

SKRIPSI

PENGARUH *E-COMMERCE* TERHADAP PENDAPATAN USAHA KULINER DI KOTA MAKASSAR

MUH. IHSANUL ISLAM



**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

SKRIPSI

PENGARUH *E-COMMERCE* TERHADAP PENDAPATAN USAHA KULINER DI KOTA MAKASSAR

sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

disusun dan diajukan oleh

MUH. IHSANUL ISLAM
A11116521



kepada

DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022

SKRIPSI

PENGARUH *E-COMMERCE* TERHADAP PENDAPATAN USAHA KULINER DI KOTA MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh :

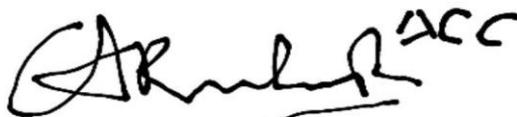
MUH.IHSANUL ISLAM

A11116521

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, Juni 2022

Pembimbing I



Dr. Abd. Rahman Razak, SE, MS.
NIP.19631231 199203 1 021

Pembimbing II



Fitriwati Djam'an, SE. MSi
NIP.19800921200501 2 002

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



D. Sarusi Fattah, SE., M.Si
NIP.19690413 199403 1 003

SKRIPSI

PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PENDAPATAN USAHA KULINER DI KOTA MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh:

MUH. IHSANUL ISLAM

A11116521

Telah dipertahankan dalam siding ujian skripsi

Pada tanggal **21 Juli 2022**

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Panitia Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Abd Rahman Razak, SE., MS.	Ketua	
2.	Fitriwati Djam'an, SE., M.Si.	Anggota	
3.	Prof. Dr. Rahmatia, SE., MA.	Anggota	
4.	Mirzalina Zaenal, SE., M.S.E	Anggota	

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Hasanuddin




Dr. Sanusi Fattah, SE., M.Si
NIP. 19690413 199403 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Muh. Ihsanul Islam

NIM : A11116521

Departemen/Program Studi : Ilmu Ekonomi

Dengan ini menyatakan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH *E-COMMERCE* TERHADAP PENDAPATAN USAHA KULINER DI KOTA MAKASSAR

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 22 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan



Muh. Ihsanul Islam

NIM : A11116521

PRAKATA

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Rabbil Alamin, Sebagai penulis sangat bersyukur saya panjatkan kepada Allah Subahanahuwata'ala atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana di Jurusan Ilmu Ekonomi (SE) pada Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Segala puji bagi Allah, kita memujiNya memohon pertolongan dan ampunan kepadaNya dan kita berlindung kepadaNya dari kejahatan jiwa kita serta keburukan amal perbuatan kita. Aku bersaksi, bahwa tidak ada Tuhan yang berhak disembah kecuali Allah yang tidak ada sekutu bagiNya, dan aku bersaksi bahwa Rasulullah Muhammad Shallallahu'alaihi wasallam adalah utusanNya. Alhamdulillah dengan izin Allah peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **PENGARUH E- COMMERCE TERHADAP PENDAPATAN USAHA KULINER DI KOTA MAKASSAR**”. Selama proses penyusunan skripsi ini, peneliti menemui hambatan yang cukup banyak namun banyak mendapat bimbingan, arahan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orangtua yang saya cintai Bapak H. Nurdin dan Ibu Hj. Hasnani, Terima kasih sudah melahirkan saya ke dunia ini, dan dengan sabar telah mendidik saya hingga bisa menjadi seperti sekarang ini. Terkhusus kepada ibu saya terimakasih atas dorongan dan dukungan yang besar sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Maafkan penulis karena belum bisa menjadi anak yang berguna bagi kedua orang tua, tetapi penulis sadar dan akan terus memperbaiki diri

semoga mampu menjadi anak yang berbakti kepada orang tua dan juga berusaha menjadi anak yang soleh untuk bisa dijadikan bekal di akhirat nanti.

2. Seluruh keluarga penulis terkhusus kakak-kakak saya dan semua keponakan yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini terimakasih banyak dan salam sayang untuk kalian semua.
3. Selaku pembimbing satu Bapak Dr. Abd Rahman Razak, SE., MS dan selaku pembimbing dua ibu Fitriwati Djam'an, SE., M. Si., Yang telah sabar dan ikhlas dalam membantu penulis dalam penyusunan karya tulis ilmiah ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah memberikan ilmunya beserta arahan dan bimbingan kepada penulis selama menjadi mahasiswa di kampus ini.
5. Selaku pegawai-pegawai akademik terkhusus Pak Aspar terimakasih karena bantuan yang selama ini diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini
6. Sitti Nur Aisyah yang bulan depan 11 September 2022 ini akan menjadi Istri sah penulis terimakasih banyak untuk semangat yang diberikan dan sudah sabar menemani hingga penulis menyelesaikan tugas akhir di kampus ini.
7. Keluarga pertama di kampus tercinta ini Agroteknologi 2015 Universitas Hasanuddin, terima kasih sudah menjadi keluarga besar pertama di kampus ini.
8. Keluarga besar SPHERE yang selalu mendorong penulis untuk tetap mengerjakan skripsi
9. Keluarga dan Sahabat HELLBOY yang sudah bersama-sama dalam kurun waktu 10 tahun ini terima kasih banyak sudah menemani, memberikan support untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Dan untuk

Salah satu teman kami yang sangat kami cintai Adam AlKadri yang lebih dulu kembali ke sisiNya semoga diberikan tempat ternyaman di sisiNya, AlFatimah untuk Orang baik.

