

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



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi Program Studi S1 Akuntansi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun oleh

ANTIKA WAHYUNINGTYAS

20.21.0073

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

2024

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



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi Program Studi S1 Akuntansi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun oleh

ANTIKA WAHYUNINGTYAS

20.21.0073

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

2024

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Antika Wahyuningtyas
NIM : 20210073
Program Studi : Akuntansi
Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan
UMKM *Fashion* di Kota Surakarta

Disetujui dan disahkan:

Hari : Sabtu

Tanggal : 17 Februari 2024

Pembimbing,



Astuning Saharsini, S.E., M.Acc

NIDN. 0606129102

Mengetahui,

Wakil Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta



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

NIDN. 0606118902

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Antika Wahyuningtyas
NIM : 20210073
Program Studi : Akuntansi
Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan
UMKM *Fashion* di Kota Surakarta

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

Pada Hari : Rabu
Tanggal : 27 Maret 2024

Tim Penguji

Tanda Tangan

Ketua : Dewi Ika Octavia, S.E., M.Si.

(.....)

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

(.....)

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta



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

NIDN. 0625127401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul:

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

tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila di kemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Sukoharjo, 17 Februari 2024

Yang memberi pernyataan



Antika Wahyuningtyas

MOTTO

“Allah SWT tidak akan membebani seseorang, melainkan sesuai dengan kemampuannya.”

(QS. Al-Baqarah, 2 : 286)

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa.”

(Ridwan Kamil)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan.”

(Boy Chandra)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur atas rahmat dan ridho Allah SWT, skripsi ini penulis persembahkan sebagai ungkapan kata syukur dan terimakasih penulis kepada :

1. Bapak saya tercinta, Bapak Jarot Suseno. Terimakasih telah menjadi seseorang yang berperan penting dalam menyelesaikan program studi saya. Sosok yang menjadi panutan dan ayah yang bertanggung jawab dalam keluarga. Terimakasih atas segala doa, motivasi, kasih sayang, pengorbanan, nasihat, dan dukungan baik moril maupun materil.
2. Ibu saya tercinta, Ibu Suranti. Terimakasih telah menjadi seseorang yang berperan penting dalam segala hal di kehidupan saya. Sosok ibu yang sabar dan selalu memberikan segala doa, motivasi, kasih sayang, pengorbanan, nasihat, dan dukungan tanpa ada batas apapun.
3. Adik tersayang, Rizky Andika Putra, yang memberikan semangat dan dukungan selama ini.
4. Almamater saya Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
5. Sahabat saya Sefiya Hayuningrum yang selalu ada dalam situasi apapun, yang telah berjuang bersama sampai detik ini, serta selalu memberikan dukungan, perhatian, dan motivasi kepada saya.
6. Sahabat saya Rani, Winda, Zahra, dan Kamilia yang selalu memberikan semangat, dukungan, perhatian, dan motivasi kepada saya.
7. Semua pihak yang telah terlibat dan membantu saya dalam proses penyusunan penelitian ini.
8. Teman-teman yang senantiasa memberikan arahan, dukungan, dan motivasi kepada saya.
9. Diri sendiri yang sudah kuat bertahan, berjuang keras, semangat, dan berusaha dengan semaksimal mungkin sampai detik ini. Hal ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang disusun dalam bentuk skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM *Fashion* di Kota Surakarta”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna mencapai gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Akuntansi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Dalam penyusunan penulisan penelitian ini penulis menyadari bahwa terwujudnya skripsi ini adanya ridho Allah SWT, dan tentu dengan pengarahan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak secara baik yang langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pihak penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Ibu Adeviani Fiardhani, S.E., M.Ak., selaku Kepala Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
3. Ibu Astuning Saharsini, S.E., M.Acc., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia dengan sabar memberikan arahan, saran, dan bimbingan pada saat proses penulisan penelitian ini hingga selesai.
4. Bapak Arif Nugroho Rachman, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing akademik.
5. Seluruh bapak ibu dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmunya selama masa perkuliahan Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
6. Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Surakarta yang telah memberikan izin kepada penulis untuk pengambilan data yang dibutuhkan dalam penyusunan penelitian skripsi ini.

7. Kedua orang tua dan adik yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan baik berupa dukungan moril maupun materil.
8. Kepada teman-teman yang telah memberikan bantuan, dukungan, semangat dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini..
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang turut memberikan bantuan serta dukungan dalam proses penyusunan penelitian ini.
10. Terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu kooperatif, berusaha, dan berjuang sejauh ini. Mampu bertahan dan tidak menyerah dalam menyusun proses panjang skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Hal ini karena keterbatasan ilmu dan pengalaman penulis sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran pembaca agar dapat memperbaiki kekurangan yang ada. Penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan yang menyinggung pihak tertentu. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak dan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Sukoharjo, 17 Februari 2024

Penulis



Antika Wahyuningtyas

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Teori yang Relevan	13
B. Penelitian Terdahulu	22
C. Kerangka Pikir	24
D. Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Objek Penelitian	30
B. Jenis dan Sumber Data	30
C. Populasi dan Sampel.....	31
D. Teknik Pengumpulan Data	33

E. Definisi Operasional	35
F. Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	46
A. Deskripsi Objek Penelitian	46
B. Identitas Responden (Deskripsi Responden)	47
C. Analisis Data.....	52
D. Pembahasan	63
BAB V PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan.....	68
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Skala Likert	35
Tabel 3.2 Definisi Operasional	36
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Sumber Modal Usaha.....	49
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Usaha	50
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan <i>E-Commerce</i>	51
Tabel 4.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan Bersih per Bulan .	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	61
Tabel 4.14 Hasil Uji F	62
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah UMKM di Jawa Tengah.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Hasil Tabulasi Data
- Lampiran 3. Identitas Responden
- Lampiran 4. Hasil Perhitungan Identitas Responden
- Lampiran 5. Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 8. Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 10. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji T
- Lampiran 11. Hasil Uji F
- Lampiran 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN UMKM FASHION DI KOTA SURAKARTA

**ANTIKA WAHYUNINGTYAS
20.21.0073**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM yaitu *e-commerce*, teknologi, modal usaha, dan lama usaha terhadap pendapatan UMKM *fashion* di Kota Surakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengolah data primer yang diperoleh dari responden dengan cara penyebaran dan pengisian kuesioner. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 254 pelaku UMKM *fashion* di Kota Surakarta yang terdaftar pada Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Surakarta. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 72 responden yang dihitung menggunakan rumus *slovin* dan ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *e-commerce*, teknologi, modal usaha, dan lama usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.

Kata kunci : E-Commerce, Teknologi, Modal Usaha, Lama Usaha, Pendapatan UMKM.

**FACTORS AFFECTING INCOME OF FASHION MSME
IN SURAKARTA CITY**

**ANTIKA WAHYUNINGTYAS
20.21.0073**

ABSTRACT

This research aims to determine the factors that influence MSME income, namely e-commerce, technology, business capital, and length of business on fashion MSME income in the city of Surakarta. This research uses a quantitative method by processing primary data obtained from respondents by distributing and filling out questionnaires. The population in this study was 254 fashion MSMEs in Surakarta City who were registered with the Surakarta City Cooperatives, Small and Medium Enterprises Service. The sample in this study was 72 respondents who were calculated using the Slovin formula and determined using a purposive sampling technique. The data analysis techniques used in this research are data instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The results of this research show that e-commerce, technology, business capital and length of business have an influence on MSME income.

Keywords: E-Commerce, Technology, Business Capital, Length of Business, MSME Income.

