

**PENGARUH MODAL DAN PEMANFAATAN *E-COMMERCE*
TERHADAP PENDAPATAN INDUSTRI KECIL MENENGAH
BINAAN DISDAGKOPERIN KABUPATEN REJANG LEBONG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.1)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah



OLEH

RISNA AYUNI

NIM: 19681044

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP**

2024

Hal : Pengajuan Skripsi

Kepada

Yth, Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

Di

C u r u p

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Risna Ayuni mahasiswa IAIN yang berjudul : *PENGARUH MODAL DAN PEMANFAATAN E-COMMERCE TERHADAP PENDAPATAN INDUSTRI KECIL MENENGAH BINAAN DISDAGKOPERIN KABUPATEN REJANG LEBONG* sudah dapat diajukan dalam sidang munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan. Terimakasih.

Wassalamu'alaikum,Wr.Wb.

Curup, Juni 2024

Pembimbing I

Dr. Hendrianto, M.A

NIP. 198706212023211022

Pembimbing II

Andriko, M. E. Sy

NIP. 198901012019031019

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Risna Ayuni
Nomor Induk Mahasiswa : 19681044
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Modal dan Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Pendapatan Industri Kecil Menengah Binaan Disdagkoperin Kabupaten Rejang Lebong

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini bukan merupakan karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Curup, 2024



Risna Ayuni

Nim : 19681044



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan Dr. AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010 Kode Pos 39119
Website/facebook: fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email fakultassyariah&ekonomiislam@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor : 050 /In.34/FS/PP.00.900/2024

Nama : **RISNA AYUNI**
NIM : **19681044**
Fakultas : **Syariah dan Ekonomi Islam**
Prodi : **Ekonomi Syariah**
Judul : **Pengaruh Modal dan Pemanfaatan E-Commerce Terhadap
Pendapatan Industri Kecil Menengah Binaan
DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong**

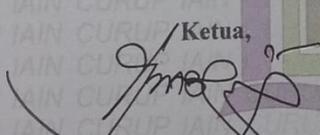
Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup,
pada:

Hari/Tanggal : **Rabu, 10 Juli 2024**
Pukul : **08:00-09:30 WIB**
Tempat : **Ruang 5 Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup**

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah.

TIM PENGUJI

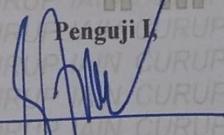
Ketua,


Mabur Syah, S.Pd., S.IPI., M.H.I
NIP. 19800818 200212 1 003

Sekretaris,


Andriko, M.E.Sy
NIP. 19890101201903 1 019

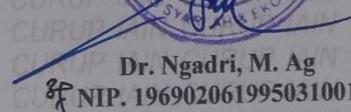
Penguji I,


Dr. Muhammad Istan, S.E., M.Pd., M.M.
NIP. 19750219 200604 1 008

Penguji II,


Fitmawati, M.E
NIP. 2024038902


Mengesahkan
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam


Dr. Ngadri, M. Ag
NIP. 196902061995031001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini secara baik dan tepat pada waktunya yang berjudul **“Pengaruh Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* Terhadap Pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong”**, yang merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi Ekonomi Syariah.

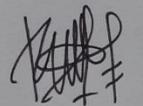
Sholawat beriring salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita nabi Muhammad SAW, para sahabat serta seluruh pengikutnya. Selesaiannya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu baik dalam penulisan skripsi maupun selama proses penelitian. Ucapan terima kasih ini disampaikan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup
2. Bapak Dr. Ngadri, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup
3. Bapak Khairul Umam Khudhori, M. E selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan banyak bimbingan, arahan, petunjuk dan saran sehingga peneliti dapat menyelesaikan perkuliahan di IAIN Curup
4. Ibu Mega Ilhamiwati, M.A selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Curup
5. Bapak Hendrianto, M.A dan Bapak Andriko M.E.,Sy selaku Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II yang senantiasa selalu membantu, membimbing, dan mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini

6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmunya selama peneliti menuntut ilmu di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup
7. Keluarga besar Dinas Perdagangan, Koperasi UKM dan Perindustrian Rejang Lebong. Terimakasih untuk segala bantuan, bimbingan dan arahan kepada peneliti selama melaksanakan penelitian.
8. Bapak Sugito dan Ibu Rosila Selaku orang tua hebatku serta keluarga besarku terimakasih telah memberikan Do'a, semangat dan dukungan moral maupun materil sehingga saya mampu menyelesaikan pendidikan ini
9. Teman-teman Angkatan 2019 Program Studi Ekonomi Syariah.
10. Serta semua pihak yang telah membantu dan memberikan semangat serta dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan serta kesalahan ataupun cara penyajiannya. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun terutama dari para pembaca. Saya mengucapkan mohon maaf atas kekurangan dan keterbatasan yang ada dalam skripsi ini. Atas kritik dan saran dari para pembaca peneliti mengucapkan terima kasih dan semoga dapat menjadi pembelajaran untuk peneliti. Akhirnya hanya kepada Allah SWT penulis senantiasa memohon magfiroh dan ridho-Nya atas penyusunan dan penulisan skripsi ini. Aamiin ya robbal alamin.

Curup, 13 Maret 2024



Risna Ayuni

NIM : 19681044

MOTTO

**"DIMANAPUN DAN KAPANPUN TETAP LAKUKAN YANG TERBAIK
MESKIPUN KAMU TIDAK DIPERLAKUKAN DENGAN BAIK"**

(Edy Sutriyono, M.Pd)

~RISNA AYUNI~

*"Terlambat bukan berarti gagal, cepat bukan berarti hebat.
Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap
orang memiliki proses yang berbeda. **PERCAYA PROSES**
itu yang paling penting, karena Allah telah mempersiapkan hal
baik dibalik kata proses yang kamu anggap rumit"*

*"Orang lain ga akan paham **Stuggle** dan masa sulit kita yang
mereka ingin tahu hanya bagian **Success Stories**.
Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk
tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga
dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya"*

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin...

Segala puji hanya bagi Allah SWT yang telah menjadikan saya manusia yang senantiasa berfikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani segala ketentuan yang telah yang menjadi takdir hambamu. Shalawat beserta salam senantiasa terkirimkan untuk baginda nabi Muhammad SAW. dengan ikhtiar dan do'a yang terus mengalir dari orang-orang yang terkasih sehingga penulis bisa sampai pada titik akhir penulisan skripsi ini. Maka dari itu saya persembahkan skripsi ini untuk mereka yang sangat saya sayangi :

1. Untuk orang yang telah banyak berjuang demi diriku dan saudaraku, orang yang telah membimbingku, mengajariku, menyayangiku, mencintaiku, merawatku bahkan membesarkanku tanpa mengharap apapun dariku. Mereka yang selalu ada disampingku dalam keadaan apapun yang selalu menyemangatiku agar aku bisa menjadi tegar atas apa yang telah aku lalui. Mereka yang selalu bekerja keras agar anak-anaknya bisa hidup dengan bahagia dan tercukupi. Sebanyak apapun cinta yang aku berikan tidak akan sebanding dengan cinta dan kasih sayang yang kalian berikan. Rasanya semua ini tidak akan cukup untuk menggambarkan sosok dua insan yang sangat berarti dalam hidupku, ya kalian adalah Ayah ku tercinta dan tersayang (Sugito) dan Ibu ku yang sangat aku cintai dan aku sayangi (Rosila) terimakasih telah menjadi panutan terbaik dalam hidupku terimakasih ku hingga akhir hayatku. Semua ini aku persembahkan untuk setiap tetesan keringat yang kalian tumpahkan meski tidak sebanding dengan apa yang sudah kalian berikan.
2. Untuk kakak-kakak ku Muhammad dan Rusli Effendi terimakasih telah menjadi penyemangatku. Terimakasih untuk semangat, motivasi, perhatian, dukungan, canda tawa serta doa yang kalian berikan.

3. Untuk keponakan terlucu ku Arroyan Dilan Al-Farizqi dan Anggil Anggara terimakasih atas kelucuannya yang menemani hari-hari ama dan menjadi penyemangat bagi ama.
4. Untuk semua keluarga besarku baik dari keluarga ayah maupun ibu ku, terimakasih atas dukungan dan semua saran yang diberikan untuk ku.
5. Teruntuk seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Sadam Pratama.. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, maupun materi. Telah menjadi rumah sekaligus pendamping dalam segala hal, menemani di setiap suka maupun duka, menjadi pendengar segala keluh kesah, mendukung di setiap keinginan dan menghibur ketika sedih. Semoga Allah selalu memberikan berkah kepada setiap apa yang kita lalui, dipermudahkan segala niat baik kita.
6. Untuk kedua orang tua pacarku Bapak Tukiran dan Ibu Yanti terimakasih sudah melahirkan dan membesarkan laki-laki pekerja keras dan bertanggung jawab seperti dia dan terimakasih sudah mensupport hubungan kami dan selalu memberikanku perhatian, motivasi dan semangat sehingga penulis mendapat support dan dukungan tambahan dalam menyelesaikan karya tulis ini.
7. Terimakasih untuk diriku sendiri telah bertahan sejauh ini, meski sambil Ya Allah Ya Allah, tapi aku yakin dibalik semua ini akan ada hal baik yang akan menghampiri. Ada banyak mulut yang harus dibungkam, ada hinaan yang harus dibuktikan dengan hasil nyata. Ada air mata yang harus dibayar. Terus berjuang jangan pantang menyerah.
8. Untuk sahabatku Milda terimakasih telah menjadi sahabat yang selalu mendukungku dalam setiap langkahku.
9. Untuk temanku Pira Purnama Sari terimakasih telah berjuang bersama dan saling memberikan semangat.
10. Untuk almamater kampus IAIN CURUP tercinta

ABSTRAK

Risna Ayuni (2024) NIM 19681044 “**Pengaruh Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* Terhadap Pendapatan Industri Kecil Menengah Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong**”. Skripsi, program Studi Ekonomi Syariah (ES).

Modal merupakan kekayaan yang digunakan dalam produksi untuk memperoleh kekayaan selanjutnya. Pemanfaatan *e-commerce* adalah manfaat yang dirasakan setelah menggunakan aplikasi online. Para pelaku IKM Binaan DISDAGKOPERIN akan mendapatkan suntikan modal dari DPMPTSP dan sosialisasi tentang memanfaatkan *e-commerce* sebagai media pemasaran untuk meningkatkan pendapatan para pelaku IKM. Akan tetapi, masih ada beberapa pelaku IKM yang pendapatannya masih tetap atau bahkan turun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal dan pemanfaatan *E-Commerce* terhadap pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 31 responden. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner, wawancara dan dokumentasi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) variabel modal tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN hal ini ditunjukkan dengan nilai thitung yang lebih kecil dari ttabel yaitu $-0,194 < 1,701$. 2) variabel *E-commerce* secara signifikan tidak berpengaruh terhadap Pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN hal ini ditunjukkan dengan nilai thitung yang lebih kecil dari ttabel yaitu $1,285 < 1,701$. 3) Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* tidak berpengaruh secara bersama-sama. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji Statistik F dengan memperoleh nilai Fhitung adalah 0,947 dengan nilai signifikansi adalah 0,400. dengan kata lain pengaruh Modal dan pemanfaatan *E-commerce* terhadap Pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong sebesar 25,2%. Sedangkan sisanya yaitu 74,8% Pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN (Y) dipengaruhi oleh faktor-faktor pendapatan lain seperti pengaruh lama usaha, pasar, lokasi, dan jam kerja.

Kata Kunci : Modal, Pemanfaatan *E-Commerce*, Pendapatan

ABSTRACT

Risna Ayuni (2024) NIM 19681044 "**The Influence of Capital and Utilization of E-commerce on the Income of Small and Medium Assisted by DISDAGKOPERIN Rejang Lebong Regency**". Thesis, Sharia Economics (ES) Study program.

Capital is wealth that is used in production to obtain further wealth. Utilization of e-commerce is the benefit felt after using online applications. IKM players assisted by DISDAGKOPERIN will receive capital injections from DPMPTSP and socialization about utilizing e-commerce as a marketing medium to increase the income of IKM players. However, there are still several SMEs whose income is still the same or even falling. This research aims to determine the effect of capital and the use of E-Commerce on the income of SMEs assisted by DISDAGKOPERIN Rejang Lebong Regency. This type of research is quantitative research. The population in this study were IKM assisted by DISDAGKOPERIN, Rejang Lebong Regency. The sample in this study was 31 respondents. Data collection methods in this research used questionnaires, interviews and documentation. The analytical method used is multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 22. The results of the research show that: 1) the capital variable does not have a significant effect on the income of SMEs assisted by DISDAGKOPERIN, this is indicated by the tcount value which is smaller than ttable, namely $-0.194 < 1.701$. 2) the E-commerce variable does not significantly influence the income of SMEs assisted by DISDAGKOPERIN, this is indicated by the tcount value which is smaller than ttable, namely $1.285 < 1.701$. 3) Capital and E-commerce Utilization do not have an effect together. This is proven by the results of the F statistical test which obtained an Fcount value of 0.947 with a significance value of 0.400. in other words, the influence of capital and use of e-commerce on the income of SMEs fostered by DISDAGKOPERIN Rejang Lebong Regency is 25.2%. Meanwhile, the remaining 74.8% of income from IKM fostered by DISDAGKOPERIN (Y) is influenced by other income factors such as the influence of length of business, market, location and working hours.

Keywords: Capital, E-Commerce Utilization, Income

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGATAR.....	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	11
G. Kajian Literature	12
H. Definisi Operasional	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	24

A. Landasan Teori	24
1. Modal	24
a. Definisi Modal	24
b. Jenis-jenis Modal	25
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Modal	26
d. Ayat Al-Quran Tentang Modal	28
2. <i>Electronic Commerce (E-Commerce)</i>	29
a. Definisi Electronic Commerce (E-Commerce)	29
b. Karakteristik Electronic Commerce (E-Commerce)	30
c. Jenis-Jenis Electronic Commerce (E-Commerce)	31
d. Keuntungan Electronic Commerce (E-Commerce)	37
e. Kekurangan Electronic Commerce (E-Commerce)	41
f. Ayat Al-Quran Tentang Electronic Commerce (E-Commerce).....	44
3. Pendapatan	45
a. Definisi Pendapatan	45
b. Jenis-Jenis Pendapatan	46
c. Sumber-Sumber Pendapatan	47
d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan	48
e. Ayat Al-Quran Tentang Pendapatan	50
4. IKM	51
a. Definisi IKM	51
b. Jenis Industri Kecil Menengah di Indonesia	51
c. Perbedaan UKM dan IKM	53
B. Kerangka Pemikiran.....	55
C. Hipotesis Penelitian	56
BAB III METODE PENELITIAN	58
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	58
B. Lokasi Penelitian.....	58
C. Subjek dan Objek Penelitian	59
D. Populasi dan Sampel	59

E. Data dan Sumber Data	60
F. Teknik Pengumpulan Data	61
G. Metode Analisis Data	62
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
A. Profil Kabupaten Rejang Lebong	68
1. Sejarah Kabupaten Rejang Lebong	68
2. Keadaan Geografis Kabupaten Rejang Lebong	70
B. Penduduk Rejang Lebong	73
C. Agama di Rejang Lebong	76
D. Jumlah IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong	78
E. Hasil Kuesioner	84
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	84
a. Uji Validitas	84
b. Uji Reliabilitas	87
2. Uji Asumsi Klasik	88
a. Uji Normalitas	88
b. Uji Multikolinearitas	89
3. Uji Hipotesis	90
a. Uji T Parsial	90
b. Uji F Simultan	92
c. Uji Determinasi	93
F. Pembahasan	94
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	99
A. Kesimpulan	99
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
CURICULUM VITAE	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong Desember 2022	8
Tabel 2.1 Bentuk-Bentuk Interaksi di Dunia Bisnis	32
Tabel 2.2 Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia	33
Tabel 4.1 Mayoritas Penduduk Rejang Lebong	74
Tabel 4.2 Agama Masyarakat Rejang Lebong	76
Tabel 4.3 Peribadatan di Rejang Lebong	77
Tabel 4.4 Data Jumlah IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong Desember 2022	78
Tabel 4.5 Data IKM Binaan DISDAGKOPERIN yang Sudah Terdaftar di DPMPTSP.....	79
Tabel 4.6 Data E-Commerce yang Digunakan oleh IKM Binaan DISDAGKOPERIN	84
Tabel 4.1 Uji Validitas	85
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas Instrument	87
Tabel 4.3 Uji Normalitas Pendekatan Statistic Kolmogrof Smirnof (Ks)	88
Tabel 4.4 Uji Multikolinearitas	89
Tabel 4.5 Uji T Parsial	90
Tabel 4.6 Uji F Simultan	92
Tabel 4.7 Uji Determinasi (R ²)	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	55
-------------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian Indonesia sejak krisis ekonomi pada pertengahan 1997 membuat kondisi ketenaga kerjaan di Indonesia ikut memburuk.¹ Pada tahun 1998 mengalami krisis moneter yang menyebabkan jatuhnya perekonomian nasional. Banyak usaha-usaha skala besar pada berbagai sektor mengalami stagnasi bahkan sampai terhenti aktifitasnya. Akan tetapi jenis usaha yang tetap berkembang dan stabil kala itu adalah usaha industri kecil menengah.

Salah satu Negara yang memiliki beraneka ragam dan potensi yang dapat dikembangkan untuk kesejahteraan rakyatnya adalah Negara Indonesia. Industri Kecil dan Menengah adalah salah satu sektor yang menjadi potensi bagi Indonesia. Industri Kecil dan Menengah yang kemudian disingkat menjadi IKM ini merupakan representasi masyarakat Indonesia dalam kehidupan ekonomi nasional. IKM dinilai mampu menciptakan lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi yang merata pada masyarakat luas dan meningkatkan perekonomian nasional. Sektor IKM memiliki peranan yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini terbukti pada saat krisis moneter 1998, IKM menjadi salah satu pembangkit perekonomian Indonesia disaat industri-industri

¹ Imsar, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pengangguran Terbuka di Indonesia Periode 1989-2016", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 5 No.1, 1 Januari-Juni (2018): 14

besar mengalami stagnasi dan bahkan terhenti aktivitas produksinya. “Pasca krisis moneter 1998, jumlah IKM semakin meningkat menurut Kementerian Perindustrian (Kemenperin) mencatat, sektor industri kecil dan menengah (IKM) dari tahun 1998 sampai tahun 2022 telah menyerap tenaga kerja hingga 12,39 juta orang atau 66,25 persen dari total tenaga kerja di sektor industri². Sepanjang 2022, sektor IKM juga telah berkontribusi sebesar 21,37 persen dari total nilai output industri pengolahan. Selama ini, IKM memiliki peran yang sangat penting dalam upaya penyerapan tenaga kerja dan pemerataan kesejahteraan. Fenomena tersebut dapat menjelaskan bahwa IKM menjadi sektor yang mempunyai potensi strategis untuk membangkitkan perekonomian nasional di Indonesia. IKM menjadi faktor pendukung pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB). Dalam upaya membangun ekonomi kerakyatan, Presiden RI telah memberikan arahan untuk melakukan pengembangan IKM Naik Kelas dan Modernisasi Koperasi. Peran IKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi IKM terhadap PDB juga mencapai 60,5%.³ Berdasarkan data

² Dedy Darmawan Nasution, Lida Puspaningtyas, “Kemenperin Catat Industri Kecil Menengah Serap 12,39 Juta Pekerja pada 2022” , Jumat 06 Januari (2023): 20:11 WIB, <<https://ekonomi.republika.co.id/berita/ro2fba502/kemenperin-catat-industri-kecil-menengah-serap-1239-juta-pekerja-pada-2022>>

³ Siaran Pers, “Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah”, 01 Oct (2022): 19:57 WIB, <<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>>

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, setiap tahunnya jumlah IKM di Indonesia terus mengalami peningkatan.⁴

Dalam perekonomian suatu negara maupun daerah pada kenyataannya terdapat berbagai sektor-sektor yang dapat memperlihatkan tingkat pertumbuhan perekonomian, yaitu sektor formal maupun sektor non formal. Dalam pengertiannya sektor informal umumnya merupakan sebagai usaha berskala kecil dengan modal, ruang lingkup dan pengembangan yang terbatas serta sedikit sekali menerima proteksi ekonomi secara resmi dari pemerintah. Dengan adanya sektor informal tersebut merupakan suatu hal dimana perekonomian kerakyatan dapat berlangsung secara seimbang dan berkelanjutan. Dalam penerapannya sektor informal justru menjadi sektor yang dapat diandalkan untuk pertumbuhan ekonomi, hal ini ditandai dengan sektor informal dapat menjadi penampung dan alternatif peluang kerja. Industri kecil dan menengah (IKM) mempunyai peran yang sangat strategis bagi peningkatan pertumbuhan ekonomi. IKM telah membuktikan diri mampu memberikan kontribusi terhadap stabilitas ekonomi di Indonesia dan sekaligus membuktikan bahwa IKM mampu bertahan dalam krisis global. IKM mampu menyerap banyak tenaga kerja sehingga membantu mempercepat laju pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Terdapat bukti empiris pula ketika kejadian krisis ekonomi tahun 1997-1998 menjadi pelajaran yang sangat berharga bagi bangsa Indonesia.

