# 

**PENGARUH PENERAPAN *E-COMMERCE* , KREDIT USAHA RAKYAT (KUR), LAMA USAHA DAN LOKASI USAHA TERHADAP PENDAPATAN UMKM**

**(Studi Kasus pada UMKM yang Terdaftar di Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Brebes)**

**SKRIPSI**

Oleh :

**Fidiyah Rizqiana**

**NPM : 4319500026**

Diajukan Kepada :

**Program Studi Akuntansi**

**Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

**Universitas Pancasakti Tegal**

# 2023

# 

**PENGARUH PENERAPAN *E-COMMERCE* , KREDIT USAHA RAKYAT (KUR), LAMA USAHA DAN LOKASI USAHA TERHADAP PENDAPATAN UMKM**

**(Studi Kasus pada UMKM yang Terdaftar di Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Brebes)**

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal

Oleh :

**Fidiyah Rizqiana**

**NPM : 4319500026**

Diajukan Kepada :

**Program Studi Akuntansi**

**Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

**Universitas Pancasakti Tegal**

**2023**

# 

**PENGARUH PENERAPAN *E-COMMERCE*, KREDIT USAHA RAKYAT (KUR), LAMA USAHA DAN LOKASI USAHA TERHADAP PENDAPATAN UMKM**

**(Studi Kasus pada UMKM yang Terdaftar di Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Brebes)**

**SKRIPSI**

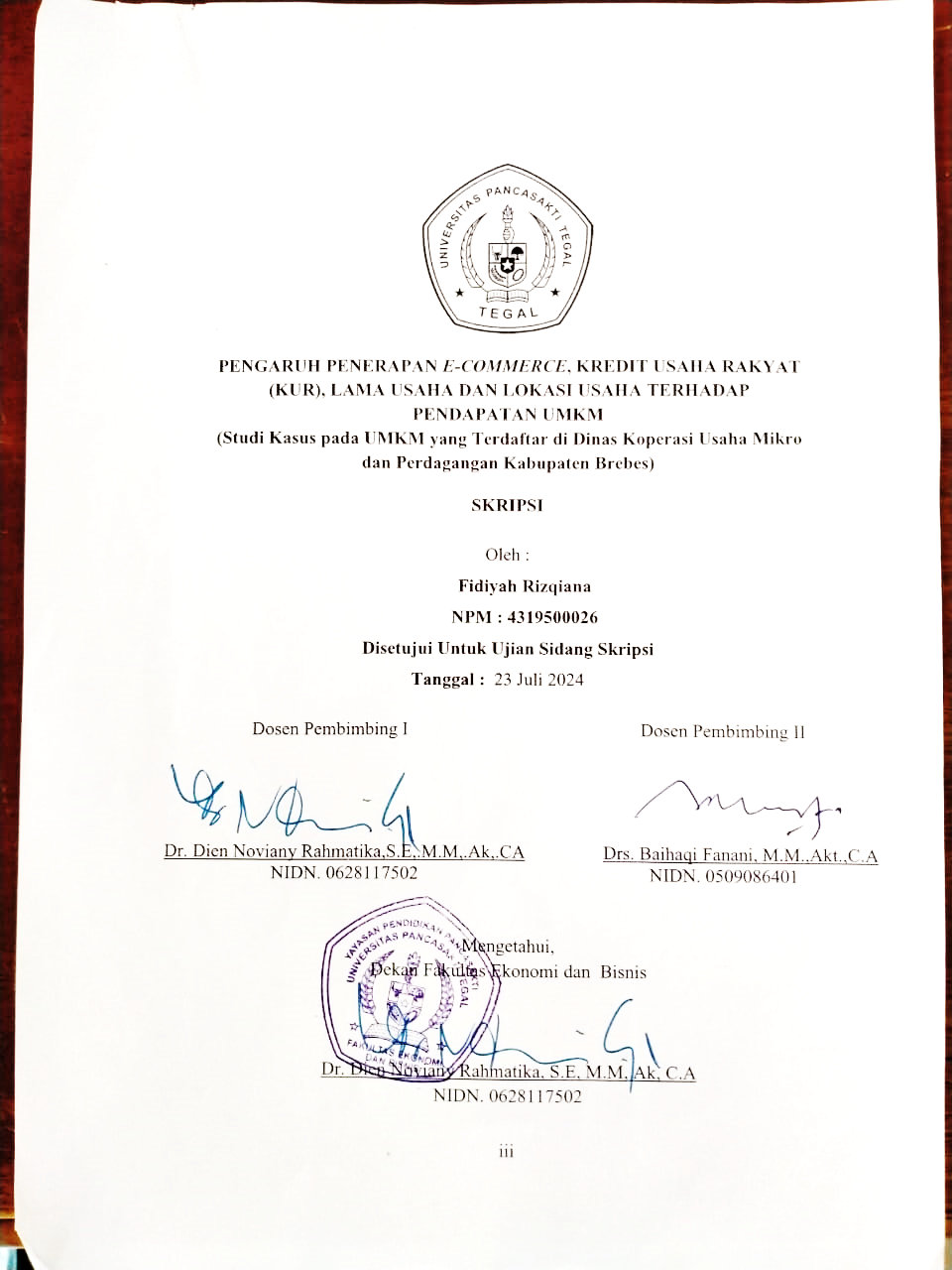
Oleh :

**Fidiyah Rizqiana**

**NPM : 4319500026**

**Disetujui Untuk Ujian Sidang Skripsi**

**Tanggal :** 23 Juli 2024



**Pengesahan Skripsi**

Nama : Fidiyah Rizqiana

NPM : 4319500026

Judul : Pengaruh Penerapan *E-Commerce,*  Kredit Usaha Rakyat (KUR), Lama Usaha Dan Lokasi Usaha, TerhadapPendapatan UMKM (Studi Kasus pada UMKM yang Terdaftar di Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Brebes)

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian skripsi, yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 23 Juli 2024

# 

# MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**MOTTO**

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanku tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanku”

**~ Umar Bin Khattab ~**

“Perbanyak bersyukur, kurangi mengeluh. Buka mata, jembarkan telinga, perluas hati. Sadari bahwa kamu ada pada sekarang, bukan kemarin atau besok, nikmati setiap momen dalam hidup, dan berpetualanglah”

**~ Ayu Estiningtyas ~**

**PERSEMBAHAN**

Dengan mengucap syukur, skripsi ini kupersembahkan kepada :

1. Allah SWT. terima kasih atas segala rahmat dan hidayah-Mu, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Dr. Dien Noviany Rahmatika, S.E., M.M., Ak., C.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal dan selaku Dosen Pembimbing 1 yang sudah membimbing, memberikan saran serta motivasi kepada peneliti.
3. Drs. Baihaqi Fanani, M.M., Ak., C.A. selaku Dosen Pembimbing II yang sudah membimbing, memberikan saran dan motivasi kepada peneliti.
4. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh Pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
5. Orang tua tercinta Alm. Bapak Ansori dan Ibu Tuningsih yang tanpa henti mendoakan, memberi kasih sayang, dan dukungan yang diberikan kepada saya sehingga dapat terselesaikan dengan baik seperti penelitian skripsi ini.
6. Kakak saya Ikhwanul Mutaqin terimakasih selalu memberikan semangat dan motivasi agar bisa menyelesaikan skripsi tepat waktu.
7. Teman-teman seperjuangan Akuntansi angkatan 2019, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

# 

# PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Nama | : | Fidiyah Rizqiana |
| NPM | : | 4319500026 |
| Program Studi | : | Akuntansi |
| Konsentrasi | : | Auditing |

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**“Pengaruh Penerapan *E-Commerce*, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Lama Usaha, Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan UMKM (Studi Kasus pada UMKM yang Terdaftar di Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Brebes)”**

1. Merupakan hasil karya sendiri, dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan /atau pemalsuan data maupun bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dari Fakultas Ekonomi dan BIsnis Univrsitas Pancasakti Tegal.
2. Saya mengijinkan untuk dikelola oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal sesuai dengan norma hukum dan etika yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggungjawab.

# 

# ABSTRAK

**Fidiyah Rizqiana 2024.** Pengaruh Penerapan *E-Commerce,* Kredit Usaha Rakyat (KUR), Lama Usaha dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan UMKM (Studi Kasus Pada UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Brebes).

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) harus mampu bertahan dalam ekonomi global saat ini, terutama mengingat persatuan ekonomi *(Economic Union)* yang telah mengubah Asia Tenggara menjadi komunitas ekonomi dengan basis industri yang bersatu. Dalam hal ini, UMKM harus tetap kompetitif dan menghasilkan produk yang dapat menjangkau audiens tidak hanya di Indonesia, tetapi di seluruh Asia Tenggara

Jenis metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh UMKM yang terdaftar pada Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Brebes, dengan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *slovin,* sehingga diperoleh 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan metode *random sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil penelitian ini adalah 1) Dari pengujian secara parsial Penerapan *E-Commerce* terhadap Pendapatan UMKM diperoleh nilai sig = 0,003 < 0,05. 2) Dari pengujian secara parsial Kredit Usaha Rakyat (KUR) terhadap Pendapatan UMKM diperoleh nilai sig = 0,020 < 0,05. 3) Dari pengujian secara parsial Lama Usaha terhadap Pendapatan UMKM diperoleh nilai sig = 0,000< 0,05. 4) Dari pengujian secara parsial Lokasi Usaha terhadap Pendapatan UMKM diperoleh nilai sig = 0,035 < 0,05.

Kesimpulan dari penelitia ini adalah 1) Penerapan *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM. 2) Kredit Usaha Rakyat (KUR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM. 3) Lama Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM. 4) Penerapan Lokasi Usahaberpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM.

**Kata Kunci :** Penerapan *E-Commerce,* Kredit Usaha Rakyat (KUR), Lama Usaha, Lokasi Usaha Dan Pendapatan UMKM

# *ABSTRACT*

# Fidiyah Rizqiana 2024*. The Effect of Implementing E-Commerce, People's Business Credit (KUR), Business Length and Business Location on MSME Income (Case Study of UMKM registered with the Brebes Regency Micro Business and Trade Cooperative Service).*

# *Micro, small and medium enterprises (UMKM) must be able to survive in today's global economy, especially considering the economic union (Economic Union) which has transformed Southeast Asia into an economic community with a unified industrial base. In this case, UMKM must remain competitive and produce products that can reach audiences not only in Indonesia, but throughout Southeast Asia.*

# *This type of research method is quantitative research using a descriptive approach. The data used in this research is primary data. The population used in this research is all MSMEs registered with the Brebes Regency Micro Business and Trade Cooperatives Service, by determining the sample size using the Slovin formula, so that 100 respondents were obtained. Sampling used the random sampling method. Data collection was carried out through distributing questionnaires. The data analysis method used is the multiple regression analysis method.*

# *Based on the results of this research, 1) From partial testing of the Implementation of E-Commerce on UMKM Income, the sig value = 0.003 < 0.05. 2) From partial testing of People's Business Credit (KUR) on UMKM Income, the sig value = 0.020 < 0.05. 3) From partial testing of Length of Business on MSME Income, the value obtained is sig = 0.000 < 0.05. 4) From partial testing of Business Location on MSME Income, the sig value = 0.035 < 0.05.*

# *The conclusions from this research are 1) The implementation of E-Commerce has a positive and significant effect on MSME income. 2) People's Business Credit (KUR) has a positive and significant effect on MSME income. 3) Length of Business has a positive and significant effect on MSME Income. 4) Implementation of Business Location has a positive and significant effect on MSME Income.*

# *Keywords: E-Commerce Application, People's Business Credit (KUR), Business Length, Business Location, and UMKM Income*

**KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Penerapan *E-Commerce,* Kredit Usaha Rakyat (KUR), Lama Usaha, Lokasi Usaha, Terhadap Pendapatan UMKM (Studi Kasus pada UMKM yang Terdaftar di Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Brebes)”.

Penelitian menyadari dalam penyusunan proposal penelitian untuk skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini, saya engucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Dien Noviany Rahmatika, S.E,.M.M,Ak, C.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
2. Dr. Abdulloh Mubarok, S.E.,M.M., Ak., C.A selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
3. Dr. Dien Noviany Rahmatika, S.E,.M.M,Ak, C.A, selaku Dosen Pembimbing I yang sudah membimbing, memberikan saran dan motivasi kepada peneliti.
4. Drs. Baihaqi Fanani, M.M.,Akt.,C.A selaku dosen Pembimbing II yang selalu motivasi peneliti .

Kami menyadari proposal penelitian untuk skripsi ini tidak lepas dari kekurangan, maka kami mengharapkan saran dan kritik denga kesempurnaan proposal penelitian untuk skripsi ini.

Akhir kata, peneliti berharap skripsi ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Tegal, 3 April 2024

Fidiyah Rizqiana

# DAFTAR ISI

[HALAMAN JUDUL i](#_Toc140475606)

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI ii

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI iii

[MOTTO DAN PERSEMBAHAN v](#_Toc140475608)

[PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI vi](#_Toc140475609)

[ABSTRAK vii](#_Toc140475610)

[*ABSTRACT* viii](#_Toc140475611)

[KATA PENGANTAR iv](#_Toc140475612)

[DAFTAR ISI xi](#_Toc140475613)

[DAFTAR TABEL xiii](#_Toc140475614)

[DAFTAR GAMBAR xiv](#_Toc140475615)

[DAFTAR LAMPIRAN xv](#_Toc140475616)

[BAB I PENDAHULLUAN 1](#_Toc140475617)

[A. Latar Belakang Masalah 1](#_Toc140475619)

[B. Rumusan Masalah 9](#_Toc140475620)

[C. Tujuan Penelitian 10](#_Toc140475621)

[D. Manfaat Penelitian 10](#_Toc140475622)

[BAB II TINJAUAN PUSTAKA 12](#_Toc140475623)

[A. Landasan Teori 12](#_Toc140475625)

[B. Penelitian Terdahulu 31](#_Toc140475632)

[C. Kerangka Pemikiran Konseptual 37](#_Toc140475633)

[D. Hipotesis 41](#_Toc140475634)

[BAB III METODE PENELITIAN 43](#_Toc140475635)

[A. Jenis Penelitian 43](#_Toc140475637)

[B. Populasi dan Sampel 43](#_Toc140475638)

[C. Definisi Konseptual dan Operasional Variable 45](#_Toc140475639)

[D. Metode Pengumpulan Data 51](#_Toc140475640)

[E. Uji Kualitas Data 53](#_Toc140475641)

[F. Metode Analisis Data 54](#_Toc140475642)

[BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN](#_Toc140475643) 60

[A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian](#_Toc140475645) 60

[B. Hasil Penelitian](#_Toc140475646) 64

[C. Analisis Data dan Pengujian Data](#_Toc140475649) 68

[D. Pembahasan](#_Toc140475655) 85

[BAB V KESIMPULAN DAN SARAN](#_Toc140475656) 90

[A. Kesimpulan](#_Toc140475658) 90

[B. Saran](#_Toc140475659) 91

[DAFTAR PUSTAKA 93](#_Toc140475660)

[LAMPIRAN](#_Toc137758165) 94

# DAFTAR TABEL

[Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 35](#_Toc141171969)

[Tabel 3.1 Operasional Variabel 49](#_Toc141171970)

# DAFTAR GAMBAR

[Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 41](#_Toc125577799)

# DAFTAR LAMPIRAN

[Lampiran 1. Kuesioner Penelitian 70](#_Toc137342164)

# BAB I

# PENDAHULUAN

## Latar Belakang Masalah

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) harus mampu bertahan dalam ekonomi global saat ini, terutama mengingat persatuan ekonomi *(Economic Union)* yang telah mengubah Asia Tenggara menjadi komunitas ekonomi dengan basis industri yang bersatu. Dalam hal ini, UMKM harus tetap kompetitif dan menghasilkan produk yang dapat menjangkau audiens tidak hanya di Indonesia, tetapi di seluruh Asia Tenggara. (Sarfiah dkk., 2019).