BAB I

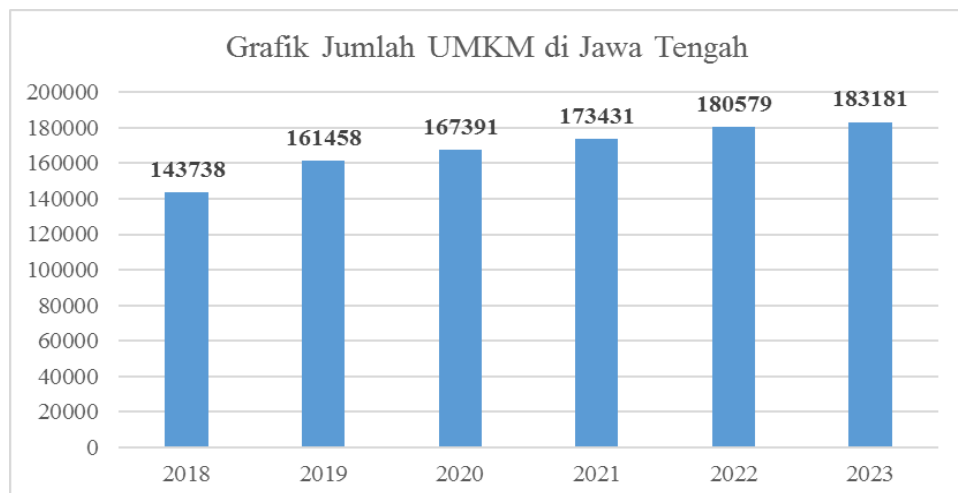
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan perekonomian Indonesia saat ini mengalami peningkatan, walaupun pada awal tahun 2023 terdapat ancaman permasalahan perlambatan ekonomi global. Pada Februari 2024, Badan Pusat Statistik melaporkan bahwa terdapat kenaikan sebesar 5,05% pada pertumbuhan ekonomi Indonesia di tahun 2023. Peningkatan pertumbuhan perekonomian Indonesia tersebut terjadi karena ada peran penting dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan salah satu sektor yang memberikan pengaruh terhadap perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM yang dirilis pada Agustus 2023, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto Nasional menunjukkan angka sebesar 61%. Hal tersebut menunjukkan bahwa UMKM yang ada di Indonesia memiliki potensial yang besar untuk dikembangkan hingga dapat berkontribusi lebih besar lagi bagi perekonomian. Tak hanya itu, menurut data ASEAN *Investment Report* 2022 Indonesia menempati posisi pertama sebagai negara yang memiliki jumlah UMKM terbanyak se-ASEAN. Terpilihnya Indonesia menempati posisi pertama karena memiliki jumlah UMKM terbanyak dapat memberikan dampak yang positif untuk mendorong pertumbuhan perekonomian negara. Ketika sektor UMKM mengalami peningkatan, maka

tak hanya perekonomian Indonesia yang meningkat daya serap tenaga kerja pun juga ikut berdampak.

Pertumbuhan dan perkembangan UMKM juga terjadi disalah satu provinsi yang terletak di Pulau Jawa, yaitu Provinsi Jawa Tengah. Berdasarkan data yang dilaporkan dan diterbitkan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UMKM) Juli 2023 UMKM di Indonesia tercatat mengalami pertumbuhan yang baik, serta sudah mencapai jumlah sebanyak 8,71 juta unit yang telah mendaftarkan bisnisnya. Dari jumlah angka tersebut, Provinsi Jawa Tengah menempati posisi kedua sebagai wilayah yang memiliki UMKM terbanyak se-Indonesia dengan jumlah mencapai 1,45 juta unit usaha. Berdasarkan data Pemprov Jateng yang terbit Juli 2023, selama lima tahun terakhir UMKM Jawa Tengah selalu mengalami peningkatan.



Gambar 1.1 Grafik Jumlah UMKM di Jawa Tengah

Sumber : Data Pemprov Jateng bulan Juli, 2023

Jumlah UMKM tersebut terdiri dari berbagai macam jenis bidang, antara lain bidang produksi, bidang perdagangan, bidang jasa, bidang pertanian dan bidang non pertanian. Dengan adanya jumlah UMKM yang banyak tersebut maka lapangan pekerjaan semakin terbuka dan tersebar sehingga tingkat penyerapan tenaga kerja tinggi hingga mengurangi pengangguran pada masyarakat. Ketika perkembangan UMKM semakin meningkat, maka pendapatan UMKM yang diterima juga mengalami peningkatan. Pendapatan daerah juga ikut bertambah karena adanya kontribusi dari pendapatan dari pelaku UMKM.

Perkembangan UMKM tersebut juga terjadi disalah satu daerah di Jawa Tengah yaitu Kota Surakarta. Kota Surakarta merupakan salah satu pusat kota yang memiliki berbagai jenis UMKM. Perkembangan perekonomian Kota Surakarta berasal dari beberapa sektor seperti sektor perdagangan, sektor jasa, sektor pendidikan, sektor pariwisata, dan sektor lainnya. Saat ini sektor perdagangan merupakan sektor utama yang sedang berkembang, termasuk dengan UMKM juga. Bidang-bidang bisnis UMKM di Kota Surakarta terdapat beragam jenis seperti, batik, busana (*fashion*), makanan dan minuman, kerajinan tangan, jasa, kuliner, dan perdagangan. Bidang bisnis kuliner merupakan bidang yang sedang digandrungi oleh masyarakat. Namun tak hanya itu, bisnis *fashion* juga merupakan bidang usaha yang sedang diminati oleh masyarakat baik lokal maupun *non* lokal. Menurut data Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Surakarta yang disampaikan November 2023, bahwa UMKM *fashion* di Kota Surakarta sejumlah 254 unit

usaha. Produk yang dipasarkan para pelaku UMKM *fashion* pun juga beragam, mulai dari baju, celana, jilbab, sepatu, tas, dan lainnya.

Maraknya *trend fashion* saat ini terjadi diberbagai kalangan, mulai dari anak-anak, remaja hingga orang tua. Pemkot Surakarta juga ikut serta mendukung adanya UMKM *fashion*. Walikota Surakarta pada saat jumpa pers Mei 2023 mengatakan bahwa akan mendukung dan mempromosikan UMKM *fashion* ke mancanegara. Bank Indonesia juga melibatkan UMKM *fashion* Kota Surakarta kedalam kegiatan *event* atau promosi untuk mengoptimalkan pemasaran produk secara *online*. Tak hanya itu, di Kota Surakarta sering mengadakan *market fest* yang merupakan acara pameran dan jual beli *fashion*. *Fashion* yang dijual juga beraneka ragam mulai dari, pakaian, sepatu, hijab, tas, dan aksesoris lainnya.