⁴ Wulandari, "Strategi Dinas Koperasi Umkm Perdagangan Dan Perindustrian Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Cianjur Jawa Barat," 1.

Pertama, usaha-usaha ekonomi berskala besar yang menjadi penggerak ekonomi nasional terbukti sangat rentan terhadap terjadinya gejolak ekonomi global sehingga menyebabkan terjadinya krisis moneter pada saat itu. Kedua, sektor IKM memberikan bukti bahwa mereka mampu beradaptasi dan bertahan hidup ditengah pusaran gejolak ekonomi dunia sehingga dapat menjadi penyangga ekonomi nasional pada saat datangnya krisis ekonomi global seperti yang terjadi pada tahun 1997 - 1998. Perkembangan IKM oleh masyarakat dapat dimulai dari membentuk suatu perusahaan kecil yang sebagian usaha dikembangkan berawal dari rumah sebagai pilihan tempat mereka berkeja, yang disebut dengan home based enterprises (IKM berbasis rumah). Dalam hal ini rumah tidak hanya dianggap sebagai salah satu kebutuhan dasar mereka tetapi juga dijadikan sesuatu yang produktif yaitu tempat aktifitas yang menghasilkan pendapatan dengan menjadi pengusaha kecil.

Menurut Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM atau usaha mikro merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri , yang di lakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil menengah sebagaimana di maksud dalam undang-undang.⁵

⁵ UU RI No. 20 Tahun 2008 Tentang UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah)

Modal merupakan salah satu langkah awal dalam kegiatan berproduksi. Dimana modal dapat meningkatkan produksi dan kapasitas produksi dalam suatu perusahaan atau pabrik. Penggunaan modal yang besar dalam proses produksi di suatu usaha dapat meningkatkan pendapatan yang akan di terima oleh pelaku usaha tersebut, begitu juga sebaliknya apabila modal yang di gunakan kecil maka pendapatan yang di peroleh pelaku usaha tersebut akan kecil. Modal berpengaruh signifikan dan positif terhadap produksi dalam meningkatkan pendapatan.⁶

Saat ini, sarana *e-commerce* adalah bukan hanya lewat telepon dan televisi saja, tetapi kini lebih sering menggunakan internet. Sebagian orang mengartikan antara *marketplace* dengan *e-commerce* dan menganggap keduanya sama. Padahal, pengertian *e-commerce* berbeda dengan *marketplace*.

Marketplace merupakan salah satu model dari *e-commerce* yang bertindak sebagai perantara antara pembeli dan penjual. Contohnya seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, dan lain-lain. Jadi, *marketplace* bukan merupakan aktivitas jual belinya, melainkan perantara yang mempertemukan penjual dengan pembeli secara *online*. Sementara itu, bentuk *e-commerce* adalah berupa *website* atau aplikasi toko *online* yang dimiliki oleh suatu *brand*, perusahaan, atau bisnis rumahan.

⁶ I Komang Suartawan, I B Purbadharmadja: "Pengaruh Modal dan Bahan Baku Terhadap Pendapatan Melalui Produksi Pengrajin Patung Kayu di Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar", *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, Vol. 6 No. 9 (September 2017): 1632

Electronic commerce atau *e-commerce* adalah suatu proses terjadinya transaksi jual beli yang dalam prakteknya dilakukan secara *online* melalui media elektronik. *E-commerce* adalah transaksi *business to business* yang terjadi dengan perantara jaringan internet.

Dalam dunia perdagangan, *e-commerce* menawarkan banyak perubahan. Proses jual beli tidak lagi membutuhkan pertemuan tatap muka seperti pada toko konvensional. Penjual dan pembeli hanya perlu melakukan proses transaksi *online*.⁷

Saat ini, bisnis *online* berkembang dengan cepat di kalangan masyarakat. Masyarakat secara tidak sadar menggunakannya dalam proses memenuhi kebutuhan mereka. Permintaan dalam memenuhi kebutuhan yang beragam dimanfaatkan oleh pelaku bisnis usaha mikro, kecil, dan menengah untuk menyediakan layanan online. Pelaku bisnis berlomba-lomba untuk menarik konsumen tanpa harus berkeliling mencari serta membayar jasa marketing dalam memasarkan produknya. Mereka hanya membutuhkan beberapa jaringan internet untuk terkoneksi dengan beberapa konsumen yang membutuhkan produk yang kita hasilkan. Penggunaan internet ini diyakini dapat meningkatkan omset penjualan serta kemudahan dalam bertransaksi jual beli.⁸

Memanfaatkan *e-commerce* atau yang sering disebut internet membuat para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah yang ada di

⁷ Dewaweb Team, “Perbedaan E Commerce & Marketplace yang Penting Diketahui”, 5 April 2023, <<https://www.dewaweb.com/blog/online-shop-marketplace-dan-e-commerce-apa-bedanya/>>

⁸ Alvin Praditya, “Pengaruh Media Sosial dan Komunikasi Bisnis Terhadap Perkembangan Bisnis Online Shop”, Vol. 2, No.1, *Jurnal Ilmiah Semarang*, (2019): 32

Kabupaten Rejang Lebong harus bekerja keras. *E-commerce* adalah proses membeli, menjual, mengirim, atau menukar produk dan jasa serta informasi melalui jaringan komputer yang sebagian besar adalah internet. Pelaku bisnis merasa keberatan dengan bisnis *online* tetapi lambat laun pelaku harus berani mengambil resiko untuk terjun langsung di dunia maya (*online*).⁹ Keberanian untuk memanfaatkan *e-commerce* atau internet belum dirasakan oleh semua IKM di Kabupaten Rejang Lebong.

Pelaku bisnis sebagian besar masih menggunakan cara tradisional untuk menjual barang mereka dan tentunya melalui pemasaran yang minim pula. Salah satu alasan pelaku bisnis tidak memasarkan atau memanfaatkan sistem jual beli *online* yaitu mereka malas untuk menekuni konsumen yang membeli produk mereka dengan jumlah yang sedikit. Selanjutnya, pelaku bisnis juga harus selalu mengecek pembayaran melalui mesin ATM. Alhasil, pelaku bisnis hanya memanfaatkan informasi yang diberikan oleh konsumen yang telah membeli produk sebelumnya. Jaringan yang tidak stabil membuat pelaku bisnis harus menyediakan waktu yang lama dalam melayani konsumen. Ditambah dengan pengetahuan dalam memasarkan produk agar terlihat menarik dan memiliki khas/etnik berbeda sangat minim sehingga perlu tambahan modal untuk menambah tenaga kerja yang bertugas mengurus konsumen yang membeli secara online.

⁹ Rezki Arianty Akob , Al Kausar , Paris Dauda , Siti Wardani Bakri Katti, Sudirman, Besse Qur'ani, "Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada UMKM di Kota Makassar)", Volume 1 Nomor 2, *Jurnal Sains Manajemen Nitro*, (Desember 2022): 175

Kabupaten Rejang Lebong adalah salah satu kabupaten yang ada di Povinsi Bengkulu, Kabupaten Rejang Lebong mempunyai jumlah penduduk yang hampir mencapai 256.094 jiwa. Jumlah keseluruhan IKM formal yang ada di Kabupaten Rejang Lebong sampai desember 2022 berjumlah 1.406 IKM.¹⁰

Tabel 1.1 Data Jumlah IKM Binaan DISDAGKOPERIN

Kabupaten Rejang Lebong Desember 2022

No	Tahun	Jumlah IKM
1	2020	1.323 IKM
2	2021	1.375 IKM
3	2022	1.406 IKM

Sumber : Dinas Perdagangan, Koperasi, UKM dan Perindustrian Kabupaten Rejang Lebong, Desember 2022

Berdasarkan data tabel 1 di atas membuktikan bahwa Jumlah pelaku IKM yang ada di Kabupaten Rejang Lebong selalu mengalami peningkatan, dengan bertambahnya jumlah pelaku usaha ini berdampak baik pada pendapatan yang diterima oleh para pelaku usaha IKM yang ada di Kabupaten Rejang Lebong. Harapan dari Dinas Perdagangan, Koperasi, UKM dan Perindustrian Kabupaten Rejang Lebong dengan bertambahnya jumlah para pelaku usaha mereka dapat saling bekerja sama dalam menjual produk mereka ke pasaran, tetapi ternyata semakin banyaknya jumlah IKM

¹⁰ Meily Haryani, Kasi Bina Usaha Industri , 6 Maret 2023, pukul 12.45 WIB.

makanan, minuman ataupun kerajinan baik yang terdaftar di DISDAGKOPERIN ataupun yang tidak terdaftar membuat persaingan usaha semakin ketat.¹¹

Jumlah pelaku IKM yang sudah dibina oleh DISDAGKOPERIN selalu mengalami peningkatan. Adapun kelebihan yang akan diterima oleh para pelaku IKM adalah mereka bisa mendaftar ke Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP), Dengan mendaftarkan ke DPMPTSP para pelaku IKM akan mendapatkan suntikan modal. Pihak DISDAGKOPERIN bahkan memberikan sosialisasi tentang memanfaatkan *e-commerce* sebagai media pemasaran untuk meningkatkan pendapatan para pelaku IKM. Akan tetapi, masih ada beberapa pelaku IKM yang pendapatannya masih tetap atau bahkan turun. Dari berbagai permasalahan yang terjadi, peneliti tertarik untuk melakukan kajian serta penelitian lebih lanjut untuk melihat pengaruh modal dan pemanfaatan *e-commerce* melalui penelitian yang berjudul : ***“Pengaruh Modal dan Pemanfaatan E-commerce terhadap peningkatan pendapatan IKM binaan Dinas perdagangan, Koperasi, UKM dan Perindustrian”***.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan dari latar belakang tersebut, maka peneliti mengidentifikasi permasalahan yang akan diteliti. Para pelaku IKM yang dibina oleh DISDAGKOPERIN sudah mendapatkan suntikan modal dan mendapatkan sosialisasi tentang memanfaatkan *e-commerce*

¹¹ Asrawani, Kabid Perindustrian, 6 Maret 2023, Pukul 13.03 WIB.

sebagai media pemasaran untuk meningkatkan pendapatan akan tetapi, masih ada pelaku IKM yang pendapatannya tetap atau bahkan turun.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan maka peneliti membatasi permasalahan ini hanya pada IKM binaan Disdagkoperin yang telah terdaftar di DPMPTSP dan sudah mendapatkan izin usaha periode tahun 2022 yaitu berjumlah 31 IKM.

D. Rumusan Masalah

1. Seberapa besar pengaruh modal terhadap peningkatan pendapatan IKM binaan DISDAGKOPERIN?
2. Seberapa besar pengaruh pemanfaatan *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan IKM binaan DISDAGKOPERIN?
3. Seberapa besar pengaruh modal dan pemanfaatan *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan IKM binaan DISDAGKOPERIN?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh modal terhadap peningkatan pendapatan IKM binaan DISDAGKOPERIN
2. Untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan IKM binaan DISDAGKOPERIN
3. Untuk mengetahui pengaruh modal dan pemanfaatan *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan IKM binaan DISDAGKOPERIN

F. Manfaat Penelitian

Pada dasarnya penelitian ini akan lebih berguna apabila dapat dipergunakan oleh semua pihak. Oleh karena itu, peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan sumbangsih pemikiran untuk memperkaya khazanah keilmuan. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan serta memperluas keilmuan tentang pengaruh modal dan pemanfaatan *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan IKM binaan Dinas Perdagangan, Koperasi, UKM dan Perindustrian, serta diharapkan penelitian ini menjadi kontribusi pengetahuan serta bacaan yang bermanfaat bagi masyarakat luas.
- b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya, sehingga penelitian mengenai pengaruh modal dan pemanfaatan *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan IKM binaan Dinas Perdagangan, Koperasi, UKM dan Perindustrian mengalami perkembangan dan penerapan yang lebih baik.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, diharapkan bisa menjadi penelitian yang dapat dipertanggungjawabkan nilai akademisnya serta diharapkan

sebagai bahan rujukan terhadap permasalahan yang diteliti dan untuk menambah wawasan.

- b. Bagi IAIN Curup, sebagai bahan referensi atau rujukan bagi perkembangan ilmu yang berkaitan langsung dengan Ekonomi Syariah.
- c. Bagi akademisi, dapat digunakan sebagai sarana untuk menambah wawasan dan dapat digunakan sebagai masukan dan referensi bagi pihak-pihak yang melakukan penelitian serupa.
- d. Bagi IKM, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk menganalisis pengimplementasian modal dan pemanfaatan *e-commerce* terhadap perkembangan IKM.

G. Kajian Literature

Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh modal dan pemanfaatan *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan IKM binaan antara lain sebagai berikut:

- 1. Meilinda Puspa Nim 0501163217 “Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Pengrajin Rotan di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan Sumatera Utara” Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan 2021 M/1442 H**

Permasalahan dalam penelitian ini adalah modal dan tenaga kerja yang bertambah tetapi pendapatan menurun. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Bapak Rifa'i selaku pemilik usaha rotan yaitu Mulia Rotan beliau mengatakan bahwasannya “ tidak ada

permasalahan modal untuk usaha yang saya kelola ini, modal yang saya keluarkan pada tahun 2018 sebesar 125.000.000, pada tahun 2019 sebesar 130.000.000 tetapi pendapatan yang saya terima menurun di tahun 2018.” Sementara yang diungkapkan oleh Bapak Putra selaku pemilik toko di toko Sibayak Rotan, beliau mengatakan pendapatan di 2019 menurun “pendapatan toko ini menurun di tahun 2019 padahal saya sudah menambah jumlah tenaga kerja tetapi pendapatannya menurun” sehingga bertambahnya jumlah karyawan pun tidak menjadi alasan untuk bertambahnya pendapatan. Sehingga pendapatan Sibayak Rotan pun mengalami penurunan di tahun 2019.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah :

- a) Modal, dan Tenaga Kerja secara serempak berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Pengrajin Rotan di Kecamatan Medan Petisah.
- b) Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Pengrajin Rotan di Kecamatan Medan Petisah.
- c) Tenaga Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Pengrajin Rotan di Kecamatan Medan Petisah.¹²

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah pada penelitian ini membahas tentang Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Pengrajin Rotan di Kecamatan Medan

¹² Meilinda Puspa, “*Pengaruh Modal Dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Pengrajin Rotan Di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan Sumatera Utara*”, Skripsi (Sumatera Utara : Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2021), 66

Petisah Kota Medan Sumatera Utara sedangkan peneliti ingin membahas pengaruh modal dan pemanfaatan e-commerce terhadap peningkatan pendapatan IKM binan Dinas Perdagangan, Kopersi, UKM dan perindustrian. Objek yang di teliti pada penelitian ini Pengrajin Rotan di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan Sumatera Utara sedangkan objek yang diteliti pada penelitian peneliti adalah IKM binaan dinas perdagangan, Koperasi, UKM dan Perindustrian di Kabupaten Rejang Lebong.

2. Adnin Nim. 160604109 “Pengaruh Modal Usaha dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Banda Aceh” Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2022 M/1443 H

Masalah-masalah yang sering muncul dalam UMKM yaitu berkaitan dengan keterbatasan modal. Keterbatasan modal yang menghambat berkembangnya usaha dalam mencapai kesuksesan. Modal usaha adalah suatu pengeluaran yang dipergunakan untuk membeli peralatan produksi, barang modal dengan tujuan untuk menaikkan modal dalam kegiatan ekonomi yang dipakai dalam produksi barang dan jasa. Setiap perusahaan selalu memerlukan modal kerja untuk mendanai kegiatan operasional sehari – hari.

Berdasarkan hasil pembahasan maka dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut diantaranya :

- a) Modal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Apabila variabel modal naik maka akan menaikkan pendapatan. Artinya modal mempunyai hubungan positif terhadap pendapatan suatu usaha. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji statistik uji t yang menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 8,086 sedangkan nilai ttabel yaitu sebesar 1,984.
- b) Tenaga kerja secara parsial tidak berpengaruh terhadap pendapatan. Artinya apabila naik atau turunnya tenaga kerja tidak mempengaruhi pendapatan. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji statistik uji t yang menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 0,154 sedangkan nilai ttabel yaitu sebesar 1,984.
- c) Modal dan tenaga kerja mempengaruhi pendapatan secara bersama-sama atau pada waktu yang bersamaan. Artinya, ketika variabel modal dan tenaga kerja meningkat, pendapatan meningkat, sedangkan ketika modal dan tenaga kerja menurun, pendapatan menurun. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F dimana nilai Sig. 0,000 (modal dan tenaga kerja terhadap pendapatan umkm makanan dan minuman di Kota Banda Aceh).¹³

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah pada penelitian ini membahas tentang Pengaruh Modal Usaha dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Banda Aceh sedangkan peneliti ingin

¹³ Adnin, “*Pengaruh Modal Usaha dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kota Banda Aceh*”, Skripsi (Kota Banda Aceh : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2022), 65-66

membahas pengaruh modal dan pemanfaatan e-commerce terhadap peningkatan pendapatan IKM binan Dinas Perdagangan, Koperasi, UKM dan perindustrian. Objek yang di teliti pada penelitian ini UMKM Kota Banda Aceh sedangkan objek yang diteliti pada penelitian peneliti adalah IKM binaan dinas perdagangan, Koperasi, UKM dan Perindustrian di Kabupaten Rejang Lebong.

3. Remelinda Lusika 2019120175 “Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada UMKM Siti Tas, Desa Junrejo)” Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang 2022

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sering dijadikan titik awal untuk menganalisis berbagai data. Karena ada berbagai pilihan yang berpotensi mempengaruhi kepuasan pelanggan, penelitian ini menggabungkan teknologi, pendidikan, dan pengiriman. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis teknologi, pendidikan, atau metode lainnya. Dalam hal ini, jaminan kualitas digunakan. Jumlah total peserta dalam penelitian ini adalah 38, dan jumlah penduduk yang tinggal di sana adalah 60 (UMKM). Kuesioner digunakan sebagai alat penelitian. Menurut temuan studi tersebut, jumlah pendidikan, teknologi, dan modularitas secara signifikan mempengaruhi pendapatan UMKM. Setidaknya ada kesamaan antara

Siti Tas dari Desa Junrejo. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertujuan untuk berkonsentrasi pada bidang-bidang yang dapat ditingkatkan, seperti pelatihan, teknologi, dan prosedur, sehingga operasi perusahaan dapat mencapai efisiensi dan efektivitas yang sesuai dengan visi dan misi UMKM.¹⁴

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah pada penelitian ini membahas tentang Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada Umkm Siti Tas, Desa Junrejo) sedangkan peneliti ingin membahas pengaruh modal dan pemanfaatan e-commerce terhadap peningkatan pendapatan IKM binan Dinas Perdagangan, Koperasi, UKM dan perindustrian. Objek yang di teliti pada penelitian ini Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Siti Tas, Desa Junrejo) sedangkan objek yang diteliti pada penelitian peneliti adalah IKM binaan dinas perdagangan, Koperasi, UKM dan Perindustrian di Kabupaten Rejang Lebong.

- 4. Nurul Ulfi, Hapid, Andi Dahri Ap Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo “Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Pendapatan UMKM Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara”,**

¹⁴ Remelinda Lusika, “*Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada Umkm Siti Tas, Desa Junrejo)*”, Skripsi (Malang : Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang, 2022)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *E - Commerce* terhadap pendapatn UMKM di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang bersumber dari angket yang disebarakan kepada lima puluh pelaku UMKM yang tersebar di beberapa desa di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara. Teknik penentuan sampel menggunakan purposive sampling dengan menentukan kriteria UMKM yang menggunakan *E-Commerce* dan digunakan analisis slovin untuk mendapatkan sampel yang dibutuhkan, metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil uji hipotesis didapatkan hasil bahwa *E-Commerce* tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa *E-Commerce* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara. *E-Commerce* mempengaruhi pendapatan UMKM sebesar 12% pola hubungan tersebut tergolong lemah dan kemampuan *E-Commerce* dalam mempengaruhi pendapatan UMKM sebesar 1,4% sedangkan 99,6% dipengaruhi oleh faktor lain.¹⁵

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah pada penelitian ini membahas tentang Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Pendapatan UMKM Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara sedangkan peneliti ingin membahas pengaruh modal dan

¹⁵ Nurul Ulfi, Hapid, Andi Dahri Ap, “*Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara*”, Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo, 10

pemanfaatan *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan IKM binan Dinas Perdagangan, Koperasi, UKM dan perindustrian. Objek yang di teliti pada penelitian ini UMKM Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara sedangkan objek yang diteliti pada penelitian peneliti adalah IKM binaan dinas perdagangan, Koperasi, UKM dan Perindustrian di Kabupaten Rejang Lebong.