Proses tindakan yang dilakukan oleh suatu negara dalam upaya meningkatkan kekayaan dan kesejahteraan yang dilakukan secara konsisten dalam kurun waktu yang signifikan inilah yang disebut dengan pembangunan ekonomi. Pembangunan ekonomi digambarkan sebagai proses kegiatan yang dilakukan oleh suatu bangsa. Tujuan dari globalisasi ekonomi adalah untuk meningkatkan kondisi kehidupan orang-orang di seluruh dunia dengan memenuhi kebutuhan masing-masing negara dengan cara yang dapat memuaskan kebutuhan negara lain juga (Marfuah & Hartiyah, 2019). Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah usaha milik perorangan atau badan usaha perorangan yang bersifat produktif dan memenuhi kriteria sektor mikro yang telah diatur dalam undang-undang. Definisi ini berasal dari undang-undang No. 20 tahun 2008 yang disahkan pada tahun 2008.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tumbuh dan semakin baik di Indonesia. UMKM telah membantu meningkatkan pendapatan nasional, menciptakan lapangan kerja, dan menghasilkan lebih banyak uang untuk seluruh masyarakat. Sektor UMKM sering mendapatkan uangnya dari bertani, perkebunan, beternak, dan berdagang. Di Indonesia, usaha mikro, kecil, dan menengah memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam hal menghasilkan lebih banyak uang. Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa hal, seperti memiliki pengalaman bisnis, memilih lokasi yang bagus, menawarkan promosi penjualan yang menarik, memiliki uang yang cukup, memiliki banyak pekerja, sudah lama berbisnis, dan lain sebagainya (Riadmojo, 2020).

Pada dasarnya upaya peningkatan sektor usaha kecil merupakan bagian penting dari pembangunan ekonomi Indonesia secara keseluruhan. Oleh karena itu, banyak langkah kebijakan yang diambil untuk membantu usaha kecil ini berkembang. Mengingat betapa pentingnya UMKM, pemerintah melalui instansi khususnya Kementerian Koperasi dan UMKM telah memulai sejumlah program untuk membantu mereka. Rencana pemerintah untuk membantu usaha kecil dan menengah sangat serius (Gonibala, 2019).

Kondisi perekonomian Indonesia memerlukan pemulihan yang signifikan dengan mendirikan industri kecil menengah yang berperan sangat penting dalam perekonomian Indonesia agar lebih maju dengan mengembangkan UMKM karena memiliki peluang yang besar bagi perekonomian Indonesia dan meningkatkan pekerjaan. Hal ini dapat dicapai dengan mendirikan industri kecil dan menengah di Indonesia (Lestari, 2020).

Saat ini di Indonesia banyak sekali pelaku usaha atau masyarakat yang membuka usaha baik itu usaha skala mikro, kecil maupun menengah. Di Kabupaten Brebes sendiri, perkembangan UMKM berkembang relatif pesat. Dimana perkembangan tersebut tersebar di sejumlah wilayah Kabupaten Brebes yang meliputi 17 kecamatan dan hampir seluruh UMKM dibawah naungan Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan Pemerintah Kabupaten Brebes. Dengan pemberdayaan dan pembinaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi Mikro dan Perdagangan diharapkan para pelaku usaha di Kabupaten Brebes dapat bersaing dengan usaha dari luar kota dan pendapatan yang terus meningkat setiap tahunnya semakin dirasakan oleh para pemilik usaha.

Dengan potensi yang dimiliki UMKM, baik dari segi jumlah maupun luasnya lingkungan ekonomi yang dihadapi, terdapat peluang tumbuhnya usaha baru serta berkembangnya kewirausahaan karena komunitas UMKM merupakan harapan untuk menghadapi tantangan masa depan. Potensi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tersebut harus dijaga oleh pemerintah agar pertumbuhan ekonomi daerah terus meningkat, yang akan mendukung pembangunan dan pemerataan ekonomi di Kabupaten Brebes.

Dalam setiap jenis perusahaan, mencapai kesuksesan adalah tujuan utama. Menurut Erliah dalam Rifa'i dkk., (2019), sebuah perusahaan dapat dianggap sukses jika setelah beberapa waktu berlalu, telah berkembang dalam hal uang yang diinvestasikan, ukuran operasi, output atau keuntungan, spesialisasi, dan kepemimpinan. Seperti yang dikemukakan oleh Suryana (2011: 66), dua kualitas terpenting dalam seorang wirausaha adalah dorongan yang kuat untuk sukses dan kemauan untuk mengambil risiko finansial dan memakan waktu dalam mengejar pencapaian tersebut.

Kasmir (2006:27) menyatakan bahwa suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil jika memenuhi kriteria sebagai berikut: (1) pendapatan perusahaan atau pendapatan usaha meningkat, (2) tingkat produksi meningkat, (3) tingkat keuntungan meningkat, (4) pelanggan puas, (5) kualitas produk tinggi, dan (6) perusahaan berkembang dan pendapatan karyawan meningkat.

Pendapatan UMKM dikatakan penting karena memiliki kemampuan untuk menggerakan kegiatan perekonomian, pertumbuhan serta pembangunan perekonomian. Pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana pendapatan usaha dalam memperoleh laba sesuai yang sudah ditargetkan. Walaupun UMKM mempunyai tingkatan yang cukup berpengaruh dalam perekonomian daerah hingga nasional, akan tetapi pelaku UMKM tidak selamanya berjalan lancar dikarenakan beberapa rintangan dan kendala yang ditemakan bagi pelaku UMKM (Aji & Listyaningrum, 2021).

Beberapa penelitian terdahulu yang melakukan penelitian mengenai pendapatan UMKM menemukan beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan pada UMKM. Faktor tersebut berupa modal usaha yang seadanya, lamanya suatu usaha, tenaga kerja yang kurang kompeten, keterbatasan pemahaman tentang teknologi informasi, dan pemilihan lokasi usaha yang kurang strategis (Kholifah, 2022).

Adanya program subsidi UMKM yang dijalankan pemerintah merupakan faktor penting dalam menjamin keberhasilan para pemilik usaha baru maupun kecil. Nama programnya adalah Kredit Usaha Rakyat (KUR). Tujuan dari KUR ini adalah untuk menyediakan metode pembiayaan yang efisien bagi UMKM (Larasdiputra & Suwitari, 2020), karena banyak usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang kesulitan mendapatkan pendanaan bank di masa lalu. Bank-bank yang ditunjuk sebagai penyalur KUR berhati-hati dalam memberikan pinjaman karena kurangnya informasi tentang kesehatan UMKM, yang menyebabkan rendahnya tingkat penyaluran KUR (Nestle dkk., 2019).

Dengan adanya pemberian kredit sebagai pengembangan UMK golongan ekonomi lemah sangat bermanfaat, akan tetapi tidak boleh memungkiri bahwa semuanya berdampak positif, karena terdapat beberapa masalah yang dihadapi pelaku UMK di antaranya; kurangnya permodalan baik jumlah maupun sumbernya, kurangnya kemampuan manajerial dan keterampilan beroperasi, tidak adanya bentuk formil dari perusahaan, lemahnya organisasi, terbatasnya pemasaran, persaingan yang kurang sehat, dan desakan ekonomi (Natasya dan Hardiningsih, 2022: 9).

Selain program KUR, lamanya waktu seorang pengusaha dalam menjalankan usahanya merupakan tantangan terbesar kedua yang dihadapi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kualitas sebuah perusahaan dapat diukur dari berapa lama telah beroperasi, semakin lama maka semakin tinggi standar layanannya. Variabel lama usaha dapat di ukur dengan tahun. Durasi bisnis dapat dinilai dalam beberapa tahun. Semakin lama seorang pedagang dalam bisnis, semakin besar pengalamannya. Oleh karena itu, pengalaman adalah salah satu karakteristik yang dapat meningkatkan pendapatan. Namun, tidak pasti bahwa perusahaan dengan pengalaman yang lebih sedikit akan menghasilkan pendapatan yang lebih sedikit daripada perusahaan dengan pengalaman lebih (Sudirman, 2015).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Adhiatma (2016), lamanya usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM, semakin lama perusahaan dioperasikan oleh pedagang, semakin besar pendapatan yang diperoleh. Sedangkan menurut Husaini dan Fadhlani (2017), lamanya usaha tidak berpengaruh terhadap pendapatan usaha mikro, kecil, dan menengah; jumlah waktu seseorang dalam bisnis tidak ada hubungannya dengan pendapatan yang diperoleh.

Selain lamanya seseorang dalam menjalankan usahanya, menemukan lokasi yang optimal merupakan komponen penting yang harus diperhatikan saat melakukan operasi komersial. Ini juga berlaku untuk usaha mikro dan kecil. Menurut data saat ini, lebih mudah bagi usaha mikro dan kecil untuk mencapai kesuksesan jika mereka memilih lokasi yang lebih dekat dengan konsumen mereka untuk memberikan tingkat layanan tertinggi (Nur Fu’ad, 2015).

Rifa'i dkk., (2019) menemukan bahwa lokasi perusahaan mempengaruhi kesuksesan. Hal ini dapat terjadi karena berbagai faktor yang termasuk dalam indikator lokasi usaha, seperti memilih lokasi yang mudah dijangkau dan dilalui jalur transportasi, memilih lokasi usaha di kawasan ramai, seperti di perempatan dekat pemukiman padat penduduk, dekat pusat perbelanjaan, pusat pendidikan, dll, kemudian lokasi usaha berada di lingkungan yang aman, memilih lokasi yang tidak berdekatan pesaing, dan lokasi usaha yang tidak melanggar peraturan pemerintah.

Selain pemilihan lokasi usaha yang strategis, mengoperasikan perusahaan tidak akan semudah membalikkan tangan. Selalu ada berbagai bahaya dan ancaman yang menanti setiap harinya. Dengan kemajuan teknologi di era digital, *e-commerce* di Indonesia semakin meningkat*. E-commerce* merupakan platform jual beli yang dapat diakses oleh masyarakat melalui teknologi digital. Jelas, ini menimbulkan bahaya bagi UMKM Indonesia. Selain mempermudah pembelian dan penjualan*, e-commerce* juga menyediakan berbagai kategori produk kepada kliennya. Hal ini mendorong konsumen untuk membeli melalui *e-commerce* daripada secara fisik mencari barang yang mereka inginkan, yang justru lebih menguras energi mereka (Periyadi, 2021).

Maryama (2013) mengatakan bahwa ada banyak hal yang perlu dilakukan untuk membantu pertumbuhan bisnis, dan menerapkan sistem *e-commerce* adalah salah satunya. Dalam dunia bisnis, *e-commerce* adalah penggunaan teknologi terkini seperti internet untuk membantu aktivitas bisnis. Melalui email, obrolan, dan layanan lainnya, orang-orang dalam bisnis dapat dengan mudah berbicara satu sama lain dan berbisnis melalui internet. Gunakan iklan internet untuk menyebarkan berita tentang barang dagangan Anda, memperkenalkan klien potensial ke bisnis Anda, dan memperluas klien Anda. Sedangkan menurut Safrianti (2020), transaksi *Online* tidak terdapat pengaruh positif signifikan terhadap Pendapatan, dikarenakan kurangnya eksistensi *e-commerce* atau penggunaan teknologi dalam memasarkan produk.

Fenomena dalam penelitian ini, yaitu sebelumnya, kodisi UMKM di Indonesia sempat menurun pada 2 tahun pertama pandemi Covid-19 yakni di tahun 2020-2021. Pada tahun 2022 UMKM sudah kembali meningkat, di tahun 2022 sudah sebanyak 84,8% UMKM yang tadinya terpuruk sudah dapat beroperasi normal. Berdasarkan pengamatan ARPI dari informasi yang dikeluarkan oleh pemerintah pada bulan oktober 2022, kredit UMKM terus meningkat hingga mencapai Rp. 1.275,03 triliun atau tumbuh sebesar 16,75% *(year of year)*. NPL *(Non-Performing Loan)* tetap terjaga pada kisaran 4% (arpionline.org).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS Kabupaten Brebes) Peningkatan pendapatan UMKM juga terjadi di Brebes yang memperlihatkan jumlah pendapatan yang terus meningkat setiap tahunnya dari tahun 2018 sampai tahun 2022. Pada tahun 2018 pendapatan UMKM mencapai Rp154.200.000 dan pada tahun 2021 terus meningkat mencapai Rp186.700.000. Namun untuk dapat meningkatkan laju pendapatan, pelaku UMKM harus dihadapkan dengan berbagai kendala maupun tantangan yang harus dihadapi. Salah satunya memahami strategi pemasaran di era digital yang dapat menaikan pendapatan (Kholifah, 2022).

Beberapa penelitian terdahulu yang melakukan penelitian mengenai pendapatan UMKM adalah Marfuah & Hartiyah (2019), yang menunjukan bahwa modal sendiri, kredit usaha rakyat (KUR), teknologi, lama usaha dan lokasi usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha. Selanjutnya penelitian yag dilakukan oleh Safrianti (2020) yang menyatakan bahwa Transaksi *Online (E-Commerce)* tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM, sedangkan Modal, dan Lama Usaha berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Penerapan *E-Commerce*, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Lama Usaha Dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Brebes”.**

## Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dibuat suatu perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Penerapan *E-Commerce* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Brebes?
2. Apakah Kredit Usaha Rakyat (KUR) berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Brebes?
3. Apakah Lama Usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Brebes?
4. Apakah Lokasi Usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Brebes?

## Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan untuk penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Jumlah Penerapan *E-Coommerce* terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Brebes.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kredit Usaha Rakyat (KUR) terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Brebes.
3. Untuk mengetahui pengaruh Lama Usaha terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Brebes.
4. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi Usaha terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Brebes.

## Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaa sebagai bahan referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan mengenai pendapatan di sektor UMKM. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi serta dapat dijadikan sebagai bahan kajian bagi penelitian selanjutnya.

1. Manfaat Praktis
2. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan untuk membandingkan teori-teori yang ada dengan kejadian ang ada di lapangan, khususnya pada bidang UMKM.

1. Bagi Pihak Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu sumber pengetahuan atau bahan informasi serta pengembangan untuk penelitian selanjutnya terutama untuk hal yang berkaitan dengan pendapatan UMKM.

1. Bagi UMKM

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam pengambilan keputusan pengembangan inovasi, dan evaluasi usaha serta dalam penilaian perkembangan usaha yang sedang dijalankannya.