UMKM *fashion* merupakan sektor yang memiliki pendapatan terbanyak setelah sektor kuliner. Sebelum pandemi *Covid-19* melanda perekonomian dan pendapatan UMKM *fashion* selalu mengalami peningkatan. Kemudian ketika *Covid-19* mewabah, pendapatan UMKM *fashion* mengalami penurunan daya beli yang sangat drastis. Hal tersebut terjadi karena kondisi keuangan masyarakat juga mengalami penurunan sebab banyaknya PHK serta hilangnya lapangan pekerjaan membuat masyarakat enggan berbelanja *fashion* dan lebih memprioritas kebutuhan sehari-hari daripada berbelanja *fashion*. Setelah memasuki era *new normal* pada saat ini, pendapatan UMKM *fashion* mulai mengalami peningkatan dibandingkan pada waktu pandemi. Hal tersebut berarti bahwa bila terjadi peningkatan jumlah UMKM belum

tentu pendapatan para pelaku UMKM juga ikut meningkat, hal tersebut tergantung dengan kondisi perekonomian dan kondisi global serta kondisi lainnya. Melalui sesi wawancara yang dilakukan peneliti dengan salah satu pelaku UMKM *fashion* pakaian wanita beliau mengatakan, untuk saat ini pendapatan yang diterima tidak bisa stabil karena *trend fashion* yang selalu naik turun. Tak hanya itu, bagi pelaku UMKM *fashion* yang belum bergabung dengan *e-commerce* pasti akan mengalami penurunan pendapatan, sebab saat ini orang cenderung lebih suka berbelanja melalui *e-commerce* dibandingkan harus datang ke toko. Adanya isu tentang ditutupnya *e-commerce tiktok shop* juga dirasa sangat merugikan pelaku UMKM yang sudah menggantungkan usahanya pada aplikasi *e-commerce* tersebut. Pelaku UMKM yang bergabung di *e-commerce* merasakan sekali imbas positif yang dihasilkan. Hal tersebut terjadi karena para pelaku UMKM mengalami kesulitan atau kendala jika hanya bergantung pada penjualan *offline* atau melalui *store*.

Maraknya internet, membuat teknologi menjadi semakin canggih di era globalisasi ini. Kegiatan pemasaran dan periklanan juga semakin mudah dan efektif. Kebiasaan hidup di zaman sekarang ini yang membuat serba praktis, efisien, dan cepat membuat pemasaran model digital semakin digemari dan menjadi daya tarik tersendiri baik untuk konsumen maupun produsen. Maraknya *e-commerce* saat ini sangat memberikan dampak yang begitu besar untuk semua pihak baik konsumen maupun produsen. Bagi produsen serta penjual UMKM merasa *e-commerce* memberikan dampak semakin

meningkatnya pendapatan dan semakin tersebar luasnya produk yang dijual. Kemudahan untuk membeli sesuatu dalam memenuhi kebutuhan juga dirasakan oleh konsumen. Perubahan terhadap perekonomian negara dan pendapatan UMKM itu merupakan salah satu dampak pemanfaatan dari *e-commerce*.

Pertumbuhan UMKM yang semakin hari semakin meningkat tersebut mempunyai pengaruh yang besar dalam peningkatan perekonomian daerah hingga nasional. Selama usaha tersebut berjalan, pasti terdapat hambatan atau rintangan yang akan dihadapi oleh pelaku usaha. Kendala tersebut seperti minimnya pelaku usaha yang memakai *platform online*, karena para pelaku UMKM banyak yang berusia tua sehingga kurangnya wawasan tentang teknologi. Tak hanya itu, modal usaha yang minim atau terbatas juga menjadi masalah yang dihadapi oleh para pelaku UMKM. Keterbatasan pemahaman tentang penggunaan teknologi adalah masalah yang sering ditemui pada pelaku UMKM.

Para pelaku UMKM *fashion* di Surakarta mengalami beberapa kendala dan permasalahan dalam menjalankan usahanya. Hal tersebut disampaikan oleh salah satu pelaku UMKM *fashion* sandal dan sepatu di Surakarta dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Salah satu kendala dan permasalahan yang dihadapi berkaitan dengan *e-commerce*. *E-commerce* merupakan salah satu bentuk kecanggihan teknologi yang membantu para pelaku UMKM dalam memasarkan produknya. Namun, dibalik kelebihan dan manfaat positifnya terdapat salah satu kekurangan atau kendala yang dialami

oleh para pelaku UMKM. Persaingan yang sangat ketat pada *e-commerce* merupakan salah satu kendala yang sering dialami oleh pelaku UMKM. Persaingan yang ketat itu seperti perbedaan harga yang lebih murah. Ketika suatu UMKM merupakan distributor atau penjual tangan kedua maka harga yang dipasarkan pasti akan berbeda dengan harga produsen, jadi pembeli akan memilih untuk membeli langsung ke produsen melalui *e-commerce* karena harganya lebih murah.

Pada saat ini terjadi persaingan pasar yang sangat ketat, permasalahan produktifitas ini merupakan salah satu masalah yang muncul dalam kegiatan usaha. Oleh karena itu, dengan adanya teknologi diharapkan dapat membantu para produsen dan para penjual UMKM. Perbedaan antara teknologi dengan *e-commerce* adalah teknologi mengarah kepada alat atau sarana prasarana yang menunjang kegiatan usaha, sedangkan *e-commerce* merupakan *platform online* yang digunakan untuk memasarkan produk. Penggunaan teknologi yang canggih akan mempercepat produksi barang dan lebih efisien waktu. Tak hanya itu, penggunaan teknologi juga dapat memaksimalkan keuntungan yang akan didapatkan.

Perkembangan teknologi UMKM dipengaruhi banyak faktor, antara lain kemampuan SDM untuk mengembangkan teknologi, ketersediaan modal untuk pengadaan teknologi, peranan lembaga dalam pengembangan teknologi. Teknologi dalam kegiatan produksi dapat berupa berbagai macam mesin yang digunakan untuk produksi suatu usaha. Dibalik dari semakin canggihnya teknologi, masih ada beberapa pelaku UMKM yang kurang

menerapkan adanya teknologi *modern* saat ini. Melalui wawancara yang dilakukan peneliti, salah satu pelaku UMKM *fashion* batik mengaku mengalami kesulitan dalam menggunakan teknologi pada saat mengoperasikannya, karena kurangnya pelatihan, wawasan, pengetahuan, dan pengarahan menjadi alasan utamanya. Bagi pelaku UMKM yang memiliki usia yang terbilang orang tua juga mengalami kesulitan dalam menggunakan dan menerapkan teknologi dalam kegiatan usahanya.

Sumber utama dalam usaha adalah modal usaha. Ketika seseorang dapat mengelola modal usaha secara baik dan tepat maka hal tersebut akan memberikan dampak yang positif yaitu semakin berkembang pesatnya usaha tersebut. Namun, ketika seseorang mengalami kesulitan dalam mengatur pengeluaran maupun pemasukan modal maka usaha tersebut akan mengalami suatu hambatan dalam menjalankan usaha tersebut. Suatu usaha memerlukan modal yang cukup untuk digunakan dalam kegiatan operasional usaha tersebut. Ketika modal yang dimiliki cukup besar, maka usaha tersebut akan beroperasi dan meningkat sehingga pendapatan yang akan diterima juga meningkat. Dari hasil wawancara dan survei dengan beberapa pelaku UMKM *fashion*, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelaku usaha UMKM menggunakan modal pribadi. Hal tersebut terjadi karena, menurut mereka modal sendiri atau pribadi lebih efisien dan mudah dikelola dibandingkan harus memakai modal pinjaman bank atau pihak yang lain. Kendala yang biasa dialami pelaku usaha yang menggunakan modal sendiri adalah jika situasi usaha sedang sepi atau menurun maka laba yang diterima juga kecil,

sehingga kecilnya laba itu dapat mempengaruhi untuk dijadikan modal usaha selanjutnya.