10. SalahKira (Salkir) yang terbentuk pada tahun 2015 ini terima kasih banyak sudah memberikan motivasi, semangat untuk menyelesaikan tugas akhir ini terutama saudara Gilang Daisuri yang sangat membantu untuk mengerjakan tugas akhir ini.
11. Kepada anggota KKN Posko Manyampa, Kab. Bulukumba terimakasih banyak sudah menemani walaupun sesaat menjalani tugas matakuliah yang menyenangkan KKN ini, semoga kita tetap bisa menjadi saudara.

Semoga kebaikan yang telah diberikan kepada penulis menjadi berkah dan tuhan yang maha esa memberikan balasan yang setimpal bagi kita semua. Penulis sadari tidak dapat membalas setiap kebaikan yang telah diberikan, penulis percaya ALLAH SWT yang akan membalas setiap kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Dalam penyusunan skripsi ini, tentunya penulis masih memiliki banyak kekurangan pengetahuan begitu pula dalam penulisannya yang masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis akan sangat senang jika menerima berbagai masukan dari para pembaca baik berupa kritik maupun saran yang sifatnya membangun demi penyempurnaan penulisan-penulisan di masayang akan datang.

Makassar, 23 Agustus 2022

Penulis,

Muh. Ihsanul Islam
NIM : A11116521

ABSTRAK

PENGARUH *E-COMMERCE* TERHADAP PENDAPATAN USAHA KULINER DI KOTA MAKASSAR

Mu. Ihsanul Islam
Dr.Abd Rahman Razak, SE., MS.
Fitriwati Djam'an, SE., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah modal usaha, lama usaha, hari orang kerja(HOK) dan E-commerce terhadap pendapatan UKM pinggir jalan yang ada di Kota Makassar, pengumpulan data menggunakan data primer yang di peroleh dari kusioner dengan menggunakan tehnik multivariat. Populasi adalah UKM pinggir jalan di kota makassar berjumlah 100 responden. Hasil kusioner tersebut telah uji Uji normalitas, multikolinearitas, heterokedasitas. Metode analisis ini menggunakan teknik regresi berganda. Hasil penelitian ini bahwa hipotesis modal usaha yang diajukan diterima karena menunjukkan hasil hipotesis yang positif dan signifikan terhadap pendapatan, lama usaha diterima menunjukkan hasil hipotesis yang positif dan signifikan terhadap pendapatan, hari orang kerja (HOK) dditerima menunjukkan hasil hipotesi positif dan signifikan terhadap pendapatan dan E-commerce diterima menunjukkan hasil hipotesis positif dan signifikan terhadap pendapatan UKM pinggir jalan di kota makassar.

Kata Kunci : Modal Usaha, Lama Usaha, Hari Orang Kerja (HOK), E-commerce, Pendapatan

ABSTRACT

INFLUENCE OF E-COMMERCE ON CULINARY BUSINESS INCOME IN MAKASSAR CITY

Mu. Ihsanul Islam
Dr.Abd Rahman Razak, SE., MS.
Fitriwati Djam'an,SE.,M.Si

This study aims to determine whether business capital, length of business, working days (HOK) and E-commerce on the income of roadside SMEs in Makassar City, data collection uses primary data obtained from questionnaires using multivariate techniques. The population is roadside SMEs in the city of Makassar totaling 100 respondents. The results of the questionnaire have been tested for normality, multicollinearity, heteroscedasticity tests. This analysis method uses multiple regression techniques. The results of this study indicate that the proposed venture capital hypothesis is accepted because it shows a positive and significant hypothesis on income, the length of business received shows a positive and significant hypothesis for income, the working day (HOK) is accepted, it shows a positive and significant hypothesis on income and Accepted e-commerce shows a positive and significant hypothesis on the income of roadside SMEs in the city of Makassar.