5. Yudi Purwanto, Budi Wahono, Ratna Tri Hardaningtyas, e – Jurnal Riset Manajemen “Pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Probolinggo Jawa Timur”,

Kota Probolinggo terdapat sekitar 19.253 pelaku UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian dan Perdagangan (DKUPP) Kota Probolinggo melakukan kerja sama dengan PT Telkomsel untuk melakukan pelatihan tentang transaksi *online* yang di ikuti sebanyak 60 pelaku UMKM di Kota Probolinggo. Pelatihan ini hanya di ikuti bagi UMKM yang sudah mempunyai kartu e-UMKM pintar, PT Telkomsel juga memberikan bantuan paket data internet guna untuk menunjang kegiatan UMKM dalam melakukan kegiatan digital online. Dalam laporannya, kepala DKUPP Fitriawati menjelaskan bahwa dengan melakukan kerja sama ini, UMKM diharapkan dapat meningkatkan produktivitas usaha serta memperluas pangsa pasar secara digital online hal ini dikarenakan masih banyak dari pelaku

UMKM yang belum memanfaatkan e-commerce atau digital online. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah di Kota Probolinggo Jawa Timur. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan *e-commerce* dan pengaruhnya terhadap pendapatan UMKM di Kota Probolinggo.

Berdasarkan hasil dari penelitian Pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Probolinggo Jawa Timur maka dapat disimpulkan bahwa variabel pemanfaatan *e-commerce* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel pendapatan. Hal ini menunjukkan dengan adanya *e-commerce* membuat pendapatan dari pemilik usaha akan meningkat, karena *e-commerce* dapat memudahkan dan fleksibilitas dalam kegiatan memasarkan suatu produk. Dengan adanya pelaku UMKM yang memanfaatkan *e-commerce* dapat memberikan nilai tambah dalam meningkatkan pendapatan.¹⁶

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah pada penelitian ini membahas tentang Pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Probolinggo Jawa Timur sedangkan peneliti ingin membahas pengaruh modal dan pemanfaatan *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan IKM

¹⁶ Yudi Purwanto, Budi Wahono, Ratna Tri Hardaningtyas, "Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Probolinggo Jawa Timur", *e – Jurnal Riset Manajemen*, 81

binan Dinas Perdagangan, Koperasi, UKM dan perindustrian. Objek yang di teliti pada penelitian ini adalah UMKM di Kota Probolinggo Jawa Timur sedangkan objek yang diteliti pada penelitian peneliti adalah IKM binaan dinas perdagangan, Koperasi, UKM dan Perindustrian di Kabupaten Rejang Lebong.

H. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkap dalam definisi konsep) tersebut, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian atau obyek yang diteliti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel independen

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi, yang menyebabkan timbulnya atau berubahnya variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah modal dan pemanfaatan e-commerce.

2. Variabel dependen

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendapatan.

Definisi operasional variable penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian

terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	indikator	Skala
Modal (X1)	Modal merupakan kekayaan yang digunakan dalam produksi untuk memperoleh kekayaan selanjutnya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modal sebagai syarat utama 2. Pemanfaatan modal 3. Besaran modal 	Likert
Pemanfaatan e-commerce (X2)	Pemanfaatan e-commerce adalah manfaat yang dirasakan setelah menggunakan aplikasi online	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses internet 2. Kemudahan informasi 3. Kemampuan SDM 4. Tanggung jawab manajerial 	Likert
Pendapatan (Y)	Pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keuntungan 2. Kepuasan 3. Bersumber dari kegiatan 	Likert

perusahaan/pabrik operasi 4.
dari hasil Kemampuan
produksi nya. membalas jasa

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Modal

a. Definisi Modal

Modal didefinisikan sebagai sejumlah uang yang dikeluarkan untuk operasional perusahaan. Tentu saja, uang diperlukan ketika sebuah perusahaan membeli input manufaktur seperti bahan baku dan ruang kantor. Modal mengacu pada semua jenis kekayaan yang digunakan dalam proses manufaktur atau menciptakan output.¹⁷

Modal merupakan faktor produksi yang mempunyai pengaruh kuat dalam mendapatkan produktivitas atau output, secara makro modal merupakan pendorong besar untuk meningkatkan investasi baik secara langsung pada proses produksi maupun dalam prasarana produksi, sehingga mampu mendorong kenaikan produktivitas dan output.¹⁸

Modal adalah sebagai kolektivitas dari barang-barang modal yang terdapat dalam neraca sebelah debet, yang dimaksud dengan barang-barang

¹⁷ Kisman Iantang, Tuti Kirana, “Pengaruh Modal Kerja, Jam Kerja, Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang di Ruang Terbuka Hijau (Rth) Di Kota Poso”, *Jurnal Ilmiah Ekomen*, Vol 22 No 2 (2022): 11

¹⁸ J.P.Sitanggang, *Manajemen Keuangan Perusahaan* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), 58

modal adalah semua barang yang ada dalam rumah tangga perusahaan dalam fungsi profuktifitasnya untuk membentuk pendapatan.¹⁹

b. Jenis-Jenis Modal

Modal dapat digolongkan menjadi beberapa baik berdasarkan sumber, bentuk, kepemilikan, maupun sifat, yaitu sebagai berikut :

- 1) Berdasarkan sumber, modal dapat dibagi menjadi modal sendiri dan modal asing. Modal sendiri misalnya setoran dari pihak pemilik perusahaan, sedangkan modal asing berupa pinjaman dari lembaga keuangan maupun non-keuangan. Perusahaan lebih baik menggunakan modal sendiri dari pada menambah utang, jika diperlukan menambah utang, maka perusahaan akan menerbitkan surat berharga terlebih dahulu atau yang memiliki resiko lebih kecil.²⁰
- 2) Berdasarkan bentuk, modal dapat terbagi menjadi modal konkret dan modal abstrak. Modal konkret meliputi mesin, gedung, kendaraan dan peralatan, sedangkan modal abstrak meliputi hak merk dan nama baik perusahaan.
- 3) Berdasarkan kepemilikan, modal dapat dibagi menjadi modal individu dan modal masyarakat. Modal individu misalnya rumah pribadi yang disewakan, sedangkan modal masyarakat misalnya rumah sakit umum milik perusahaan, jalan, dan jembatan.

¹⁹Yandi M. Rofiyandi, “*Mengenal Definisi Modal, Sejarah, Jenis dan Manfaatnya*”, 20 Juni 2022, <<https://katadata.co.id/redaksi/ekonopedia/62b008665b9c6/mengenal-definisi-modal-sejarah-jenis-dan-manfaatnya>>

²⁰ Muhammad Istan, “*Ekonomi Politik (Debt To Asset Ratio, Debt To Equity Ratio Terhadap Return On Equity)*”, (Sumarto: Penerbit Buku Litarsiologi, 2020), 21

- 4) Berdasarkan sifat, modal dapat terbagi menjadi modal tetap dan modal lancar. Modal tetap seperti bangunan dan mesin, sedangkan modal lancar seperti bahan-bahan baku.²¹

Secara keseluruhan modal usaha terbagi menjadi tiga bagian yaitu:

- 1) Modal Investasi

Modal investasi merupakan jenis modal usaha yang harus dikeluarkan dan dipakai dalam jangka panjang. Modal usaha untuk investasi nilainya cukup besar karena dipakai untuk jangka waktu lama atau panjang. Namun, modal investasi akan menyusut dari tahun ke tahun bahkan bisa bulan ke bulan.

- 2) Modal Kerja

Modal kerja merupakan modal usaha yang diharuskan untuk membuat atau membeli barang dagangan. Modal kerja ini dapat dikeluarkan setiap bulan atau pada waktu –waktu tertentu.

- 3) Modal Operasional

Modal operasional merupakan modal usaha yang harus dikeluarkan untuk membayar biaya operasi bulanan misalnya pembayaran gaji pegawai, listrik dan sebagainya.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Modal

Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah modal kerja adalah sebagai berikut.²²

²¹ Said Kelana Asnawi dan Candra Wijaya, *Pengantar Valuasi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), 26-27.

1. Jenis Perusahaan

Jenis perusahaan dalam praktiknya meliputi dua macam, yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dan nonjasa (industri). Kebutuhan modal dalam perusahaan industri lebih besar jika dibandingkan dengan perusahaan jasa. Oleh karena itu, jenis kegiatan perusahaan sangat menentukan kebutuhan akan modal kerjanya.

2. Syarat Kredit

Syarat kredit atau penjualan yang pembayarannya dilakukan dengan cara mencicil (angsuran) juga sangat mempengaruhi modal kerja. Untuk meningkatkan penjualan bisa dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya adalah melalui penjualan secara kredit. Penjualan barang secara kredit memberikan kelonggaran kepada konsumen untuk membeli barang dengan cara pembayarannya diangsur beberapa kali untuk jangka waktu tertentu. Hal-hal yang perlu memperoleh perhatian dari syarat-syarat kredit dalam hal ini adalah:²³

a) Syarat untuk pembelian bahan atau barang dagangan.

Syarat pembelian barang atau bahan yang digunakan untuk memproduksi barang mempengaruhi modal kerja. Pengaruhnya berdampak terhadap pengeluaran kas, jika persyaratan kredit lebih mudah, maka akan sedikit uang kas yang keluar, demikian

²² Kasmir, “*Pengantar Manajemen Keuangan*”, (Jakarta: Kencana, 2010): 217

²³ *Ibid*

pula sebaliknya, syarat untuk pembelian bahan atau barang dagangan juga memiliki kaitannya dengan persediaan.

b) Syarat penjualan barang

Dalam syarat penjualan, apabila syarat kredit diberikan relatif lunak seperti potongan harga, maka modal kerja yang dibutuhkan semakin besar dalam sektor piutang.

3. Proses Produksi

Waktu produksi merupakan jangka waktu atau lamanya memproduksi suatu barang. Semakin lama waktu yang digunakan untuk memproduksi suatu barang, maka akan semakin besar modal kerja yang dibutuhkan. Tingkat perputaran persediaan. Pengaruh tingkat perputaran persediaan terhadap modal kerja cukup penting bagi perusahaan. Semakin kecil atau rendah tingkat perputaran, maka kebutuhan modal kerja makin tinggi, demikian pula sebaliknya.

d. Ayat Al-Qur'an Tentang Modal

Ayat yang berhubungan dengan modal ini terdapat pada QS. Ali Imran ayat 14

Artinya: “dijadikan indah pada pandangan manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang

ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup didunia, dan disisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga).”²⁴

Pada ayat ini dapat kita ketahui bahwa dijadikan indah bagi manusia kecintaan kepada harta yang tidak terbilang lagi berlipat ganda. Yang mana bentuk harta ini berupa emas, perak, binatang ternak, sawah, ladang dan lain-lain, yang semua itu merupakan sesuatu yang diinginkan dan dicintai oleh manusia. Kecintaan kepada materi (wanita, anak-anak, harta benda) merupakan sifat dasar manusia karena berkaitan dengan kebutuhan, hanya saja kita tidak boleh terlalu menuruti hawa nafsu dalam memenuhi kebutuhan dunia sehingga melupakan kehidupan akhirat. Harta benda merupakan kebutuhan lahir manusia.

Jadi harta disini merupakan modal bagi kita untuk mencari keuntungan, namun tidak boleh berlebihan yang menyebabkan lalai terhadap perintah-Nya. Maka jadikanlah sebagai modal untuk kesejahteraan dunia serta akhirat.

2. *Electronic Commerce (E-Commerce)*

a. *Definisi Electronic Commerce (E-Commerce)*

E-Commerce merupakan suatu sistem atau paradigma baru dalam dunia bisnis, menggeser paradigma perdagangan tradisional menjadi *electronic commerce* yaitu dengan memanfaatkan teknologi ICT (*Information and Communication Technology*), atau dengan kata lain teknologi internet. Definisi *e-commerce* secara umum yaitu proses membeli, menjual, baik

²⁴ Q.S Ali Imran : 14

dalam bentuk barang, jasa ataupun informasi yang dilakukan melalui media internet.²⁵

E-Commerce merupakan suatu transaksi saling tukar menukar barang antar satu dengan yang lainnya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari secara digital. Seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi, sistem transaksi secara *on-line (E-Commerce)* sangat memudahkan bagi para pelaku bisnis untuk berinteraksi dan bertransaksi melalui media internet. Transaksi *On-line (E-commerce)* merupakan suatu transaksi yang melibatkan penjual dan pembeli dalam satu media internet dan melakukan transaksi secara langsung melalui *website* dan situs transaksi seperti : tokopedia, shopee, buka lapak, lazada, JD.id dan lain-lain.²⁶

b. Karakteristik *Electronic Commerce (E-Commerce)*

Berikut ini jenis-jenis karakteristik *E-commerce* antara lain sebagai berikut:

1) Transaksi tanpa batas

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

²⁵ Sri Haryanti, Tri Irianto, “*Rancangan Bangun Sistem Informasi E-Commerce untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Mode Kudus*” dalam Jurnal Speed Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi, Vol. 3 (1), (Novemeber 2011): 10

²⁶ Dedi Riswandi, “*Transaksi On-Line (E-Commerce) : Peluang dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”, Jurnal Econetica, Vol.1 No.1 p-ISSN: 2685-1016, (Mei 2019): 1

2) Transaksi anonym

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

3) Produk digital dan non digital

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

4) Produk barang tidak berwujud

Ketika ingin menjual melalui *E-commerce*, pemilik usaha tidak hanya dapat menjual produk berwujud tetapi juga dapat menjual produk tidak berwujud seperti perangkat lunak dan ide atau hasil karya editing secara *online*.²⁷

c. Jenis-Jenis *Electronic Commerce (E-Commerce)*

Interaksi di internet dapat berupa kolaborasi (misalnya: situs desainer grafis), *content community* (masyarakat konten) contohnya: situs klub penggemar / fan club), dan dunia video game virtual (misalnya: DOTA dan *World of Warcraft*). Semua jenis website partisipatif memiliki berbagai tingkat kehadiran sosial tinggi, tetapi bersifat rendah pada pengungkapan diri.

²⁷ Jaidan Jauhari, “Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan *E-Commerce*”, Jurnal Sistem Informasi, Vol.2 (1), (April 2010): 159-168.

Alasan di balik ini adalah karena para pengguna internet tidak selalu mengungkapkan identitas mereka di dunia maya.

Tabel 2.1

Bentuk-Bentuk Interaksi di Dunia Bisnis

No.	Nama	Penjelasan
1	B2B (<i>Business to Business</i>)	Transaksi bisnis antara pelaku bisnis dengan pelaku bisnis lainnya. Dapat berupa kesepakatan spesifik yang mendukung kelancaran bisnis.
2	B2C (<i>Business to Consumer</i>)	Aktivitas yang dilakukan produsen kepada konsumen secara langsung.
3	C2C (<i>Consumer to Consumer</i>)	Aktivitas bisnis (penjualan) yang dilakukan oleh individu (konsumen) kepada individu (konsumen) lainnya.
4	C2B (<i>Consumer to Business</i>)	C2B merupakan model bisnis di mana konsumen (individu) menciptakan dan membentuk nilai akan proses bisnis.
5	B2G (<i>Business to Government</i>)	Merupakan turunan dari B2B, perbedaannya proses ini terjadi antara pelaku bisnis dan instansi pemerintah
6	G 2 C	Merupakan hubungan atau interaksi antara pemerintah

(*Government* dengan masyarakat. Konsumen, dalam hal ini
to masyarakat, dapat dengan mudah menjangkau
Consumer) pemerintah sehingga memperoleh kemudahan dalam
 pelayanan sehari-hari

Pertumbuhan belanja online juga telah mempengaruhi struktur industri. E-commerce telah merevolusi cara bertransaksi berbagai bisnis, seperti toko buku dan agen perjalanan. Umumnya, perusahaan besar dapat menggunakan skala ekonomi dan menawarkan harga yang lebih rendah. Individu atau pelaku bisnis yang terlibat dalam e-commerce, baik itu pembeli ataupun penjual mengandalkan teknologi berbasis internet untuk melaksanakan transaksi mereka. E-commerce memiliki kemampuan untuk memungkinkan transaksi kapan saja dan di mana saja. Kekuatan e-commerce memungkinkan hambatan-hambatan geografis menghilang.²⁸

Tabel 2.2

Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia

No.	Jenis Website	Penjelasan
1	E-Commerce Listing / iklan baris	Berfungsi sebagai sebuah platform yang di mana para individu dapat memasang barang jualan mereka secara gratis. Pendapatan diperoleh dari iklan premium.. Jenis

²⁸ Dameria Esterlina Br Jabat, Lennaria L. Tarigan, Megaria Purba, Mardaus Purba, "Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan", Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Teknologi, Volume 2 No. 2, (Juli 2022): 17-18

- iklan baris seperti ini cocok bagi penjual yang hanya ingin menjual barang dengan kuantitas kecil
- 2 Online Marketplace Ini adalah model bisnis dimana website yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja,tapi juga memfasilitasi transaksi uang secara online. Seluruh transaksi online harus difasilitasi oleh website yang bersangkutan
- 3 Shopping Mall Model bisnis ini mirip dengan marketplace, tapi penjual yang bisa berjualan disana haruslah penjual atau brand ternama karena proses verifikasi yang ketat.
- 4 Toko Online Model bisnis ini cukup sederhana, yakni sebuah toko online dengan alamat website (domain) sendiri di mana penjual memiliki stok produk dan menjualnya secara online kepada pembeli.
- 5 Toko online di media sosial Banyak penjual di Indonesia yang menggunakan situs media sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram untuk mempromosikan barang dagangan mereka.
- 6 Jenis-Jenis Website dipakai sebagai platform untuk website mengumpulkan orang-orang dengan skill yang sama dan crowdsourcing atau untuk penggalangan dana secara online.

crowdfunding

E-commerce memungkinkan untuk meningkatkan keseluruhan nilai bisnis perusahaan. Maka, sangat perlu untuk memahami ciri-ciri dan jenis-jenis bisnis *e-commerce* yang berbeda-beda agar. Namun, biaya kesempatan bisa terjadi, jika strategi lokal tidak cocok untuk pasar baru, perusahaan bisa kehilangan pelanggan potensial. Ada juga beberapa bisnis online yang menggunakan beberapa model bisnis di atas pada saat bersamaan. Contohnya jenis-jenis bisnis yang memiliki toko-toko online B2C mereka sendiri serta marketplace yang memverifikasi penjualnya terlebih dahulu. Membandingkan situs *e-commerce* satu dengan yang lainnya hanya dapat dilakukan apabila mereka memiliki model bisnis yang serupa.²⁹

Business to consumer (B2C) adalah jenis bisnis yang paling sering digunakan masyarakat. Konsep B2C sangat mirip dengan C2C bahkan banyak beberapa platform yang juga memiliki model bisnis seperti C2C. Model bisnis B2C diperuntukkan dari bisnis untuk konsumen akhir. Toko ritel adalah gambaran paling cocok untuk menggambarkan B2C. Apalagi berkat perkembangan teknologi dan kemajuan individu dalam mengembangkan suatu wibesite, B2C pun semakin menjamur.³⁰ Cth:

²⁹ Mahir Pradana, “Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia”, Jurnal Neo-Bis, Volume 9, No. 2, (Des 2015): 37-39

³⁰ Guntur Maha Putra, Ahmad Muhazir, Jeperson Hutahaean, Arridha Zikra Syah, “Kewirausahaan Berbasis E-Commerce Untuk Meningkatkan Pendapatan Keluarga Di Polsek Porsea”, Journal Of Social Responsibility Projects By Higher Education Forum, Vol 1, No 1, (Juli 2020): 19

1) Lazada

Lazada adalah sebuah perusahaan yang didirikan oleh Maximilian Bittner pada 2012. Kini Lazada menjadi bagian dari Alibaba Group. Pada 2014, Lazada sukses memasuki pasar Asia Tenggara yaitu Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam.³¹

2) Shopee

Shopee adalah platform B2C asal Taiwan yang berdiri sejak 2015. Walau baru 5 tahun berdiri, Shopee telah berhasil melebarkan sayap ke banyak negara di Asia termasuk Indonesia. Popularitas Shopee pun tak main-main. Menurut data yang dilansir Katadata, Shopee di Indonesia memiliki 3.225 pada kuartal ketiga di tahun 2019.³²

3) Facebook

Facebook adalah sebuah platform jejaring sosial yang berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat yang diluncurkan pada bulan Februari 2004. Hingga Desember 2022, Facebook memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif dan lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam. Facebook sendiri didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama teman sekamarnya dan sesama mahasiswa Universitas Harvard, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes. Keanggotaan situs web ini awalnya

³¹ Umar Bakti, Hairudin, Maria Septijantini Alie, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung”, Jurnal Ekonomi, Volume 22 Nomor 1, (Februari 2020): 101

³² Eka Septiana Sulistiyawati, Anna Widayani, “Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan Umkm di Kota Blitar”, Jurnal Pemasaran Kompetitif, Vol. 4, No. 1 (Oktober 2020): 135

terbatas untuk mahasiswa Harvard saja, kemudian diperluas keperguruan lain di Boston, Ivy League, dan Universitas Stanford.³³

d. Keuntungan *Electronic Commerce (E-Commerce)*

Banyak keuntungan yang ditawarkan *e-commerce* yang sulit atau tidak dapat diperoleh melalui transaksi konvensional. Keuntungan yang dapat diambil dari penerapan *e-commerce* dapat dilihat dari 3 pihak utama yang terlibat di dalamnya yaitu: organisasi, konsumen, dan masyarakat.