Selain *e-commerce*, teknologi, dan modal usaha ada faktor lain yang dapat mempengaruhi pendapatan suatu UMKM, yaitu lama usaha. Lama usaha merupakan panjang waktu yang telah dijalani pelaku usaha dalam bisnisnya. Lama usaha suatu bisnis dengan bisnis yang lain pasti akan berbeda-beda. Semakin lama usaha yang telah dijalani, maka semakin banyak pula pendapatan yang telah diterima. Namun bukan sebagai acuan, bila semakin lama usaha semakin baik usaha tersebut. Lama usaha dapat dijadikan gambaran ketika suatu usaha berjalan dalam jangka waktu yang panjang maka dinilai perusahaan tersebut memiliki segala aspek yang baik. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pelaku UMKM *fashion* di kota Surakarta, beliau mengatakan bahwa lama usaha bukan menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pendapatan yang akan dihasilkan. Namun, pendapat lain juga mengatakan bahwa lama usaha memberikan pengaruh kepercayaan konsumen untuk tertarik membeli produk usaha kita. Semakin lama usaha yang didirikan maka semakin lengkap juga ragam produk yang akan dijual.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Erawati & Pramelia (2022) menyatakan bahwa *e-commerce*, inovasi, dan penetapan harga berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM, sedangkan penelitian dari Santri & Aida (2023) juga menyatakan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap pendapatan UMKM. Penelitian yang

dilakukan Hasanah *et al.*, (2020) memberikan hasil penelitiannya bahwa modal dan teknologi berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan UMKM, sedangkan penelitian menurut Ekasari & Pardi (2021) menyatakan bahwa teknologi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Kemudian, penelitian yang dilakukan Hidayanti & Saharsini (2023) menyatakan bahwa modal memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM, sedangkan penelitian Jalaliah (2022) menyatakan bahwa modal tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Penelitian juga dilakukan oleh Arumsari & Ismunawan (2022) memaparkan hasil penelitiannya bahwa lama usaha memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pendapatan UMKM, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Polandos *et al.*, (2019) menyatakan bahwa lama usaha tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.

Berdasarkan latar belakang dan hasil penelitian terdahulu diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang pengaruh *e-commerce*, teknologi, modal usaha, dan lama usaha terhadap pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor *fashion* di Kota Surakarta. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM *Fashion* di Kota Surakarta”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dibuat perumusan masalah sebagai berikut.

1. Apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM *fashion* di Kota Surakarta ?
2. Apakah teknologi berpengaruh terhadap pendapatan UMKM *fashion* di Kota Surakarta ?
3. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM *fashion* di Kota Surakarta ?
4. Apakah lama usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM *fashion* di Kota Surakarta ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka dapat disimpulkan tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* terhadap pendapatan UMKM *fashion* di Kota Surakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh teknologi terhadap pendapatan UMKM *fashion* di Kota Surakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh modal usaha terhadap pendapatan UMKM *fashion* di Kota Surakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh lama usaha terhadap pendapatan UMKM *fashion* di Kota Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penjelasan mengenai latar belakang, rumusan masalah, serta tujuan penelitian ini maka manfaat yang dapat diambil pada penelitian ini, sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak peneliti yang akan menelaah penelitian ini secara mendalam serta diharapkan dapat menambah wawasan dan informasi mengenai pengaruh *e-commerce*, teknologi, modal usaha, dan lama usaha terhadap pendapatan UMKM *fashion* di Kota Surakarta.

2. Manfaat praktis

a. Bagi pelaku UMKM

Dapat memberikan wawasan, pengetahuan, informasi, serta dapat mengevaluasi hal-hal tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) khususnya UMKM *fashion* di Surakarta.

b. Bagi Mahasiswa, Pembaca, ataupun Peneliti Selanjutnya

Dari penelitian tersebut diharapkan dapat memberikan ilmu baru serta sumber informasi dan pengetahuan tambahan untuk mahasiswa dan pembaca serta dapat dijadikan sebagai gambaran atau acuan peneliti selanjutnya yang akan membahas topik yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori Yang Relevan

1. Teori Kontigensi (*Contingency Theory*)

Teori kontigensi dikemukakan pertama kali oleh Lawrence dan Lorsch pada tahun 1967 kemudian kembali digunakan oleh Katz dan Rosenzweig pada tahun 1973. Menurut Etzioni (1985) dalam buku yang berjudul “*Modern Organization*” menyatakan bahwa teori kontigensi disebut juga teori kepentingan, teori lingkungan atau teori situasi. Teori kontigensi adalah teori yang berhubungan dengan kesesuaian pemimpin yang berarti menyesuaikan antara pemimpin dengan kondisi yang tepat (Koniswara dan Lestari, 2019). Menurut Pratami *et al.*, (2023), teori kontigensi adalah teori pendekatan yang mempelajari bagaimana faktor-faktor kontigen, seperti teknologi, budaya, dan lingkungan eksternal. Filosofi pola pikir teori kontigensi ini adalah setiap organisasi atau usaha pasti akan memiliki karakteristik masing-masing dan memiliki permasalahan yang berbeda satu dengan yang lain.

Keterkaitan teori dengan variabel juga telah diungkapkan oleh Pratami *et al.*, (2023). Terdapat keterkaitan antara teori kontigensi dengan variabel independen pada penelitian ini. Keterkaitan teori kontigensi dengan variabel *e-commerce* yaitu untuk memberikan informasi terkait dengan metode pemasaran yang dilakukan untuk transaksi jual beli, guna

memperluas target pasar dan kemudahan yang diberikan dari penggunaan *e-commerce* sehingga menghasilkan keputusan untuk menghadapi dan bertahan untuk meningkatkan pendapatan usaha. Lalu keterkaitan dengan variabel teknologi yaitu memberikan informasi tentang apa saja yang dapat dilakukan dengan adanya teknologi untuk kegiatan usaha, guna mempercepat proses produksi termasuk salah satu manfaat yang dapat dirasakan sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan usaha. Selanjutnya hubungan antara teori kontigensi dengan variabel modal usaha yaitu keputusan pemimpin dalam menentukan modal, modal yang besar maka akan membuat usaha semakin berkembang karena dana yang dibutuhkan sangat mencukupi sehingga kegiatan operasional tidak terhalang dan target pendapatan juga tercapai. Keterkaitan teori dengan variabel lama usaha yaitu semakin lama usaha tersebut berdiri atau berjalan, maka semakin lengkap macam barang yang dibutuhkan konsumen, hal tersebut terjadi karena pelaku usaha sudah mengetahui selera atau kebutuhan apa yang diperlukan konsumen.

2. UMKM

a. Pengertian UMKM

Usaha Mikro merupakan bisnis produktif milik orang perorangan atau badan bisnis perorangan yang memenuhi kriteria bisnis mikro sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 mengenai Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Sedangkan definisi usaha menengah menurut Presiden Nomor 10

tahun 1999 adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki kekayaan bersih, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, lebih besar dari Rp 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah). UMKM kegiatannya dapat meningkatkan dan memperluas lapangan kerja untuk masyarakat serta mampu berperan dalam mendorong tumbuhnya perekonomian secara luas. Menurut Mulyaningrum dan Saharsini (2023) UMKM adalah usaha yang dapat memperluas lapangan kerja, memberikan peningkatan perekonomian kepada masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional.

b. Kriteria UMKM

Terdapat beberapa kriteria UMKM yang digunakan untuk menggolongkan usaha tersebut. Kriteria tersebut telah diatur pada Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah, yang dijelaskan sebagai berikut.

1) Kriteria Usaha Mikro, yaitu :

- a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).

2) Kriteria Usaha Kecil, yaitu :

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut.

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

3. Pendapatan

a) Pengertian pendapatan

Pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Ikatan Akuntan Indonesia (2019:22) mengungkapkan dalam

Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) pengertian dari pendapatan adalah penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang biasa dan dikenal dengan sebutan berbeda seperti penjualan, imbalan, bunga, dividen, royalti dan sewa. Menurut Harnanto, (2019) menyatakan pendapatan adalah kenaikan atau bertambahnya aset dan penurunan atau berkurangnya liabilitas perusahaan yang merupakan akibat dari aktivitas operasi atau pengadaan barang dan jasa kepada masyarakat atau konsumen pada khususnya. Menurut PSAK No. 23 paragraf 06 Ikatan Akuntansi Indonesia menyatakan bahwa pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama satu periode, bila arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.

b) Klasifikasi Pendapatan

Pendapatan diklasifikasikan menjadi dua jenis menurut Khaeria *et al.*, (2023) yaitu.