Keywords: Business Capital, Length of Business, Days of Working People (HOK), E-commerce, Income

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BABI PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Konsep Pendapatan	11
2.1.2. Usaha Kecil dan Menengah	11
2.1.3. Modal Usaha	14
2.1.4. Lama Usaha	16
2.1.5. Hari Orang Kerja (HOK)	17
2.1.6. E-Commerce	19
2.2. Hubungan Teoritis Antar Variabel	20
2.3. Tinjauan Empiris	23
2.4. Kerangka Pikir Penelitian	25
2.5. Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1. Rancangan Penelitian	28
3.2. Lokasi Penelitian	28
3.3. Populasi Dan Sampel	29
3.4. Jenis dan Sumber Data	30
3.5. Teknik Pengumpulan Data	30
3.6. Metode Analisis Data	30
3.7. Uji Hipotesis	31
3.8. Uji Asumsi Klasik	32
3.9. Definisi Operasional	34

BABIV	HASILPENELITIANDANPEMBAHASAN	35
4.1.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	35
4.2.	Gambaran Umum Responden	37
4.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik	39
4.4.	Hasil Estimasi Variabel - Variabel Penelitian	41
4.5	Pembahasan Hasil Estimasi dan Interpretasi	45
BABV	KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1.	Kesimpulan	51
5.2.	Saran	52
	DAFTARPUSTAKA	60
	LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

1.1	Perbandingan Media Perdagangan Tradisional dan perdagangan Elektronik.....	3
1.2	Jumlah Pelaku UKM di Kecamatan Kota Makassar	5
4.1	Jumlah Pelaku UKM di Kecamatan KotaMakassar	36
4.2	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.3	Persentase Responden Berdasarkan Lama Usaha	37
4.4	Persentase Responden Berdasarkan Modal Usaha.....	38
4.5	Persentase Responden Berdasarkan Hari Orang Kerja	38
4.6	Hasil Uji Uji Normalitas.....	39
4.7	Heterokedasitas	40
4.8	Uji Multikolinearitas.....	41
4.9	Hasil Uji Linear Berganda	42

DAFTAR GAMBAR

2.1. Bagan Kerangka Pikir Penelitian.....	26
---	----

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman, Teknologi dan informasi juga ikut mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini memberikan pengaruh yang besar terhadap perubahan budaya dalam kehidupan manusia. Salah satunya perkembangan internet. Perkembangan internet atau biasa dikenal dengan teknologi informasi saat ini dapat memudahkan setiap individu mendapatkan informasi dan memudahkan pekerjaan tergantung bagaimana kita menggunakan teknologi yang dapat memberikan manfaat bagi kita dan orang lain. Hal tersebut dipengaruhi juga oleh perkembangan era globalisasi, dimana komputer dan internet dengan sifatnya yang dinamis merupakan fasilitas yang telah mendominasi berbagai aktivitas kehidupan, sehingga aktivitas pendidikan, perkantoran, komersial dan industri secara mutlak memerlukan ketersediaan fasilitas tersebut. Adanya perkembangan teknologi ini memberikan informasi atau data yang dibutuhkan yang dapat diakses melalui internet dengan cepat dan mudah.

Salah satu bentuk perubahan nyata perkembangan di duniat internet yakni lahirnya *E-Commerce*. *E-Commerce* dapat diartikan sebagai model perdagangan atau jual beli yang dalam pelaksanaannya melalui media internet. *E-Commerce* belakangan ini banyak di gemari oleh kalangan pebisnis skala besar maupun pebisnis usaha kecil dan menengah (UKM). Hal ini dikarenakan mempromosikan produk usaha dengan berbasis online akan memudahkan para konsumen menemukan apa yang di inginkan dan juga memudahkan produsen untuk melakukan transaksi secara online dengan

mudah dan juga dapat memperluas pangsa pasar dengan memanfaatkan *E-Commerce* ini.

Usaha Elektronik Commerce (*E-Commerce*) atau lebih dikenal dengan sebutan *Online Shopping* adalah pelaksanaan perniagaan berupa transaksi penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, maupun promosi suatu produk barang dan jasa dilakukan dengan memanfaatkan komputer dan sarana komunikasi elektronik digital atau telekomunikasi data atau biasa dikenal dengan internet. Selain itu, bentuk perniagaan ini juga dapat dilakukan secara global, yaitu dengan menggunakan jaringan internet yang luas (Kuswiratmo, 2016).

E-Commerce juga melahirkan beberapa istilah salah satunya yakni *Market Place* seperti di aplikasi *Shoope*, *Tokopedia*, *Lazada* dan yang lainnya. *Market place* ini berupa aplikasi wadah yang dapat membantu dengan mudah dalam pemasaran produk. Seiring berkembangnya waktu *market place* ini telah berkembang pesat sehingga di media sosialpun telah melahirkan *market placenya* sendiri dimana aplikasi media sosial ini telah dimanfaatkan sangat baik oleh para pemilik akun dan juga developer pemilik perusahaan media sosial tersebut, terutama pada Aplikasi sosial media Facebook dan Instagram perkembangan online *shopping* di sana semakin dimanfaatkan dengan baik.