Bagi organisasi / perusahaan

1) Pasar Internasional

Dengan penerapan *e-commerce* sebuah perusahaan dapat memiliki sebuah pasar internasional. Bisnis dapat dijalankan tanpa harus terbentur pada batas negara dengan adanya teknologi digital. Pihak perusahaan dapat bertemu dengan *partner* dan *kliennya* dari seluruh penjuru dunia. Hal ini menciptakan sebuah lembaga multinasional virtual.

2) Penghematan biaya operasional

Biaya operasional dapat dihemat. Biaya untuk membuat, memproses, mendistribusikan, menyimpan, dan memperbaiki kembali informasi juga dapat ditekan.

3) Kustomisasi masal

E-commerce telah merevolusi cara konsumen dalam membeli barang dan jasa. Produk barang dan jasa dapat dimodifikasi sesuai

³³ Kartini, Ineke Maili Ningrum, Juni Ervina Sari, Khoirunnisa, “*Penelitian tentang Facebook*”, Jurnal Edukasi Non Formal, VO.3 NO.2, (2020): 146

dengan keinginan konsumen. Contohnya, di masa lalu saat perusahaan Ford mulai memasarkan mobil produksinya, para pembeli hanya dapat membeli motor yang berwarna hitam karena yang dibuat memang hanya warna tersebut. Namun sekarang pembeli dapat mengkonfigurasi sebuah mobil sesuai dengan spesifikasi mereka hanya dalam beberapa menit, misalnya menentukan warna mobil yang mereka inginkan untuk mobil yang akan mereka beli, hanya dengan mengunjungi website Ford di internet.

4) Berkurangnya kendala inovasi

Yang dimaksud adalah dengan *e-commerce*, suatu perusahaan dapat menghemat sumber daya karena mereka tidak dipusingkan dengan sulitnya membuat penemuan baru untuk modifikasi produk mereka. Sebagai contoh, perusahaan seperti Motorola (mobile phone) dan Dell (komputer) dapat mengumpulkan para konsumennya yang memesan sebuah produk. Para konsumen dapat membuat suatu daftar mengenai spesifikasi produk baru yang mereka inginkan dan mengirimkannya ke perusahaan secara *on-line*. Kemudian perusahaan dapat merencanakan produksi suatu produk berdasarkan spesifikasi konsumen dan mengirimkan hasilnya dalam jangka waktu beberapa hari.

5) Biaya telekomunikasi yang lebih rendah

Internet lebih murah dari sebuah jaringan tambahan yang hanya digunakan untuk telepon. Adalah lebih murah untuk mengirimkan sebuah fax atau e-mail via internet daripada melakukan dial telepon secara langsung.

6) Digitalisasi proses dan produk

Contohnya pada kasus produk *software* dan audio video, produk digital tersebut dapat diunduh atau dikirim lewat e-mail secara langsung ke konsumen melalui internet dalam format digital. Hal ini tentu saja menghemat waktu dan biaya pengiriman produk.

7) Batasan waktu kerja dapat diatasi

Bisnis dapat dijalankan tanpa mengenal batas waktu karena dijalankan secara on-line melalui internet yang selalu beroperasi tiap hari.³⁴

Bagi konsumen

1) Akses penuh 24 jam / 7 hari

Konsumen dapat berbelanja atau mengolah bernagai transaksi lain dalam 24 jam sepanjang hari, sepanjang tahun di sebagian besar lokasi. Contohnya memeriksa saldo, membuat pembayaran, dan memperoleh informasi lainnya.

2) Lebih banyak pilihan

³⁴ Nurosoft, “ *Manfaat E-Commerce Bagi Perusahaan*”, 20 Maret 2023, <<https://blog.nurosoft.id/manfaat-e-commerce-bagi-perusahaan/>>

Konsumen tidak hanya memiliki sekumpulan produk yang bisa dipilih, namun juga daftar supplier internasional sehingga konsumen memiliki pilihan produk yang lebih banyak.

3) Perbandingan harga

Konsumen dapat berbelanja di seluruh dunia dan membandingkan harganya dengan mengunjungi berbagai situs yang berbeda atau dengan mengunjungi sebuah website tunggal yang menampilkan berbagai harga dari sejumlah provider.

4) Proses pengantaran produk yang inovatif

Dengan *e-commerce* proses pengantaran produk menjadi lebih mudah. Misalnya dalam kasus produk elektronik misalnya *software* atau berkas audio visual di mana konsumen dapat memperoleh produk tersebut cukup dengan mengunduhnya melalui internet.³⁵

Bagi masyarakat

1) Praktek kerja yang lebih fleksibel

E-commerce memungkinkan masyarakat bisa lebih fleksibel dalam menentukan tempat bekerja, misalnya mereka dapat bekerja dari rumahnya masing-masing tanpa harus pergi ke kantor.

2) Terhubungnya masyarakat dengan masyarakat lain

³⁵ Nici Pillemer, “10 Keuntungan E-Commerce bagi Konsumen & Bisnis”, 21 Juli 2020, <<https://www.become.co/blog/e-commerce-advantages-consumers-businesses/>>

Masyarakat di negara berkembang dapat mengakses dan menikmati produk, layanan, dan informasi yang mungkin sulit mereka temukan di daerahnya.

3) Kemudahan akses fasilitas publik

Masyarakat dengan mudah dapat memanfaatkan layanan publik, misalnya layanan kesehatan dan konsultasi serta pembelian resep dokter dengan mengunjungi internet.³⁶

e. Kekurangan *Electronic Commerce (E-Commerce)*

Bagi organisasi / perusahaan

1) Keamanan sistem rentan diserang

Terdapat sejumlah laporan mengenai *website* dan basis data yang dihack, dan berbagai lubang kelemahan keamanan dalam *software*. Hal ini dialami oleh sejumlah perusahaan besar seperti *Microsoft* dan lembaga perbankan. Masalah keamanan ini menjadi sangat penting karena bila pihak lain yang tidak berwenang bisa menembus sistem maka dapat menghancurkan bisnis yang telah berjalan.

³⁶ Iyan, “18 Manfaat E-Commerce Bagi Penjual Online & Masyarakat”, 14 Maret 2023, <<https://dropshipaja.com/blog/manfaat-e-commerce>>

2) Persaingan tidak sehat

Di bawah tekanan untuk berinovasi dan membangun bisnis untuk memanfaatkan kesempatan yang ada dapat memicu terjadinya tindakan ilegal yaitu penjiplakan ide dan perang harga.

3) Masalah kompatibilitas teknologi lama dengan yang lebih baru

Dengan perkembangan dan inovasi yang melahirkan teknologi baru, sering muncul masalah yaitu sistem bisnis yang lama tidak dapat berkomunikasi dengan infrastruktur berbasis web dan internet. Hal ini memaksa perusahaan untuk menjalankan dua sistem independen yang tidak dapat saling berbagi, hal ini dapat mengakibatkan pembengkakan biaya.³⁷

Bagi konsumen

1) Perlunya keahlian komputer

Tanpa menguasai keahlian komputer, mustahil konsumen dapat berpartisipasi dalam *e-commerce*. Pengetahuan dasar komputer diperlukan, antara lain pengetahuan mengenai internet dan web.

2) Biaya tambahan untuk mengakses internet

Untuk ikut serta dalam *e-commerce* dibutuhkan koneksi internet yang tentu saja menambah pos pengeluaran bagi konsumen.

3) Biaya peralatan komputer

³⁷ Impulse Digital, “*Ini Kelebihan dan Kekurangan e-Commerce yang Perlu Anda Tahu*”, 1 agustus 2023, <<https://www.sap-express.id/blog/ini-kelebihan-dan-kekurangan-e-commerce-yang-perlu-anda-tahu/#:~:text=salah%20satu%20kekurangan%20terbesar%20dari,palsu%20yang%20bisa%20merugikan%20konsumen>>

Komputer diperlukan untuk mengakses internet, tentu saja dibutuhkan biaya untuk mendapatkannya. Perkembangan komputer yang sangat pesat menyarankan konsumen untuk juga mengupdate peralatannya apabila tidak ingin ketinggalan teknologi.

4) Risiko bocornya privasi dan data pribadi

Segala hal mungkin terjadi saat konsumen mengakses internet untuk menjalankan e-commerce, termasuk risiko bocornya data pribadi karena ulah orang lain yang ingin membobol sistem.

5) Berkurangnya waktu untuk berinteraksi secara langsung dengan orang lain

Transaksi *e-commerce* yang berlangsung secara *on-line* telah mengurangi waktu konsumen untuk dapat melakukan proses sosial dengan orang lain. Hal ini tidak baik karena dikhawatirkan akan dapat mengurangi rasa kepedulian terhadap lingkungan sekitarnya.

6) Berkurangnya rasa kepercayaan karena konsumen berinteraksi hanya dengan komputer.³⁸

Bagi masyarakat

1) Berkurangnya interaksi antar manusia

Karena masyarakat lebih sering berinteraksi secara elektronik, dimungkinkan terjadi berkurangnya kemampuan sosial dan personal manusia untuk bersosialisasi dengan orang lain secara langsung.

³⁸ *Ibid*

2) Kesenjangan sosial

Terdapat bahaya potensial karena dapat terjadi kesenjangan sosial antara orang-orang yang memiliki kemampuan teknis dalam *e-commerce* dengan yang tidak, yang memiliki keahlian digaji lebih tinggi daripada yang tidak.

3) Adanya sumber daya yang terbuang

Munculnya teknologi baru akan membuat teknologi lama tidak dimanfaatkan lagi. Misalnya dengan komputer model lama atau *software* model lama yang sudah tidak relevan untuk digunakan.

4) Sulitnya mengatur internet

Sejumlah kriminalitas telah terjadi di internet dan banyak yang tidak terdeteksi. Karena jumlah jaringan yang terus berkembang semakin luas dan jumlah pengguna yang semakin banyak, seringkali membuat pihak berwenang kesulitan dalam membuat peraturan untuk internet.³⁹

f. Ayat Al-Qur'an Tentang *Electronic Commerce (E-Commerce)*

Dalam kajian muamalah, akad *e-commerce* dapat diqiyaskan dengan hukum as-salam atau salaf. Akad pada wilayah ini dilakukan terlebih dahulu, lalu barang diserahkan pada waktu berikutnya. Menurut Haris Faulidi, cikal

³⁹ Acowebs, “*Dampak e-Commerce Terhadap Masyarakat: Kelebihan dan Kekurangan*”, 19 Februari 2019, <<https://acowebs.com/impact-ecommerce-society/>>

bakal *ecommerce* pada masa Nabi, yang ditandai dengan surat Al-Baqarah ayat 282:

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu’amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya”*.⁴⁰

Kemunculan ayat ini memang dapat bermakna ganda. Pertama, tentang hutang-piutang yang wajib dicatatkan. Kedua, karena maraknya transaksi salaf (as-salaf) yang biasa berkembang pada waktu itu. Hadist riwayat Bukhari yang menguatkan indikasi terjadinya jual-beli salaf sebagai berikut: *“.....Barang siapa yang melakukan salaf, hendaklah melakukannya dengan takaran, timbangan, dan batas waktu yang jelas.”*

Dengan begitu, secara sederhana dapat disimpulkan bahwa transaksi as-salaf sangat diperbolehkan dalam hukum Islam, dengan hukum dasar adanya kejelasan dan kepentingan bersama (maslahat). Unsur lain yang juga diperbolehkan secara syara’ jika hukum asal terhadap sesuatu diperbolehkan, kecuali ada illat yang dapat mempengaruhi hukum asal. Illat yang dimaksud, misalnya jika *e-commerce* tidak terdapat adanya jaminan kepercayaan untuk saling merelakan, maka illat tersebut dapat merubah hukum asal.

3. Pendapat

a. Definisi Pendapat

Pendapatan merupakan salah satu unsur yang paling utama dari pembentukan laporan laba rugi dalam suatu perusahaan. Banyak yang

⁴⁰ Q.S Al-Baqarah (2) : 282.

bingung mengenai istilah pendapatan. Hal ini disebabkan pendapatan dapat diartikan sebagai *revenue* dan dapat juga diartikan sebagai *income*, maka *income* dapat diartikan sebagai penghasilan dan kata *revenue* sebagai pendapatan penghasilan maupun keuntungan.

Pendapatan sangat berpengaruh bagi keseluruhan hidup perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Selain itu pendapatan juga berpengaruh terhadap laba rugi perusahaan yang tersaji dalam laporan laba rugi maka, pendapatan adalah darah kehidupan dari suatu perusahaan.⁴¹

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya). Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba. Pendapatan adalah jumlah yang dibebankan kepada langganan untuk barang dan jasa yang dijual. Pendapatan adalah aliran masuk aktiva atau pengurangan utang yang diperoleh dari hasil penyerahan barang atau jasa kepada para pelanggan.

b. Jenis-Jenis pendapatan

Secara umum pendapatan dibagi menjadi dua yaitu pendapatan operasional dan pendapatan non-operasional, berikut ini penjelasannya:

1) Pendapatan operasional

⁴¹ Nenden Rilla Artistiana, *Bisnis Patiseri yang Menggiurkan*, (Bandung: Penerbit Duta, 2019), 38

Pendapatan operasional adalah jenis pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa dan barang dagangan selama periode tertentu. Jenis pendapatan operasional ini datang dari kegiatan utama perusahaan yang berkaitan langsung dengan operasi pokok perusahaan. Perusahaan menerima pendapatan selama operasinya sesuai dengan usaha dan tujuan mereka.

Pendapatan operasional diperoleh lewat penjualan kotor dan penjualan bersih. Penjualan kotor merupakan penerimaan penjualan yang belum memperhitungkan potongan atau pengurangan lain untuk dibebankan pada pembeli. Sedangkan penjualan bersih merupakan jenis pendapatan operasional yang sudah diperhitungkan segala bentuk potongan sebagai hak pembeli.⁴²

2) Pendapatan non-operasional

Pendapatan non-operasional adalah jenis pendapatan yang tidak berasal dari penjualan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu. Jenis pendapatan non operasional diperoleh lewat penggunaan aktiva atau sewa dan penjualan aktiva atau bunga. Hasil sewa diperoleh dari hasil pembentukan usaha jasa sewa suatu obyek, seperti sewa mobil, sewa penginapan atau sewa bangunan gedung. Bunga merupakan hasil yang diperoleh setelah melakukan usaha jasa peminjaman uang pada pihak lain. Adapun jenis

⁴² Harnovinsah, Lawe Anasta, Dkk, *“teori akuntansi teori dan paktis”*, Surabaya: scopindo media pustaka, 2023

pendapatan lainnya adalah pendapatan diterima dimuka, pendapatan uang serta pendapatan usaha.⁴³

c. Sumber-Sumber Pendapatan

Suatu perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang besar harus mempunyai pendapatan yang memadai. Pendapatan diperoleh dari beberapa sumber yaitu:

- 1) Pendapatan Intern Pendapatan yang diperoleh dari para anggota atau juga pemegang saham (modal awal) atau semua yang bersangkutan dengan perusahaan itu sendiri.
- 2) Pendapatan Ekstern Pendapatan yang diperoleh dari pihak luar yang berperan atau tidaknya dalam kelancaran kegiatan perusahaan. Pendapatan ini juga bisa berasal dari bunga bank dan lain-lain.
- 3) Hasil usaha Pendapatan yang diperoleh perusahaan dari hasil aktivasi atau kegiatan perusahaan seperti pendapatan jasa dari aktivasi yang dilakukan.

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Pendapatan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

1) Modal

Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya, yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah

⁴³ Haryati, dini, Zul Azmi, Dkk, “*teori akuntansi*”, padang:PT global eksekutif teknologi, 2022

kekayaan. Menurut Bambang Riyanto, modal usaha adalah ikhtisar neraca suatu perusahaan yang menggunakan modal konkrit dan modal abstrak. Modal konkrit dimaksudkan sebagai modal aktif sedangkan modal abstrak dimaksudkan sebagai modal pasif.⁴⁴

2) Pasar

Pasar adalah tempat dimana menjual barang dan jasa-jasa yang telah dihasilkan, serta tempat fisik dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk membeli dan menjual barang. Para ekonom mendeskripsikan pasar sebagai sekumpulan pembeli dan penjual yang bertransaksi atas suatu produk atau kelas produk tertentu.⁴⁵

3) Lama Usaha

Lama usaha adalah lamanya seseorang menekuni usaha yang dijalankan. Lama usaha dapat diartikan sebagai berapa lama waktu yang sudah dijalani pedagang dalam menjalankan usaha. Lama usaha menentukan pengalaman, semakin lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usaha perdagangan maka semakin meningkat pula pengetahuan mengenai perilaku konsumen atau perilaku pasar. Jadi, semakin lama usaha maka semakin baik kualitas usaha tersebut.⁴⁶

4) Lokasi

⁴⁴ Nenden Rilla Artistiana, "*Bisnis Patiseri yang Menggiurkan*", (Bandung: Penerbit Duta, 2019): 38

⁴⁵ Wulan Ayodya, "*UMKM 4.0*", (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2020): 115

⁴⁶ St. Habibah, Sri Astuti, "*Pengaruh Modal dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang dalam Perspektif Bisnis Syariah*", *Jurnal Ilmiah Al Tsarwah*, 79

Lokasi usaha merupakan faktor pemicu munculnya biaya yang signifikan, sehingga lokasi dapat digunakan untuk menyusun strategi bisnis atau sebaliknya menghancurkan sebuah usaha. Ketika usaha sudah diputuskan akan beroperasi di suatu lokasi tertentu, maka konsekuensinya biaya-biaya yang muncul akibat dipilihnya lokasi tersebut harus ditanggung pemilik usaha.⁴⁷

5) Jam Kerja

Jam kerja merupakan durasi waktu para pedagang mulai dari membuka usaha sampai menutupnya, dalam satuan jam.⁴⁸ Jam kerja adalah bagian salah satu teori yang terdapat dalam ekonomi mikro, terutama pada teori penawaran tenaga kerja yaitu ketersediaannya seorang individu untuk bekerja dengan tujuan agar memperoleh penghasilan. Semakin banyak jam kerja dikorbankan maka produktivitas akan semakin banyak dan pendapatan yang didapat akan semakin meningkat.⁴⁹

e. Ayat Al-Qur'an Tentang Pendapatan

⁴⁷ Eko Nur Fu'ad, "Pengaruh Pemilihan Lokasi terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil di Komplek Shopping Centre Jepara", *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 30 (1) : 0854-1442, (Januari 2015): 59

⁴⁸ Puji Yuniarti, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional Cinere Depok", *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, Vol. 3 (1) : 2550-0805, (Maret 2019): 168

⁴⁹ Muhammad Ammar Allam, "Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima (PKL) di Pasar Sunday Morning (Sunmor) Purwokerto", *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, Vol.21 (02), (2019): 4

Pendapatan merupakan bagian yang penting dalam membentuk kesejahteraan. Dampak dari pendapatan bukan saja pada aspek ekonomi tetapi juga aspek sosial dan politik. Oleh karena itu Islam memberi perhatian lebih terhadap pendapatan dalam masyarakat. Maka Islam memperhatikan berbagai sisi dari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhannya, misalnya dalam jual beli, hutang piutang, dan sebagainya.

Berikut ini merupakan ayat pendapatan dalam Al-Qur'an surah An-Nahl ayat 114:

Artinya: "Maka makanlah yang halal bagi kamu lagi baik dari rezeki yang telah diberikan oleh Allah kepadamu dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya menyembah kepadaNya."⁵⁰

4. IKM

a. Definisi IKM

IKM adalah industri kecil dan menengah. Sepintas istilah ini hampir sama dengan UKM, padahal keduanya memiliki perbedaan. IKM adalah bisnis yang menghasilkan atau membuat suatu produk untuk makhluk hidup, seperti tanaman, hewan dan juga manusia. Sedangkan UKM adalah bisnis yang hanya menjual produk barang atau jasa yang dihasilkan oleh IKM.