- 1) Pendapatan operasional, yaitu pendapatan yang berasal dari kegiatan atau aktivitas utama perusahaan.
- 2) Pendapatan non operasional, yaitu pendapatan yang berasal tidak dari aktivitas utama perusahaan (berasal dari faktor eksternal).

4. *E-Commerce*

a) Pengertian *e-commerce*

Secara sederhana, *e-commerce* dapat diartikan sebagai aktivitas jual beli dengan memanfaatkan jaringan komunikasi elektronik atau internet, baik penjual maupun pembeli keduanya harus terhubung dengan internet untuk melakukan transaksi (Fauziah *et al.*, 2021). Definisi *e-commerce* menurut Harmayani *et al.* (2020) adalah penyebaran, penjualan, pemasaran, pembelian barang atau jasa dengan sarana elektronik seperti jaringan komputer, televisi, website dan jaringan internet lainnya. Dengan memanfaatkan *e-commerce* peluang pasar penjualan tidak hanya fokus kepada konsumen lokasi tertentu, namun dapat menjangkau pasar yang lebih luas serta *e-commerce* yang sukses melibatkan pembayaran, pengembangan dan perencanaan produk, mengelola produksi atau manufaktur, pemasaran serta penjualan (Romindo *et al.*, 2019). Menurut penelitian dari Rianty dan Rahayu (2021) menyatakan bahwa *e-commerce* banyak digunakan dalam dunia bisnis dalam kegiatan operasionalnya, dengan adanya *e-commerce* memberikan dampak positif yaitu semakin berkurang biaya-biaya yang digunakan untuk operasional karena adanya teknologi ini.

b) Jenis-jenis *e-commerce*

Terdapat lima jenis-jenis *e-commerce* menurut Romindo *et al.* (2019), sebagai berikut.

- 1) *Business to Business (B2B)*, yaitu transaksi yang dilakukan dua belah pihak untuk kepentingan bisnis secara berlangganan dan berkesinambungan. *E-Commerce* jenis ini biasanya digunakan oleh pedagang yang masih memiliki pemasaran model tradisional.
- 2) *Business to Customer (B2C)*, yaitu transaksi yang kegiatannya menawarkan dan menjual produk yang dilakukan oleh pelaku usaha kepada konsumen.
- 3) *Business to Customer (B2G)*, yaitu transaksi yang kegiatannya berupa perdagangan antar perusahaan dan sektor publik pemerintahan.
- 4) *Consumer to Consumer (C2C)*, yaitu kegiatan jual beli yang dilakukan pelaku usaha secara langsung dengan konsumen, biasa disebut *marketplace*.
- 5) *Mobile Commerce (m-commerce)*, yaitu kegiatan jual beli barang dan jasa melalui teknologi nirkabel yaitu, perangkat genggam seperti *Personal Digital Assistant (PDA)*.

5. Teknologi

Pengertian dari teknologi menurut KBBI yaitu suatu metode ilmiah yang digunakan untuk mencapai tujuan praktis dan merupakan salah satu ilmu pengetahuan terapan, merupakan suatu keseluruhan sarana untuk menyediakan barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan juga kenyamanan hidup manusia. Menurut Mukoffi (2021) teknologi ialah

suatu cara dimana kita menggunakan ilmu pengetahuan baik berupa *hardware* maupun *software* dalam memecahkan suatu masalah serta mencapai tujuan tertentu. Menurut Apriwiyanti (2019) teknologi merupakan alat, ilmu, atau cara-cara yang dapat digunakan manusia untuk memudahkan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan adanya teknologi tersebut, sangat mudah para pelaku usaha untuk menghasilkan barang dan akan meningkatkan produktivitas yang pada akhirnya akan mempengaruhi tingkat pendapatan (Sidik dan Ilmiah, 2021).

6. Modal Usaha

Modal merupakan dana atau uang yang digunakan sebagai uang dasar atau awal untuk mendirikan usaha sampai usaha tersebut beroperasi. Pengertian modal menurut Fauzi (2020) adalah barang-barang atau peralatan yang digunakan untuk menjalankan proses produksi. Modal adalah perbedaan antara aset dan kewajiban lancar, tetapi tidak memiliki nilai jual bagi perusahaan (Putri & Farida, 2023). Modal merupakan hal yang sangat vital dalam sebuah bisnis atau usaha, tanpa modal sebuah bisnis tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya baik mulai dari bisnis kecil sampai bisnis besar membutuhkan modal untuk menjalankan bisnisnya (Prisilia *et al*, 2019). Menurut Lestari (2022) sumber modal usaha dibagi menjadi dua yaitu modal sendiri dan modal pinjaman, ketika mendirikan suatu usaha dengan menggunakan modal sendiri mencukupi maka bisa menggunakan modal yang murni milik pribadi. Namun, tak sedikit pelaku usaha mengalami kesulitan bagian finansial. Ketika merasa

keuangan pribadi belum mencukupi untuk dijadikan modal usaha, maka pelaku usaha bisa menggunakan modal pinjaman yang tepat untuk usahanya.

7. Lama Usaha

Pengertian lama usaha menurut Fitriani (2021) adalah jangka waktu yang sudah dijalani oleh pelaku usaha dalam menjalankan usahanya, semakin lama pelaku usaha menjalani usahanya, maka semakin banyak pengalaman yang didapatkannya. Menurut Arumsari & Ismunawan (2022) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa usaha yang sudah berjalan lebih lama akan lebih bisa membaca situasi di lapangan dibandingkan dengan usaha yang baru saja berjalan, karena usaha yang baru saja berjalan harus menyesuaikan diri dengan kondisi yang ada. Faktor lama usaha juga merupakan hal penting yang dapat mempengaruhi pendapatan, semakin lama seseorang menjalani usahanya maka akan memiliki strategi yang lebih matang dan tepat dalam mengelola, memproduksi, dan memasarkan produknya, karena pengusaha atau pedagang tersebut memiliki pengalaman, pengetahuan, serta mampu mengambil keputusan dalam kondisi dan keadaan apapun (Fitriani, 2021). Menurut Polandos *et al.*, (2019) asumsi dasar yang digunakan adalah semakin lama seseorang menekuni usahanya semakin tinggi pula produktifitas kerja seseorang dan menghasilkan produksi yang memuaskan, karena lama usaha serta tingkat pengetahuan yang lebih banyak memungkinkan seseorang lebih produktif bila dibandingkan dengan yang relatif kurang dalam lama usaha.

B. Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

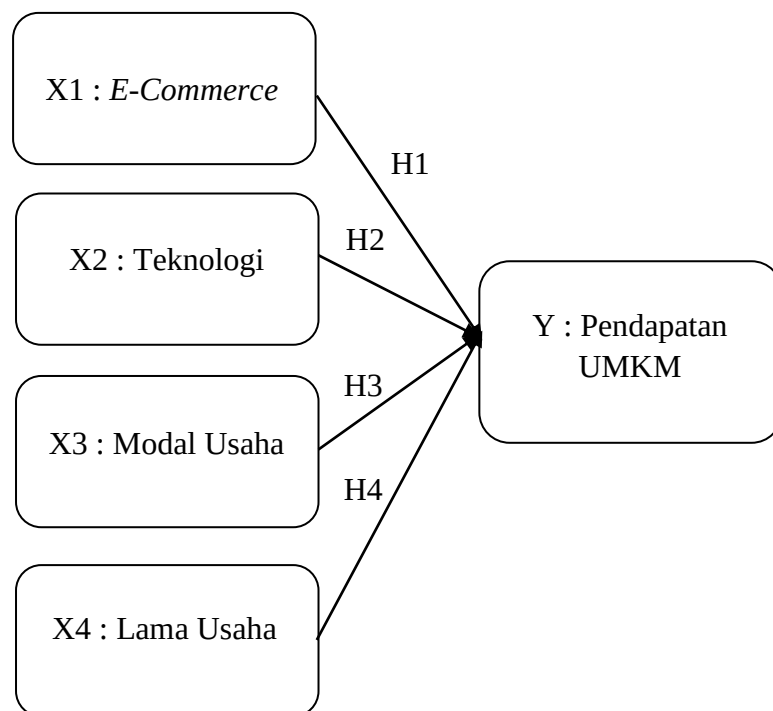
No	Penulis (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
1	Yudowati dan Handiatmoko (2021)	Pengaruh <i>E-marketing</i> dan <i>E-commerce</i> terhadap Pendapatan Usaha UMKM di Tengah Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Kecamatan Duren Sawit).	Variabel Y : Pendapatan UMKM Variabel X : <i>E-marketing E-commerce</i>	<i>E-marketing, E-commerce</i> berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM.
2	Putri dan Farida (2023)	Pengaruh Modal, Biaya Produksi, dan Teknologi terhadap Pendapatan UMKM Studi Kasus pada UMKM di Kecamatan Karangdowo	Variabel Y : Pendapatan Variabel X : Modal, Biaya produksi, dan Teknologi	Modal dan teknologi berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM. Biaya produksi tidak berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM.
3	Arumsari dan Ismunawan (2022)	Pengaruh Modal, Biaya Produksi, dan Teknologi terhadap Pendapatan UMKM Studi Kasus pada UMKM di Kecamatan Karangdowo	Variabel Y : Pendapatan Variabel X : Modal, Kredit, Pendidikan, dan Lama usaha	Modal dan lama usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan. Kredit dan pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan.

4	Sidik dan Ilmiah (2021)	Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan, dan Teknologi terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Pajangan Bantul	Variabel Y : Pendapatan Variabel X : Modal, Tingkat pendidikan, dan Teknologi	Tingkat Pendidikan dan Teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Modal tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan
5	Ekasari dan Pardi (2019)	Faktor-Faktor yang Berdampak pada Pendapatan UMKM di Sukoharjo	Variabel Y : Pendapatan UMKM Variabel X : Modal, Tingkat pendidikan, Teknologi, dan Tenaga kerja	Modal dan Tingkat Pendidikan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Teknologi dan Tenaga Kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM.
6	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	Variabel Y : Pendapatan Variabel X : Modal usaha, Lama usaha, dan Tenaga kerja	Modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Lama usaha dan tenaga kerja tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

7	Santri dan Aida (2023)	Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, dan <i>E-commerce</i> terhadap Pendapatan UMKM di Kota Bandar Lampung (Studi Kasus Sentra Keripik Pisang Pagar Alam)	Variabel Y : Pendapatan UMKM Variabel X : Modal, Tenaga kerja, dan <i>E-commerce</i>	Modal dan Tenaga Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. <i>E-commerce</i> berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap pendapatan UMKM.
---	------------------------	--	--	--

C. Kerangka Pikir

Berdasarkan kajian pustaka yang telah dipaparkan, maka disusun suatu kerangka pemikiran mengenai penelitian yang akan dilakukan. Berikut adalah gambaran kerangka pemikiran dalam penelitian ini.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Keterangan :

1. Variabel independen (variabel independen atau X) adalah variabel yang mempengaruhi berubahnya variabel dependen (variabel dependen atau Y). Dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel independen sebagai berikut.
 - a. *E-commerce* (X1)
 - b. Teknologi (X2)
 - c. Modal usaha (X3)
 - d. Lama usaha (X4)
2. Variabel dependen (variabel dependen atau Y) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen (variabel independen atau X). Dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel dependen yaitu pendapatan UMKM.

D. Hipotesis

Pengertian hipotesis menurut Sugiyono (2020:99), adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan hubungan antara variabel dengan kerangka pemikiran diatas, maka disusun hipotesis penelitian ini sebagai berikut.

1. Pengaruh *e-commerce* terhadap pendapatan UMKM

Di era digital sekarang ini proses pemasaran dan penjualan produk suatu usaha semakin dipermudah. Dengan adanya *e-commerce* memberikan manfaat yang dapat dirasakan bagi para pelaku UMKM.

Pendapatan usaha para pelaku mengalami peningkatan dengan adanya *platform e-commerce*. Peningkatan pendapatan tersebut dapat terjadi karena *e-commerce* memiliki jangkauan pasar yang lebih luas sehingga produk yang dijual dapat dikenal oleh khalayak umum. Tidak hanya jangkauan pasar yang lebih luas, penggunaan *e-commerce* ini membuat pemasaran menjadi lebih efisien sehingga biaya yang harus mengurangi dari pendapatan menjadi lebih hemat. Fitur yang disediakan *e-commerce* juga menarik dan mudah digunakan sehingga para konsumen tertarik untuk berbelanja, hal tersebut juga berimbas pada peningkatan pendapatan yang diterima oleh para pelaku UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh Yudowati dan Handiatmoko (2021) menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah

H1: *E-commerce* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM *fashion* di Kota Surakarta.

2. Pengaruh teknologi terhadap pendapatan UMKM

Teknologi merupakan sebuah alat, cara, atau ilmu yang dapat digunakan manusia untuk memudahkan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya (Apriwiyani, 2019). Perkembangan teknologi yang pesat, mendorong pelaku UMKM untuk mengikuti perkembangan yang ada tersebut. Teknologi merupakan hal penting yang dapat mendorong kelancaran dan kemajuan usaha sehingga memberikan dampak positif

bagi UMKM tersebut. Teknologi dapat berupa seperti mesin-mesin produksi yang lebih canggih sehingga dapat menghasilkan produk yang lebih berkualitas dalam jumlah lebih banyak dan waktu lebih singkat. Dengan adanya teknologi tersebut, sangat mudah para pelaku usaha untuk menghasilkan barang dan meningkatkan produktivitas yang pada akhirnya akan mempengaruhi tingkat pendapatan. Ketika suatu usaha menggunakan teknologi dalam kegiatan produksinya, maka proses produksi akan menghasilkan produk dalam jumlah yang lebih banyak dalam waktu yang singkat. Produksi yang lancar dan banyak akan menciptakan ketersediaan stok persediaan produk, sehingga mengantisipasi ketika terjadi peningkatan penjualan maka usaha tersebut masih memiliki stok persediaan. Ketika stok persediaan mencukupi pasar, maka bila terjadi transaksi penjualan yang banyak maka pendapatan yang diterima pun juga ikut meningkat. Tak hanya itu, penggunaan teknologi dalam kegiatan produksi dapat membuat biaya operasional cenderung lebih hemat sehingga laba yang didapatkan akan lebih maksimal. Penelitian dari Putri dan Farida (2023) menyatakan bahwa teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah

H2: Teknologi berpengaruh terhadap pendapatan UMKM *fashion* di Kota Surakarta.