Perdagangan dengan media elektronik ini melakukan hal yang mirip dengan perdagangan tradisional, tetapi memiliki kelebihan-kelebihan secara langsung dapat bermanfaat untuk meningkatkan pendapatan dan keuntungan perusahaan ataupun pebisnis kecil. Dengan fleksibilitasnya perdagangan menggunakan media elektronik ini dapat memangkas biaya-biaya pemasaran dengan kemudahan dan kecanggihan dalam menyampaikan informasi tentang barang dan jasa langsung ke konsumen dimanapun mereka berada dengan cara mengakses yang lebih mudah.

Berikut ini ialah tabel dari perbandingan antara perdagangan konvensional atau tradisional dengan perdagangan secara online dengan menggunakan media elektronik menurut Sholekan (2009):

Tabel 1.1 Perbandingan media perdagangan tradisional dan perdagangan elektronik

Siklus Penjualan	Perdagangan Tradisional	Perdagangan Elektronik
Mencari informasi barang/jasa yang diperlukan	Majalah, katalog, surat kabar, bentuk-bentuk tercetak	Situs web
Memeriksa harga	Katalog tercetak	Katalog online
Memelihara ketersediaan barang dan harganya	Telepon, fax	Situs web
Melakukan pemesanan	Surat, fax, dan bentuk-bentuk tercetak lainnya	Surat elektronik (E-mail)
Mengirimkan pesanan	Surat, fax	Surat elektronik, halaman web
Mengurutkan pesanan	Manual	Basis data
Memeriksa barang di gudang	Bentuk tercetak, telepon, fax	Basis data, web
Menjadwalkan Pengiriman	Bentuk tercetak	Surat Elektronik, basis data
Membuat invoice	Bentuk tercetak	Basis data
Mengirimkan pesanan	Pengirim	Pengirim
Konfirmasi pesanan	Surat telepon, fax,	Surat elektronik
Mengirimkan invoice dan menerima invoice	Surat	Surat elektronik, EDI
Jadwal pembayaran	Bentuk tercetak	Basis data.EDI
Mengirim dan menerima bukti pembayaran	Surat	EDI. EFT

Sumber :Sholekan (2009)

Dengan adanya perbandingan antara perdagangan tradisional dan perdagangan elektronik yang lebih memudahkan terjadinya transaksi ini banyak perusahaan berlomba-lomba membuat layanan online atau layanan *E-commerce* yang berkualitas dan dapat dipercaya oleh konsumen agar memudahkan dan menambah value bagi produk yang lebih murah dan efisien. Dengan *E-Commerce* memberikan kemudahan dan meningkatkan keefektifan serta efisiensi dari berbagai sisi kepada pelaku bisnis. Penggunaan *E-commerce* terutama kepada para pengusaha kecil dan menengah (UKM).

Pemanfaatan online *shopping* ini sangat membantu untuk menambah pendapatan bagi para pengusaha UKM yang baru merintis usahanya maupun yang masih dalam tahap perkembangan usaha yang ia miliki dalam memperkenalkan ataupun pemasaran produk yang dimiliki.

Electronic Data Interchange (EDI) adalah pertukaran elektronik informasi bisnis menggunakan format standar. Ini merupakan sebuah proses yang memungkinkan satu perusahaan untuk mengirim informasi ke perusahaan lain secara elektronik daripada dengan kertas. Transfer Dana Elektronik (EFT) menyetorkan secara langsung pendapatan Ad Exchange ke rekening bank Anda dalam mata uang lokal demi mempercepat dan mempermudah proses pembayaran. EFT tersedia bagi penayang dengan alamat pembayaran di negara yang didukung.

Di Indonesia sebagai salah satu negara berkembang, sektor UKM memiliki potensi untuk menyumbang 60,34% dari produk domestik bruto (PDB) yang diterima oleh negara, dan mampu untuk menyerap 114 juta tenaga kerja dari 117,68 juta tenaga kerja yang ada di Indonesia. Sektor ini memiliki potensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan menuntaskan kemiskinan melalui penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat, yang pada akhirnya dapat berkontribusi kepada peningkatan pendapatan negara (Tulus,2009).

UKM di Kota Makassar bergerak dalam berbagai industri senantiasa mencatatkan pertumbuhan cukup tinggi dalam beberapa tahun terakhir. Merujuk pada data Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar, jumlah pelaku UKM sejauh inisebanyak 2.683 yang bergerak pada beragam sektor.

Tabel 1.2 Jumlah Pelaku UKM di Kecamatan Kota Makassar

NO	KECAMATAN	JUMLAH
1	Tallo	45
2	Wajo	25
3	Tamalate	157
4	Mariso	517
5	Mamajang	81
6	Tamalanrea	25
7	Bontoala	381
8	Panakuk kang	176
9	Ujung Pandang	354
10	Makassar	149
11	Manggala	312
12	Ujung Tanah	8
13	Rappocini	385
14	Biringkayana	63
15	Sangkarrang	5
	Jumlah	2853

Sumber : Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar (2019).