IKM adalah bidang usaha ataupun industri yang mempunyai aset maksimal sebanyak 200 miliar rupiah. Hal ini seperti dengan yang dijelaskan

⁵⁰ Q.S An-Nahl (16) : 114.

melalui Peraturan Menteri Dalam Negeri Tahun 2016, Nomor 64. IKM adalah industri yang memiliki omset kurang dari 1 miliar rupiah.⁵¹

b. Jenis Industri Kecil Menengah di Indonesia

Di Indonesia, Industri Kecil Menengah banyak dilakukan dalam berbagai bentuk, diantaranya seperti jenis IKM yang banyak dikembangkan seperti di bawah ini.

1) Usaha Kuliner

Usaha kuliner merupakan salah satu contoh jenis IKM yang banyak dikembangkan hingga saat ini. Selain itu, pemasarannya lebih banyak dilakukan langsung oleh IKM itu sendiri. Hal ini terjadi karena skala usaha yang dijalankan cukup kecil sehingga seluruh proses usaha bisa langsung dikerjakan oleh IKM.

Kemudian di dalam industri ini tetap bisa diadakan kerja sama dengan UKM atau pihak retail untuk memastikan jangkauan pemasaran

⁵¹ Natalia, *“IKM Adalah: Ini Pengertian Dan Bedanya Dengan UKM”*, 16 Juni 2022, <<https://accurate.id/bisnis-ukm/ikm-adalah/>>

produk dalam skala yang luas dan bisa merangkul banyak pelanggan dalam penjualan produk berupa makanan atau kuliner ini.

2) Usaha Kerajinan

Usaha kerajinan seperti kayu atau tanah liat juga sangat populer di bidang IKM sampai saat ini. Pengrajin kayu atau tanah liat secara langsung memproduksi hasil karyanya dan bisa menjual karya tersebut dengan membuka studio kerajinan sehingga pelanggan bisa mendapatkan produk dari sana.

Selain itu, untuk pemasaran produk juga bisa dilakukan dengan membuka toko online atau bekerja sama dengan UKM agar pemasaran bisa terlaksana dengan lebih baik dan bisa menjangkau pelanggan lebih luas dan jumlah penjualan menjadi meningkat. Masih banyak contoh IKM yang bisa dilakukan. Kegiatan IKM tersebut bisa dalam bentuk industri lainnya, seperti industri seni lukis dan seni pahatan.⁵²

c. Perbedaan UKM dan IKM

Perbedaan UKM dan IKM sebenarnya sudah dijelaskan lewat Peraturan Menteri Perindustrian Tahun 2016, Nomor 64/ M-IND/PER/7 dan undang-undang tahun 2014 nomor 3. Di dalam peraturan tersebut sudah dijelaskan bahwa perbedaan UKM dan IKM bisa dibedakan berdasarkan jumlah omset, aset dan juga lainnya, berikut ini adalah penjelasannya:

1) Aset

⁵² *Ibid*

Umumnya, UKM digolongkan menjadi jenis bisnis yang mempunyai aset dengan perkiraan nominal 50 juta sampai 500 juta rupiah. Sedangkan UKM kelas menengah adalah bisnis yang mempunyai aset sebanyak 500 juta sampai 10 miliar rupiah.

Di sisi lain, IKM adalah bidang usaha ataupun industri yang mempunyai aset maksimal sebanyak 200 miliar rupiah. Hal ini seperti dengan yang dijelaskan melalui Peraturan Menteri Dalam Negeri Tahun 2016, Nomor 64.

2) **Omset**

Bila dilihat berdasarkan omset, rata-rata UKM memiliki penghasilan 300 juta sampai 2 milyar rupiah. Sedangkan IKM adalah industri yang memiliki omset kurang dari 1 miliar rupiah. Di lain hal, industri kecil menengah yang masuk dalam industri menengah adalah bidang industri yang memiliki omset 1 miliar hingga 50 miliar rupiah.

Atau dengan kata lain, perbedaan dari IKM dan UKM bisa kita lihat berdasarkan omset dan asetnya sebagai berikut:

a) **Usaha kecil**

Aset: Rp 50 juta hingga Rp 500 juta

Omzet: Rp 300 juta hingga Rp 2 miliar

b) **Industri Kecil**

Aset: hingga Rp 200 juta

Omzet : Lebih kecil dari Rp 1 miliar

c) **Usaha Menengah**

Aset: Rp 500 juta hingga Rp10 miliar

Omzet : Rp 2 miliar hingga Rp 50 miliar

d) **Industri Menengah**

Aset: Rp 200 juta hingga Rp 10 miliar

Omzet : Rp 1 miliar hingga Rp 50 miliar

3) **Pengelompokan atau Kategori**

Dari sisi pengelompokan kategori, sesuai dengan UU UMKM tahun 2008, kategori UKM ditetapkan berdasarkan nominal omset dan asetnya. Sedangkan IKM ditetapkan dengan berdasarkan jumlah karyawan dan nilai investasi yang dimilikinya.

4) **Kegiatan Operasional**

UKM mempunyai kegiatan operasional yang lebih bersifat umum. Di dalamnya mencakup produksi, distribusi, konsumsi atau lebih fokus pada bidang usaha dagang dan jasa. Sedangkan IKM lebih fokus pada bidang industri dan produksi saja.

5) **Legalitas**

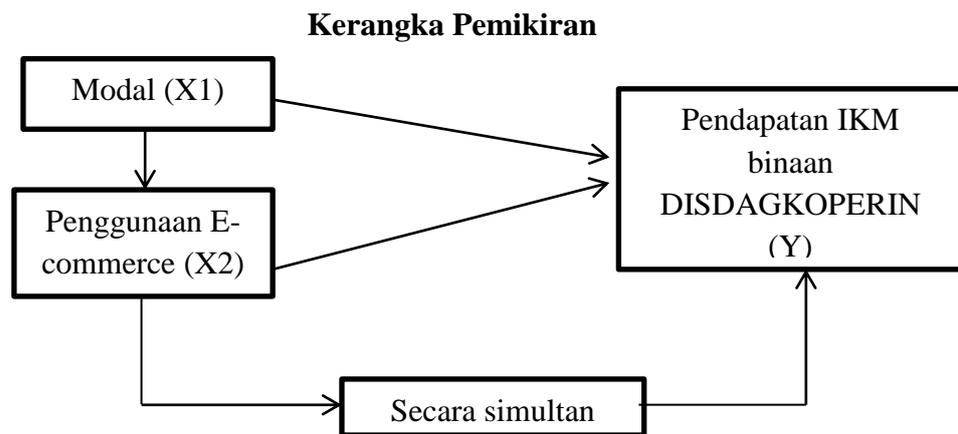
UKM sudah diatur berdasarkan Peraturan Presiden tahun 2014 nomor 98 dan Peraturan Menteri Dalam Negeri tahun 2009 nomor 46. Sedangkan perizinan untuk IKM sendiri sudah diatur melalui Peraturan Pemerintah Tahun 2015 tentang Izin Usaha Industri.⁵³

B. Kerangka Pemikiran

⁵³ *Ibid*

Berdasarkan kajian teori yang telah dijelaskan diatas, penelitian ini bekerja dengan kerangka pemikiran, bahwa modal dan penggunaan E-Commerce secara individual berpengaruh terhadap pendapatan IKM binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong.

Gambar 1



C. HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta – fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap terhadap rumusan masalah,

belum jawaban yang empiris.⁵⁴ Berdasarkan kerangka teori tersebut dapat ditarik hipotesa yaitu:

H_{a1} Terdapat pengaruh signifikan antara Modal terhadap Pendapatan IKM binaan DISDAGKOPERIN

Berdasarkan teori yang telah dipaparkan oleh peneliti maka peneliti menarik hipotesis bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Modal terhadap Pendapatan IKM binaan DISDAGKOPERIN

H_{a2} Terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan *E-Commerce* terhadap Pendapatan IKM binaan DISDAGKOPERIN

Berdasarkan teori yang telah dipaparkan oleh peneliti maka peneliti menarik hipotesis bahwa terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan *E-Commerce* terhadap Pendapatan IKM binaan DISDAGKOPERIN

H_{a3} Terdapat pengaruh signifikan antara Modal dan penggunaan *E-commerce* terhadap Pendapatan IKM binaan DISDAGKOPERIN

Berdasarkan teori yang telah dipaparkan oleh peneliti maka peneliti menarik hipotesis bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Modal dan penggunaan *E-commerce* terhadap Pendapatan IKM binaan DISDAGKOPERIN

⁵⁴ Sugiyono, “*Metodologi Penelitian Manajemen*”, (Bandung : Alfabeta 2016), h.322

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dikemukakan, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah jenis Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini. Data yang berbentuk angket dan perhitungan yang dituangkan dalam bentuk tabel disebut Data kuantitatif yang kemudian diolah dengan menggunakan uji statistic. Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan variabel secara apa adanya didukung dengan data angka yang dihasilkan dari keadaan sebenarnya.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian di ungkapkan untuk menunjukkan ruang lingkup wilayah penelitian. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kabupaten Rejang Lebong dan waktu penelitian dimulai dari bulan desember 2023 sampai dengan selesai. Alasan peneliti mengambil lokasi penelitian di Kabupatem Rejang Lebong ialah selain penulis juga memiliki pengalaman magang atau praktek kerja lapangan di Dinas Perdagangan, Koperasi UKM dan Perindustrian (DISDAGKOPERIN) juga karena penulis menemukan permasalahan yang ada dilapangan.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini yaitu para pelaku IKM binaan DISDAGKOPERIN yang sudah terdaftar di DPMPTSP. Sedangkan objek penelitiannya adalah pengaruh modal dan pemanfaatan *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan IKM binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sumber data untuk penelitian yang terdapat jumlah dari keseluruhan data. Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 1.406 IKM baik IKM formal. Populasi pada penelitian ini adalah IKM binaan DISDAGKOPERIN yang sudah terdaftar di DPMPTSP yang berjumlah 31 IKM (per desember 2022).

2. Sampel

Sampel adalah bagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Ukuran sampel merupakan banyaknya sampel yang akan diambil dari suatu populasi. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah "*Sampling Jenuh*", yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.⁵⁵

Dalam penelitian ini populasi dan sampel jenuh yang diambil adalah IKM binaan Disdagkoperin yang telah terdaftar di DPMPTSP dan sudah mendapatkan izin usaha periode tahun 2022 yaitu berjumlah 31 IKM.

⁵⁵ Sugiono, "*Metode Penelitian Manajemen*", (Bandung : Alfabeta 2016): 148

E. Data dan Sumber Data

Data merupakan sebuah penjelasan keterangan kejadian nyata atau fakta-fakta yang dirumuskan dalam sekelompok lambang yang tidak acak, serta menunjukkan jumlah, tindakan, atau hal.⁵⁶ Data juga berupa catatan-catatan yang di tuliskan dalam kertas, buku, atau file dalam basis data. Sumber data utama yang terdapat dalam penelitian kualitatif berupa kata-kata dari narasumber yang dicatat dalam sebuah penjelasan dan di rangkai menjadi suatu susunan yang dapat di baca, dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen.⁵⁷ Dalam penelitian ini adapun jenis-jenis sumber data yang di gunakan oleh peneliti yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan suatu data yang dikumpulkan atau yang diambil dari sumber data yang langsung memberikan data tersebut kepada pengumpul data. Sumber data primer juga didapatkan melalui angket yang disebarakan kepada para pelaku IKM.⁵⁸ Dalam penelitian ini data primer berasal dari para pelaku IKM binaan DISDAGKOPERIN yang sudah terdaftar di DPMPTSP dan sudah mendapatkan izin usaha periode tahun 2022.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, contohnya seperti melalui orang lain atau lewat

⁵⁶ Ridwan, “*Metode & Teknik Menyusun Tesis*”, (Bandung: Alfabeta, 2004): 106

⁵⁷ Lexy J. Moleong, “*Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*”, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004): 157

⁵⁸ Sugiono, “*Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*”, (Bandung: PT Alfabeth, 2016): 225

dokumen. Sumber data sekunder juga dapat digunakan untuk mendukung informasi yang didapatkan dari sumber data data sekunder yaitu bahan kajian pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, serta laporan-laporan kegiatan.⁵⁹

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih. Orang yang terlibat dalam proses wawancara ini terbagi kedalam dua, yaitu orang wawancara dan orang yang diwawancara atau juga disebut narasumber. Penelitian ini peneliti mewawancarai beberapa IKM binaan DISDAGKOPERIN sebagai narasumber.

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahuinya.⁶⁰

Teknik ini merupakan bentuk alat pengumpulan data dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan. Diharapkan dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada setiap responden, penelitian dapat menghimpun data yang relevan dengan tujuan penelitian ini dan memiliki tingkat reliabilitas serta validitas yang tinggi. Penulis menyebarkan sejumlah pertanyaan sebanyak 10 pertanyaan kepada pelaku IKM binaan DISDAGKOPERIN.

⁵⁹ Sugiono, “*Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D* : 225

⁶⁰ Suharsimi Arikunto, “*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*” ..., : 152

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu metode yang digunakan untuk menangkap berbagai macam data seperti struktur organisasi maupun transaksi keuangan serta benda-benda yang terdapat dalam pengumpulan data.⁶¹

G. Metode Analisis Data

Analisis data yang dilakukan adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen.⁶² Analisis regresi linier biasanya dipakai untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis penelitian. Analisa ini dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Analisis Statistik

a) Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti". Suatu pengukuran instrumen pengukuran dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat mengukur construct sesuai dengan tujuan dan harapan peneliti.

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah data yang didapat setelah penelitian merupakan data yang valid dengan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Uji validitas ini dilakukan pada 31 Pelaku IKM binaan dinas perdagangan, koperasi, UKM dan perindustriain. Jika r

⁶¹ Dedi Mulyana, "*Metodologi Penelitian Kualitatif*", (Bandung: Rosda, 2006): 120

⁶² Budi Trianto, "*Riset Modeling*", (Pekanbaru : Adh Dhuha Institute,2016): 139

hitung $\geq r$ table (uji 2 sisi dengan sig 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).⁶³

b) Reliabilitas

Pengujian reabilitas dimaksudkan untuk menguji sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran beberapa kali terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Kriteria dalam menentukan reliabilitas suatu kuesioner dengan cara One Shot atau pengukuran sekali saja dengan menggunakan SPSS. One Shot atau pengukuran sekali saja : pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,70$.⁶⁴

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk

⁶³ Nur Ahmadi Bi Rahmani, "*Metodologi Penelitian Ekonomi*", Medan : FEBI UIN-SU Press, 2016.

⁶⁴ Aditia Anwar Aguswijaya, "*Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan Usaha Mikro di Desa Samaturue Kecamatan Tellu Limpo Kabupaten Sinjai*", Skripsi (Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar 2021)

mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi yaitu data berasal dari distribusi yang normal. Jika data tidak berdistribusi normal, atau jumlah sampel sedikit dan jenis data adalah nominal atau ordinal maka metode yang digunakan adalah statistik non parametrik. Dalam pembahasan ini akan digunakan uji OneSample Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05.

b) Uji Multikolinearitas

Sebuah situasi yang menunjukkan adanya korelasi atau hubungan kuat antara dua variabel bebas atau lebih dalam sebuah model regresi berganda. Namun penyebab lainnya yang dapat menyebabkan hal tersebut secara tidak langsung adalah, antara lain:

- (1) Penggunaan variabel dummy yang tidak akurat di dalam model regresi. Akan lebih beresiko terjadi multikolinearitas jika ada lebih dari 1 variabel dummy di dalam model.
- (2) Adanya perhitungan sebuah variabel bebas yang didasarkan pada Variabel bebas lainnya di dalam model.

Hal ini bisa dicontohkan sebagai berikut: dalam model regresi anda, ada variabel X_1 , X_2 dan Perkalian antara X_1 dan X_2 (X_1, X_2). Dalam situasi tersebut bisa dipastikan, terdapat kolinearitas antara X_1 dan X_1, X_2 serta kolinearitas antara X_2 dengan X_1, X_2 Adanya pengulangan variabel

bebas di dalam model, misalkan: $Y = \text{Alpha} + \text{Beta1 } X_1 + \text{Beta2 } X_2 + \text{Beta3 } X_3 + e$.⁶⁵

3. Uji Hipotesis

a) Uji Secara Individu atau Parsial (Uji-t)

Uji t merupakan suatu rangkaian yang bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing koefisien regresi secara individu berpengaruh signifikan atau tidak signifikan terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain konstan. Dalam uji ini digunakan hipotesis sebagai berikut:

(1) Hipotesis Modal

$H_0 : b_1 = 0$, Artinya variabel modal (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan (Y)

$H_a : b_1 \neq 0$, Artinya variabel modal (X_1) berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan (Y)

(2) Hipotesis Pemanfaatan E-commerce

$H_0 : b_2 = 0$, Artinya variabel pemanfaatan E-commerce (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan (Y)

$H_a : b_2 \neq 0$, Artinya variabel pemanfaatan E-commerce (X_2) berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan (Y)

Menurut Ghozali Adapun kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

(1) Jika $t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

⁶⁵ Adnin Afdhal, "Pengaruh Modal Usaha dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Banda Aceh", Skripsi (Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2022)

(2) Jika $t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}}$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi sebagai berikut:

(1) Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

(2) Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

b) Uji Secara Simultan atau Bersamaan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel modal dan pemanfaatan E-commerce secara bersama-sama atau secara simultan terhadap tingkat pendapatan. Dalam pengujian ini telah dirumuskan sebagai berikut :

(1) $H_0 = b_1 = b_2 = 0$, berarti seluruh variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan.

(2) $H_a = b_1 \neq b_2 \neq 0$, berarti seluruh variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan.

Adapun kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

(1) $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya variabel independen secara bersama sama tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

(2) $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya variabel independen secara bersama sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

Kriteria pengujian dengan menggunakan Probability Values adalah sebagai berikut :

(1) Jika probabilitas $F_{hitung} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Artinya variabel independen secara bersama – sama tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

(2) Jika probabilitas $F_{hitung} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Artinya variabel independen secara bersama – sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

c) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol atau satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.⁶⁶

⁶⁶ Remelinda Lusika, “Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada UMKM Siti Tas, Desa Junrejo)”, Skripsi (Malang: Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang 2022)

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Kabupaten Rejang Lebong

1. Sejarah Kabupaten Rejang Lebong

Sejarah Rejang Lebong pada masa penjajahan dimulai ketika Inggris dan Belanda mulai menduduki kota Bengkulu. Masyarakat Rejang yang tinggal di pedalaman atau pegunungan Kabupaten Rejang Lebong tidak pernah mengalami penjajahan karena faktor geografis. Kabupaten Rejang Lebong dulunya merupakan gabungan dari provinsi Sumatera Selatan. Pusat kota Rejang Lebong dulunya terletak di Kepahiang, sedangkan Curup sendiri masih berupa pasar atau kota Curup dan belum bisa disebut kota. Setelah Kesultanan Palembang jatuh ke tangan Belanda pada tanggal 1 Juli 1821, daerah Depati Tiang Empat tidak diserahkan kepada Belanda. Hal ini disebabkan adanya perlawanan rakyat, salah satunya ketika masyarakat menghalang-halangi kunjungan Kapten De Leau ke pos Belanda di Keban.

Pada tahun 1838, pasukan Belanda dikirim ke daerah Rejang untuk menuntut kematian Asisten Residen Bogearl. Hal ini menimbulkan perlawanan rakyat sehingga pada tahun 1856 diadakan perundingan dengan Depati Tiang Empat di Kepahiang, hasil perundingan tersebut menyatakan bahwa Depati Tiang Empat akan tunduk kepada Belanda, dengan syarat adat dan pustaka mereka tidak diperbolehkan rusak dan diganggu oleh Belanda. Rejang Lebong dimasukkan ke dalam kawasan pemukiman Palembang. Dengan adanya

perundingan tersebut maka wilayah Rejang Lebong menjadi milik pemerintah Belanda pada tahun 1859-1942.

Setelah kesepakatan disepakati bersama, kawasan Rejang Lebong menjadi sah di bawah kekuasaan Belanda. Saat itu Belanda sedang mengurus kekayaan yang ada secara alami, salah satunya hasil pertanian seperti rempah-rempah, bahkan Belanda membuka tambang emas di Lebong. Hasil tambang ini dibawa ke Belanda, bahkan dijual ke negaranegara Eropa dan kemudian pada tahun 1942, setelah pecahnya Perang Pasifik dan keterlibatan Hindia Belanda, Belanda harus menghentikan jajahannya di Rejang Lebong dan diambil alih oleh orang Jepang.