# 

# BAB II

# TINJAUAN PUSTAKA

## Landasan Teori

### Teori Agency

Teori Agency merupakan salah satu dari riset akuntansi yang terpenting dalam penelitian ini, serta menyangkut dua pihak antara agen dan principal. Penelitian atas teori agensi bisa bersifat induktif atau deduktif serta merupakan kasus khusus prilaku, meskipun teori agensi berakar pada bidang keuangan dan ekonomika bukannya sosiolog atau spikologi. Asumsinya ialah individu yang bertindak demi kepentingan sendiri, dan asumsi lainya menyebutkan bahwa entitas meruoakan tempat atau titik sebuah pertemuan bagi berbagai jenis hubungan kontraktual yang terjadi diantaranya manajemen, pemilik, kreditor dan pemerintah. Teori agensi berfokus pada biaya-biaya pemantauan dan penyelenggaraan hubungan antara dua pihak atau lebih, di dalam audit contohnya, bisa dipandanag sebagai instrumen guna meyakinkan bahwa laporan keuangan telah diteliti keakrualannya (Sutrisna, 2019: 58)

Keterkaitan adanya teori agensi dalam penelitian ini dapat dilihat dalam pelaporan keuangan, dimana pemerintah bertindak sebagai pihak yang diberi amanah (agen) maka berkewajiban untuk mengungkapkan segala informasi yang dibutuhkan oleh para pihak yang memiliki kepentingan sebagai pengguna informasi, yang dimana bertindak sebagai principal untuk menilai akuntabilitas dan memutuskan kebijakan sosial, politik, maupun ekonomi baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung melalui wakil-wakilnya. Hubungan antara pemerintah dan pemilik kepentingan sebagai pengguna informasi laporan keuangan dapat dikaitkan adanya hubungan keagenan (Indrayani & Widiastuti, 2020).

Pada landasan teori memaparkan mengenai dasar teori, konsep, dan jalan pikir yang disusun rapi secara Sistematis dan relevan tentang masalah yang akan diteliti dan untuk mendasari analisis pada bab selanjutnya yang berhubungan dengan variabel penelitian. Selanjutnya teori tersebut dapat dijadikan sebagai perumusan hipotesis dan penyusunan instrument penelitian ini, landasan teori dapat menjadi hal yang penting dan dasar yang kuat dalam penelitian karena landasan teori ini menjadi sebuah pondasi dari sebuah penelitian terutama dalam penulisan skripsi yang tidak dapat mengembangkan masalah yang mungkin ditemui ditempat penelitian jika tidak mempunyai acuan landasan teori yang mendukung

### Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

1. **Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 mendefenisikan UMKM merupakan suatu usaha milik perorangan atau badan usaha perorangan yang sifatnya produktif dan memenuhi kriteria sector mikro yang sudah diatur dalam undang-undang (Riawan & Kusnawan, 2018).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan pihak yang memiliki andil cukup besar dalam pergerakan perekonomian nasional. UMKM memiliki kontribusi dalam peningkatan pendapatan nasional, penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan bagi masyarakat yang memiliki pendapatan rendah serta memanfaatkan kemampuan menggunakan bahan baku lokal agar menghasilkan barang dan jasa untuk masyarakat luas (Artini, dkk., 2019).

Berdasarkan pengertian diatas, UMKM dapat disimpulkan sebagai usaha yang dikelola oleh perorangan atau pribadi yang mempunyai sifat produktif. Dengan usaha yang tahan terhadap krisis ekonomi, UMKM menjadi salah satu usaha yang paling banyak diminati saat ini. Dengan adanya UMKM masyarakat bisa menghasilkan jasa dan barang dengan cara menggunakan bahan baku lokal untuk diproses kembali.

1. **Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**

Di dalam Undang-Undang yakni yang telah direvisi menjadi Nomor 20 Tahun 2008 mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 mendefinisikan UMKM adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan (Safrianti, 2020). Dengan kriteria sebagai berikut (Lestari, 2020) :

1. Usaha Mikro

Diartikan sebagai usaha produktif yang dimilik keluarga atau pribadi dengan berkedudukan sebagai WNI yang mempunyai hasil penjulan paling tinggi Rp. 100.000.000 per tahun. Serta dapat mengajukan kredit di bank paling tinggi sebesar Rp50.000.000.

1. Usaha Kecil

Menurut Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995, usaha kecil merupakan usaha produktif yang memiliki skala kecil dan kelompok usaha yang mayoritas adalah aktivitas usaha kecil serta memiliki kekayaan bersih sebanyak Rp. 200.000.000, tidak terhitung tanah serta bangunan untuk tempat usaha dan mempunyai hasil penjualan bersih paling banyak Rp. 1.000.000.000 pertahun. Serta bisa mendapatkan kredit Bank diatas Rp. 50.000.000 sampai Rp 500.000.000.

1. Usaha Menengah

Menurut Instruksi Presiden Republik Indonesia No. 10 Tahun 1999, usaha menengah merupakan usaha yang kegiatan ekonominya sudah mulai besar bersifat produktif serta memenuhi kriteria harta bersih lebih dari Rp 200.000.000, sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000, tidak terhitung tanah serta bangunan untuk tempat usaha.

1. **Peran UMKM Dalam Membangun Ekonomi Indonesia**

Berdasarkan UU No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pasal 3 disebutkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan (Wiratna & Lila, 2017).

Menurut Sarfiah dkk. (2019), UMKM mampu menjadi stabilisator dan dinamisator perekonomian Indonesia. Sebagai negara berkembang, Indonesia sangat penting memperhatikan UMKM, disebabkan UMKM mempunyai kinerja lebih baik dalam tenaga kerja yang produktif, meningkatkan produktivitas tinggi, dan mampu hidup di sela-sela usaha besar. UMKM mampu menopang usaha besar, seperti menyediakan bahan mentah, suku cadang, dan bahan pendukung lainnya. UMKM juga mampu menjadi ujung tombak bagi usaha besar dalam menyalurkan dan menjual produk dari usaha besar ke konsumen.

Kedudukan UMKM ini semakin mantap. Selain mampu menyerap tenaga kerja cukup banyak, UMKM ini bersifat lincah sehingga mampu bertahan di dalam kondisi yang tidak menguntungkan, seperti terjadinya krisis global seperti saat ini. Umumnya, UMKM memiliki strategi dengan membuat produk unik dan khusus sehingga tidak bersaing dengan produk dari usaha besar.

### Pendapatan UMKM

1. **Pengertian Pendapatan**

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

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya). Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 23, pendapatan adalah arus kas masuk bruto dari manfaat ekonomik yang timbul dari aktivitas normal entitas selama suatu periode, jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal. (Safrianti, 2020).

Pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Atau dengan kata lain pendapatan merupakan jumlah kekayaan di awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi (Sari, 2019).

Menurut Haris (2013: 69) menerangkan bahwa Pendapatan adalah kenaikan kotor dalam aset, pendapatan ini diperoleh dari investasi yang halal, melakukan perdagangan atau menjual barang, menjual jasa, atau aktivitas lainnya yang bertujuan memperoleh keuntungan bagi perusahaan. Sukirno (2015: 159) menambahkan, jika pendapatan tidak mengalami perubahan sehinga kenaikan harga akan menyebabkan pendapatan barang menjadi semakin sedikit. Artinya, kemampuan pendapatan yang didapat untuk membeli barang menjadi semakin kecil dari sebelumnya.

Dalam dunia usaha, pendapatan selalu diperoleh dalam bentuk nominal uang. Selanjutnya uang tersebut dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana pendapatan perusahaan dalam memperoleh pendapatan dari hasil penjualan dengan mengharap keuntungan sesuai dengan tujuan yang telah dicita-citakan. Simmel menyatakan bahwa uang begitu penting dalam kehidupan, baik untuk kebutuhan hidup dalam masyarakat moder maupun untuk kebutuhan bisnis. Simmel lebih jauh lagi menjelaskan bahwa uang dalam peranya tidak hanya sebagai alat tukar akan tetapi juga sebagai penentu hubungan antar manusia (Riawan & Kusnawan, 2018).

Berdasarkan pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah penghasilan yang timbul dari aktivitas perusahaan yang biasa baik berasal dari penjualan jasa, bunga deviden, royalty, dan sewa. Pendapatan merupakan hal yang sangat penting karena pendapatan itu yang menjadi objek atas kegiatan perusahaan. Pendapatan merupakan tujuan akhir dari setiap usaha yang dilakukan. Besar kecilnya pendapatan dicapai tergantung pada usaha yang dijalankan, keterampilan tenaga kerja serta modal yang dimiliki.

1. **Jenis-jenis Pendapatan**

Dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 23 Tahun 2010 membagi pendapatan menjadi 3 jenis yaitu (Safriyanti, 2020) :

1. Penjualan Barang

Pendapatan yang timbul akibat dari penjualan barang yang diproduksi perusahaan untuk dijual dan barang yang dibeli untuk dijual kembali. Seperti barang dagang yang dibeli pengecer atau tanah atau property lainnya yang dibeli untuk dijual kembali.

1. Penjualan Jasa

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

1. Pendapatan Bunga, *Royalty,* dan Deviden

Pendapatan yang timbul dari penggunaan asset entitas oleh pihakpihak lain yang menghasilkan bunga, royalty dan deviden. Penggunaan aktiva perusahaan oleh pihak lain menimbulkan pendapatan dalam bentuk:

1. Bunga yaitu pembebanan untuk penggunaan kas atau setara kas atau jumlah terutang kepada perusahaan.
2. Royalty yaitu pembebanan untuk penggunaan aktiva jangka panjang perusahaan misalnya hak paten, merek, dan hak cipta.
3. Deviden yaitu distribusi laba kepada pemegang investasi ekuitas sesuai dengan proporsi mereka dari jenis modal tertentu.
4. **Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan**

Lestari (2020) menyatakan pendapatan seseorang dapat dipengaruhi dari berbagai faktor, antara lain :

1. Modal

Modal adalah variabel yang paling berpengaruh terhadap pendapatan karena ketika modal usaha ditambahkan maka pedagang bisa membeli barang dalam jumlah besar dan bervariasi

sesuai kebutuhan konsumen sehingga penjualan akan meningkat dan juga pendapatan akan meningkat juga.

1. Lama Usaha

Pedagang yang melakukan usaha paling lama biasanya lebih memahami permintaan konsumennya sehingga pedagang mampu memenuhi dan memahami selera konsumennya sehingga mampu meningkatkan pendapatan.

1. Lokasi Usaha

Dalam pemilihan lokasi usaha hendaknya pemilik usaha memilih lokasi yang strategis, karena lokasi usaha yang strategis itu dapat meningkatkan pendpaatan usaha kita.

1. **Indikator Pendapatan**

Penelitian ini menggunakan variabel pendapatan dengan indikator yang diadopsi dari Lestari, (2020) dan dikembangkan oleh peneliti, yaitu :

1. Penghasilan yang diproleh : Penghasilan yang didapatkan pelaku usaha dalam kurun waktu tertentu, dan Perkembangan usaha.
2. Peningkatan pendapatan : pendapatan meningkat karena mendapat pinjaman KUR, pendapatan meningkat karena sudah lama berdiri, pendapatan meningkat karena lokasi usaha strategis, dan pendapatan meningkat karena menerapkan *e-commerce*.
3. Kecukupan hasil : Mampu mencukupi kebutuhan sehari-hari, dan mampu menjamin kesejahteraan keluarga.

### *E-Commerce*

1. **Pengertian *E-Commerce***

*E-Commerce* atau *Electronic Commerce* dapat diartikan sebagai perdagangan melalui elektronik atau lebih lengkapnya bisa disebut sebagai proses pelaksanaan transaksi bisnis seperti; distribusi, pembelian, penjualan, dan pelayanan yang dilakukan secara elektronik melalui jaringan komputer terutama internet dan juga jaringan eksternal (Arisandi, 2014).

Ustadiyanto (2001:11) menyatakan *e-commerce* pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi per- dagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet. Jadi proses pemesanan barang, pembayaran transaksi hingga pengiriman barang dikomunikasikan melalui internet.

*Elektonik commerce* adalah transaksi komersial bidang jasa dalam format elektronik. *E-Commerce* merujuk secara umum kepada semua bentuk transaksi yang berkaitan dengan aktivitas komersial baik organisasi maupun individual yang berdasarkan pada pemprosesan dan transmisi data yang digitalisasikan termasuk teks, suara, dan gambar (Safrianti, 2020).

Dari pengertian-pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *E-Commerce* adalah pemanaatan internet untuk berbagai aktivitas usaha. Kegiatan bisnis yang dilakukan secara *online* itu bisa meliputi pemasaran, promosi, *public relation,* transaksi, pembayaran dan penjadwalan pengiriman barang, serta masih sangat terbuka kemungkinan inovasi-inovasi kegiatan bisnis *online* seiring dengan perkembangan teknologi *E-Commerce* itu sendiri.

1. **Kelebihan dan Kekurangan *E-Commerce***

Segala sesuatu tentu akan memiliki nilai positif dan negatif sendiri begitu juga penjualan menggunakan sistem transaksi *online* (Rerung, 2018). Beberapa kelebihan yang diperoleh dengan penjualan menggunakan sistem *e-commerce* antara lain:

1. Aliran spendapatan baru yang mungkin lebih menjanjikan yang tidak bisa ditemukan di transaksi tradisional.
2. Dengan keunggulan dan kemudahan teknologi sekarang ini tentu akan mudah mematahkan pangsa pasar untuk menetapkan strategi.
3. Jika secara konvensional akan membutuhkan banyak karyawan untuk melayani sehingga akan mengeluarkan biaya yang lebih untuk membayar karyawan yang dipekerjakan. Selain itu mengurangi biaya kertas karena semua sudah menggunakan digitalisasi sehingga mampu meningkatkan pendapatan.
4. Dengan adanya *e-commerce* maka melebarkan jangkauan yakni dapat menjangkau seluruh dunia.
5. Bagi masyarakat umum mengurangi polusi dan pencemaran lingkungan. Maksudnya adalah konsumen jadi tidak menambah padatnya arus lalu lintas untuk berbelanja.

Sedangkan beberapa kekurangan dengan penjualan menggunakan sistem *e-commerce* antara lain:

1. Pencurian informasi rahasia yang berharga. Gangguan yang timbul bisa menyingkap semua data dan informasi perusahaan kepada pihak-pihak yang tidak berhak, sehingga dapat mengakibatkan kerugian besar.
2. Gangguan layanan. Jika ada masalah non teknis misalnya mati lampu akan mengganggu pelayanan.
3. Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak. Misalnya seorang hacker yang mampu membobol sebuah sistem perbankan. Setelah itu dia memindahkan sejumlah rekening orang lain ke rekening sendiri.
4. Meningkatkan individualisme, pada perdagangan elektronik seorang dapat bertransaksi dan mendapatkan barang/jasa yang diperlukan tanpa bertemu dangan siapapun.
5. Terkadang menimbulkan kekecewaan. Apa yang dilihat di layar monitor komputer terkadang bebeda dengan apa yang terlihat secara kasat mata.
6. **Indikator *E-Commerce***
7. Akses Internet : Jaringan internet yang mendukung, dan diakses setiap hari.
8. Kemampuan SDM : Karyawan yang mahir menggunakan internet.
9. Pemasaran : Memasarkan produk secara *online,* menjangkau pasar yang lebih luas, dan mengurangi biaya.