3. Pengaruh modal usaha terhadap pendapatan UMKM

Modal merupakan salah satu aspek terpenting dalam mendirikan suatu usaha. Modal suatu usaha digunakan untuk kegiatan operasional dan memenuhi kebutuhan apa saja yang diperlukan dalam usaha tersebut. Apabila modal usaha banyak dan mencukupi maka semakin produktif juga usaha tersebut. Ketika kegiatan operasional usaha berjalan lancar maka hal tersebut juga dapat memberikan pengaruh semakin meningkatnya pendapatan UMKM tersebut. Para pelaku UMKM biasanya menggunakan modal sendiri ataupun modal pinjaman dalam usahanya. Modal sendiri adalah modal yang berasal dari dana pribadi yang dimiliki oleh pemilik. Banyak UMKM yang menggunakan modal sendiri karena dianggap lebih santai dan tidak memiliki biaya seperti biaya administrasi atau cicilan sehingga tidak menjadi beban bagi pemilik usaha tersebut. Penggunaan modal sendiri juga tidak ada keharusan untuk pengembalian modal, sehingga membuat para pelaku UMKM menjadi tidak terbebani untuk mengejar target pendapatan. Modal pinjaman adalah modal yang berasal dari pihak lain atau bank. Pelaku UMKM yang menggunakan modal pinjaman menjadi lebih memaksimalkan penjualan dengan target agar dapat menerima pendapatan yang tinggi, sehingga dapat melunasi cicilan modal pinjamannya. Para Penelitian yang dilakukan oleh Hidayanti dan Saharsini (2023) menyatakan hasil penelitiannya bahwa modal usaha

memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah

H3: Modal usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM *fashion* di Kota Surakarta.

4. Pengaruh lama usaha terhadap pendapatan UMKM

Pelaku UMKM yang sudah bergelut dan berpengalaman lama dibidang usaha akan lebih mudah dan cepat dalam mengambil keputusan dalam tujuan untuk kemajuan dan keberlangsungan usaha tersebut. Dalam menjalankan suatu usaha, lama usaha juga merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan pendapatan suatu usaha. Semakin lama usaha maka semakin banyak juga relasi dan strategi yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah pendapatan usaha tersebut. Jumlah produknya pun semakin lama semakin bervariasi dan lengkap. Kualitas produk juga semakin lama semakin membaik sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi pendapatan usaha. Dari penelitian yang dilakukan oleh Arumsari dan Ismunawan (2022) menyatakan bahwa lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah

H4: Lama usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM *fashion* di Kota Surakarta.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang *e-commerce*, teknologi, modal usaha, dan lama usaha terhadap pendapatan UMKM *fashion* di Kota Surakarta, maka dapat disimpulkan bahwa.

1. *E-Commerce* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM *fashion* di Kota Surakarta.
2. Teknologi berpengaruh terhadap pendapatan UMKM *fashion* di Kota Surakarta.
3. Modal usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM *fashion* di Kota Surakarta.
4. Lama usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM *fashion* di Kota Surakarta.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah didapatkan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut.

1. Bagi pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan penggunaan *e-commerce* dalam proses penjualan agar dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan dan memaksimalkan penggunaan teknologi di zaman yang *modern* ini sehingga lebih efisien dan hemat waktu sehingga

produk yang dipasarkan mengalami peningkatan. Pelaku juga diharapkan dapat mengelola modal usaha lebih baik dan lebih terealisasi agar modal tersebut dapat berguna untuk keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

2. Bagi pemerintah daerah sebaiknya selalu aktif dan *update* dalam proses pendataan pelaku UMKM. Pemerintah daerah juga diharapkan memberikan pengarahan, sosialisasi, dan pelatihan tentang penggunaan *e-commerce* dan teknologi, serta pengelolaan modal usaha yang efisien dan bermanfaat sehingga para pelaku UMKM dapat mengembangkan usahanya dan memperoleh pendapatan yang meningkat.
3. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya dapat memperluas wilayah sampel penelitian, ataupun menambah variabel lain, atau mungkin mengambil sektor UMKM lain agar diperoleh hasil penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, VIII(1), 179–188.
- Apriwiyanti, I. (2019). *Pengaruh Pinjaman Modal dan Teknologi terhadap Perkembangan UMKM Menurut Perspektif Ekonomi Islam di Kota Bandar Lampung*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Arumsari, T., & Ismunawan. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Sektor Perdagangan di Kota Surakarta. *Juremi : Jurnal Riset Ekonomi*, 1(6), 577–590.
- Djaali. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Dr. Drs. Ismail Nurdin, M. S., & Dra. Sri Hartati, M. S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial (L. S.HI (ed.))*. Media Sahabat Cendekia.
- Ekasari, L. D., & Pardi. (2021). Faktor-Faktor yang Berdampak pada Pendapatan UMKM di Sukoharjo. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Dan Entrepreneur*, 2(1), 19–27.
- Erawati, T., & Pramelia, N. (2022). *E-Commerce, Inovasi, Pricing, dan Pendapatan UMKM di Masa Pandemi Covid-19*. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(5), 1449–1465.
- Fauzi, N. A. (2020). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan UMKM Industri Shuttlecock di Desa Lawatan Kecamatan Dukuhturi Kabupaten Tegal. Universitas Pancasakti Tegal.
- Fauziah, A., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Kepuasan Pelanggan Belanja Online (Pada Marketplace Tokopedia Situs www.tokopedia.com/klikbarcode). *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(2), 80–91.
- Fitriani, E. (2021). *Pengaruh Modal, Lama Usaha dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Tradisional Kelurahan Olak Kemang*. Universitas Batanghari Jambi.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Harmayani, Marpaung, D., Mulyani, A. H. N., & Hutahaeen, J. (2020). *E-Commerce : Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Harnanto. (2019). *Dasar Dasar Akuntansi (2nd ed)*. Andi.
- Hasanah, R. L., Kholifah, D. N., & Alamsyah, D. P. (2020). Pengaruh Modal , Tingkat Pendidikan dan Teknologi Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Purbalingga. *KINERJA*, 17(2), 305–313.
- Hidayanti, R. P., & Saharsini, A. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Makanan dan Minuman di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 8(1), 23–38.
- Indri, F. Z. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Konsentrasi Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2016-2020. *JURNAL ILMU MANAJAMEN, EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN*, 2(2).
- 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). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(1), 68–78.
- Janna, N. M., & Herianto, M. P. (2020). *Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS*.
- Koniswara, S., & Lestari, T. S. (2019). Gaya Kepemimpinan Situasional Terhadap Motivasi Kerja Karyawan pada PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk Cabang Kupang. *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 7(1), 1–15.
- Lestari, D. A. (2020). *Pengaruh Kredit Usaha Rakyat (KUR), Modal Sendiri, Lama Usaha, dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal*. Universitas Pancasila Tegal.
- Mukoffi, A., & As'adi. (2021). Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Kecanggihan Teknologi Terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(2), 235–246.
- Polandos, P. M., Engka, D. S. M., & 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(04), 36–47.
- Pratami, S., Syafitri, L., & Ratu, M. K. (2023). Pengaruh E-Commerce, Lama Usaha dan Modal Terhadap Peningkatan Pendapatan pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pempek 26 Ilir Palembang. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Auditing*, 4(1), 83–97.