Berbagai upaya dilakukan oleh para penguasa dan tentara untuk meringankan penderitaan masyarakat Curup dalam menghadapi penjajahan Jepang. Berbagai upaya dilakukan oleh para penguasa dan prajurit untuk meringankan penderitaan rakyat Curup dari pendudukan Jepang. Namun masyarakat Rejang Lebong kalah, Jepang akhirnya memasuki Tabarenah dalam keadaan sulit, namun para pemuda tetap siap bertempur. Kebetulan pada tanggal 2 Januari 1946 dideklarasikan deklarasi perdamaian yang ditandatangani oleh Residen Ir. Indra Caya, Butaityo Inomia dan Kepala Pemerintahan Bangsa Kepahiang Bapak Amin. Setelah Jepang meninggalkan Indonesia, peristiwa lain juga terjadi, seperti ketika tentara Belanda berusaha merebut kembali wilayah jajahannya pada tahun 1948- 1949, termasuk Rejang Lebong.

Dari peristiwa bersejarah tersebut dibangun sebuah monumen perjuangan Tabarena yang terletak di kecamatan Bermani Ulu Kabupaten Rejang Lebong. Tugu ini merupakan tonggak sejarah perjuangan rakyat Rejang Lebong melawan penjajah. Di samping tugu ini juga terdapat Taman Makam Pahlawan dan Jembatan Tabarena. Jembatan Tabarena dibombardir oleh pesawat tempur dalam upaya mencegah Jepang memasuki Tabarena.

2. Keadaan Geografis Kabupaten Rejang Lebong

Kabupaten Rejang Lebong adalah sebuah kabupaten di Provinsi Bengkulu yang memiliki luas wilayah 1.550,27 km² dengan populasi sekitar 281.456 jiwa dan Ibu kotanya adalah Curup. Kabupaten Rejang Lebong terletak pada posisi 102°19'-102°57' Bujur Timur dan 2°22'07"- 3°31' Lintang Selatan. Kabupaten Rejang Lebong berada di lereng pegunungan Bukit Barisan dan berjarak 85 km dari Kota Bengkulu yang merupakan ibukota provinsi.

Secara geografis Kabupaten Rejang Lebong terletak di antara dua buah bukit yakni sebelah barat di apit oleh pegunungan Bukit Barisan dan sebelah timur diapit oleh Bukit Kaba dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

- a) Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Lebong Provinsi Bengkulu;
- b) Sebelah Timur berbatasan dengan Kota Lubuk Linggau dan Kabupaten Musi rawas Provinsi Sumatera Selatan;
- c) Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Kepahiang dan Kabupaten Empat Lawang Provinsi Sumatera Selatan;

d) Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Bengkulu Utara dan Kabupaten Bengkulu Tengah Provinsi Bengkulu.

Kabupaten Rejang Lebong tersebar ke dalam 15 wilayah Kecamatan, wilayah terluas adalah Kecamatan Padang Ulak Tanding sebesar 244,60 km² sedangkan wilayah terkecil adalah Kecamatan Curup dengan luas wilayah sebesar 6,21 km². Jarak ibukota Kabupaten Rejang Lebong dari ibukota Provinsi Bengkulu adalah 85 Km, dari Kota Lubuk Linggau (Provinsi Sumatera Selatan) 58,4 Km, dan dari Palembang (Ibukota Provinsi Sumatera Selatan) 774 Km.

Secara topografi, Kabupaten Rejang Lebong merupakan daerah yang berbukit-bukit terletak di antara dua bukit yakni sebelah barat diapit oleh pegunungan Bukit Barisan dan sebelah timur diapit oleh Bukit Kaba, dengan ketinggian kurang dari 100 m hingga di atas 1.000 m di atas permukaan laut. Kabupaten Rejang Lebong dengan ketinggian 0-250 m di atas permukaan laut memiliki luas 24.477,49 ha, ketinggian 250-500 m di atas permukaan laut seluas 23.671,78 ha, ketinggian 500-750 m seluas 25. 698,34 ha, ketinggian 750-1.000 m seluas 35.841,12 ha, ketinggian 1000- 1500 m seluas 38.906,69 ha, 1500-2000 m seluas 6.076,64 ha dan ketinggian di atas 2.000 m seluas 254,78 ha. Secara umum Kabupaten Rejang Lebong sangat potensial untuk dikembangkan jenis tanaman perkebunan baik untuk skala kecil maupun skala besar.

Secara rata-rata kecamatan di kabupaten Rejang Lebong terletak pada ketinggian 250 hingga 2.000 meter diatas permukaan laut dan ada 5 (lima)

kecamatan yang daerahnya terletak pada ketinggian dibawah 250 meter diatas permukaan laut yaitu Kecamatan Kota Padang, Kecamatan Sindang Beliti Ilir, Kecamatan Padang Ulak Tanding, Kecamatan Binduriang dan Kecamatan Sindang Beliti Ulu.

a) Iklim

Sebagaimana wilayah lainnya di Indonesia, Kabupaten Rejang Lebong yang terletak di Provinsi Bengkulu juga dipengaruhi oleh dua musim. Dua musim yang terjadi di Kabupaten Rejang Lebong yaitu musim hujan yang terjadi di bulan Desember-Maret dan musim kemarau yang terjadi di bulan Juni-September. Sementara pada bulan April-Mei dan Oktober-November merupakan masa peralihan atau pancaroba. Pengamatan unsur iklim menurut bulan curah hujan di provinsi Bengkulu menurut Stasiun Klimatologi Klas 1 Pulau Baai pada tahun 2018 berkisar antara 37.1-529.8 mm setiap bulan. Sedangkan pada Tahun 2019 berkisar 3.131 mm setiap tahun.

b) Penggunaan Lahan

Pada dasarnya penggunaan suatu lahan pada suatu wilayah merupakan perwujudan fisik dari semua kegiatan sosial ekonomi penduduk Kabupaten Rejang Lebong dengan luas wilayah mencapai 1.550.27 km². Penggunaan lahan di Kabupaten Rejang Lebong secara umum meliputi kawasan lindung dan kawasan budidaya. Kawasan lindung di bedakan menjadi kawasan hutan lindung, kawasan yang memberikan perlindungan kawasan bawahannya, kawasan perlindungan

setempat, kawasan suaka alam, pelestarian alam dan cagar budaya, kawasan rawan bencana dan kawasan lindung geologi dan kawasan lindung lainnya. Sedangkan kawasan budidaya dibedakan menjadi kawasan hutan produksi, kawasan pertanian, kawasan pertambangan, kawasan industri, kawasan pariwisata, kawasan permukiman dan kawasan pertahanan negara.

c) Komposisi dan Jumlah Penduduk

Berdasarkan hasil perhitungan penduduk yang dilakukan oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Rejang Lebong, jumlah penduduk Kabupaten Rejang Lebong pada tahun 2020 adalah 281.445 jiwa dengan rincian penduduk yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 143.675 orang dan perempuan sebanyak 137.770 orang.

B. Penduduk Rejang Lebong

Mayoritas penduduk kabupaten Rejang Lebong merupakan suku Rejang yang jumlahnya mencapai 43%, disusul suku Jawa yang merupakan pendatang dengan jumlah sekitar 53,2%, sukupribumi selain suku Rejang adalah suku Lembak. Walaupun dominasi penduduk Rejang Lebong merupakan suku Rejang dan suku Jawa, penduduk di Rejang Lebong sangatlah majemuk baik dari kesukuan, ras maupun keagamaan.⁶⁷

⁶⁷ Katalog BPS: 1101002, 1704030, Statistic Daerah Rejang Lebong 2021, (Rejang Lebong, 2021)

Tabel 4.1

Mayoritas Penduduk Rejang Lebong

No	Suku	Jumlah
1	Suku Rejang	43%
2	Suku Jawa	53,2%

Sejak zaman Belanda tepatnya pada tahun 1904, provinsi Bengkulu dibuka bagi daerah transmigrasi suku-suku yang ada, dan telah menetapkan secara turun-temurun di Rejang Lebong yaitu :

1. Kaur, suku Kaur datang dari sudut Tenggara provinsi Bengkulu. Suku Kaur datang ke Rejang Lebong untuk mengadu nasib.
2. Musi, suku Musi yang datang dari Sumatera Selatan kebanyakan datang atas kemauan menuntut ilmu dan belajar.
3. Palembang, orang Palembang di kota Curup sudah sangat banyak dan mereka dari suku Jawa sudah menjadi kaum pendatang terbesar di Rejang Lebong.
4. Madura, suku Madura datang atas alasan keinginan kuat untuk bertani dan berdagang.
5. Sunda, suku Sunda banyak mendiami perkotaan dan wilayah transmigrasi Talang Benih.

6. Serawai, suku Serawai banyak menjadi petani di daratan tinggi dan pedalaman. Suku Serawai datang dari bagian lain di selatan provinsi Bengkulu.
7. Basemah, suku Basemah adalah penduduk asli provinsi Sumatera Selatan. Saat ini, suku Basemah kebanyakan berdiam di Curup Tengah.⁶⁸
8. Melayu, suku Melayu di Rejang Lebong berasal dari keturunan yang berbeda-beda. Ada yang berasal dari Bangka, Deli, Kepri, Riau, Jambi bahkan Pontianak, Malaysia dan Sambas.
9. Minang, suku Minang mayoritas berdagang dan hidup di daerah perkotaan.
10. Ambon, ada beberapa keluarga Ambon yang tinggal di Rejang Lebong atas dasar tugas sebagai misionaris ke pedalaman.
11. Batak, suku Batak yang ada saat ini sudah cukup banyak populasinya di Rejang Lebong dan telah bermukim tiga atau dua generasi. Banyak orang Batak yang menikah dengan masyarakat suku Rejang dan suku Lembak. Suku Batak banyak bermukim di daerah pedalaman di kabupaten Rejang Lebong.
12. Lampung, suku Lampung datang kebanyakan sebagai pengusaha.
13. Keturunan India, banyak mendiami perkotaan dan wilayah kampung Jawa, Curup. Kebanyakan orang-orang India disini adalah orang-orang

⁶⁸ Resman Toni, "Perlawanan Rakyat Terhadap Budaya" Edisi Pertama, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013): 33

generasi ke lima atau ke empat, dan orang-orang India yang ada di Curup memeluk agama Islam Sunni.⁶⁹

14. Tionghoa, pada umumnya orang-orang Tionghoa di Rejang Lebong berprofesi di bidang perdagangan dan berdiam di wilayah Pasar Tengah, Curup. Kebanyakan dari mereka beragama katolik, protestan dan budha.
15. Minahasa, sama halnya dengan suku Ambon, orang Minahasa/Manado datang ke Rejang Lebong atas alasan tugas sebagai misionaris ke daerah-daerah.
16. Bali, orang Bali yang datang ke Rejang Lebong tinggal di kampung-kampung Bali, mayoritas mereka beragama Hindu, tetapi ada juga yang beragama Islam. Pura tempat mereka beribadah yang berada di kecamatan Sindang Kelingi.
17. Kerinci, suku Kerinci atau masyarakat setempat menyebutnya Kicai, merupakan suku pendatang dari Kerinci yang berada di wilayah provinsi Jambi, umumnya mereka merupakan petani, dan tak sedikit yang sukses di pemerintahan.

C. Agama di Rejang Lebong

Mayoritas penduduk di Kabupaten Rejang Lebong beragama Islam, kemudian agama-agama lain seperti Kristen, Protestan, Katolik, Buddha, dan Hindu.

Tabel 4.2

Agama Masyarakat Rejang Lebong

⁶⁹ Resman Toni, "Perlawanan Rakyat Terhadap Budaya", : 40

No	Agama	Jumlah
1	Islam	27.890
2	Katolik	316
3	Protestan	309
4	Hindu	25
5	Buddha	325

*Sumber: Dokumentasi Badan Pusat Statistik Kabupaten Rejang
Lebong⁷⁰*

Tabel 4.3

Peribadatan di Rejang Lebong

No	Tempat Peribadatan	Jumlah
1	Masjid	1096
2	Gereja	15
3	Vihara	2
4	Pura	1
5	Klenteng	1

⁷⁰ Katalog BPS: 1101002. 1704030, Statistic Daerah Rejang Lebong 2021, (Rejang Lebong, 2021).

Selain tempat-tempat peribadatan di atas, di daerah Rejang Lebong juga terdapat Sinagoga (tempat peribadatan orang Yahudi) di Sindang Jati. Dari data di atas dapat kita lihat, letak geografisnya daerah Rejang Lebong di kelilingi oleh perbukitan. Kemudian, masuknya Islam ke Rejang Lebong yang di pengaruhi oleh Kesultanan Palembang dan Pagar Ujung, dapat dilihat dari letak geografisnya di Rejang Lebong.

Berdekatan dengan daerah Palembang serta, dimana pada era kolonial daerah Rejang Lebong digunakan untuk tempat peringgahan para kolonial untuk beristirahat setelah mengambil emas di tambang emas Lebong, sebelum mereka kembali ke daerah Linggau menuju Palembang. Dari bibukanya daerah ini Islam mulai berkembang dengan pesat di daerah Rejang Lebong. Kemudian, banyaknya imigran yang datang ke Rejang Lebong juga menjadi faktor berkembangnya Islam di Rejang Lebong. Namun, tidak hanya penduduk imigran yang datang ke Rejang Lebong memeluk agama Islam, tetapi juga penduduk imigran yang datang ke Rejang Lebong menganut agama lain seperti Hindu, Buddha dan Kristen. Akan tetapi mayoritas penduduk Rejang Lebong memeluk agama Islam.

D. Jumlah IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong

Kabupaten Rejang Lebong adalah salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Bengkulu, Kabupaten Rejang Lebong mempunyai jumlah penduduk yang hampir mencapai 278.793 jiwa. Jumlah keseluruhan IKM formal yang

ada di Kabupaten Rejang Lebong sampai desember 2022 berjumlah 1.406 IKM.⁷¹

Tabel 4.4
Data Jumlah IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang
Lebong Desember 2022

No	Tahun	Jumlah Keseluruhan IKM
1	2020	1.323 IKM
2	2021	1.375 IKM
3	2022	1.406 IKM

Sumber : Dinas Perdagangan, Koperasi, UKM dan Perindustrian Kabupaten Rejang Lebong, Desember 2022

Tabel 4.5
Data IKM Binaan DISDAGKOPERIN yang Sudah Terdaftar di
DPMPTSP

No	Nama Perusahaan	Nama Pemilik	No. Telp / E-Commerce yang di Gunakan	Jenis Produk	Alamat Usaha
1	Kanza Cake Bakerry	Nurayni nasution	082186313563 /Shoppee,	Roti manis dan cake	Timbul Rejo, Curup

⁷¹ Meily Haryani, S.T, Kasi Bina Usaha Industri , 6 maret 2023, pukul 12.45 WIB.

			Lazada, facebook		
2	Bimbee Chocolate	Rike Novria	089639546759 /Facebook, Lazada, Shopee	Cokelat karakter rentengan dan persetolpesan	Talang Rimbo, Curup
3	Kopi Naila	Zulfiandri	082179571106 /Facebook, Shopee	Kopi Bubuk	Kesambe Baru, Curup
4	Kopi Bubuk Cap Top A	Mustopa	085377594800 /Facebook, Shopee	Kopi Bubuk	Teladan, Curup Selatan
5	Keripik Talas Kepau Qu	Agung Putro Wijoyo	082299402080 /Facebook, Lazada	Pembuatan Keripik	Batu Galing, Curup Tengah
6	Dapur Hafizah Hoky	Sri Harini	082279067901 /Facebook, Lazada	Pembuatan Keripik	Banyumas, Curup Tengah
7	Rose Icing	Veronika	0811737248/ Facebook,	Pengolahan Kue Kering	Pasar Baru,

			Lazada	dan Basah	Curup
8	Roseva	Eva Sandora	089628456473 / Lazada	Pengolahan Kue Kering dan Basah	Pasar Tengah, Curup
9	Putri Solo	Khadijah	085348503727 / facebook, Shopee	Beras	Rimbo Recap, Curup Selatan
10	Bio Panco Santoso Sejahtera	Santoso Saputra	081273035357 / Facebook	Air Masak Isi Ulang	Batu Panco, Curup Utara
11	GG Bersaudara	Sulistia Wati	081211560319 /Facebook	Bengkel Las dan Pengecatan	Cawang Baru, Selupu Rejang
12	Sumber Bung Kaba	Dedi Susanto	085367055754 / Shopee	Pengolahan Madu	Sumber Urip, Selupu Rejang
13	Petulai Kutei	Seri Utami Ningsih	082210999431 /Facebook,	Pengolahan Jamu	Duku Ulu, Curup

			lazada		Timur
14	Even	Tjia Lenwa	081919356468 /Lazada, Shopee	Pembuatan Kue Kering dan Basah	Jalan Baru, Curup
15	Djavo Coffe	Mei Darli	085267621994 /Lazada, Shopee	Pengolahan Kopi Bubuk	Tanjung Dalam, Curup Selatan
16	Depot Kotak Tiara	Muhammad Suhartoyo	081367190079 /Facebook	Pembuatan Kotak Kayu	Karang Jaya, Selupu Rejang
17	Keripik Pisang dan Kare-Kare Tiga Serangkai	Endah Tri Utami	082374229833 /Facebook, Shopee	Pengolahan Makanan Ringan	Air Bang, Curup Tengah
18	Penggilingan Kopi “PEDO”	Meidiyanto Syafutra	082292019003 /Facebook	Beras Kopi (Biji Kopi)	Suban Ayam, Selupu Rejang

19	Penggilingan Kopi “3 Bersaudara”	Buyung	085273679144 /facebook	Beras Kopi (Biji Kopi)	Kota Pagu, Curup Utara
20	Pengolahan Kopi “Transad Coffee”	Waskita Wira Anggoro	085768784447 /facebook	Beras Kopi (Biji Kopi) dan Bubuk Kopi	Sumber Rejo, Bermani Ulu
21	Heuler Padi “TONO”	Novi Wanti	081271093018 /Facebook	Pengolahan Padi	Talang Benih, Curup Kota
22	Heuler Padi dan Kopi “Maju Besamo”	Herlangga Elvianto	082282585404 /facebook	Pengolahan Padi dan Kopi	Duku Ulu, Curup Timur
23	Bengkel Mobil dan Bubut “Mutiaras”	Feri Suryadi	081273506400 /Facebook	Industri Mesin dan Perkakas untuk penggilingan	Pasar Baru, Curup Kota
24	Heuler Padi dan Kopi	Jainal	085348936670 /Facebook	Pengolahan Padi dan	Tanjung Beringin,

	“Jainal”			Kopi	Curup Utara
					Tebat
25	Heuler Padi dan Kopi “Amran”	Amran	082127080249 /Facebook	Pengolahan Padi dan Kopi	Pulau, Bermani Ulu
26	Kupite	Jimmy Ramon	085369051490 Facebook	Pengolahan Padi dan Kopi	Tebat Pulau, Bermani Ulu
27	Heuler Padi “Rodi Hartono”	Rodi Hartono	085285634914 /Facebook	Pengolahan Padi	Batu Dewa, Curup Utara
28	Pembuatan Mie Basah	Zulkarnain	085382965556 /Facebook, Lazada	Pengolahan Mie Basah	Kampung Jawa, Curup Tengah
29	Awang Snack	Awang Persada	08984971348/ Lazada,Shopee	Pengolahan Kue Kering	Air Bang, Curup Tengah
30	Rizky	Masjulianti Nasution	082335515069 /Facebook	Sale Pisang	BTN Blok K
31	Heuler Padi	Mualim	085279868866	Pengolahan	Kampung

dan Kopi Jubair /Facebook, Padi dan Baru,
 “Mualim Lazada Kopi Selupu
 Jubair” Rejang

*Sumber : Dinas Perdagangan, Koperasi, UKM dan Perindustrian Kabupaten
 Rejang Lebong, Desember 2022*

Tabel 4.6

Data E-Commerce yang Digunakan oleh IKM Binaan DISDAGKOPERIN

No	E-Commerce	Jumlah
1	Lazada	12
2	Shopee	10
3	Facebook	25

Sumber : Kuesioner

E. Hasil Kuesioner

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas atau kesahihan digunakan untuk melihat sejauh mana ketepatan dan kecermatan kuisisioner dalam melakukan fungsinya sebagai alat ukur. Instrumen dalam penelitian ini dapat dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur dan dapat mengungkapkan data dan variabel-variabel yang diteliti secara konsisten.

Uji signifikansi dilakukan dengan menggunakan r tabel. Nilai r tabel untuk sampel 31 dengan tingkat signifikan 5% menunjukkan r

tabel sebesar 0,355. $R_{\text{tabel}} = 0,355$ ($df = n-2 = 31-2 = 29$, $\alpha = 5\%$).
 Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai r positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. Berikut ini adalah hasil uji validitas.