Dari tabel 1.2 kita dapat melihat dimana jumlah UKM yang ada di Kota Makassar cukup banyak pada tahun 2019 ini mencapai 2853 yang terdaftar dan tahun sebelumnya hanya mencapai 2683 pada tahun 2018. Pertumbuhan UKM ini akan meningkat seiring berjalannya waktu apa lagi pada tahun 2020 sekarang ini dimana dunia di landa Pandemi COVID-19 khususnya Indonesia di Kota Makassar yang akan membuat banyak masyarakat berinisiatif untuk terjun langsung ke UKM dengan biaya modal yang terjangkau dan akses pasar yang cukup mudah dengan memanfaatkan beberapa *platform E-Marketplace* atau *E-Commerce* bahkan *market place* di sosial media yang sudah ada yang dapat membantu para pengusaha baru dengan mudahnya mempromosikan dan menjual produk yang mereka miliki.

Pandemi Covid-19 yang berlangsung secara global tentu saja berakibat terhadap berbagai sektor paling utama di zona ekonomi. Dampak perekonomian ini tidak hanya di rasakan secara domestik, tetapi juga berlangsung secara global. *International Monetary Fund (IMF)* yang memproyeksikan ekonomi global

akan tumbuh minus di angka 3%. Di Indonesia, Perihal ini tentunya juga mempunyai akibat yang cukup signifikan terhadap pariwisata, sektor perdagangan, dan industri yang tercantum pada Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia, bersumber pada informasi terkini pertanggal 04 Mei 2020, telah ada 11.192 kasus covid-19 di Indonesia (Covid19.go.id). Akibat dari covid-19 secara langsung telah terlihat dari PHK besar-besaran di beberapa industri, berlangsung penutupan sebagian usaha yang berakibat kepada dirumahnya karyawan, Terkait Pandemi covid-19, dikeluarkanlah PP Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dengan maksud membatasi pergerakan orang dan barang serta mengharuskan masyarakat jika tidak ada keperluan mendesak diharapkan untuk berdiam diri di rumah. Perihal ini pula berakibat terhadap terbatasnya operasional UKM serta berkurangnya konsumen yang berbelanja secara langsung dibanding hari biasa. Dengan ini, Pelaku Usaha sanggup membiasakan diri dengan membuka toko online atau berjualan melalui *E-commerce*. *E-commerce* ialah sistem penjualan, pembelian serta memasarkan produk dengan menggunakan elektronik (Kotler,dkk ,2012).

Tidak hanya melaksanakan perdagangan *E-commerce*, Pelaku UKM juga dituntut untuk bisa mempromosikan produk secara intensif dengan melaksanakan pemasaran produk memakai digital marketing serta menggunakan media sosial untuk sanggup menjangkau konsumen secara langsung dan sanggup menekan pengeluaran promosi yang besar. Digital marketing ialah pemasaran yang dicoba dengan memakai akses internet, menggunakan sosial media ataupun fitur digital yang lain. *Digital Marketing* menolong industri ataupun pelaku usaha dalam mempromosikan serta memasarkan produk serta jasa mereka serta sanggup memperluas pasar baru

yang tadinya tertutup ataupun terbatas sebab terdapatnya keterbatasan waktu, jarak serta cara berkomunikasi (Prabowo, 2018). Hasil riset (Hendrawan dkk, 2019) menyatakan kalau digital marketing berpengaruh terhadap kenaikan penjualan UKM.

Penelitian (Helmalia & Afrinawati, 2018) dan (Setyorini dkk, 2019) menyatakan bahwa *E-commerce* berpengaruh dalam meningkatkan kinerja dan pendapatan UKM. Namun hasil yang berbeda di peroleh dalam penelitian (Hardilawati, 2019) terkait usaha kecil, *E-commerce* memiliki dalam meningkatkan kinerja pemasaran. Dalam perihal ini, pelaku usaha dianjurkan untuk bisa melaksanakan perdagangan secara *E-commerce* tetapi butuh adanya dorongan bagi pemerintah atau praktisi serta pembelajaran untuk sanggup menerapkan pembimbingan kepada pelaku usaha agar mereka mempunyai pengetahuan yang layak dan bisa dengan maksimal memakai *E-commerce* ini.

Para palaku UKM melakukan pekerjaan dengan tujuan untuk memperoleh pendapatan demi kebutuhan hidup. Dalam pelaksanaannya diperlukan beberapa perlengkapan dan dipengaruhi oleh banyak faktor guna mendukung keberhasilan kegiatan, faktor yang mempengaruhi pendapatan dan produksi UKM meliputi sektor sosial dan ekonomi yang terdiri dari besarnya modal, jumlah tenaga kerja, pengalaman kerja, teknologi (Salim, 1999).