- Putri, A. D., & Farida, A. (2023). Pengaruh Modal, Biaya Produksi, dan Teknologi Terhadap Pendapatan UMKM (Studi Kasus Pada UMKM di Kecamatan Karangdowo). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Dan Entrepreneur*, 3(2), 265–278.
- Rianty, M., & Rahayu, P. F. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM yang Bermitra Gojek Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2), 153–167.
- Rinjaya, T. (2020). *Pengaruh Modal Sendiri, Modal Pinjaman, Lama Usaha, dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal*. UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL.
- Riyanto, S., & Andihita, A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Romindo, Muttaqin, Saputra, D. H., Purba, D. W., Iswahyudi, M., Banjarnahor, A. R., Kusuma, A. H. P., Effendy, F., Sulaiman, O. K., & Simarmata, J. (2019). *E-Commerce Implementasi, Strategi, & Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis.
- Rosadi, E. (2019). *Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Bersih Perusahaan dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada Home Industri Krupuk Kemplang Skip Rahayu Kec. Bumi Waras Teluk Betung Kota Bandar Lampung) Skripsi*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian* (D. I. T. Koryati (ed.)). Penerbit KBM Indonesia Anggota.
- Santri, P. D., & Aida, N. (2023). Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, dan E-commerce terhadap Pendapatan UMKM di Kota Bandar Lampung (Studi Kasus Sentra Keripik Pisang Pagar Alam). *Journal on Education*, 06(01), 7299–7306.
- 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*, 5(2), 34–49.
- Sugiyono, P. D. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.)). Alfabta.
- Wiwin. (2022). *Pengaruh Perkembangan E- Commerce Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Tinjau dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM Central Kerupuk Kemplang Kecamatan Panjang Kota Bandar Lampung)*. Universitas Islam Negri.

Yudowati, R., & Handiatmoko, D. (2021). Pengaruh E-Marketing E-Commerce Terhadap Pendapatan Usaha UMKM di Tengah Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Kecamatan Duren Sawit). *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.*, 5(4), 987–1005. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.591>

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN UMKM FASHION DI KOTA SURAKARTA

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Perkenalkan saya Antika Wahyuningtyas mahasiswa program studi Akuntansi Strata Satu (S1) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta sedang mengadakan penelitian sebagai bahan penyusunan skripsi saya mengenai “Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM *Fashion* di Kota Surakarta”.

Mohon kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Sdr/i mengisi kuesioner penelitian ini dengan memberikan jawaban dalam keadaan sebenar-benarnya. Data dari jawaban Bapak/Ibu/Sdr/i pada kuesioner ini akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penyelesaian penelitian dan skripsi semata.

Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Sdr/i dalam pengisian kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

I. Identitas Responden

Mohon dengan hormat Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi identitas secara lengkap.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Usia : ☐ < 20 Tahun ☐ 36 – 50 Tahun
☐ 21 – 35 Tahun ☐ > 50 Tahun
4. Berasal darimanakah sumber modal usaha yang digunakan untuk kegiatan operasional usaha ?
☐ Modal sendiri
☐ Modal pinjaman
5. Lama usaha : ☐ < 1 Tahun ☐ 3 - 5 Tahun
☐ 1 – 3 Tahun ☐ > 5 Tahun
6. Apakah dalam menjalankan usaha telah menggunakan teknologi untuk mempermudah dalam proses produksi dan penjualan produk?
☐ Ya
☐ Tidak
7. Platform *e-commerce* apa yang digunakan sebagai media pemasaran atau penjualan produk usaha ?
☐ Shoppe ☐ Lazada
☐ Bukalapak ☐ Lain-lain, sebutkan....
☐ Tokopedia
8. Pendapatan bersih yang diterima selama satu bulan ?
☐ < Rp 2.000.000
☐ Rp 2.000.000 s/d Rp 5.000.000
☐ Rp 5.000.000 s/d Rp 8.000.000
☐ > Rp 8.000.000

II. Petunjuk Pengisian

Peneliti mengharapkan Bapak/Ibu/Sdr/i memilih salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Bapak/Ibu/Sdr/i diantara alternatif yang ada dengan memberikan tanda (√) pada kolom yang mewakili pilihan jawaban Bapak/Ibu/Sdr/i dengan petunjuk sebagai berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

NT : Netral

ST : Setuju

SS : Sangat Setuju

A. E-Commerce

No	Pernyataan	STS	TS	NT	ST	SS
1.	Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan daya beli masyarakat.					
2.	Harga yang ditawarkan untuk reseller berbeda dengan harga konsumen.					
3.	<i>E-commerce</i> menyediakan beragam varian produk sesuai dengan trend masa kini.					
4.	Pemasaran produk yang menarik melalui <i>e-commerce</i> dapat meningkatkan penjualan dan mudah untuk menjangkau informasi produk tersebut.					
5.	Pihak penyedia aplikasi di <i>e-commerce</i> memberikan pelayanan yang baik bagi para pengguna aplikasi.					
6.	Online shop mempunyai testimoni penjualan yang baik.					
7.	Layanan bayar di tempat (<i>Cash On Delivery</i>) akan lebih mempermudah konsumen untuk melakukan transaksi.					
8.	Tampilan pada aplikasi yang disediakan <i>e-commerce</i> sangat menarik dan mudah untuk di pelajari siapa saja.					
9.	Dengan menggunakan <i>e-commerce</i> ke-efektifitasan produksi UMKM saya meningkat.					

Sumber : Wiwin (2022)

B. Teknologi

No	Pernyataan	STS	TS	NT	ST	SS
1.	Saya menggunakan teknologi mempermudah, mempercepat, dan meningkatkan produksi yang saya hasilkan.					
2.	Besar jumlah teknologi yang saya gunakan akan menambah produksi saya.					
3.	Adanya kenaikan produksi dan pendapatan setelah menggunakan teknologi.					
4.	Teknologi berpengaruh dan bermanfaat terhadap keberlangsungan usaha saya.					

Sumber : Apriwiyanti (2019)

C. Modal Usaha

No	Pernyataan	STS	TS	NT	ST	SS
1.	Modal usaha saya bersumber dari modal pribadi.					
2.	Modal dapat menjalankan operasional perusahaan dengan baik.					
3.	Saya sering mendapati tawaran dari pihak pembiayaan sebagai modal tambahan dari lembaga keuangan seperti koperasi, bank, dan lain-lain.					
4.	Modal tambahan usaha, saya gunakan untuk membeli peralatan yang lebih lengkap.					
5.	Modal tambahan membuat produksi saya lebih meningkat.					
6.	Besarnya modal yang saya miliki mampu memenuhi kebutuhan produksi.					
7.	Besar kecilnya modal yang dimiliki sangat berpengaruh terhadap produksi dan pendapatan yang akan diterima.					

Sumber : Rosadi (2019)

D. Lama Usaha

No	Pernyataan	STS	TS	NT	ST	SS
1.	Lama usaha terhitung dari awal tahun berdiri hingga sekarang berpengaruh terhadap pendapatan usaha.					
2.	Lamanya usaha yang saya miliki dapat menjadi dasar kepercayaan pembeli untuk berbelanja.					
3.	Semakin lama usaha yang saya jalankan maka pengetahuan saya mengenai penjualan semakin baik.					
4.	Semakin lama usaha yang saya jalankan maka keterampilan yang saya miliki semakin baik.					
5.	Memiliki umur usaha yang lama akan menjadi kelebihan bagi usaha yang saya miliki karena sudah dikenal banyak orang.					

Sumber : Rinjaya (2020)

E. Pendapatan UMKM

No	Pernyataan	STS	TS	NT	ST	SS
1.	Pendapatan usaha dapat ditingkatkan dengan mendapat pinjaman kredit usaha rakyat.					
2.	Setelah menggunakan teknologi pendapatan yang saya peroleh meningkat.					
3.	Pendapatan usaha saya mengalami peningkatan setiap tahunnya.					
4.	Penghasilan yang saya terima mampu mencukupi kebutuhan sehari-hari.					
5.	Pendapatan usaha mengalami peningkatan setiap tahun karena sudah berdiri sejak lama.					
6.	Pendapatan yang saya terima bisa memperbesar usaha saya.					

Sumber : Lestari (2020)