Tabel 4.7
Uji Validitas

Variabel	Item	Corrected Item Total		Keterangan
		Correlation (r hitung)	r tabel	
Modal (X1)	X1.1	0,391	0,355	Valid
	X1.2	0,372	0,355	Valid
	X1.3	0,732	0,355	Valid
	X1.4	0,361	0,355	Valid
	X1.5	0,720	0,355	Valid
	X1.6	0,420	0,355	Valid
	X1.7	0,574	0,355	Valid
	X1.8	0,381	0,355	Valid
Pemanfaatan	X2.1	0,437	0,355	Valid

E-Commerce (X2)	X2.2	0,419	0,355	Valid
	X2.3	0,514	0,355	Valid
	X2.4	0,622	0,355	Valid
	X2.5	0,486	0,355	Valid
	X2.6	0,529	0,355	Valid
	X2.7	0,724	0,355	Valid
	X2.8	0,758	0,355	Valid
	X2.9	0,791	0,355	Valid
	Y1	0,856	0,355	Valid
	Y2	0,831	0,355	Valid
	Y3	0,899	0,355	Valid
Pendapatan (Y)	Y4	0,888	0,355	Valid
	Y5	0,943	0,355	Valid
	Y6	0,926	0,355	Valid
	Y7	0,931	0,355	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan dari uji validitas menunjukkan bahwa nilai r hitung lebih besar dibanding nilai r tabel. Dengan hasil ini maka kuisisioner yang digunakan oleh variabel modal, pemanfaatan *E-Commerce* dan pendapatan dinyatakan valid sebagai alat ukur variabel.

b. Uji Reliabilitas

Tinggi rendahnya reliabilitas secara empiris ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggal ditunjukkan dengan nilai r_{xx} mendekati angka 1. Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika ≥ 0.700 .

Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach, karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Rumus Alpha Cronbach sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $\alpha > 0,7$ artinya realistis mencukupi (sufficient reliability) sementara jika $\alpha > 0,80$ ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konstan memiliki reliabilitas yang kuat.
- 2) Jika $\alpha > 0,90$ maka reliabilitas sempurna. Jika α rendah kemungkinan satu atau beberapa item reliabel. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas:

Tabel 4.8

Uji Reliabilitas Instrumen

Nama Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
Modal (X1)	0,705	Reliabel
Pemanfaatan E-Commerce (X2)	0,741	Reliabel
Pendapatan (Y)	0,806	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas semua variabel adalah reliabel karena memiliki Cronbach Alpha yang lebih besar dari 0,7 seperti terlihat pada tabel diatas. Dengan demikian, setiap pernyataan pada kuesioner tersebut dapat dianalisa lebih lanjut.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dengan pendekatan statistik kolmogorof smirnof dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9

Uji Normalitas Pendekatan Statistik Kolmogorof Smirnof One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		31
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.11786154
Most Extreme Differences	Absolute	.117
	Positive	.117
	Negative	-.100
Test Statistic		.117
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Data tabel diatas terlihat bahwa nilai Asymp.Sig (2-tailed) adalah sebesar $0,200 > 0.05$. dengan demikian berdasarkan kriteria pengujian maka dapat disimpulkan bahwa penyebaran data telah berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dengan melihat nilai *Tolerance* dan nilai VIF. Adapun kriteria penilaian sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Tolerance* $> 0,10$ maka dapat diartikan tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
- 2) Jika nilai *Tolerance* $< 0,10$ maka dapat diartikan terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
- 3) Jika nilai VIF $> 0,10$ maka dapat diartikan tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
- 4) Jika nilai $< 0,10$ maka dapat diartikan terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.

Tabel 4.10

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	22.560	8.301		2.718	.011	
	X1	-.055	.285	-.041	-.194	.847	.763 1.310
	X2	.208	.162	.269	1.285	.209	.763 1.310

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa:

- 1) Variabel Modal memiliki Nilai *Tolerance* $0,763 > 0,10$ dan nilai VIF $1,310 < 10$ maka variabel Modal tidak terjadi gangguan multikolinearitas.
- 2) Variabel Pemanfaatan *E-Commerce* memiliki nilai *Tolerance* $0,763 > 0,10$ dan nilai VIF $1,310 < 10$ maka variabel pemanfaatan *e-commerce* tidak terjadi gangguan multikolinearitas.

3. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas dan variabel terikat secara parsial diperlukan uji hipotesis dan uji parsial (uji t). Dalam pengujian hipotesis ini peneliti menggunakan alat bantu oleh alat data statistik SPSS 22. Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji t pada tingkat kepercayaan 95% atau sebesar 0,05 dari hasil output SPSS yang diperoleh, apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima dan sebaliknya apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, atau dengan signifikansi (sig) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan sebaliknya apabila signifikan (sig) $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.11

Uji t Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1. (Constant)	22.560	0.204		2.740	.011		

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Pengaruh dari masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Pengaruh modal terhadap pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN. Hipotesis:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel modal (X1) terhadap pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN (Y).

H_a : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel modal (X1) terhadap pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN (Y).

Nilai thitung -0,194, maka thitung $-0,194 <$ dari ttabel 1,701.

Dengan nilai signifikansi 0,847 yang nilainya lebih besar daripada $\alpha=0,05$ Artinya variabel modal tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN.

2) Pengaruh pemanfaatan *E-commerce* terhadap pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN, Hipotesis:

Ho : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel *E-commerce* (X2) terhadap pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN.

Ha : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel *E-commerce* terhadap pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN.

Nilai thitung 1,285 maka thitung 1,285 < dari ttabel 1,701. Dengan nilai signifikansi nilai signifikansi 0,209 yang nilainya lebih besar daripada $\alpha=0,05$ Artinya variabel *E-commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN.

b. Uji f (Simultan)

Uji f dimaksudkan untuk mengetahui apakah model regresi merupakan regresi *simple linier*. Uji f digunakan untuk mengetahui atau menguji rasio dari dua varian.

Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji f pada tingkat kepercayaan 95% atau α sebesar 0,05 dari hasil output SPSS yang diperoleh, apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka model dinyatakan layak digunakan dalam penelitian ini dan sebaliknya apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka model dikatakan tidak layak, atau dengan signifikan (sig) < 0,05 maka model dinyatakan layak digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.12

Uji f Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	34.393	2	17.197	.947	.400 ^b
	Residual	508.704	28	18.168		
	Total	543.097	30			

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan hasil pengujian diatas dapat dilihat F_{hitung} adalah 0,947 dengan nilai signifikansi adalah 0,400. Nilai F_{tabel} untuk jumlah observasi sebanyak 31 dengan tingkat signifikansi 5% dan k atau jumlah seluruh variabel independen dan dependen adalah 3, maka nilai $N1 = k-1 = 3-1 = 2$, $N2 = n-k = 31-3 = 28$ adalah 3,340. Sehingga diperoleh bahwa F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} atau $0,947 < 3,340$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa Modal (X1) dan Pemanfaatan *E-commerce* (X2) tidak berpengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN.

c. Uji Determinasi (R²)

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai persentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Ketepatan model (R Square) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dari hasil perhitungan melalui alat ukur statistik

SPSS for windows versi 22 didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut.

Tabel 4.13

Uji Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.252 ^a	.063	-.004	4.26239

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 22 dapat diketahui bahwa nilai R (koefisien korelasi) yang diperoleh sebesar 0,252. Hal ini mengasumsikan bahwa variasi perubahan variabel Pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN (Y) dipengaruhi oleh variabel terikatnya yaitu Modal (X1) dan pemanfaatan *E-commerece* (X2) sebesar 25,2%. Jadi, besarnya pengaruh Modal dan pemanfaatan *E-commerece* terhadap Pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong sebesar 25,2%. Sedangkan sisanya yaitu 74,8% Pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN (Y) dipengaruhi oleh faktor-faktor pendapatan seperti pengaruh lama usaha, pasar, lokasi, dan jam kerja.

F. Pembahasan

1. Modal Tidak Berpengaruh Signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong.

Pengaruh dari modal terhadap pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong . Hasil uji regresi menunjukkan hasil hipotesis variabel Modal tidak berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan. Variabel modal tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong. Hal ini dapat dilihat dari nilai thitung untuk variabel Modal sebesar -0,194 dengan signifikansi $0,847 > 0,05$. Variabel X1 memiliki nilai thitung sebesar -0,194 dengan ttabel sebesar 1,701, jadi thitung $<$ ttabel sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1 (Modal) tidak memiliki kontribusi terhadap variabel Y (Pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong).

Berdasarkan hasil uji t modal tidak mempunyai pengaruh terhadap pendapatan. Hal ini disebabkan besar kecilnya jumlah modal belum tentu berpengaruh terhadap meningkatnya pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN, karena besarnya modal usaha yang digunakan harus disertai dengan harga yang terjangkau, besarnya minat konsumen dan kalitas barangnya bagus sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa modal usaha tidak memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di pasar Alok Maumere⁷².

2. Pemanfaatan *E-commerce* Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Peningkatan Pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong.

Elektronik Commerce (E-Commerce) adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (*Business to business*) dan konsumen langsung (*Business to consumer*), melewati kendala ruang dan waktu yang selama ini merupakan hal-hal dominan.

Pengaruh dari penggunaan *E-commerce* terhadap pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa hasil dari nilai thitung untuk variabel pemanfaatan *E-commerce* sebesar 1,285 dengan signifikansi $0,209 > 0,05$. Variabel X2 memiliki nilai thitung sebesar 1,285 dengan ttabel sebesar 1,701. Sehingga dapat disimpulkan bahwa X2 (*E-commerce*) tidak mempengaruhi variabel Y (Pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong). Jadi dapat disimpulkan variabel *E-commerce*

⁷² Maria Martina Mboko, Henrikus Herdi dan Yoseph Darius Purnama Rangga, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Alok Maumere”, Jurnal Penelitian Mahasiswa, Vol 2 No 3, September 2023.

secara signifikan tidak berpengaruh terhadap Pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa pemanfaatan *E-commerce* tidak berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN. Hal ini dikarenakan transaksi *E-Commerce* belum memiliki perlindungan hukum, sehingga rawan terjadi penipuan. Hal tersebut membuat masyarakat lebih waspada dan lebih nyaman berbelanja menggunakan metode konvensional dengan mendatangi langsung toko barang yang ingin dibeli.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa *E-Commerce* tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara⁷³.

3. Modal dan Pemanfaatan E-commerce tidak berpengaruh Secara Simultan Terhadap Peningkatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong.

Secara simultan kedua variabel diatas yaitu Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* tidak berpengaruh secara bersama-sama. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji regresi dengan memperoleh nilai Fhitung adalah dengan nilai signifikansi adalah 0,947. Nilai Ftabel untuk jumlah observasi sebanyak 31 dengan tingkat signifikansi 5% dan k atau jumlah seluruh variabel independen dan dependen adalah 3, maka nilai $N1 = k-1 = 3-1 = 2$, $N2 = n-k = 31-3 = 28$ adalah 3,340. Sehingga diperoleh bahwa

⁷³ Nurul Ulfi, Hapid dan Andi Dahri AP, "Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Pendapatan UMKM Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara", Jurnal Ekonomi Pembangunan.

Fhitung lebih besar dari Ftabel atau $0,947 < 3,340$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa Modal (X1) dan Pemanfaatan *E-commerce* (X2) tidak berpengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi (R²) diperoleh nilai koefisien sebesar 0,252 dengan kata lain besarnya pengaruh Modal dan pemanfaatan *E-commerce* terhadap Pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong sebesar 25,2%. Sedangkan sisanya yaitu 74,8% Pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN (Y) dipengaruhi oleh faktor-faktor pendapatan seperti pengaruh lama usaha, pasar, lokasi, dan jam kerja.

Berdasarkan hasil uji f modal dan pemanfaatan *E-Commerce* tidak berpengaruh terhadap pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN. Hal ini dikarenakan jika tidak ada permintaan dari konsumen, penambahan modal justru akan merugikan IKM dan kendala yang dihadapi IKM terkait Pemanfaatan *E-commerce* adalah kurangnya kemampuan pelaku IKM dalam pengelolaan *E-Commerce* menjadi penghambat perkembangan usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa variabel lama usaha, SDM dan daya saing berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM, sedangkan variabel

penerapan *E-commerce* dan modal tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM⁷⁴.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan hasil uji penelitian dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, menunjukkan hasil hipotesis variabel Modal tidak berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan. Variabel modal tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong. Hal ini dapat dilihat dari nilai thitung untuk variabel Modal sebesar -0,194 dengan

⁷⁴ Ayundan Firdaus Chusnul Habiba dan Ferry Prasetyia, "Analisis Pengaruh Penerapan E-Commerce terhadap Pendapatan UMKM di Masa Pandemi, *Jurnal Of Development Economic and Social Studies*, Vol 1 No 3, 2022

signifikansi $0,847 > 0,05$. Variabel X1 memiliki nilai thitung sebesar $-0,194$ dengan ttabel sebesar $1,701$, jadi thitung $<$ ttabel sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1 (Modal) tidak memiliki kontribusi terhadap variabel Y (Pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong).

2. Berdasarkan hasil uji penelitian dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, menunjukkan hasil dari nilai thitung untuk variabel pemanfaatan *E-commerce* sebesar $1,285$ dengan signifikansi $0,209 > 0,05$. Variabel X2 memiliki nilai thitung sebesar $1,285$ dengan ttabel sebesar $1,701$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa X2 (*E-commerce*) tidak mempengaruhi variabel Y (Pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong). Jadi dapat disimpulkan variabel *E-commerce* secara signifikan tidak berpengaruh terhadap Pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong.
3. Berdasarkan hasil uji penelitian dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, menunjukkan hasil kedua variabel diatas yaitu Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* tidak berpengaruh secara bersama-sama. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji Statistik F dengan memperoleh nilai Fhitung adalah $0,947$ dengan nilai signifikansi adalah $0,400$. Nilai Ftabel untuk jumlah observasi sebanyak 31 dengan tingkat signifikansi 5% dan k atau jumlah seluruh variabel independen dan dependen adalah 3, maka nilai $N1 = k-1 = 3-1 = 2$,

$N_2 = n - k = 31 - 3 = 28$ adalah 3,340. Sehingga diperoleh bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} atau $0,947 < 3,340$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa Modal (X1) dan Pemanfaatan *E-commerce* (X2) tidak berpengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai koefisien sebesar 0,252 dengan kata lain besarnya pengaruh Modal dan pemanfaatan *E-commerce* terhadap Pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong sebesar 25,2%. Sedangkan sisanya yaitu 74,8% Pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN (Y) dipengaruhi oleh faktor-faktor pendapatan seperti pengaruh lama usaha, pasar, lokasi, jam kerja, harga yang terjangkau, besarnya minat konsumen dan kualitas barang.

B. Saran

Saran yang diajukan untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Bagi akademis dan peneliti selanjutnya, dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebuah bahan referensi untuk penelitiannya. Dikarenakan penelitian ini masih memperoleh data dan periode waktu yang digunakan. Sehingga penelitian selanjutnya diharapkan mampu meneliti dengan menambah variabel bebas lainnya dan tahun penelitian sehingga mampu memberikan hasil penelitian yang lebih baik lagi.
2. Bagi pemerintah, maupun masyarakat khususnya Dinas Perdagangan, Koperasi, UKM dan Perindustrian Kabupaten Rejang Lebong untuk terus

memberikan pelatihan khususnya pelatihan teknologi bagi para produsen agar terus dapat mengembangkan usahanya dan dapat meningkatkan omset penjualan dan untuk terus mencintai dan membantu mempromosikan produk hasil daerah Kabupaten Rejang Lebong. Dan untuk pemerintah harus lebih berusaha lagi mengembangkan aplikasi *E-commerce* ini agar banyak masyarakat Kabupaten Rejang Lebong.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto, Suharsimi. *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek”* ...2016
- Artistiana, Nenden Rilla. *“Bisnis Patiseri yang Menggiurkan”*, (Bandung: Penerbit Duta) 2019
- Ayodya, Wulan. *“UMKM 4.0”*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo) 2020
- Ind, Harnovinsah, Lawe Anasta, Dkk. *“teori akuntansi teori dan paktis”*, Surabaya:scopindo media pustaka 2023
- Ind, Haryati, dini, Zul Azmi, Dkk. *“teori akuntansi”*, padang: PT global eksekutif teknologi 2022
- Istan, Muhammad. *““Ekonomi Politik (Debt To Asset Ratio, Debt To Equity Ratio Terhadap Return On Equity)”*, Sumarto: Penerbit Buku Litarsiologi 2020
- J, Lexy. Moleong, 2004 *“Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi”*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya)
- Kasmir, 2010 *“Pengantar Manajemen Keuangan”*, (Jakarta: Kencana)
- Modul Ekonometrika, *“Analisis dan Pengolahan Data Dengan SPSS dan EVIEWS”*
- Mulyana, Dedi. *“Metodologi Penelitian Kualitatif”*, (Bandung: Rosda) 2006
- Pohan, Rusdin. 2007 *“Metodelogi Penelitian”*, (Aceh: Ar-Rigal Institut)
- Ridwan, 2004 *“Metode & Teknik Menyusun Tesis”*, (Bandung: Alfabeta)
- Sugiyono, *“Metodologi Penelitian Manajemen”*, (Bandung : Alfabeta),
- Trianto, Budi. *“Riset Modeling”*, (Pekanbaru : Adh Dhuha Institute) 2016

Jurnal

- Afdhal, Adnin. *“Pengaruh Modal Usaha Dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Kota Banda Aceh”*, Skripsi (Kota Banda Aceh : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh) 2022

- Aguswijaya, Aditia Anwar. “*Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan Usaha Mikro di Desa Samaturue Kecamatan Tellu Limpoe Kabupaten Sinjai*”, Skripsi (Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar 2021)
- Allam, Muhammad Ammar. “*Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima (PKL) di Pasar Sunday Morning (Sunmor) Purwokerto*”, Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi, Vol.21 (02) 2019
- Fu’ad, Eko Nur. “*Pengaruh Pemilihan Lokasi terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil di Komplek Shopping Centre Jepara*”, Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Vol. 30 (1) : 0854-1442 2015
- Firdausiyah, Faristin. “*Pengaruh Modal Usaha dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Pedagang Wisata Menara Kudus*”, (Skripsi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah) 2018
- Imsar, 2018 “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pengangguran Terbuka di Indonesia Periode 1989-2016*”, Jurnal Ekonomi Islam, Vol 5 No.1
- Imsar, 2018 “*Analisis Produksi dan Pendapatan Usahatani Kopi Gayo (Arabika) Kabupaten Bener Meriah*”, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sumatera Utara)
- Ind, Ayundan Firdaus Chusnul Habiba dan Ferry Prasetyia, “*Analisis Pengaruh Penerapan E-Commerce terhadap Pendapatan UMKM di Masa Pandemi*, Jurnal Of Development Economic and Social Studies, Vol 1 No 3 2022
- Ind, Dameria Esterlina Br Jabat, Lennaria L. Tarigan, Megaria Purba, Mardaus Purba, “*Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan*’, Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Teknologi, Volume 2 No. 2 2022
- Ind, Dewaweb Team, “*Perbedaan E Commerce & Marketplace yang Penting Diketahui*”, 5 April 2023, <https://www.dewaweb.com/blog/online-shop-marketplace-dan-e-commerce-apa-bedanya/>
- Ind, Eka Septiana Sulistiyawati, Anna Widayani, 2020 “*Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan Umkm di Kota Blitar*”, Jurnal Pemasaran Kompetitif, Vol. 4, No. 1

- Ind, Guntur Maha Putra, Ahmad Muhazir, Jeperson Hutahaean, Arridha Zikra Syah, “*Kewirausahaan Berbasis E-Commerce Untuk Meningkatkan Pendapatan Keluarga Di Polsek Porsea*”, Journal Of Social Responsibility Projects By Higher Education Forum, Vol 1, No 1 2020
- Ind, I Komang Suartawan, I B Purbadharmadja: 2017 “*Pengaruh Modal dan Bahan Baku Terhadap Pendapatan Melalui Produksi Pengrajin Patung Kayu Di Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar*”, E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana, Vol. 6 No. 9
- Ind, Kartini, Ineke Maili Ningrum, Juni Ervina Sari, Khoirunnisa, “*Penelitian tentang Facebook*”, Jurnal Edukasi Non Formal, VO.3 NO.2 2020
- Ind, Kisman lantang, Tuti Kirana, “*Pengaruh Modal Kerja, Jam Kerja, Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang di Ruang Terbuka Hijau (Rth) Di Kota Poso*”, Jurnal Ilmiah Ekomen, Vol 22 No 2 2022
- Ind, Maria Martina Mboko, Henrikus Herdi dan Yoseph Darius Purnama Rangga, “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Alok Maumere*”, Jurnal Penelitian Mahasiswa, Vol 2 No 3 2023
- Ind, Nurul Ulfi, Hapid, Andi Dahri Ap, “*Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan Umkm Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara*”, Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo
- Ind, Rezki Arianty Akob , Al Kausar , Paris Dauda , Siti Wardani Bakri Katti, Sudirman, Besse Qur’ani, “*Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Di Kota Makassar)*”, Volume 1 Nomor 2, Jurnal Sains Manajemen Nitro, Desember 2022
- Ind, Sri Haryanti, Tri Irianto, “*Rancangan Bangun Sistem Informasi E-Commerce untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Mode Kudus*” dalam Jurnal Speed Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi, Vol. 3 (1) 2011
- Ind, Umar Bakti, Hairudin, Maria Septijantini Alie, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung*”, Jurnal Ekonomi, Volume 22 Nomor 1