Pendapatan dan produksi UKM sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satu faktornya yakni modal usaha. Modal usaha merupakan dana atau fase likuid yang dimiliki atau diperoleh suatu bisnis untuk proses produksi barang dan jasa guna menciptakan keuntungan. Modal mengacu pada sumber daya keuangan yang dapat digunakan bisnis untuk mendanai operasinya. Dengan kata lain modal merupakan aset yang memungkinkan bisnis menghasilkan produk atau layanan untuk dijual kepada pelanggan. Menurut

kamus besar bahasa Indonesia dalam Listya Ardi Nugraha (2011;9), modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) diperdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan. Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis.

Selain modal usaha, Lama usaha juga mempengaruhi pendapatan seperti penelitian yang dilakukan oleh Sunaryanto (2005), mengatakan bahwa lamanya seseorang pedagang menekuni usahanya maka akan meningkat pula pengetahuannya dan akan berpengaruh pada tingkat pendapatan usahanya. Dengan kata lain, semakin lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usaha perdagangan maka akan semakin meningkat pula pengetahuan mengenai perilaku konsumen dan perilaku pasar.

Lama usaha merupakan ukuran tentang lama waktu atau masa kerja yang telah ditempuh seseorang dapat memahami tugas suatu pekerjaan dan melaksanakannya dengan baik. Lamanya seorang pelaku usaha menekuni bidang usahanya akan memberi pengaruh terhadap kemampuan profesionalnya. Semakin lama seseorang menekuni bidang usaha perdagangan akan semakin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen. Keterampilan dalam berdagang yang semakin bertambah dan semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan yang dijaring. Semakin lama usaha seseorang dalam membuka usaha maka semakin terampil melakukan pekerjaan dan semakin sempurna pola berpikir dan sikap dalam bertindak untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu lama usaha yang dijalani seseorang akan meningkatkan kemampuan dalam melaksanakan usaha tersebut sehingga akan dapat meningkatkan produktivitas usaha tersebut.

Faktor hari orang kerja juga masuk dalam penelitian ini karena merupakan faktor pendapatan yang sangat penting dan diperhatikan dalam proses produksi dan dalam jumlah yang cukup, bukan saja dilihat dari ketersediaannya tapi kualitas dan macam-macamnya. Setiap proses produksi harus disediakan tenaga kerja yang cukup memadai, jumlah tenaga kerja yang digunakan harus disesuaikan dengan kebutuhan sampai tingkat tertentu sehingga optimal (Siswanta, 2011;79). Dalam penelitian Rio (2013) juga menyebutkan bahwa tingkat pendapatan akan meningkat untuk setiap tambahan satu tenaga kerja. Ketika pendapatan mengalami kenaikan, maka peluang untuk pengembangan usaha akan terbuka.

Pengaruh *E-Commerce*, Modal usaha, Lama usaha dan hari orang kerja menjadi beberapa faktor-faktor penentu bertambahnya pendapatan terkhusus pada usaha kuliner dan juga akan menjadi tabungan atau investasi dikemudian hari yang dapat mereka manfaatkan untuk ekspansi usaha mereka. Pada masa sekarang ini dimana adanya Pandemi Covid-19 yang menjadi penghalang utama meningkatnya pendapatan para pelaku usaha kuliner mengharuskan mereka memanfaatkan *E-Commerce* semaksimal mungkin.

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang yang ada diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Pendapatan Usaha Kuliner di Kota Makassar”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apakah Modal usaha berpengaruh terhadap Pendapatan usaha kuliner di Kota Makassar?
2. Apakah lama usaha berpengaruh terhadap Pendapatan usaha kuliner

diKota Makassar?

3. Apakah hari orang kerja berpengaruh terhadap Pendapatan usaha kuliner di Kota Makassar?
4. Apakah *E-Commerce* berpengaruh terhadap Pendapatan usaha kuliner di Kota Makassar?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh modal usaha terhadap pendapatan usahakuliner di Kota Makassar.
2. Untuk mengetahui pengaruh lama usaha terhadap pendapatan usaha kuliner di Kota Makassar.
3. Untuk mengetahui pengaruh hari orang kerja terhadap pendapatan usahakuliner di Kota Makassar.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *E-Commerce* terhadap pendapatan usaha kuliner di Kota Makassar.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan yang dapat membantu pemerintah dan pengusaha di unit kecil dan menengah untuk mengetahui seberapa besar dampak dari pemanfaatan teknologi *E-Commerce* dalam persaingan bisnis.

Penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi referensi dan bahan perbandingan bagi penelitian berikutnya terkait dengan masalah yang sama dan bisa dikembangkan lebih lanjut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Konsep Pendapatan

Pendapatan menunjukkan seluruh uang atau hasil material lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu pada suatu kegiatan ekonomi. Disposable income adalah pendapatan yang diterima oleh seseorang yang sudah siap untuk dibelanjakan atau konsumsi penerimanya. Pendapatan ini merupakan hak mutlak bagi penerimanya (Prasetyo, 2011).

Pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharap keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Pengertian tersebut tidak menitik beratkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi suatu periode. Pada hakekatnya pendapatan adalah penerimaan atau balas jasa dari faktor-faktor produksi. Penerimaan adalah penerimaan produsen dalam bentuk uang yang diperoleh dari hasil penjualan barang yang diproduksi. Menurut Keynes pendapatan yaitu perubahan pada jumlah faktor produksi yang digunakan dan perubahan kemampuan setiap unit faktor produksi tersebut menghasilkan pendapatan (Rosyidi, 2012).

2.1.2 Usaha Kecil dan Menengah

Berdasarkan Keputusan Presiden RI Nomor 99 Tahun 1998, UKM adalah rakyat berskala kecil dengan bidang usaha yang secara umum merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah persaingan usaha yang tidak sehat.

Sedangkan pengertian UKM berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), UKM

adalah sebuah usaha rakyat yang dapat dilihat dari banyaknya tenaga kerja. Usaha kecil memiliki jumlah tenaga kerja antara 5-9 orang, sedangkan usaha menengah memiliki jumlah tenaga kerja antara 20-99 orang.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dalam undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah (UKM) menyebutkan definisi UKM adalah sebagai berikut: pertama, Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kedua, Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Ketiga Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang- Undang ini.

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan usaha kecil yang dapat menghasilkan omzet pertahunnya setinggi-tingginya Rp.200.000.000 - Rp.600.000.000 tanpa termasuk tanah dan bangunan. Serta memiliki pekerja 5 s.d 19 orang. sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang omset pertahun paling banyak Rp.200.000.000 s.d. Rp Rp.10.000.000.000 (diluar tanah dan bangunan) dengan tenaga kerja 20 s.d. 99 orang yang dilakukan perorangan maupun badan usaha (Raselawati, 2011).

Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih dari Rp.50 juta sampai paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta sampai dengan paling banyak Rp.2,5 miliar. Sedangkan usaha menengah adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta sampai dengan paling banyak Rp.10 miliar tidak termasuk tanah dan bangunan atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2,5 miliar sampai dengan paling banyak Rp.50 miliar (Widdyantoro, 2013).

Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah, dan memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (Satu Miliar Rupiah). Milik Warga Negara Indonesia, bangunan tempat usaha dan usaha yang berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan, yang tidak dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Besar (Haris, 2011).

UKM ini telah terbukti merupakan salah satu bentuk usaha yang dapat bertahan dalam krisis ekonomi yang pernah terjadi di Indonesia. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini dikarenakan daya serap UKM terhadap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil. Statistik pekerja Indonesia menunjukkan bahwa 99,5 % tenaga kerja Indonesia bekerja di bidang UKM (Kurniawan, 2008).

Banyaknya UKM akan menyebabkan perekonomian yang kuat, karena terbukti bahwa UKM paling tahan terhadap krisis (Kuncoro, 2008). Masalah dasar yang dihadapi UKM menurut Kurniawan (2009) adalah: 1. Kelemahan dalam

memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar. 2. Kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber-sumberpermodalan. 3. Kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia. 4. Keterbatasan jaringan usaha kerjasama antar pengusaha kecil (sistem informasi pemasaran). 5. Iklim usaha yang kurang kondusif, karena persaingan yang saling mematikan. 6. Pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil.

2.1.3 Modal Usaha

Pengertian Modal Usaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan'. Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis. Banyak kalangan yang memandang bahwa modal uang bukanlah segala-galanya dalam sebuah bisnis. Namun perlu dipahami bahwa uang dalam sebuah usaha sangat diperlukan. Yang menjadi persoalan disini bukanlah penting tidaknya modal, karena keberadaannya memang sangat diperlukan, akan tetapi bagaimana mengelola modal secara optimal sehingga bisnis yang dijalankan dapat berjalan lancar (Amirullah, 2005:7).

Modal Usaha menurut Surdaryono (2017) Menyatakan Untuk dapat menjalankan usaha kita membutuhkan modal awal yang nilainya bervariasi tergantung jenis usaha yang dijalankan serta besar kecilnya usaha tersebut saat akan dimulai.

Pengertian modal usaha adalah sesuatu yang digunakan untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha. Modal ini bisa berupa uang dan tenaga (keahlian). Modal uang biasa digunakan untuk membiayai berbagai keperluan usaha, seperti biaya prainvestasi, pengurusan izin, biaya investasi untuk membeli aset, hingga modal kerja. Sedangkan modal keahlian adalah kepiawaian seseorang dalam menjalankan suatu usaha (Sadono dkk,2006).

Modal adalah aktiva bersih. Modal bisa berarti financial capital dimana tekanannya adalah nilai uang dari aktiva dikurangi dengan nilai kewajiban yang merupakan kontribusi uang pemilik kepada perusahaan. Modal disini difokuskan pada kemampuan fisik dari modal itu untuk memproduksi barang dan jasa bukan pada nilai uangnya. Ukurannya adalah kapasitas produksi dari aktiva yang dimiliki (Harahap, 2004).