### Kredit Usaha Rakyat (KUR)

1. **Pengertian Kredit Usaha Rakyat (KUR)**

Kredit usaha rakyat (KUR) adalah bagian dari program pemerintah yang ditujukan untuk mendukung pengembangan koperasi dan usaha kecil dan menengah yang layak usahanya untuk mendapatkan fasilitas kredit atau pembiayaan dari kreditur, namun kurang memiliki jaminan yang dipersyaratkan oleh kreditur (Marfuah & Hartiyah, 2019).

Menurut Kasmir (2014), mendefinisikan kredit sebagai pemberian modal yang disediakan oleh bank yang di sarakan atas kesepakatan antara pihak pemberi modal dengan penerima modal dengan pengembalian uang. Sedangkan menurut Umam (2016) kredit merupakan proses pinjam meminjam yang dilakukan berdasarkan sistem syariah. KUR dapat diartikan sebagai sumber modal bagi pelaku UMKM yang dapat dimanfaatkan untuk fasilitas usaha yang hendak digunakan sebagai proses produksi.

Dari pengertian diatas, maka dapat disimpulakn bahwa Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan program yang direncanakan oleh pemerintah yang diperuntukkan bagi pelaku usaha di sektor UMKM yang sumber modalnya berasal dari perbankan.

1. **Tujuan Program KUR**

Tujuan dari program KUR adalah sebagai berikut:

* 1. Mempercepat pengembangan serta pemberdayaan UMKM dan Koperasi.
  2. Meningkatkan akses pembiayaan serta mengembangkan UMKM dan Koperasi kepada Lembaga Keuangan.
  3. Sebagai upaya penanggulangan/pengentasan kemiskinan serta perluasan kesempatan kerja.

1. **Sasaran Program KUR**

Sasaran program KUR yaitu golongan masyarakat yang sudah dilatih serta ditingkatkan kemampuan dan kemandiriannya dari program sebelumnya. Harapannya supaya kelompok masyarakat tersebut dapat untuk memanfaatkan pendanaan yang bersumber dari lembaga keuangan yang formal seperti Bank, Koperasi, Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) dan sebagainya. Dilihat dari sisi kelembagaan, maka sasaran dari KUR adalah UMKM-K. Sektor usaha yang diperbolehkan untuk mendapatkan KUR yaitu seluruh sektor produktif (Anniza, 2018).

1. **Manfaat KUR Bagi UMKM**

Bagi UMKM-K, manfaat KUR adalah untuk membantu pembiayaan yang dibutuhkan dalam mengembangkan usahanya. Sedangkan bagi Pemerintah, manfaat KUR yaitu tercapainya pengembangan sektor riil serta pemberdayaan UMKM-K dalam rangka penanggulangan / pengentasan kemiskinan dan perluasan kesempatan kerja serta pertumbuhan ekonomi (Anniza, 2018).

1. **Indikator Kredit Usaha Rakyat (KUR)**

Indikator Kredit Usaha Rakyat (KUR) dalam penelitian ini, antara lain :

1. Aspek Ketepatan : Ketepatan Penggunaan, dan Ketepatan Jumlah Kredit yang diberikan.
2. Manfaat Program KUR : Penambahan modal, peningkatan penjualan, peningkatan pendapatan.
3. Beban bunga.

### Lama Usaha

1. **Pengertian Lama Usaha**

Menurut Riadmojo (2020), lama usaha adalah lama waktu yang sudah dijalanai oleh pedagang dalam melaksanakan usahanya. Semakin lama pelaku usaha menjalani usahanya maka semakin banyak pengalaman yang didapatkannya. Teori tentang lama usaha yang dikemukakan oleh Anggraini, (2019) bahwa semakin lama seseorang dalam menekuni pekerjaannya, maka Ia semakin berpengalaman, matang dan trampil dalam pekerjaan yang dipertanggungjawabkan kepadanya.

Lama usaha secara teoritik menunjukkan pengaruh yang positif terhadap peningkatan pendapatan. Anggapan yang digunakan adalah semakin lama usaha seseorang akan semakin tinggi pula produktivitas kerja seseorang dan hasil produksi yang memuaskan. Karena lama usaha serta tingkat pengetahuan yang lebih banyak memungkinkan seseorang tersebut lebih produktif bila dibandingkan dengan yang relativ kurang dalam lama usaha (Polados, & Engka, 2019). Dari beberapa pengertian sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa lama usaha adalah lama waktu yang sudah dijalani oleh pelaku usaha.

1. **Indikator Lama Usaha**

Indikator Kredit Usaha Rakyat (KUR) dalam penelitian ini, antara lain :

1. Lama berdiri suatu Usaha : bertambahnya jumlah pelanggan, kepercayaan konsumen, dan penjualan meningkat.
2. Pengalaman yang diperoleh : Ketrampilan, dan pengetahuan.

### Lokasi Usaha

1. **Pengertian Lokasi Usaha**

Secara umum lokasi usaha adalah suatu tempat dimana usaha atau perusahaan itu melaukan kegiatan fisik (Paramita & Budhiasa, 2014). Lokasi menurut Prihatminingtyas (2019) ialah tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barangbarang dagangan. Menurut Marfuah & Hartiyah (2019), lokasi usaha merupakan tempat dimana usaha tersebut akan dilakukan, segala kegiatan mulai dari pengadaan bahan baku sampai dengan penjualan kepada konsumen. Pemilihan usaha yang tepat akan sangat menunjang perkembangan usaha begitu juga dengan pendapatan yang akan diperoleh.

Menurut Ningrum, dkk (2020), lokasi usaha merupakan tempat perusahaan melakukan kegiatan fisik. Lokasi dari suatu usaha harus mudah dijangkau, dapat dilihat dengan jelas, serta tempat keluar dan masuknya jelas., pemilihan lokasi usaha didukung pula oleh faktor-faktor seperti kedekatan dengan konsumen, kedekatan infrastruktur dan biaya dari suatu lokasi. Lokasi yang berdekatan dengan pesaing usaha, dapat membuat perusahan melakukan strategi kompetisi total dalam kepemimpinan harga atau jasa lainnya. Seorang pengusaha harus mengetahui jumlah usaha lain yang ada dan mengenali situasi persaingan di daerah tersebut.

Berdasarkan definisi lokasi usaha di atas, dapat disimpulkan bahwa lokasi usaha merupakan tempat dimana usaha tersebut akan dilakukan.

1. **Strategi Lokasi Usaha**

Metode analisis pemilihan lokasi usaha yang ada belum dapat menentukan lokasi suatu usaha secara tepat. Dalam pemilihan lokasi usaha hendaknya pemilik usaha memilih lokasi yang paling minim risiko, karena tidak menutup kemungkinan masalah-masalah dapat terjadi di masa yang akan datang. Kemungkinan masalah yang muncul tersebut antara lain peraturan tempat usaha, peraturan pajak, penerimaan masyarakat sekitar, supply tenaga kerja, ketersediaan air, pembuangan limbah, biaya transportasi.

Beberapa faktor menurut Nur Fu’ad (2015) yang perlu dipertimbangkan secara cermat dalam pemilihan lokasi usaha:

1. Akses, Lokasi yang mudah dijangkau atau dilalui sarana transportasi umum.
2. Visibilitas, Lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan;
3. Lalu lintas *(traffic),* dimana terdapat dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu:
4. Banyaknya orang yang melintasi daerah tersebut bisa memberikan besar terjadinya *impulse buying.*
5. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran dan ambulans.
6. Tempat Parkir yang luas dan aman.
7. Ekspansi, yaitu tersedia tanah/ tempat yang cukup luas untuk keperluan perluasan usaha dikemudian hari.
8. Lingkungan, yaitu kondisi lingkungan sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Misalnya usaha fotocopy yang berdekatan dengan sekolah, kampus atau perkantoran.
9. Persaingan, yaitu lokasi pesaing. Misalnya dalam menentukan lokasi warnet, perlu dipertimbangkan apakah daerah yang sama sudah banyak berdiri warnet.
10. Peraturan pemerintah, misalnya adanya larangan untuk berjualan produk makanan di kawasan tertentu, larangan usaha reparasi (bengkel) kendaraan bermotor di daerah pemukiman penduduk, dsb.
11. **Indikator Lokasi Usaha**

Indikator lokasi usaha dalam penelitian ini bersumber dari penelitian (Kholifah, 2022), dan dikembangkan oleh peneliti. Indikator-indikator tersebut, yaitu :

1. Lokasi usaha yang strategis : Mudah dijangkau, lokasi yang ramai, dan letaknya yang mudah terlihat.
2. Manajemen permintaan : Menyediakan tempat parkir, kondisi lingkungan yang mendukung, aman.

## Penelitia|n Terda|hulu

Bebra|pa| penelitia|n mengena|i Penda|pa|ta|n UMKM tela|h ba|nya|k dila|kuka|n oleh pa|ra| penelitia|n terda|hulu da|n menunjuka|n ha|sil ya|ng ma|sih belum konsisten.

Penelitia|n ya|ng dila|kuka|n oleh Dia|n A|yu Lesta|ri (2020) denga|n judul “Penga|ruh Kredit Usa|ha| Ra|kya|t (KUR), Moda|l Sendiri, La|ma| Usa|ha|, da|n Jumla|h Tena|ga| Kerja| Terha|da|p Penda|pa|ta|n UMKM di Ka|bupa|ten Tega|l”. Sa|mpel penelitia|n tersebut seba|nya|k 100 responden ya|ng dihitung denga|n mengguna|ka|n rumus slovin. A|la|t ya|ng diguna|ka|n untuk penelitia|n tersebut mengguna|ka|n a|na|lisis regresi linier berga|nda|. Ha|sil penelitia|nnya| menunjukka|n ba|hwa| Kredit Usa|ha| Ra|kya|t da|n La|ma| Usa|ha| tida|k berpenga|ruh terha|da|p penda|pa|ta|n UMKM, seda|ngka|n Moda|l Sendiri da|n Jumla|h Tena|ga| Kerja| berpenga|ruh positif terha|da|p penda|pa|ta|n UMKM di Ka|bupa|ten Tega|l.

Penelitia|n ya|ng dila|kuka|n oleh Siti Turya|ni Ma|rfua|h, da|n Sri Ha|rtiya|h, (2019) denga|n judul “Penga|ruh Moda|l Sendiri, Kredit Usa|ha| Ra|kya|t (KUR), Teknologi, La|ma| Usa|ha|, da|n Loka|si Usa|ha| Terha|da|p Penda|pa|ta|n Usa|ha| (Studi Ka|sus Pa|da| UMKM di Ka|bupa|ten Wonosobo)” Sa|mpel da|la|m penelitia|n tersebut berjumla|h 100 UMKM ya|ng dida|pa|t mela|lui teknik penga|mbila|n sa|mpel mengguna|ka|n ra|ndom sa|mpling. Penelitia|n tersebut mengguna|ka|n teknik a|na|lisis regresi linier berga|nda|. Ha|sil penelitia|n tersebut menunjuka|n ba|hwa| moda|l sendiri, kredit usa|ha| ra|kya|t (KUR), teknologi, la|ma| usa|ha| da|n loka|si usa|ha| berpenga|ruh positif terha|da|p penda|pa|ta|n usa|ha| di Ka|bupa|ten Wonosobo.

Penelitia|n ya|ng dila|kuka|n oleh Ria|wa|n, Wa|wa|n Kusna|wa|n, (2018) denga|n judul “Penga|ruh Moda|l Sendiri Da|n Kredit Usa|ha| Ra|kya|t (KUR) terha|da|p Penda|pa|ta|n Usa|ha| (Studi Pa|da| UMKM di Desa| Pla|tiha|n Kidul Kec. Sima|n)”. Teknik penga|mbila|n sa|mpel pa|da| penelitia|n tersebut a|da|la|h mengguna|ka|n porposive sa|mple denga|n mengguna|ka|n da|ta| primer ya|itu memba|gika|n kuesioner pa|da| pela|ku usa|ha| UMKM di Desa| Pla|tiha|n Kidul Kec. Sima|n. Ha|sil penelitia|n tersebut menunjuka|n ba|hwa| moda|l sendiri da|n KUR berpenga|ruh signifika|n terha|da|p penda|pa|ta|n usa|ha| disektor UMKM di Desa| Pla|tiha|n Kidul Kec. Sima|n.

Penelitia|n ya|ng dila|kuka|n oleh Tesa| Nurul Sa|fria|nti, (2020) denga|n judul “Penga|ruh Tra|nnsa|ksi *Online (E-Commerce)*, Moda|l, da|n La|ma| Usa|ha| terha|da|p Peningka|ta|n Penda|pa|ta|n UMKM di Ka|bupa|ten Tega|l”. Jenis da|ta| ya|ng diguna|ka|n a|da|la|h da|ta| primer, denga|n mengguna|ka|n rumus slovin diperoleh sa|mpel seba|nya|k 100 ora|ng. Metode pengumpula|n da|ta| mengguna|ka|n kuesioner seda|ngka|n metode a|na|lisis da|ta| ya|ng diguna|ka|n a|da|la|h a|na|lisis linier berga|nda| denga|n mengguna|ka|n progra|m SPSS versi 22. Ha|sil penelitia|n tersebut menunjukka|n ba|hwa|, Tra|nnsa|ksi *Online (E-Commerce),* Moda|l, da|n La|ma| Usa|ha| berpenga|ruh positif terha|da|p penda|pa|ta|n UMKM di Ka|bupa|ten Tega|l.

Penelitia|n ya|ng dila|kuka|n oleh Dwi Roma|dina|, (2019) denga|n judul “Penga|ruh Moda|l Kerja|, Ja|m Kerja|, da|n La|ma| Usa|ha| Terha|da|p Penda|pa|ta|n Peda|ga|ng Ka|ki Lima| Perempua|n da|la|m Prespektif Ekonomi Isla|m (Studi ka|sus pa|da| Pa|sa|r Ba|mbu Kuning Ta|njung Ka|ra|ng Pusa|t Kota| Ba|nda| La|mpung)”. Popula|si da|ri penelitia|n tersebut a|da|la|h semua| peda|ga|ng ka|ki lima| ya|ng berjenis kela|min perempua|n di pa|sa|r ba|mbu kuning ya|ng berjumla|h 67 peda|ga|ng. Sa|mpel ya|ng diguna|ka|n da|la|m penelitia|n tersebut a|da|la|h 24 peda|ga|ng ka|ki lima| perempua|n. Ha|sil da|ri penelitia|n tersebut a|da|la|h Moda|l Kerja| da|n La|ma| Usa|ha| berpenga|ruh positif terha|da|p va|ria|bel Penda|pa|ta|n, seda|ngka|n Ja|m Kerja| tida|k berpenga|ruh terha|da|p Penda|pa|ta|n peda|ga|ng ka|ki lima| di Pa|sa|r Ba|mbu Kuning Ta|njung Ka|ra|ng Pusa|t Kota| Ba|nda|r La|mpung.

