM dapat mengetahui secara jelas mengenai pendapatan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, A. W., & Listyaningrum, S. P. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Dan Teknologi Informasi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Bantul. *JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*, Vol. 6, No.
- Ardini, A. F. S., & Rachman, A. N. (2024). Pengaruh Modal, Teknologi, Tingkat Pendidikan Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Umkm Di Kabupaten Sukoharjo. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(3), 305–313.
- Artini, N. R. (2019). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN UMKM DI KABUPATEN TABANAN*.
- Ayuningtyas, A. S., Farida, A., & Saputra, E. T. (2024). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lama Usaha dan Teknologi Informasi terhadap Pendapatan Thrift Shop di Kota Surakarta. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2 SE-Articles), 128–147.
- Badan Pusat Statistik. (2023). Databoks.
- Data UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah. (2023). Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah Provinsi Jawa Tengah.
- Donaldson, L., & Davis, J. H. (1997). *Toward a Stewardship Theory of Management*, *Academy Management Review*. Vol.22, 16(1), 49–64.
- Emeria, D. C. (2023). *Bikin Nangis! Pabrik PHK, Jadi Importir Kain China Buat Batik*. CNBC Indonesia.
- Fatimah, R. A. (2022). Pengaruh Tenaga Kerja, Tingkat Pendidikan, Lokasi Usaha Dan Bantuan Modal Pemerintah Terhadap Pendapatan UMKM (Studi Pada Pusat Grosir Solo).
- Fitriani, Y. N. (2023). Analisis Peranan Pembiayaan Produk KUR Mikro Bank Syariah Indonesia dalam Meningkatkan Produksi Usaha Mikro Perspektif Manajemen Syariah. *Repository.Iainkudus.Ac.Id*.
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. UNDIP.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harnanto. (2019). *Dasar-dasar Akuntansi dengan Contoh Sederhana untuk Gambaran yang lebih Konkrit*. Andi.
- Hasbullah. (2003). *Dasar-dasar Ilmu Pendidikan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Hidayanti, P. R., & Saharsini, A. (2023). Analysis Of factors Influencing The Income Of Food And Beverage SMEs In Sukoharjo District. *Kewirausahaan Dan Bisnis*, 23(1), 23–38.
- Hidayati, S. (2019). *Teori Ekonomi Mikro*. Unpam Press.

- Ikatan Akuntan Indonesia. (2019). *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah*. Ikatan Akuntan Indonesia.
- Jalaliah, Wulandari, H. K., & Dumadi. (2022). Pengaruh Modal Kerja, Tenaga Kerja, dan Bahan Baku Terhadap Pendapatan UMKM Pabrik Tahu (Studi Empiris UMKM Tahu Kecamatan Banjarharjo Periode Tahun 2019-2021). *Aurelia: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(1), 68–78.
- Kasmir. (2019). *ANALISIS LAPORAN KEUANGAN*. Raja Grafindo Persada.
- Koperasi, D. (2023). *UMKM dan Perindustrian Kota Surakarta*. Dinas Koperasi.
- Lestari, D. A. (2020). Pengaruh Kredit Usaha Rakyat (KUR), Modal Sendiri, Lama Usaha Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Tegal.
- Madrianah, Kausar, A., Muchsidin, F. P., & Verawaty. (2023). Pengaruh E-Commerce terhadap Pendapatan UMKM yang Bermitra Gojek dalam Masa Pandemi Covid-19 di Kota Makassar. *JEMMA (Journal of Economic Management and Accounting)*, 6, 34–42.
- Maliha, A. (2018). Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, Dan Bahan Baku Terhadap Tingkat Pendapatan Industri Kue Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Repository.Radenintan.Ac.Id*.
- Marfuah, S. T., & Hartiyah, S. (2019). Pengaruh Modal Sendiri, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Teknologi, Lama Usaha Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha (Studi Kasus Pada UMKM Di Kabupaten Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering, Vol. 1*.
- Mulyaningrum, L. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Produsen Susu Sapi Di Boyolali. *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN AKUNTANSI, Vol.3, No.*, Hal 207-220.
- Oktaviana, W., & Ansofino, Y. E. P. (2021). Pengaruh Modal, Biaya Produksi, Jumlah Tenaga Kerja Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan Umkm Sektor Kuliner Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *JURNAL HORIZON PENDIDIKAN, Vol. 1 No*.
- Polandos, P. M., Engka, D. S. ., & Tolosang, K. D. (2019). Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha, Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Langowan Timur. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Volume 19*.
- Purba, Y. A. B. (2021). Pengaruh Modal Kerja Dan Penggunaan Aplikasi E-Commerce (Shoptimize) Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Muslim Di Kota Medan. *Repository.Uinsu.Ac.Id*.
- Purwanti, A. (2023). Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Fashion Di Pusat Grosir Solo.
- Purwanti, E. (2012). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Di Desa Dayaan Dan Kalilondo