- Ind, Yudi Purwanto, Budi Wahono, Ratna Tri Hardaningtyas, “*Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Probolinggo Jawa Timur*”, e – Jurnal Riset Manajemen
- Jauhari, Jaidan “*Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan E-Commerce*”, Jurnal Sistem Informasi, Vol.2 (1) . 2010
- Lusika, Remelinda. “*Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan Dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) (Studi Kasus Pada Umkm Siti Tas, Desa Junrejo)*”, Skripsi (Malang : Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang) 2022
- Praditya, Alvin. “*Pengaruh Media Sosial dan Komunikasi Bisnis Terhadap Perkembangan Bisnis Online Shop*”, Vol. 2, No.1, Jurnal Ilmiah Semarak, 2019, h. 32
- Purba, Yenti Agustina Br. “*Pengaruh Modal Kerja Dan Penggunaan Aplikasi Ecommerce (Shoptimize) Terhadap Pendapatan Pelaku UMKN Muslim di Kota Medan*”, Skripsi, (Medan : Universitas Islam Negeri Sumatera Utara) 2021
- Puspa, Meilinda. “*Pengaruh Modal Dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Pengrajin Rotan Di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan Sumatera Utara*”, Skripsi (Sumatera Utara : Universitas Islam Negeri Sumatera Utara) 2021
- Rahmani, Nur Ahmadi Bi. “*Metodologi Penelitian Ekonomi*”, Medan : FEBI UIN-SU Press. 2016
- Riswandi, Dedi. “*Transaksi On-Line (E-Commerce) : Peluang dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”, Jurnal Econetica, Vol.1 No.1 p-ISSN: 2685-1016, 2019
- UU RI No. 20 Tahun 2008 Tentang UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah)
- Wulandari, “*Strategi Dinas Koperasi Umkm Perdagangan Dan Perindustrian Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Cianjur Jawa Barat,*” 2020

Yuniarti, Puji. *“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional Cinere Depok”*, Jurnal Sekretari dan Manajemen, Vol. 3 (1) : 2550-0805 2019

Zaman, Badru. *“Mencegah Mudharat Dalam Transaksi Elektronik (Perspektif Hukum Islam)”*, (Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta) 2010

Artikel

Acowebs, *“Dampak e-Commerce Terhadap Masyarakat: Kelebihan dan Kekurangan”*, 19 Februari 2019, <https://acowebs.com/impact-ecommerce-society/>

Ind, Dedy Darmawan Nasution, Iida Puspaningtyas, *“Kemenperin Catat Industri Kecil Menengah Serap 12,39 Juta Pekerja pada 2022”*, Jumat 06 Jan 2023 20:11 WIB, <https://ekonomi.republika.co.id/berita/ro2fba502/kemenperin-catat-industri-kecil-menengah-serap-1239-juta-pekerja-pada-2022>

Impulse Digital, *“Ini Kelebihan dan Kekurangan e-Commerce yang Perlu Anda Tahu”*, 1 Agustus 2023, <https://www.sap-express.id/blog/ini-kelebihan-dan-kekurangan-e-commerce-yang-perlu-anda-tahu/#:~:text=salah%20satu%20kekurangan%20terbesar%20dari,palsu%20yang%20bisa%20merugikan%20konsumen.>

Iyan, *“18 Manfaat E-Commerce Bagi Penjual Online & Masyarakat”*, 14 Maret 2023, <https://dropshipaja.com/blog/manfaat-e-commerce>

Natalia, *“IKM Adalah: Ini Pengertian Dan Bedanya Dengan UKM”*, 16 Juni 2022, <https://accurate.id/bisnis-ukm/ikm-adalah/>

Natasya Humaira, *“Apa Itu Modal? Begini Pengertian, Jenis, dan Manfaatnya”*, 6 Agustus 2023, <https://finance.detik.com/solusiukm/d-6858689/apa-itu-modal-begini-pengertian-jenis-dan-manfaatnya>

- Nici Pillemer, “10 Keuntungan E-Commerce bagi Konsumen & Bisnis”, 21 Juli 2020, <https://www.become.co/blog/ecommerce-advantages-consumers-businesses/>
- Nurosoft, “ Manfaat E-Commerce Bagi Perusahaan”, 20 Maret 2023, <https://blog.nurosoft.id/manfaat-e-commerce-bagi-perusahaan/>
- Siaran Pers, “Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah”, 01 Oct 2022 19:57 WIB, <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Yandi M. Rofiyandi, “Mengenal Definisi Modal, Sejarah, Jenis dan Manfaatnya”, 20Juni2022,<https://katadata.co.id/redaksi/ekonopedia/62b008665b9c6/mengenal-definisi-modal-sejarah-jenis-dan-manfaatnya>

Al-Qur'an

Q.S Al-Baqarah (2) : 282.

Q.S Ali Imran : 14

Q.S An-Nahl (16) : 114.

Wawancara

Asrawani, S K M, Kabid Perindustrian, 6 maret 2023, Pukul 13.03 WIB.

Meily Haryani, S.T, Kasi Bina Usaha Industri , 6 maret 2023, pukul 12.45 WIB.

L

A

M

P

I

R

A

N

KUESIONER PENELITIAN

“PENGARUH MODAL DAN PEMANFAATAN E-COMMERCE TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN IKM BINAAN DISDAGKOPERIN KABUPATEN REJANG LEBONG”

Perkenalkan nama saya Risna Ayuni, Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Curup Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam dengan Program Studi Ekonomi Syariah. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (Skripsi). sehubungan dengan hal tersebut saya mohon kesediaan saudara/i yang terhormat untuk membantu mengisi kuesioner yang diberikan. semua data yang diberikan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk penelitian ini. atas bantuan saudara/i saya ucapkan terimakasih.

A. Daftar Pertanyaan

- Nama Lengkap Responden : _____
- Jenis Kelamin : Pria Wanita
- Nomor Hp : _____
- Nama Tempat Usaha : _____
- Alamat Usaha : _____
- Jenis Usaha : _____
- Modal Awal : _____

Pendapatan Perbulan : < 1.000.000 > 1.000.000 > 5.000.000 > 10.000.000

B. Petunjuk Pengisian

1. Pilihlah salah satu dari jawaban pada masing-masing pertanyaan dari variabel X1, X2 dan Y dengan memberikan tanda ceklis
2. pilihan tersebut hendaklah objektif sesuai dengan hati nurani dan pemahaman anda.
3. kuesioner ini dapat digunakan secara optimal jika seluruh pertanyaan terjawab, oleh karena itu mohon diteliti kembali apakah semua pertanyaan sudah terjawab.

cara menjawab pertanyaan dengan memberi ceklis pada pilihan yang dianggap tepat, dengan memperhatikan nilai dan arti sebagai berikut:

Keterangan:

- | | |
|---------------------------|----------|
| STS = Sangat Tidak Setuju | Skor = 1 |
| TS = Tidak Setuju | Skor = 2 |
| KS = Kurang Setuju | Skor = 3 |
| S = Setuju | Skor = 4 |
| SS = Sangat Setuju | Skor = 5 |

Variabel Modal (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
	Modal					

1	Modal usaha saya dari modal sendiri					
2	Modal usaha saya dari modal asing					
3	Modal usaha saya berdasarkan bentuknya yaitu modal konkret yang meliputi mesin, gedung, kendaraan dan peralatan					
4	Modal usaha saya berdasarkan bentuknya yaitu modal abstrak yang meliputi hak merk dan nama baik perusahaan					
5	Modal usaha saya berdasarkan kepemilikannya yaitu modal individu misalnya rumah pribadi yang disewakan					
6	Modal usaha saya berdasarkan kepemilikannya yaitu modal masyarakat seperti pasar, jalan dan jembatan					
7	Modal usaha saya bersifat modal tetap seperti bangunan dan mesin					
8	Modal usaha saya bersifat modal lancar seperti bahan-bahan baku					

Variabel penggunaan aplikasi *E-Commerce*

(X2)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Adanya dorongan dan tuntutan dari konsumen					

	untuk menggunakan Aplikasi <i>E-commerce</i> dalam kegiatan bisnisnya.					
2	Adanya dorongan dan tuntutan dari pemerintah atau instansi terkait untuk menggunakan Aplikasi <i>E-commerce</i> dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.					
3	Adanya dorongan dan tuntutan dari pesaing yang bergerak pada industri sejenis dan pada skala usaha yang sama untuk menggunakan Aplikasi <i>E-commerce</i> .					
4	Aplikasi <i>E-commerce</i> membantu saya dalam perdagangan pasar internasional					
5	Aplikasi <i>E-commerce</i> membantu saya dalam penghematan biaya operasional					
6	Aplikasi <i>E-commerce</i> membantu saya untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen.					
7	Sejak menggunakan aplikasi <i>E-commerce</i> saya dapat mengurangi kendala inovasi					
8	Sejak menggunakan aplikasi <i>E-commerce</i> saya dapat mengurangi biaya telekomunikasi					
9	Aplikasi <i>E-commerce</i> membantu saya karena tanpa batasan waktu kerja					

Variabel Pendapatan IKM (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Adanya peningkatan kinerja usaha dilihat dari segi omset pendapatan setelah mendapatkan modal dari DPMPTSP					
2	Adanya peningkatan usaha dilihat dari volume penjualan setelah mendapatkan modal dari DPMPTSP					
3	Terjadi peningkatan perputaran modal kerja setelah mendapatkan modal dari DPMPTSP					
4	Adanya peningkatan kinerja usaha dilihat dari segi omset pendapatan setelah memanfaatkan aplikasi <i>E-commerce</i> .					
5	Adanya peningkatan usaha dilihat dari volume penjualan setelah memanfaatkan aplikasi <i>E-commerce</i>					
6	Terjadi peningkatan perputaran modal kerja setelah menggunakan aplikasi <i>E-commerce</i> .					
7	Meningkatnya pelanggan sejak menggunakan aplikasi <i>E-commerce</i> .					

TABULASI DATA

MODAL (X1)

No.	X1								JUMLAH
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	5	4	4	5	3	5	4	5	35
2	5	4	3	5	3	5	4	5	34
3	5	4	3	5	3	5	4	5	34
4	5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	5	4	3	5	5	5	5	5	37
6	5	5	4	5	5	4	5	5	38
7	4	5	4	5	5	5	5	5	38
8	4	5	4	5	4	5	5	4	36
9	5	4	5	4	5	5	5	3	36
10	5	4	4	4	5	5	5	3	35
11	5	4	4	4	5	5	4	4	35
12	5	4	4	4	5	4	4	4	34
13	5	3	3	4	4	4	4	4	31
14	5	3	3	4	4	4	4	4	31
15	5	3	3	4	4	5	4	5	33
16	3	4	3	4	3	5	3	5	30
17	4	5	2	4	3	4	3	3	28
18	4	4	2	5	2	5	3	3	28
19	4	4	2	5	3	4	3	3	28
20	4	4	2	5	2	4	3	5	29

21	4	4	4	4	4	4	5	4	33
22	4	3	3	4	2	4	5	4	29
23	5	3	3	4	2	4	5	5	31
24	5	2	3	4	3	4	5	5	31
25	5	2	4	4	3	4	5	4	31
26	5	2	5	4	4	4	5	4	33
27	5	5	5	5	4	4	4	5	37
28	5	3	5	5	4	4	4	5	35
29	3	3	4	5	4	4	4	5	32
30	3	4	4	4	5	4	4	5	33
31	3	4	4	4	5	4	4	4	32

PENGUNAAN *E-COMMERCE* (X2)

No.	X2									JUMLAH
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	
1	4	3	3	3	4	4	3	3	4	31
2	4	3	3	3	4	4	3	4	4	32
3	4	5	3	3	4	5	5	4	5	38
4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	31
5	5	5	4	2	5	5	5	5	5	41
6	4	5	3	3	4	5	5	5	5	39
7	3	4	3	4	4	5	3	5	4	35
8	4	3	4	4	3	3	4	4	4	33
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27

10	4	4	4	3	4	4	4	3	3	33
11	4	4	3	3	3	5	3	5	4	34
12	4	5	3	3	3	5	4	4	4	35
13	4	5	3	3	5	5	4	5	4	38
14	5	5	3	3	3	4	4	5	4	36
15	4	5	3	3	3	5	4	5	4	36
16	3	4	2	1	2	2	2	4	4	24
17	5	5	2	2	4	5	5	4	4	36
18	4	4	4	3	4	5	4	5	5	38
19	3	4	2	2	3	5	4	5	4	32
20	4	5	2	4	4	4	4	4	4	35
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
22	4	4	2	3	4	5	4	4	4	34
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
24	4	4	2	3	3	5	3	4	4	32
25	4	4	3	2	4	4	4	4	4	33
26	4	4	4	2	4	4	4	4	4	34
27	4	4	2	2	4	4	4	4	4	32
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
29	4	5	3	2	4	5	4	5	5	37
30	4	5	2	2	3	5	3	4	4	32
31	4	5	3	3	4	4	3	4	5	35

PENDAPATAN IKM

NO	Y							JUMLAH
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	
1	3	3	3	4	4	4	3	24
2	3	4	4	3	4	4	4	26
3	5	5	5	5	5	5	5	35
4	3	3	3	4	3	3	3	22
5	5	5	5	5	5	5	5	35
6	5	5	5	5	5	5	5	35
7	4	4	4	4	4	3	4	27
8	4	3	3	3	3	3	4	23
9	4	4	4	3	3	3	3	24
10	4	3	4	4	4	4	4	27
11	4	4	4	4	4	4	4	28
12	5	5	4	4	4	4	5	31
13	4	4	4	4	4	4	4	28
14	5	4	4	5	4	4	4	30
15	5	4	5	5	5	5	5	34
16	2	2	2	2	2	2	2	14
17	4	4	4	4	4	4	4	28
18	5	4	4	4	4	4	4	29
19	4	4	4	4	4	4	4	28
20	4	4	4	4	4	4	4	28
21	4	4	4	3	3	3	3	24

22	4	4	4	4	4	4	4	28
23	4	4	4	3	3	3	3	24
24	4	4	4	3	3	3	3	24
25	4	4	4	4	4	4	4	28
26	4	4	4	4	4	4	4	28
27	4	4	4	4	4	4	4	28
28	4	4	4	3	3	3	3	24
29	4	4	4	4	4	4	4	28
30	4	4	4	4	4	4	4	28
31	4	4	4	4	4	4	4	28

DATA DIRI



Nama : Risna Ayuni
Nim : 19681044
Tempat Tanggal Lahir : Sungai Kijang, 13 Maret 2002
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Nama Orang Tua : Sugito dan Rosila

Peneliti merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara. Peneliti menempuh pendidikan dimulai dari SD Negeri Sungai Kijang (Lulus pada 2013), melanjutkan ke SMP Negeri Sungai Jauh (Lulus Pada 2016), dan melanjutkan ke SMK Negeri 1 Muratara (Lulus Pada 2019). Pendidikan selanjutnya yang ditempuh peneliti yaitu masuk ke Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, Rejang Lebong, Bengkulu, dengan mengambil Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.



SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
Nomor : 767/In.34/FS/PP.00.9/11/2023

Tentang
PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II
PENULISAN SKRIPSI

DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

- Menimbang : 1. Bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk dosen pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud;
2. Bahwa saudara yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk disertai tugas tersebut.
- Mengingat : 1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi
3. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
4. Peraturan pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
5. Peraturan pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2018 tentang IAIN Curup;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor: 019558/B.II/3/2022, tanggal 18 April 2022 tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Periode 2022-2026;
8. Surat Keputusan Rektor IAIN Curup Atas nama Menteri Agama RI Nomor: 0318/In.34/2/KP.07.6/05/2022 tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan
Pertama : Menunjuk saudara:
1. Hendrianto, MA NIP. 2021068701
2. Andriko, M.E.Sy NIP. 198901012019031019

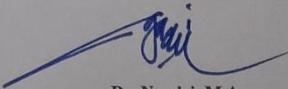
Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa:

NAMA : Risna Ayuni
NIM : 19681044
PRODI/FAKULTAS : Ekonomi Syari'ah (ES)/Syari'ah dan Ekonomi Islam
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Modal dan Pemanfaatan E-Commerce terhadap Peningkatan Pendapatan IKM Binaan DISDAGKOPERIN Kabupaten Rejang Lebong

- Kedua : Kepada yang bersangkutan diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
Ketiga : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai satu tahun sejak SK ini ditetapkan;
Keempat : Ujian skripsi dilakukan setelah melaksanakan proses bimbingan minimal tiga bulan semenjak SK ini ditetapkan
Kelima : Segala sesuatu akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dan kesalahan.
Keenam : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan.

Ditetapkan di : Curup
Pada tanggal : 13 Nopember 2023

Dekan,


Dr. Ngadri, M.Ag
NIP.197002021998031007

Tembusan :

1. Ka.Biro AU, AK IAIN Curup
2. Pembimbing I dan II
3. Bendahara IAIN Curup
4. Kabag AUAK IAIN Curup
5. Kepala Perpustakaan IAIN Curup
6. Arsip/Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Curup dan yang bersangkutan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

Jalan AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax. 21010
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

DEPAN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA	: RISNA AYUNI
NIM	: 19681044
PROGRAM STUDI	: Ekonomi Syariah
FAKULTAS	: Syariah dan Ekonomi Islam
DOSEN PEMBIMBING I	: Hendrianto, MA
DOSEN PEMBIMBING II	: Andriko, M.E.Sy
JUDUL SKRIPSI	: Pengaruh Modal dan Pemantauan E-Commerce terhadap Peningkatan Pendapatan UKM Binaan DISDAKOPERIN Kabupaten Resang Lebong
MULAI BIMBINGAN	:
AKHIR BIMBINGAN	:

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	PARAF PEMBIMBING I
1.	15/12/2023	Perbaiki Latar belakang dan ikuti buku Panduan.	
2.	3/03/2024	Acc Bab I, II, III dan Perbaiki Angket	
3.	16/05/2024	Acc Angket, Lanjut Penelitian	
4.	7/06/2024	tambahkan teori Penelitian yang sama dgn Peneliti	
5.	11/06/2024	Perbaiki footnote di Pembahasan.	
6.	12/06/2024	Acc Skripsi.	
7.			
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			

KAMI BERPENDAPAT BAHWA SKRIPSI INI SUDAH
DAPAT DIAJUKAN UJIAN SKRIPSI IAIN CURUP,

PEMBIMBING I,

Dr. Hendrianto, MA
NIP. 2021060701

CURUP, 16 Juni 2024
PEMBIMBING II,

Andriko, M.E.Sy
NIP. 190901012019031019

- Lembar Depan Kartu Bimbingan Pembimbing I
- Lembar Belakang Kartu Bimbingan Pembimbing II
- Kartu ini harap dibawa pada setiap konsultasi dengan Pembimbing I dan Pembimbing II



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

Jalan AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax. 21010
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

BELAKANG

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA	: RISNA AYUNI
NIM	: 19681044
PROGRAM STUDI	: Ekonomi Syariah
FAKULTAS	: Syariah dan Ekonomi Islam
PEMBIMBING I	: Hendrianto, MA
PEMBIMBING II	: Andriko, M.E.Sy
JUDUL SKRIPSI	: Pengaruh Modal dan Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan UKM Binaan OLSOAGROPERIN Kabupaten Rejang Lebong
MULAI BIMBINGAN	:
AKHIR BIMBINGAN	:

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	PARAF
			PEMBIMBING II
1.	13-12-2023	Revisi bab I, dan Teori Segmanta	
2.	14/12 2023	Ace BAB II dan BAB III	
3.	22/3 24	Revisi Angket, Segmanta	
4.	10/5 24	Ace Angket, Logit Peneliti	
5.	6/6 24	Prat Analisis kuesioner formulir hasil.	
6.	10/6 24	BAB IV sdh oke, longgapi	
7.	11/6 24	Ace Skripsi, cek plagiasi.	
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			

KAMI BERPENDAPAT BAHWA SKRIPSI INI
SUDDAH DAPAT DIAJUKAN UJIAN SKRIPSI IAIN
CURUP

CURUP, 11 Juni 2024

PEMBIMBING I,

Dr. Hendrianto, MA
NIP. 2021060701

PEMBIMBING II,

Andriko, M.E.Sy
NIP. 190901012019031019