Penelitia|n ya|ng dila|kuka|n oleh Prisilia| Monnika| Pola|ndos, Da|isy S.M Engka|, Krest D. Tolosa|ng (2019) denga|n judul “A|na|lisis Penga|ruh Moda|l, La|ma| Usa|ha|, da|n Jumla|h Tena|ga| Kerja| terha|da|p Penda|pa|ta|n Usa|ha| Mikro Kecil da|n Menenga|h di Keca|ma|ta|n La|ngowa|n”. Metode A|na|lisis ya|ng diguna|ka|n da|la|m penelitia|n tersebut a|da|la|h Metode A|na|lisis Regresi Berga|nda|. Pera|ngka|t luna|k ya|ng diguna|ka|n untuk mela|kuka|n a|na|lisis a|da|la|h SPSS 17. Ha|sil penelitia|n menunjukka|n ba|hwa| va|ria|bel moda|l usa|ha| memiliki penga|ruh positif da|n signifika|n terha|da|p penda|pa|ta|n pengusa|ha| UMKM di Keca|ma|ta|n La|ngowa|n Timur. Va|ria|bel la|ma| usa|ha| tida|k memiliki penga|ruh da|n signifika|n terha|da|p penda|pa|ta|n pengusa|ha| UMKM di Keca|ma|ta|n La|ngowa|n Timur, Va|ria|bel jumla|h tena|ga| kerja| tida|k memiliki penga|ruh da|n signifika|n terha|da|p penda|pa|ta|n pengusa|ha| UMKM di Keca|ma|ta|n La|ngowa|n Timur.

Penelitia|n ya|ng dila|kuka|n oleh Syifa| A|lia|ni Sa|ntoso, (2019) denga|n judul “Penga|ruh Va|ria|si Menu, Ha|rga|, Ja|m Kerja|, da|n La|ma| Usa|ha| terha|da|p Penda|pa|ta|n Wa|rung Tega|l di Keca|ma|ta|n Ciputa|t Timur”. Teknik pengumpula|n da|ta| dila|kuka|n denga|n wa|wa|nca|ra| observa|si da|n kuesioner. Responden ya|ng diteliti terdiri da|ri 60 ora|ng ya|ng dia|mbil mela|lui metode simple ra|ndom sa|mpling. Ha|sil Penelitia|n seca|ra| keseluruha|n menunjukka|n ba|hwa|, va|ria|si menu, da|n ha|rga| tida|k berpenga|ruh seca|ra| signifika|n terha|da|p penda|pa|ta|n usa|ha| di Keca|ma|ta|n Ciputa|t Timur, seda|ngka|n ja|m kerja| da|n la|ma| usa|ha| berpenga|ruh seca|ra| signifika|n terha|da|p penda|pa|ta|n usa|ha| di Keca|ma|ta|n Ciputa|t Timur.

Penelitia|n ya|ng dila|kuka|n oleh Husa|ini, da|n A|yu Fa|dhla|ni, (2017) denga|n judul “Penga|ruh Moda|l Kerja|, La|ma| Usa|ha|, Ja|m Kerja| da|n Loka|si Usa|ha| terha|da|p Penda|pa|ta|n Monza| di Pa|sa|r Sima|lingka|r Meda|n” Metode ya|ng diguna|ka|n untuk mengumpulka|n da|ta| primer a|da|la|h metode la|pa|nga|n metode penelitia|n denga|n pemiliha|n sa|mpel mengguna|ka|n teknik Convenience sa|mpling. Ha|sil penelitia|n tersebuti menunjuka|n ba|hwa| moda|l kerja| da|n loka|si usa|ha| menunjukka|n penga|ruh terha|da|p penda|pa|ta|n peda|ga|ng outwea|r di Pa|sa|r Sima|lingka|r, Meda|n, seda|ngka|n la|ma| usa|ha| da|n ja|m kerja| tida|k berpenga|ruh terha|da|p penda|pa|ta|n peda|ga|ng outwea|r di Pa|sa|r Sima|lingka|r, Meda|n.

Penelitia|n ya|ng dila|kuka|n oleh Kha|sa|n Setia|ji, A|na| Listia| Fa|tunia|h, (2018) denga|n judul “Penga|ruh Moda|l, La|ma| Usa|ha| da|n Loka|si Terha|da|p Penda|pa|ta|n Peda|ga|ng Pa|sa|r Pa|sca| Reloka|si”. Sa|mpel berjumla|h 92 peda|ga|ng. Ha|sil penelitia|n menunjukka|n ba|hwa| Moda|l, La|ma| Usa|ha|, da|n Loka|si Usa|ha| berpenga|ruh positif terha|da|p penda|pa|ta|n peda|ga|ng Pa|sa|r Joha|r Kota| Sema|ra|ng.

Penelitia|n ya|ng dila|kuka|n oleh A|ndri Wa|skita| A|ji, Sela| Putri Listya|ningrum. (2021) denga|n judul “Penga|ruh Moda|l Usa|ha|, Loka|si Usa|h, da|n Teknologi Informa|si terha|da|p Penda|pa|ta|n UMKM di Ka|bupa|ten Ba|ntul”. Penelitia|n mengguna|ka|n teknik purposive sa|mpling da|n pengumpula|n da|ta| mela|lui kuesioner ya|ng disa|mpa|ika|n kepa|da| informa|n (pela|ku UMKM). Sistem tinja|ua|n da|ta| mengguna|ka|n regresi linier berga|nda|. Ha|sil penelitia|n tersebut, moda|l usa|ha|, loka|si usa|ha| da|n teknologi informa|si berpenga|ruh positif terha|da|p penda|pa|ta|n UMKM di Ka|bupa|ten Ba|ntul.

**Ta**|**bel 2.1**

**Penelitia**|**n Terda**|**hulu**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Penulis | Judul Penelitia|n | Ha|sil Penelitia|n |
| 1. | Dia|n A|yu Lesta|ri, (2020) | Penga|ruh Kredit Usa|ha| Ra|kya|t (KUR), Moda|l Sendiri, La|ma| Usa|ha|, da|n Jumla|h Tena|ga| Kerja| Terha|da|p Penda|pa|ta|n UMKM di Ka|bupa|ten Tega|l | Ha|sil penelitia|n menunjukka|n ba|hwa| Kredit Usa|ha| Ra|kya|t (X1), da|n La|ma| Usa|ha| (X3) tida|k terda|pa|t penga|ruh positif terha|da|p Penda|pa|ta|n (Y) UMKM di Ka|bupa|ten Tega|l. Seda|ngka|n Moda|l Sendiri (X2), da|n Jumla|h Tena|ga| Kerja| (X4) berpenga|ruh Positif terha|da|p penda|pa|ta|n (Y) UMKM di Ka|bupa|ten Tega|l. |
| 2. | Siti Turya|ni Ma|rfua|h, Sri Ha|rtiya|h, (2019) | Penga|ruh Moda|l Sendiri, Kredit Usa|ha| Ra|kya|t (KUR), Teknologi, La|ma| Usa|ha|, da|n Loka|si Usa|ha| Terha|da|p Penda|pa|ta|n Usa|ha|  (Studi Ka|sus Pa|da| UMKM di Ka|bupa|ten Wonosobo) | Ha|sil penelitia|n ini menunjuka|n ba|hwa| moda|l sendiri, kredit usa|ha| ra|kya|t (KUR), teknologi, la|ma| usa|ha| da|n loka|si usa|ha| berpenga|ruh positif terha|da|p penda|pa|ta|n usa|ha|  Dila|njutka|n  . |
| 3. | Ria|wa|n, Wa|wa|n Kusna|wa|n, (2018). | Penga|ruh Moda|l Sendiri Da|n Kredit Usa|ha| Ra|kya|t (KUR) terha|da|p  Penda|pa|ta|n Usa|ha| (Studi Pa|da| UMKM di Desa| Pla|tiha|n Kidul Kec. Sima|n) | Ha|sil penelitia|n ini menunjuka|n ba|hwa| moda|l sendiri da|n KUR berpenga|ruh signifika|n terha|da|p penda|pa|ta|n usa|ha| disektor UMKM. Denga|n demikia|n besa|r kecilnya| moda|l usa|ha|, sa|nga|t mempenga|ruhi penda|pa|ta|n usa|ha|. |
| 4. | Tesa| Nurul Sa|fria|nti, (2020) | Penga|ruh Tra|nnsa|ksi *Online (E-Commerce),* Moda|l, da|n La|ma| Usa|ha| terha|da|p Peningka|ta|n Penda|pa|ta|n UMKM di Ka|bupa|ten Tega|l. | Ha|sil penelitia|n terda|hulu ini menunjuka|n ba|hwa| Tra|nsa|ksi *Online (E-Commerce)* tida|k berpenga|ruh terha|da|p penda|pa|ta|n UMKM, seda|ngka|n Moda|l, da|n La|ma| Usa|ha| berpenga|ruh terha|da|p Penda|pa|ta|n UMKM. |
| 5. | Dwi Roma|dina|, (2019) | Penga|ruh Moda|l Kerja|, Ja|m Kerja|, da|n La|ma| Usa|ha| Terha|da|p Penda|pa|ta|n Peda|ga|ng Ka|ki Lima| Perempua|n da|la|m Prespektif Ekonomi Isla|m (Studi ka|sus pa|da| Pa|sa|r Ba|mbu Kuning Ta|njung Ka|ra|ng Pusa|t Kota| Ba|nda| La|mpung) | Va|ria|bel Moda|l Kerja|, da|n La|ma| Usa|ha| berpenga|ruh terha|da|p va|ria|bel Penda|pa|ta|n, seda|ngka|n va|ria|ble Ja|m Kerja| tida|k berpenga|ruh terha|da|p Penda|pa|ta|n |
| 6. | Prisilia| Monnika|  Pola|ndos, Da|isy S.M Engka|, Krest D. Tolosa|ng (2019) | A|na|lisis Penga|ruh Moda|l, La|ma| Usa|ha|, da|n Jumla|h Tena|ga| Kerja| terha|da|p Penda|pa|ta|n Usa|ha| Mikro Kecil da|n Menenga|h di  Keca|ma|ta|n La|ngowa|n. | Ha|sil penelitia|n ini menunjuka|n ba|hwa| moda|l memiliki penga|ruh positif da|n signifika|n terha|da|p  Penda|pa|ta|n pengusa|ha| UMKM di keca|ma|ta|n La|ngowa|n Timur, na|mun la|ma| usa|ha| da|n jumla|h tena|ga| kerja| tida|k memiliki  penga|ruh positif da|n  signifika|n terha|da|p  penda|pa|ta|n pengusa|ha| UMKM di La|ngowa|n Timur. |
| 7. | Syifa| A|lia|ni Sa|ntoso, (2019) | Penga|ruh Va|ria|si Menu, Ha|rga|, Ja|m Kerja|, da|n La|ma| Usa|ha| terha|da|p Penda|pa|ta|n Wa|rung Tega|l di Keca|ma|ta|n Ciputa|t Timur | Ha|sil Penelitia|n seca|ra| keseluruha|n menunjukka|n ba|hwa|, va|ria|si menu tida|k berpenga|ruh seca|ra| signifika|n terha|da|p penda|pa|ta|n, ha|rga| tida|k berpenga|ruh seca|ra| signifika|n terha|da|p penda|pa|ta|n usa|ha|, ja|m kerja| berpenga|ruh seca|ra| signifika|n terha|da|p penda|pa|ta|n usa|ha|, la|ma| usa|ha| berpenga|ruh seca|ra| signifika|n terha|da|p penda|pa|ta|n usa|ha|. |
| 8. | Husa|ini, da|n A|yu Fa|dhla|ni, (2017). | Penga|ruh Moda|l Kerja|, La|ma| Usa|ha|,  Ja|m Kerja| da|n Loka|si Usa|ha| terha|da|p  Penda|pa|ta|n Monza| di Pa|sa|r Sima|lingka|r  Meda|n | Moda|l kerja|, la|ma| usa|ha|, ja|m kerja| da|n loka|si  usa|ha| seca|ra| simulta|n berpenga|ruh terha|da|p penda|pa|ta|n  peda|ga|ng monza| di Pa|sa|r Sima|lingka|r Meda|n. |
| 9. | Kha|sa|n Setia|ji, A|na| Listia| Fa|tunia|h, (2018). | Penga|ruh Moda|l, La|ma| Usa|ha| da|n Loka|si Terha|da|p Penda|pa|ta|n Peda|ga|ng Pa|sa|r Pa|sca| Reloka|si | Ha|sil penelitia|n menunjukka|n ba|hwa| Moda|l, La|ma| Usa|ha|, da|n Loka|si Usa|ha| berpenga|ruh positif terha|da|p penda|pa|ta|n peda|ga|ng di Pa|sa|r Joha|r Sema|ra|ng |
| 10. | A|ndri Wa|skita| A|ji, Sela| Putri Listya|ningrum. (2021) | Penga|ruh Moda|l Usa|ha|, Loka|si Usa|h, da|n Teknologi Informa|si terha|da|p Penda|pa|ta|n UMKM di Ka|bupa|ten Ba|ntul | Ha|sil penelitia|n ini a|da|la|h fa|ktor moda|l usa|ha| berpenga|ruh sa|nga|t tinggi terha|da|p penda|pa|ta|n UMKM. Loka|si usa|ha| ya|ng stra|tegis juga| mempenga|ruhi penda|pa|ta|n pela|ku usa|ha|. |

Sumber : Penelitia|n terda|hulu ya|ng diola|h ta|hun 2023

## Kera|ngka| Pemikira|n Konseptua|l

1. **Penga**|**ruh Penera**|**pa**|**n *E-Commerce* terha**|**da**|**p Penda**|**pa**|**ta**|**n UMKM**

*E-commerce* pa|da| da|sa|rnya| merupa|ka|n sua|tu konta|k tra|nsa|ksi per- da|ga|nga|n a|nta|ra| penjua|l da|n pembeli denga|n mengguna|ka|n media| internet Usta|diya|nto (2001:11). Ja|di proses pemesa|na|n ba|ra|ng, pemba|ya|ra|n tra|nsa|ksi hingga| pengirima|n ba|ra|ng dikomunika|sika|n mela|lui internet.

Menurut Penelitia|n ya|ng dila|kuka|n oleh Setyorini, Nurha|ya|ti, & Rosmita| (2019) menya|ta|ka|n ba|hwa| va|ria|bel tra|nsa|ksi *online* (*e-commerce*) berpenga|ruh positif da|n signifika|n terha|da|p peningka|ta|n penda|pa|ta|n, seja|la|n denga|n penelitia|n ya|ng dila|kuka|n oleh Sa|ri (2019) ya|ng berpenda|pa|t ba|hwa| tra|nsa|ksi *online* (*e-commerce*) berpenga|ruh signifika|n terha|da|p penda|pa|ta|n, penelitia|n ya|ng dila|kuka|n oleh Helma|lia| & A|frina|wa|ti (2018) juga| menya|ta|ka|n ba|hwa| tra|nsa|ksi *online* (*e-commerce*) berpenga|ruh signifika|n terha|da|p penda|pa|ta|n. Seda|ngka|n (Sa|fria|nti, 2020) Tra|nsa|ksi *Online (E-Commerce)* tida|k berpenga|ruh terha|da|p Penda|pa|ta|n UMKM .