- Salatiga. *Jurnal.Stieama.Ac.Id*, Vol.5 No.9.
- Rachmani, A. R., Chaerunisa, A. B., Lais, C. R., Nagari, M. P., Arvian, R., & Anggraini, Y. (2019). Sistem Informasi Akuntansi Sebagai Alat Komunikasi Perusahaan Dengan Para Stakeholder. *Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trisakti*, 2460–8696.
- Rianty, M., & Rahayu, P. F. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM Yang Bermitra Gojek Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, Vol. 16 No.
- Sa, O. M., Herdi, H., & Aurelia, N. P. (2023). Pengaruh Pemberian Kredit Terhadap Pendapatan Usah Kecil Dan Menengah Di Koperasi Simpan Pinjam Pintu Air Cabang Lekebai. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, Vol.3, No.
- Safrianti, T. N. (2020). Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce), Modal, dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal. *Repository.Upstegal.Ac.Id*.
- Sandi, A., Mandiyara, D. R. M., & Burhanuddin, B. (2021). Pengaruh Faktor Produksi Tahu Terhadap Pendapatan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Gunung Kijang Di Lingkungan Sarata Kelurahan Paruga Kota Bima. *Jurnal PenKomi : Kajian Pendidikan Dan Ekonomi*, 4(1), 18–28.
- Sidik, S. S., & Ilmiah, D. (2021). Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan Dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Pajangan Bantul. *MARGIN ECO: Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis*, Vol. 5 NO.
- Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.23*. (2010). Ikatan Akuntan Indonesia., 2010.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R dan D*. Bandung : Alfabet.
- Sulistiyawati, S. A. (2020). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Latar Belakang Pendidikan, Ukuran Usaha, Pemberian Informasi Dan Sosialisasi Terhadap Pemahaman UMKM Dalam Menyusun Laporan Keuangan Berdasarkan SAK EMKM.
- Tajuddin, M., & Abd, M. (2017). Model Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Online Dalam Mendukung Pariwisata. *Jurnal Manajemen, Teknik Informatika Dan Rekayasa Komputerjurnal.Stmikbumigora.Ac.Id*, 17(1), 66-.
- Yuniarum, F. L., & Achma, hendra S. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Sentra Batik di Kota Pekalongan. *Diponegoro Journal of Economics*, 9(4), 1–10.

LAMPIRAN

lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Bapak/Ibu yang terhormat, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir atau Skripsi, saya Adha Febri Astuti selaku mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Surakarta sedang melakukan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM *Fashion* Batik Di Kota Surakarta”.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjadi responden dengan mengisi lembar kuesioner atau angket ini secara lengkap. Mengingat kualitas penelitian ini sangat tergantung dari pengisian Bapak/Ibu/Saudara/i dapat mengisi secara objektif dan jujur. Hasil dari kuesioner ini tidak dipublikasikan melainkan akan digunakan untuk kepentingan penyusunan Tugas Akhir atau Skripsi pada Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Surakarta.

Informasi yang Bapak/Ibu berikan merupakan bantuan yang sangat berarti. Atas partisipasi dan kerjasamanya saya mengucapkan banyak terimakasih.