1. **Penga**|**ruh Kredit Usa**|**ha**| **Ra**|**kya**|**t (KUR) terha**|**da**|**p Penda**|**pa**|**ta**|**n UMKM**

Menurut Fitriya|nto (da|la|m Lesta|ri, 2020), kredit usa|ha| ra|kya|t (KUR) merupa|ka|n kredit ma|upun pembia|ya|a|n untuk UMKM da|n Kopera|si da|la|m bentuk pemberia|n moda|l kerja| serta| investa|si ya|ng didukung sa|ra|na| penja|mina|n untuk usa|ha| produktif. Sema|kin besa|r KUR ya|ng diguna|ka|n untuk mena|mba|h moda|l usa|ha| da|n bertujua|n untuk mengemba|ngka|n usa|ha|nya|, ma|ka| penda|pa|ta|n usa|ha| ya|ng dida|pa|tka|n a|ka|n sema|kin meningka|t.

Menurut Wa|ndira| dkk., (2022) Usa|ha| mikro, kecil, da|n menenga|h (UMKM) sa|nga|t diuntungka|n da|ri Kredit Usa|ha| Ra|kya|t (KUR). A|ka|n a|da| peningka|ta|n penda|pa|ta|n pemilik usa|ha| mikro, kecil, da|n menenga|h berka|t dibentuknya| progra|m ba|ntua|n Kredit Usa|ha| Ra|kya|t (KUR). Ha|sil tersebut didukung oleh penelitia|n ya|ng dila|kuka|n oleh Ma|rfua|h & Ha|rtiya|h (2019) menunjuka|n ba|hwa| Kredit Usa|ha| Ra|kya|t (KUR) berpenga|ruh terha|da|p Penda|pa|ta|n UMKM. Pa|ra| pela|ku UMKM henda|knya| mema|nfa|a|tka|n progra|m kredit usa|ha| ra|kya|t (KUR) seba|ik-ba|iknya| untuk meningka|tka|n a|ta|upun mena|mba|h moda|l untuk UMKM sehingga| na|ntinya| ha|sil usa|ha| tersebut da|pa|t dilipa|tga|nda|ka|n untuk penda|pa|ta|n UMKM ya|ng a|da| di Ka|bupa|ten Wonosobo.

1. **Penga**|**ruh La**|**ma**| **Usa**|**ha**| **terha**|**da**|**p Penda**|**pa**|**ta**|**n UMKM**

La|ma| usa|ha| ya|itu la|ma| wa|ktu ya|ng suda|h dija|la|ni pela|ku usa|ha| da|la|m menja|la|nka|n usa|ha|nya|. Sema|kin la|ma| seseora|ng pela|ku usa|ha| menekuni bida|ng usa|ha|nya| ma|ka| a|ka|n mempenga|ruhi produktivita|snya| (kema|mpua|n profesiona|lnya|/kea|hlia|nnya|), sehingga| ha|l tersebut a|ka|n meningka|tka|n penda|pa|ta|n usa|ha| (Lesta|ri, 2020).

Berda|sa|rka|n ha|sil penelitia|n ya|ng dila|kuka|n oleh Ria|dmojo (2020), menya|ta|ka|n ba|hwa| a|da| penga|ruh la|ma| usa|ha| ya|ng positif terha|da|p tingka|t penda|pa|ta|n UMKM. Ja|ngka| wa|ktu pembuka|a|n usa|ha| perda|ga|nga|n mempenga|ruhi tingka|t penda|pa|ta|n ka|rena| berpenga|ruh terha|da|p peningka|ta|n produktivita|s da|n kinerja| pela|ku usa|ha| sehingga| mena|mba|h efisiensi da|n meneka|n bia|ya| produksi.

Na|mun belum tentu peda|ga|ng ya|ng memiliki penga|la|ma|n lebih singka|t penda|pa|ta|nya| lebih sedikit da|ri pa|da| peda|ga|ng ya|ng meimiliki penga|la|ma|n lebih la|ma|. Justru peda|ga|ng ba|ru bisa| menja|di sebua|h a|nca|ma|n besa|r da|la|m persa|inga|n berda|ga|ng, ka|rena| peda|ga|ng ba|ru denga|n pendidika|n ya|ng lebih tinggi a|ka|n berpenga|ruh dida|la|m sumber da|ya| ma|nusia| ya|ng berkua|lita|s. Sumber da|ya| ma|nusia| ya|ng berkua|lita|s tentu a|ka|n mencipta|ka|n ma|na|jemen ya|ng ba|ik pula|. Denga|n SDM da|n ma|na|jemen ya|ng ba|ik ma|ka| a|ka|n meningka|tka|n ta|ra|f hidup denga|n meningka|tnya| penda|pa|ta|n peda|ga|ng (Ma|ya|sa|ri, 2015).

1. **Penga**|**ruh Loka**|**si Usa**|**ha**| **terha**|**da**|**p Penda**|**pa**|**ta**|**n UMKM**

Loka|si usa|ha| merupa|ka|n tempa|t dima|na| usa|ha| tersebut a|ka|n dila|kuka|n, sega|la| kegia|ta|n mula|i da|ri penga|da|a|n ba|ha|n ba|ku sa|mpa|i denga|n penjua|la|n kepa|da| konsumen (Ma|rfua|h & Ha|rtiya|h, 2019). Pemiliha|n usa|ha| ya|ng tepa|t a|ka|n sa|nga|t menunja|ng perkemba|nga|n usa|ha| begitu juga| denga|n penda|pa|ta|n ya|ng a|ka|n diperoleh.

Ha|sil penelitia|n ya|ng dila|kuka|n oleh A|ji & Listya|ningrum (2021), loka|si usa|ha| ya|ng stra|tegis juga| mempenga|ruhi penda|pa|ta|n pela|ku usa|ha| ka|rena| denga|n tempa|t ya|ng stra|tegis ma|ka| penda|pa|ta|n juga| a|ka|n berta|mba|h. Ha|sil ya|ng sa|ma| juga| di temuka|n oleh Rifa|’i dkk. (2019), ya|ng menya|ta|ka|n ba|hwa| seca|ra| pa|rsia|l loka|si usa|ha| berpenga|ruh signifika|n terha|da|p kesuksesa|n usa|ha|. Seda|ngka|n menurut ha|sil penelitia|n ya|ng dla|kuka|n (A|ziza|h, & Pra|setio, 2019) loka|si usa|ha| tida|k berpenga|ruh positif terha|da|p keputusa|n pembelia|n.

Berda|sa|rka|n ura|ia|n dia|ta|s, ma|ka| kera|ngka| pemikira|n da|pa|t diga|mba|rka|n seba|ga|i berikut :

|  |
| --- |
| Penera|pa|n  *E-Commerce*  (X1)  H1  Penda|pa|ta|n UMKM (Y)  H2  H3  Kredit Usa|ha| Ra|kya|t (KUR)  (X2)  H4  Lama Usaha  (X3)  Lokasi Usaha  (X4) |

**Ga**|**mba**|**r 2.1**

**Kera**|**ngka**| **Pemikira**|**n**

## Hipotesis

Menurut Ha|rda|ni, *et a*|*l* (2020: 329), hipotesis merupa|ka|n ja|wa|ba|n sementa|ra| terha|da|p rumusa|n ma|sa|la|h penelitia|n, di ma|na| rumusa|n ma|sa|la|h penelitia|n tela|h dinya|ta|ka|n da|la|m bentuk ka|lima|t perta|nya|a|n. Hipotesis seringka|la| dika|ta|ka|n ha|sil penelitia|n sementa|ra|, ka|rena| ja|wa|ba|n ya|ng diberika|n ha|nya| berda|sa|rka|n pa|da| teori ya|ng releva|n, belum dida|sa|rka|n pa|da| fa|kta|-fa|kta| empiris ya|ng diperoleh mela|lui pengumpula|n da|ta|. Ja|di hipotesis juga| da|pa|t dinya|ta|ka|n seba|ga|i ja|wa|ba|n teoritis terha|da|p rumusa|n ma|sa|la|h penelitia|n, belum seba|ga|i ja|wa|ba|n ya|ng empirik. Berda|sa|rka|n kera|ngka| pemikira|n da|n teori ya|ng diba|ngun ma|ka|, hipotesis da|la|m peneliitia|n ini a|da|la|h seba|ga|i berikut :

H1 : Diduga| Penera|pa|n *E-Commerce* memiliki penga|ruh positif terha|da|p penda|pa|ta|n UMKM di Ka|bupa|ten Brebes.

H2 : Diduga| Kredit Usa|ha| Ra|kya|t (KUR) memiliki penga|ruh positif terha|da|p penda|pa|ta|n UMKM di Ka|bupa|ten Brebes.

H3 : Diduga| La|ma| Usa|ha| memiliki penga|ruh positif terha|da|p penda|pa|ta|n UMKM di Ka|bupa|ten Brebes.

H4 : Diduga| Loka|si Usa|ha| memiliki penga|ruh posiitif terha|da|p penda|pa|ta|n UMKM di Ka|bupa|ten Brebes.

# 

# BA|B III

# METODE PENELITIA|N

## Jenis Penelitia|n

Jenis penelitia|n ya|ng diguna|ka|n a|da|la|h penelitia|n kua|ntita|tif. Metode penelitia|n kua|ntita|tif da|pa|t dia|rtika|n seba|ga|i metode penelitia|n ya|ng berla|nda|ska|n pa|da| filsa|fa|t positivisme, diguna|ka|n untuk meneliti pa|da| popula|si a|ta|u sa|mpel tertentu, pengumpula|n da|ta| mengguna|ka|n instrumen penelitia|n, a|na|lisis da|ta| bersifa|t kua|ntita|tif/ sta|tistik, denga|n tujua|n untuk menguji hipotesis ya|ng tela|h diteta|pka|n. (Sugiyono, 2021:16).

Pa|da| penelitia|n ini metode kua|ntita|tif diguna|ka|n untuk mengeta|hui penga|ruh Penera|pa|n *E-commerce*, Kredit Usa|ha| Ra|kya|t (KUR), la|ma| usa|ha| dan loka|si usa|ha| terha|da|p penda|pa|ta|n Usa|ha| Mikro Kecil da|n Menenga|h (UMKM).

## Popula|si da|n Sa|mpel

1. **Popula**|**si**

Menurut Ha|rda|ni *et a*|*l* (2020: 361), popula|si a|da|la|h keseluruha|n objek penelitia|n ya|ng terdiri da|ri ma|nusia|, benda|-benda|, hewa|n, tumbuh-tumbuha|n, geja|la|-geja|la|, nila|i tes, a|ta|u peristiwa|-peristiwa| seba|ga|i sumber da|ta| ya|ng memiliki ka|ra|ktersitik tertentu di da|la|m sua|tu penelitia|n.

Berda|sa|rka|n ha|l tersebut ma|ka| popula|si ya|ng menja|di fokus da|la|m penelitia|n ini a|da|la|h UMKM di Wila|ya|h di Ka|bupa|ten Brebes ya|ng terdiri da|ri 17 Keca|ma|ta|n ya|ng terda|fta|r pa|da| Dina|s Kopera|si

Usa|ha| Mikro da|n Perda|ga|nga|n Ka|bupa|ten Brebes denga|n tota|l seba|nya|k 8.385 UMKM (dinkopumda|g.brebeska|b.go.id).

1. **Sa**|**mpel**

Sa|mpel a|da|la|h seba|ga|in a|nggota| popula|si ya|ng dia|mbil denga|n mengguna|ka|n teknik penga|mbila|n sa|mpling. Di sini sa|mpel ha|rus bisa| mencerminka|n kea|da|a|n popula|si, a|rtinya| kesimpula|n ha|sil penelitia|n ya|ng dia|ngka|t da|ri sa|mpel ha|rus merupa|ka|n kesimpula|n a|ta|s popula|si (Ha|rda|ni, *et a*|*ll*, 2020: 363) .

|  |
| --- |
|  |

Keterangan :

n = Jumlah sampel minimal

z = Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1.96

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel biasanya 5%

Berdasarkan rumus di atas maka dapat di hitung sampel dari populasi :

Keterangan :

a = tingkat kesalahan (5%)

e = presensi (10%)

q = 1-p

p = 0,5

q = 1- 0,5

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah di hitung di atas maka dapat di ketahui sampel yang akan di gunakan oleh peneliti yaitu 96,04 dan dapat di bulatkan menjadi 100 Responden.

Denga|n ini jumla|h sa|mpel menja|di 100 responden, ma|ka| penga|mbila|n sa|mpel ditentuka|n denga|n mengguna|ka|n teknik *Simple Ra*|*ndom Sa*|*mpling*. Teknik *Simple Ra*|*ndom Sa*|*mpling* a|da|la|h teknik penga|mbila|n *sa*|*mpling* ya|ng setia|p sa|mpel dia|mbil seca|ra| a|ca|k *(ra*|*ndom)* untuk dija|dika|n seba|ga|i sa|mpel (Sugiyono, 2021: 129).

## Definisi Konseptua|l da|n Opera|siona|l Va|ria|ble

Da|la|m penelitia|n ini terdiri da|ri dua| definisi ya|itu definisi konseptua|l da|n definisi opera|siona|l. Untuk menghinda|ri kesa|la|ha|n persepsi serta| memuda|hka|n untuk mema|ha|mi pokok-pokok perma|sa|la|ha|n da|la|m ura|ia|n sela|njutnya|, ma|ka| penulis terlebih da|hulu mengemuka|ka|n pengertia|n ya|ng terda|pa|t da|la|m judul penelitia|n di a|ta|s berikut ini istila|h ya|ng a|ka|n penulis kemuka|ka|n di judul tersebut a|da|la|h

1. **Definisi Konseptua**|**l**
2. Va|ria|ble Dependen (Va|ria|ble Terika|t)

Menurut Ha|rda|ni *et a*|*l* (2020: 399), Va|ria|bel dependen a|ta|u va|ria|ble terika|t merupa|ka|n va|ria|bel ya|ng menurut peneliti a|ka|n dipenga|ruhi oleh va|ria|bel la|in da|la|m sua|tu eksperimen. Va|ria|bel dependen da|la|m penelitia|n ini a|da|la|h Penda|pa|ta|n UMKM.

Menurut Ha|ris (2013: 69) menera|ngka|n ba|hwa| Penda|pa|ta|n a|da|la|h kena|ika|n kotor da|la|m a|set, penda|pa|ta|n ini diperoleh da|ri investa|si ya|ng ha|la|l, mela|kuka|n perda|ga|nga|n a|ta|u menjua|l ba|ra|ng, menjua|l ja|sa|, a|ta|u a|ktivita|s la|innya| ya|ng bertujua|n memperoleh keuntunga|n ba|gi perusa|ha|a|n. A|da|pun indika|tor kredit usa|ha| ra|kya|t (KUR) ya|ng terdiri da|ri 3 dimensi indika|tor ya|itu : Penda|pa|ta|n ya|ng diperoleh, peningka|ta|n penda|pa|ta|n da|n kecukupa|n ha|sil. Va|ria|bel ini diukur denga|n kuesioner ya|ng dikemba|ngka|n oleh Lesta|ri (2020), da|n Sa|fria|nti (2020), kemudia|n dimodifika|si ya|ng terdiri da|ri 9 pernya|ta|a|n denga|n 5 poin ska|la| likert.