Hormat saya,

Peneliti

(Adha Febri Astuti)

A. IDENTITAS RESPONDEN

Isilah identitas diri Bapak/Ibu/Saudara/i dengan keadaan yang sebenarnya

1. Nama Pemilik :

2. Jenis Usaha :

3. Nama Usaha :

4. Alamat Usaha :

5. Pendidikan Terakhir

☐

SD

☐

SMP / Sederajat

☐

SMA / SMK Sederajat

☐

D3 / Sederajat

☐

S1

6. Jenis Kelamin :

☐

Laki-Laki

☐

Perempuan

7. Umur :

☐

30 Tahun

☐

40 Tahun

☐

50 Tahun

☐

di atas 50 Tahun

8. Pendapatan Per Bulan :

☐

Dibawah Rp 5 Juta

☐

Rp 5 Juta – Rp 10 Juta

☐

Rp 10 Juta – Rp 50 Juta

☐ Rp 51 Juta – Rp 100 Juta

☐ Di atas Rp 100 Juta

B. IDENTITAS USAHA

Berilah tanda ($\checkmark$) pada pilihan yang anda anggap sesuai.

1. Kepemilikan Usaha :

☐ Milik Sendiri

☐ Usaha Bersama Teman

☐ Usaha Keluarga / Kerabat

2. Jumlah Karyawan :

☐ 1-5 orang

☐ 5-10 orang

☐ 15-20 orang

☐ Lebih dari 20 orang

☐ 10-15 orang

3. Bentuk Kepemilikan Tempat :

☐ Milik Pribadi

☐ Sewa / Kontrak

4. Sumber Modal :

☐ Modal Sendiri

☐ Modal Pinjaman Penuh

☐ Modal Sendiri dan Pinjaman

5. *E-Commerce* yang digunakan

- ☐ Shope
- ☐ Lazada
- ☐ Tokopedia
- ☐ Bukalapak
- ☐ Lainnya.....

C. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda *ceklist* (✓) pada tempat yang telah tersedia sesuai dengan jawaban Anda. Penilaian dilakukan berdasarkan skala berikut :

1. SS : Sangat Setuju (Skor 5)
2. S : Setuju (Skor 4)
3. N : Netral (Skor 3)
4. TS : Tidak Setuju (Skor 2)
5. STS : Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

1. Pendapatan (Y)

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Penghasilan yang saya miliki selalu meningkat setiap tahunnya					
2	Penghasilan usaha dapat meningkat jika pemilik usaha menjual produk secara <i>online</i>					
3	Penghasilan usaha dapat ditingkatkan dengan menambah modal					

4	Penghasilan yang saya terima mampu mencukupi kebutuhan sehari-hari					
5	Penghasilan yang saya terima bisa memperbesar Usaha					

Sumber: Safrianti, (2020)

2. Modal (X1)

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Pada awal pendirian usaha, saya menggunakan modal yang saya miliki sendiri tanpa meminjam kepada pihak lain					
2	Dengan adanya pinjaman kredit modal usaha membantu Bapak/Ibu dalam mengembangkan usaha					
3	Pinjaman kredit modal usaha telah berjalan dengan baik sehingga bermanfaat oleh usaha Bapak/Ibu untuk meningkatkan pendapatan					
4	Modal yang saya miliki mampu mencukupi seluruh biaya operasional perusahaan					

Sumber: Safrianti, (2020)

3. Jumlah Tenaga Kerja (X2)

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Jumlah tenaga kerja yang saya miliki saat ini berpengaruh terhadap pendapatan usaha					
2	tenaga kerja yang saya miliki mampu mendorong produktivitas perkembangan usaha saya					
3	Untuk mendapatkan tenaga kerja yang rajin dan jujur, saya menggunakan anggota keluarga maupun tetangga saya					
4	Tenaga kerja yang saya miliki mampu mendorong produktivitas perkembangan usaha saya					

Sumber: Lestari, (2020)

4. Tingkat Pendidikan (X3)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya telah menjalani pendidikan formal.					
2	Pendidikan formal penting untuk menjalankan usaha					
3	Saya telah mengikuti pelatihan yang berhubungan dengan usaha saya					
4	Saya mempelajari ilmu mengenai usaha saya secara mandiri					

Sumber : Sulistyawati, (2020)

5. *E-Commerce* (X4)

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Karyawan mengakses internet setiap harinya untuk sekedar mengecek maupun membalas komentar pelanggan					
2	Saya merekrut dan memperkerjakan karyawan yang mahir dalam menggunakan internet					
3	Saya menggunakan <i>website/marketplace/</i> media sosial lainnya untuk memasarkan produk/ jasa saya sehingga dapat meningkatkan pendapatan					
4	Transaksi <i>Online</i> membantu saya menjangkau pasar yang lebih luas					

Sumber: Safrianti, (2020)