1. Va|ria|ble Independen (Va|ria|ble Beba|s)
2. Penera|pa|n *E-Commerce*

*E-commerce* merupa|ka|n tra|nsa|ksi komersia|l a|nta|ra| orga|nisa|si da|n individu seca|ra| digita|l. Pengguna|a|n *e-commerce* pa|da| sa|a|t ini merupa|ka|n sya|ra|t ba|gi sebua|h orga|nisa|si a|ta|u perusa|ha|a|n, a|ga|r perusa|ha|a|n itu da|pa|t bersa|ing seca|ra| globa|l (Ma|rya|ma|, 2013). Ba|nya|k penelitia|n ya|ng meneka|nka|n efisiensi da|la|m pengguna|a|n *e-commerce.* Sela|in itu juga| peneliti ba|nya|k meliha|t da|mpa|k positif ya|ng diberika|n oleh *e-commerce* diba|ndingka|n da|mpa|k nega|tifnya|.

1. Kredit Usa|ha| Ra|kya|t (KUR)

Kredit Usa|ha| Ra|kya|t (KUR) a|da|la|h a|da|la|h kredit a|ta|u pembia|ya|a|n ya|ng diberika|n oleh perba|nka|n kepa|da| UMKM ya|ng *fea*|*sible* ta|pi belum ba|nka|ble. Ma|ksudnya| a|da|la|h usa|ha| tersebut memiliki prospek bisnis ya|ng ba|ik da|n memiliki kema|mpua|n untuk mengemba|lika|n (Tryna|nda|ya|ni, 2022: 13). Seba|ga|i informa|si ta|mba|ha|n peneliti juga| a|ka|n mena|nya|ka|n mengena|i ca|ra| memperoleh KUR da|n ma|sa|la|h ya|ng pa|ling domina|n ya|ng diha|da|pi oleh UMKM da|la|m mengemba|ngka|n usa|ha|nya|, serta| ta|hun peroleha|n KUR.

Penya|lura|n Kredit Usa|ha| Ra|kya|t (KUR) dia|tur oleh pemerinta|h mela|lui Pera|tura|n Menteri Keua|nga|n No. 135/PMK.05/2008 tenta|ng Fa|silita|s Penja|mina|n Kredit Usa|ha| Ra|kya|t ya|ng tela|h diuba|h denga|n Pera|tura|n Menteri Keua|nga|n No.10/PMK.05/2009. A|da|pun indika|tor kredit usa|ha| ra|kya|t (KUR) ya|ng terdiri da|ri 3 dimensi indika|tor ya|itu : a|spek ketepa|ta|n, ma|nfa|a|t progra|m KUR da|n beba|n kredit. Va|ria|bel ini diukur denga|n kuesioner ya|ng dikemba|ngka|n oleh Lesta|ri (2020) da|n dimodifika|si ya|ng terdiri da|ri 7 pernya|ta|a|n denga|n 5 poin ska|la| likert.

1. La|ma| Usa|ha|

La|ma| usa|ha| merupa|ka|n wa|ktu ya|ng suda|h dija|la|ni pengusa|ha| da|la|m menja|la|nka|n usa|ha|nya|. La|ma| usa|ha| menentuka|n penga|la|ma|n, sema|kin la|ma| usa|ha| ma|ka| a|ka|n sema|kin ba|ik kua|lita|s usa|ha| tersebut. Sa|tua|n va|ria|bel la|ma| usa|ha| da|pa|t di ukur denga|n ta|hun. Sema|kin la|ma| peda|ga|ng menja|la|ni usa|ha|nya|, ma|ka| sema|kin ba|nya|k penga|la|ma|n ya|ng dida|pa|tka|nnya| (Sudirma|n, 2015).

A|da|pun dimensi indika|tor la|ma| usa|ha| diukur berda|sa|rka|n la|ma|nya| seseora|ng menja|la|nka|n usa|ha|nya| da|n penga|la|ma|n ya|ng diperoleh. Va|ria|bel ini diukur denga|n kuesioner ya|ng dikemba|ngka|n oleh A|nggra|ini, (2019) da|n dimodifika|si ya|ng terdiri da|ri 7 pernya|ta|a|n denga|n 5 poin ska|la| likert.

1. Loka|si Usa|ha|

Loka|si memiliki pera|na|n penting di da|la|m menja|la|nka|n usa|ha| ka|rena| loka|si usa|ha| sa|nga|t berka|ita|n denga|n pemiliha|n loka|si usa|ha| ya|ng muda|h dija|ngka|u da|n dila|lui ja|lur tra|nsporta|si, pemiliha|n loka|si usa|ha| ya|ng bera|da| di da|era|h kera|ma|ia|n seperti pa|da| perempa|ta|n ya|ng deka|t pemukima|n pa|da|t penduduk, deka|t pusa|t perbela|nja|a|n , pusa|t pendidika|n dll, kemudia|n loka|si usa|ha| bera|da| di lingkunga|n ya|ng a|ma|n, pemiliha|n loka|si ya|ng tida|k berdeka|ta|n denga|n pesa|ing, serta| loka|si usa|ha| ya|ng tida|k mela|ngga|r pera|tura|n pemerinta|h (Rifa|'i dkk., 2019).

A|da|pun dimensi indika|tor la|ma| usa|ha| diukur berda|sa|rka|n pemiliha|n loka|si usa|ha| ya|ng stra|tegis, da|n ma|na|jemen perminta|a|n. Va|ria|bel ini diukur denga|n kuesioner ya|ng dikemba|ngka|n oleh Khofifa|h (2022) da|n dimodifika|si ya|ng terdiri da|ri 7 pernya|ta|a|n denga|n 5 poin ska|la| likert.

A|da|pun dimensi indika|tor penera|pa|n *E-Commerce* diukur berda|sa|rka|n a|keses internet, kema|mpua|n SDM da|n pengguna|a|nnya| da|la|m pema|sa|ra|n. Va|ria|bel ini diukur denga|n kuesioner ya|ng dikemba|ngka|n oleh Sa|fria|nti, (2020) da|n dimodifika|si ya|ng terdiri da|ri 7 pernya|ta|a|n denga|n 5 poin ska|la| likert.

1. **Definisi Opera**|**siona**|**l**

Definisi opera|siona|l merupa|ka|n ba|ta|sa|n pengertia|n tenta|ng va|ria|bel ya|ng diteliti ya|ng di da|la|mnya| suda|h mencerminka|n indika|tor-indika|tor ya|ng a|ka|n diguna|ka|n untuk mengukur va|ria|bel ya|ng bersa|ngkuta|n.

**Ta**|**bel 2.1**

**Opera**|**siona**|**l Va**|**ria**|**bel**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Va|ria|bel | Dimensi | Indika|tor | Da|fta|r Pernya|ta|a|n | Ska|la| |
| Penda|pa|ta|n UMKM (Y) | * + - 1. Penda|pa|ta|n ya|ng diperoleh      1. Kecukupa|n ha|sil | 1. Pengha|sila|n ya|ng dida|pa|tka|n pela|ku usa|ha| 2. Perkemba|nga|n usa|ha| 3. Ma|mpu mencukupi kebutuha|n seha|ri-ha|ri 4. Ma|mpu menja|min keseja|htera|a|n kelua|rga| | 1,  2, 3,  4,  5, | Interva|l |
| Penera|pa|n *E-Commerce* (X1) | 1. A|kses Internet 2. Kema|mpua|n SDM   Pema|sa|ra|n | 1. Ja|ringa|n internet ya|ng mendukung 2. Dia|kses setia|p ha|ri 3. Ka|rya|wa|n ya|ng ma|hir mengguna|ka|n internet 4. Mema|sa|rka|n produk seca|ra| *online* 5. Menja|ngka|u pa|sa|r ya|ng lebih lua|s   Mengura|ngi bia|ya| promosi | 6,  7,  8, 9  10,  11,  12. | Interva|l |
| Kredit Usa|ha| Ra|kya|t (KUR) (X2) | 1. A|spek ketepa|ta|n 2. Ma|nfa|a|t progra|m KUR ba|gi UMKM 3. Beba|n bunga| | 1. Ketepa|ta|n pengguna|a|n 2. Ketepa|ta|n Jumla|h Kredit ya|ng diberika|n 3. Pena|mba|ha|n moda|l 4. Peningka|ta|n penjua|la|n 5. Peningka|ta|n penda|pa|ta|n 6. Beba|n bunga| ya|ng diperoleh | 13,  14, 15  16,  17,  18,  19, | Interva|l |
| La|ma| Usa|ha| (X3) | 1. La|ma| berdiri sua|tu usa|ha| 2. Penga|la|ma|n ya|ng diperoleh | 1. Berta|mba|hnya| jumla|h pela|ngga|n 2. Keperca|ya|a|n konsumen 3. Rela|si bisnis 4. Pema|ha|ma|n mengena|i selera| konsumen 5. Ketra|mpila|n 6. Pengeta|hua|n | 20,  21, 22  23,  24,  25,  26, | Interva|l |
| Loka|si Usa|ha| (X4) | 1. Pemiliha|n loka|si usa|ha| ya|ng stra|tegis 2. Ma|na|jemen perminta|a|n | 1. Muda|h dija|ngka|u 2. Loka|si ya|ng ra|ma|i 3. Leta|knya| ya|ng muda|h terliha|t 4. Menyedia|ka|n tempa|t pa|rkir ya|ng lua|s 5. Kondisi lingkunga|n ya|ng mendukung 6. A|ma|n | 27, 28,  29,  30,  31,  32,  33, | Interva|l |

Sumber : Da|ta| diola|h untuk penelitia|n, 2023

## Metode Pengumpula|n Da|ta|

1. Sumber Da|ta|

Sumber da|ta| ya|ng diguna|ka|n da|la|m penelitia|n ini ya|itu da|ta| primer. Menurut Seka|ra|n & Bougie (2017: 130), da|ta| primer a|da|la|h da|ta| ya|ng menga|cu pa|da| informa|si ya|ng diperoleh la|ngsung (da|ri ta|nga|n perta|ma|) oleh peneliti terka|it denga|n va|ria|bel keterta|rika|n untuk tujua|n tertentu da|ri studi. Da|ta| ini ha|rus dica|ri mela|lui na|ra|sumber a|ta|u da|la|m istila|h teknisnya| a|da|la|h koresponden, ya|itu ora|ng ya|ng kita| ja|dika|n objek penelitia|n a|ta|u ora|ng ya|ng kita| ja|dika|n seba|ga|i sa|ra|na| menda|pa|tka|n informa|si a|ta|u da|ta|.

Da|ta| ini diperoleh mela|lui penyeba|ra|n kuesioner ya|ng diberika|n kepa|da| semua| responden seca|ra| la|ngsung. Penyeba|ra|n kuesioner ini dila|kuka|n pa|da| pa|ra| pela|ku UMKM di Ka|bupa|ten Brebes.

1. Teknik Pengumpula|n Da|ta|

Teknik pengumpula|n da|ta| merupa|ka|n la|ngka|h ya|ng pa|ling uta|ma| da|la|m penelitia|n, ka|rena| tujua|n uta|ma| da|ri penelitia|n a|da|la|h menda|pa|tka|n da|ta|. Ta|npa| mengeta|hui teknik pengumpula|n da|ta|, ma|ka| peneliti tida|k a|ka|n menda|pa|tka|n da|ta| ya|ng memenuhi sta|nda|r da|ta| ya|ng diteta|pka|n (Sugiyono, 2021: 296). Teknik pengumpula|n da|ta| ya|ng diguna|ka|n da|la|m penelitia|n ini, ya|itu mela|lui kuesioner seba|ga|i sumber informa|si uta|ma| da|n dokumenta|si seba|ga|i informa|si pelengka|p. Berikut ini a|da|la|h pema|pa|ra|n da|ri teknik ya|ng diguna|ka|n untuk pengumpula|n da|ta|:

1. Kuesioner

Kuesioner a|da|la|h teknik pengumpula|n da|ta| ya|ng dila|kuka|n denga|n memberi bebera|pa| perta|nya|a|n a|ta|upun pernya|ta|a|n tertulis untuk responden untuk menja|wa|bnya|. Peneliti mengguna|ka|n kuesioner tertutup, sehingga| responden tingga|l memilih ja|wa|ba|n ya|ng tela|h disedia|ka|n ya|ng disusun da|la|m da|fta|r dima|na| responden tingga|l membubuhka|n ta|nda| check (v) pa|da| kolom ya|ng sesua|i. Kuisioner ini bisa| disebut denga|n kuesioner bentuk checklist (Ha|rda|ni *et a*|*l*, 2020: 406).

Kuesioner dipilih ka|rena| lebih efisien da|la|m ha|l wa|ktu, energi, bia|ya| penelitia|n, serta| memiliki tingka|t a|kura|si ya|ng tinggi. A|da|pun ska|la| ya|ng diguna|ka|n da|la|m penelita|n ini a|da|la|h ska|la| likert. Kuesioner ya|ng diguna|ka|n da|la|m penelitia|n ini a|da|la|h kuesioner denga|n lima| *a*|*lterna*|*tive* ja|wa|ba|n denga|n *skoring*:

* 1. Ja|wa|ba|n STS (Sa|nga|t Tida|k Setuju) diberi skor 1.
  2. Ja|wa|ba|n TS (Tida|k Setuju) diberi skor 2.
  3. Ja|wa|ba|n KS (Kura|ng Setuju) diberi skor 3.
  4. Ja|wa|ba|n S (Setuju) diberi skor 4.
  5. Ja|wa|ba|n SS (Sa|nga|t Setuju) diberi skor 5.

## Uji Kua|lita|s Da|ta|

1. **Uji Va**|**lidita**|**s**

Uji va|lidita|s diguna|ka|n untuk mengukur sa|h a|ta|u va|lid tida|knya| sua|tu kuesioner Sua|tu kuesioner dika|ta|ka|n va|lid jika| perta|nya|a|n pa|da| kuesioner ma|mpu untuk mengungka|pka|n sesua|tu ya|ng a|ka|n diukur oleh kuesioner tersebut. Uji va|lidita|s dila|kuka|n denga|n memba|ndingka|n nila|i r hitung denga|n r ta|bel untuk tingka|t signifika|nsi 5% da|ri *degree of freedom* (df) = n-2, da|la|m ha|l ini n ya|itu jumla|h sa|mpel. Jika| r hitung lebih besa|r da|ripa|da| r ta|bel serta| nila|i positif ma|ka| perta|nya|a|n a|ta|u indika|tor tersebut dinya|ta|ka|n va|lid (Ghoza|li, 2018: 51).

1. **Uji Relia**|**bilita**|**s**

Menurut Ghoza|li (2018: 45) relia|bilita|s sebena|rnya| a|da|la|h a|la|t untuk mengukur sua|tu kuesioner ya|ng merupa|ka|n indika|tor da|ri va|ria|bel a|ta|u konstruk. Sua|tu kuesioner dika|ta|ka|n relia|bel a|ta|u ha|nda|l jika| ja|wa|ba|n seseora|ng terha|da|p pernya|ta|a|n a|da|la|h konsisten a|ta|u sta|bil da|ri wa|ktu ke wa|ktu. Untuk mengukur tinggi renda|hnya| relia|bilita|s sa|la|h sa|tunya| da|pa|t mengguna|ka|n teknik pengukura|n koefisien *a*|*lpha*| da|ri *Cronba*|*ch*. Uji relia|bilita|s dila|kuka|n terha|da|p skor ja|wa|ba|n a|ta|s kuesioner ya|ng diberika|n terha|da|p responden denga|n mengguna|ka|n progra|m SPSS versi 22.

Sua|tu kuesioner dinya|ta|ka|n relia|bel jika| ja|wa|ba|n seseora|ng terha|da|p perta|nya|a|n merupa|ka|n konsisten a|ta|u sta|bil da|ri wa|ktu ke wa|ktu (Ghoza|li, 2018: 46). Pengujia|n relia|bilita|s mengguna|ka|n teknik *Cronba*|*ch A*|*lpha*|(α). Sua|tu va|ria|bel dika|ta|ka|n relia|bel jika| menunjukka|n nila|i *Cronba*|*ch A*|*lpha*|lebih besa|r da|ripa|da| 0,70 ( > 0,7). Jika| nila|i *Cronba*|*ch A*|*lpha*|< 0,70 ma|ka| perta|nya|a|n-perta|nya|a|n untuk mengukur va|ria|bel ya|ng dia|ma|ti tida|k *relia*|*bel.*

## Metode A|na|lisis Da|ta|

Metode a|na|lisis da|ta| ya|ng diguna|ka|n ya|itu denga|n mengguna|ka|n pendeka|ta|n deskriptif denga|a|n meneliti studi ka|sus ya|ng diguna|ka|n untk menyimpulka|n, mengelola|, da|n kemudia|n menya|jika|n da|ta| observa|si a|ga|r piha|k la|in da|pa|t denga|n muda|h mema|ha|mi objek da|ri penelitia|n tersebut. Setela|h da|ta| terkumpul, sela|njutnya| da|ta| a|ka|n dia|na|lisis denga|n a|plika|si ya|itu SPSS 22. Setela|h da|ta| penelitia|n berupa| ja|wa|ba|n responden da|ri a|ngket ya|ng diba|gika|n, sela|njutnya| dila|kuka|n a|na|lisis da|ta| mengguna|ka|n :

1. **Sta**|**tistik Deskriptif**

A|na|lisis sta|tistik deskriptif mempunya|i tujua|n untuk mengeta|hui ga|mba|ra|n umum da|ri semua| va|ria|bel ya|ng diguna|ka|n da|la|m sua|tu penelitia|n. A|na|lisis sta|tistik deskriptif merupa|ka|n sta|tistik ya|ng mendeskriptifka|n sua|tu da|ta| ya|ng diliha|t da|ri ra|ta|-ra|ta|, sta|nda|r devia|si, va|ria|nce, nila|i ma|ksimum da|n nila|i minimum (Ghoza|li, 2018). A|na|lisis da|ta| da|la|m penelitia|n ini dila|kuka|n denga|n mengguna|ka|n metode a|na|lisis sta|tistik deskriptif.

Sta|tistik deskriptif a|da|la|h sua|tu ca|ba|ng ilmu ya|ng berka|ita|n denga|n teknik pengumpula|n, penyederha|na|a|n, pengorga|nisa|sia|n, da|n penya|jia|n da|ta| ke da|la|m bentuk ta|bel a|ta|u gra|fik, teknik penyederha|na|a|n da|ta| bia|sa|nya| diserta|i denga|n penjela|sa|n tenta|ng ka|ra|kteristik-ka|ra|kteristik tertentu da|ri da|ta| tersebut seperti ukura|n pemusa|ta|n, seperti mea|n, modus, media|n da|n ukura|n penyeba|ra|n seperti simpa|nga|n ba|ku (A|li Ma|uludi, 2016: 5).

**Tujuan dan penggunaan Statistik Deskriptif** pada bagian ini, menjelaskan bahwa statistik deskriptif digunakan untuk merangkum dan menggambarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran umum tentang karakteristik variabel-variabel yang diamati dalam penelitian.

**Interpretasi hasil** setelah melakukan perhitungan statistik deskriptif, peneliti menginterpretasikan hasil-hasilnya. Ini melibatkan penafsiran terhadap nilai-nilai rata-rata, perbedaan antar kelompok data, distribusi data, dan informasi lain yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

1. **Uji A**|**sumsi kla**|**sik**

Sua|tu Sebelum a|ka|n dila|kuka|nnya| pengujia|n A|na|lisis Regresi Linier Berga|nda|, ma|ka| a|ka|n terlebih da|hulu dila|kuka|n pengujia|n a|sumsi kla|sik terha|da|p da|ta| ya|ng a|ka|n diola|h da|la|m penelitia|n ini meliputi bebera|pa| pengujia|n seba|ga|i berikut :

1. **Uji Norma**|**lita**|**s**

Uji Norma|lita|s da|la|m penelitia|n ini bertujua|n untuk mengeta|hui a|pa|ka|h va|ria|bel dependen, independen a|ta|u kedua|nya| berdistribusi norma|l, mendeka|ti norma|l a|ta|u tida|k. Metode regresi ya|ng ba|ik henda|knya| berdistribusi norma|l a|ta|u mendeka|ti norma|l. A|da| dua| ca|ra| untuk mendeteksi a|pa|ka|h residua|l berdistribusi norma|l a|ta|u tida|k ya|itu denga|n a|na|lisis gra|fik da|n uji sta|tistik (Ghoza|li, 2018).

**Tujuan Uji Asumsi Normalitas** dilakukan untuk memeriksa apakah data yang dikumpulkan mengikuti distribusi normal. Asumsi ini penting karena banyak teknik statistik parametrik memerlukan data yang terdistribusi secara normal untuk menghasilkan hasil yang valid (Pallant, 2021).

**Metode Uji Normalitas** menjelaskan bahwa terdapat beberapa metode untuk menguji normalitas data, seperti uji Kolmogorov-Smirnov, uji Shapiro-Wilk, atau uji Lilliefors. Pemilihan metode harus sesuai dengan karakteristik data dan ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian (Field, 2013).

**Interpretasi Hasil** setelah melakukan uji normalitas, peneliti menginterpretasikan hasilnya. Jika data tidak menunjukkan distribusi normal secara signifikan, peneliti perlu mempertimbangkan teknik alternatif atau transformasi data. Hal ini penting untuk memastikan validitas hasil analisis statistik yang dilakukan (Tabachnick & Fidell, 2019)

1. **Uji Multikolinea**|**rita**|**s**

Uji multikolinieritas bertujua|n untuk menguji apakah model regresi ditemuka|n a|da|nya| korela|si a|nta|r va|ria|bel beba|s (independen). Model regresi ya|ng ba|ik seha|rusnya| tida|k terja|di korela|si di a|nta|ra| va|ria|bel independen. Untuk meliha|t a|da| a|ta|u tida|knya| multikolinierita|s ma|ka| dila|kuka|n denga|n meliha|t nila|i tolera|nce la|wa|nnya| va|ria|nce infla|tion fa|ctor (VIF). A|pa|bila| nila|i VIF < 10 da|n nila|i tolera|nce > 0,1 ma|ka| tida|k terja|di multikolinierita|s a|nta|r va|ria|bel independennya| (Ghoza|li, 2018: 107).

1. **Uji Heteroskeda**|**stisita**|**s**

Uji Heteroskedastisitas mempunyai tujuan sebagai penguji apakah model regresi mengalami ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain atau tidak. Disebut heteroskedastisitas apabila varian berbeda. Hal tersebut dapat dilihat melalui uji Glejser, grafik, rank sparman dan barlett (Ghozali, 2018).

1. **Analisis Regresi Linier Berganda**

Model ya|ng diguna|ka|n untuk menguji hipotesis da|la|m penelitia|n ini mengguna|ka|n a|na|lisis regresi linea|r berga|nda|. Menurut Ghoza|li (2018), menya|ta|ka|n a|na|lisis regresi pa|da| da|sa|rnya| merupa|ka|n studi mengena|i keterga|ntunga|n va|ria|bel dependen denga|n va|ria|bel indepeden, denga|n tujun untuk mengestima|si da|n memprediksi ra|ta|-ra|ta| popula|si a|ta|u nila|i ra|ta|-ra|ta| va|ria|bel independen berda|sa|rka|n nila|i va|ria|bel independen ya|ng diketa|hui.

Penelitia|n ini menjela|ska|n hubunga|n a|nta|ra| linier a|nta|ra| va|ria|bel Penera|pa|n *E-Commerce*, Kredit Usa|ha| Ra|kya|t, La|ma| Usa|ha| dan Loka|si Usa|ha|terha|da|p Penda|pa|ta|n UMKM serta| memprediksi va|ria|bel Penda|pa|ta|n UMKM jika| va|ria|bel Penera|pa|n *E-Commerce*, Kredit Usa|ha| Ra|kya|t, La|ma| Usa|ha| dan Loka|si Usa|ha| menga|la|mi kena|ika|n a|ta|u penuruna|n.

A|da|pun bentuk persa|ma|a|n regresi linier berga|nda| da|pa|t dijela|ska|n mengguna|ka|n rumus seba|ga|i berikut :

Ketera|nga|n:

Y = Penda|pa|ta|n Usa|ha|

ɑ = Konsta|nta|

β1 β2 β3 β4 = Koefisien regresi

X1 = Penera|pa|n *E-Commerce*

X2 = Kredit Usa|ha| Ra|kya|t (KUR)

X3 = La|ma| Usa|ha|

X4 = Loka|si Usa|ha|

e = *Error/Epsilon* (Fa|ktor la|in di lua|r X ya|ng mempenga|ruhi Y)

Jika| koefisien regresi (β1, β2 β3, β4) signifika|n da|n positif. Bera|rti ba|hwa| Penera|pa|n *E-Commerce*, Kredit Usa|ha| Ra|kya|t, La|ma| Usa|ha| dan Loka|si Usa|ha berpenga|ruh positif terha|da|p penda|pa|ta|n usa|ha|.

Pengujia|n hipotesis denga|n mengguna|ka|n tingka|t signifika|n 0,05. Jika| tingka|t signifika|n > 0,05 ma|ka| hipotesis ditola|k, seba|liknya| jika| tingka|t signifika|n < 0,05 ma|ka| hipotesis diterima| (Ghoza|li, 2018).

1. **Uji Hipotesis**
2. **Uji Kela**|**ya**|**ka**|**n Model (*Goodness Of Fit Test* (Uji F))**

Uji F *(goodness of fit)* diguna|ka|n untuk menguji a|pa|ka|h va|ria|bel beba|s ya|ng diguna|ka|n da|la|m model penelitia|n ini ma|mpu menjela|ska|n peruba|ha|n nila|i va|ria|bel terga|ntung a|ta|u tida|k (Ghoza|li, 2018). Tingka|t signifika|n ya|ng diguna|ka|n untuk pengujia|n ini denga|n mengguna|ka|n ta|ra|f signifika|n 5% (0,05). Untuk menguji penga|ruh va|ria|bel independen (terha|da|p va|ria|bel dependen) dila|kuka|n denga|n meliha|t pa|da| koefisien beta|. Penga|mbila|n keputusa|n uji hipotesis seca|ra| simulta|n juga| dida|sa|rka|n pa|da| nila|i proba|bilita|s ya|ng dida|pa|tka|n da|ri ha|sil pengola|ha|n da|ta| mela|lui progra|m SPSS 22 seba|ga|i berikut :

1. Jika| signifika|nsi > 0,05 ma|ka| hipotesis ditola|k.
2. Jika| signifika|nsi < 0,05 ma|ka| hipotesis diterima|.

Jika| tingka|t signifika|nsi lebih kecil da|ri 0,05 a|ta|u 5% ma|ka| hipotesis ya|ng dia|juka|n diterima| a|ta|u dika|ta|ka|n signifika|n (Ha| diterima| da|n H0 ditola|k), a|rtinya| seca|ra| simulta|n va|ria|bel beba|s berpenga|ruh signifika|n terha|da|p va|ria|bel dependen (Y) = hipotesis diterima|. Jika| tingka|t signifika|n lebih besa|r da|ro 0,05 a|ta|u 5% ma|ka| hipotesis ya|ng dia|juka|n ditola|k a|ta|u dika|ta|ka|n tida|k signifika|n (Ha| ditola|k da|n H0 diterima|), a|rtinya| seca|ra| simulta|n va|ria|bel beba|s tida|k berpenga|ruh signifika|n terha|da|p va|ria|bel dependen (Y) = hipotesis ditola|k.

1. **Uji Pa**|**rsia**|**l (Uji t)**

Uji Pa|rsia|l diguna|ka|n untuk mengeta|hui a|pa|ka|h terda|pa|t penga|ruh setia|p va|ria|bel beba|s terha|da|p va|ria|bel terika|t berma|kna| a|ta|u tida|k pa|da| model regresi (Ghoza|li, 2018). Untuk mengeta|hui ketera|nda|la|n serta| kema|kna|a|n da|ri nila|i koefisien regresi, sehingga| da|pa|t diketa|hui a|pa|ka|h Penera|pa|n *E-Commerce* (X1), Kredit Usa|ha| Ra|kya|t (X2), La|ma| Usa|ha| (X3) dan Loka|si Usa|ha| (X4), berpenga|ruh signifika|n terha|da|p penda|pa|ta|n (Y).

Uji t diguna|ka|n untuk membuktika|n a|pa|ka|h va|ria|bel independen seca|ra| individu mempenga|ruhi va|ria|bel dependen. Pa|da| tingka|t kesa|la|ha|n (α) sebesa|r lima| persen (5%) denga|n ketentua|n penga|mbila|n keputusa|n seba|ga|i ya|itu:

1. A|pa|bila| nila|i signifika|n > 0,05, a|ta|u t hitung < t ta|bel ma|ka| hipostesis ditola|k, a|rtinya| ma|sing-ma|sing va|ria|bel Penera|pa|n *E-Commerce*, Kredit Usa|ha| Ra|kya|t, La|ma| Usa|ha| dan Loka|si Usa|ha tida|k berpenga|ruh signifika|n terha|da|p penda|pa|ta|n UMKM.
2. A|pa|bila| nila|i signifika|n < 0,05, a|ta|u t hitung > t ta|bel ma|ka| hipotesis diterima|, a|rtinya| ma|sing-ma|sing va|ria|bel Penera|pa|n *E-Commerce*, Kredit Usa|ha| Ra|kya|t, La|ma| Usa|ha| dan Loka|si Usa|ha| berpenga|ruh signifika|n terha|da|p Penda|pa|ta|n UMKM.
3. **Koefisien Determina**|**si (*A***|***djusted R Squa***|***re*)**

Untuk menghitung kema|mpua|n va|ria|si ya|ng dijela|ska|n da|la|m bentuk model da|pa|t disebut denga|n koefisien determina|si. Pengujia|n ini ha|nya| mengguna|ka|n a|ngka| nol da|n sa|tu. A|pa|bila| nila|i determina|si sa|ma| denga|n nol (r2 = 0), ma|ka| va|ria|si va|ria|bel dependen tida|k da|pa|t dijela|ska|n oleh va|ria|bel independent. Teta|pi jika| nila|i (r2 = 1), ma|ka| va|ria|si da|ri va|ria|bel dependen seca|ra| keseluruha|n da|pa|t dijela|ska|n oleh va|ria|bel independent. Ma|ka| da|pa|t disimpulka|n ba|hwa| ba|ik a|ta|u tida|knya| sua|tu persa|ma|a|n regresi ditentuka|n oleh nila|i koefisien (Ghoza|li, 2018).