Menurut Bambang Riyanto (1997:19) pengertian modal usaha sebagai ikhtisar neraca suatu perusahaan yang menggunakan modal konkrit dan modal abstrak. Modal konkrit dimaksudkan sebagai modal aktif sedangkan modal abstrak dimaksudkan sebagai modal pasif.

Menurut Endang Purwanti (2012 : 19) secara keseluruhan modal usaha terbagai menjadi tiga bagian yaitu, Pertama Modal Investasi, Modal investasi merupakan jenis modal usaha yang harus dikeluarkan dan dipakai dalam jangka panjang. Modal usaha untuk investasi nilainya cukup besar karena dipakai untuk jangka panjang. Namun modal investasi akan menyusut dari tahun ke tahun bahkan bias dari bulan ke bulan. Kemudian Modal Kerja, Modal kerja adalah modal usaha yang diharuskan untuk membuat atau membeli barang dagangan. Modal kerja ini dapat dikeluarkan tiap bulan atau pada waktu-waktu tertentu. Dan terakhir Modal Operasional, Modal operasional adalah modal usaha yang harus dikeluarkan untuk membayar biaya operasi bulanan misalnya pembayaran gaji pegawai, listrik dan lainnya.

2.1.4 Lama Usaha

Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lamanya seorang pelaku usaha atau bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya (kemampuan/keahliannya), sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil dari pada hasil penjualan. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan makin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen. Keterampilan berdagang makin bertambah dan semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil di jaring (Wicaksono, 2011). Keahlian keusahawaan merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mengorganisasikan dan menggunakan faktor-faktor lain dalam kegiatan memproduksi barang dan jasa yang diperlukan masyarakat (Sukirno, 1994).

Teori tentang lama usaha yang dikemukakan oleh Moenir A.S (2008:41) bahwa semakin lama seseorang dalam menekuni bekerjanya, maka ia semakin berpengalaman, matang dan mahir dalam pekerjaan yang dipertranggungjawabkan kepadanya. Lama usaha secara teoritik menunjukkan pengaruh yang positif terhadap peningkatan pendapatan. Asumsi dasar yang digunakan adalah semakin banyak lama usaha seseorang akan semakin tinggi pula produktifitas kerja seseorang dan menghasilkan produksi yang memuaskan. Karena lama usaha serta tingkat pengetahuan yang lebih banyak memungkinkan seseorang tersebut lebih produktif bila dibandingkan dengan yang relative kurang dalam lama usaha.

Lama usaha merupakan lamanya pedagang berkarya pada usaha perdagangan yang sedang di jalani saat ini (Asmie, 2008). Lamanya suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha, dimana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertingkah laku (Sukirno, 1994).

Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya (kemampuan profesionalnya/keahliannya), sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil daripada hasil penjualan. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan makin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen (Wicaksono, 2011).

2.1.5 Hari Orang Kerja (HOK)

Backer (1993) mendefinisikan bahwa human capital sebagai hasil dari keterampilan, pengetahuan dan pelatihan yang dimiliki seseorang, termasuk akumulasi investasi meliputi aktivitas pendidikan, job training dan migrasi. Lebih jauh, Smith dan Eichenberd (1994), melihat pekerja dengan separuh waktu akan memperoleh sedikit human capital. Hal ini disebabkan oleh sedikit jam kerja dan pengalaman kerja. Kemudian ditambahkan oleh Jacobsen (1998) bahwa dengan meningkatnya pengalaman dan hari kerja akan meningkatkan penerimaan dimasa akan datang.

Menurut Wetik yang dikutip oleh Nur Istiqomah (2004) jam hari kerja meliputi lama seseorang bekerja secara baik, hubungan antara waktu kerja dengan waktu istirahat, jam kerja sehari meliputi pagi, siang, sore dan malam. Lamanya seseorang mampu bekerja sehari secara baik pada umumnya 6-8 jam, sisanya 16-18 jam digunakan untuk keluarga, masyarakat, untuk istirahat dan lain-lain. Jadi dalam satu minggu seseorang bias bekerja dengan baik selama 40-50 jam selebihnya bila dipaksa untuk bekerja biasanya tidak efisien akhirnya produktivitas akan menurun, serta cenderung timbul kelelahan dan keselamatan kerja masing-masing akan menunjang kemajuan dan mendorong kelancaran produksi usaha baik individu maupun kelompok.

Berdasarkan UU No. 13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, yang dimaksud dengan tenaga kerja adalah Setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang atau jasa, baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat. Penduduk usia kerja menurut Badan Pusat Statistik (2008) dan sesuai dengan yang disarankan oleh International Labor Organization (ILO) adalah penduduk usia 15 tahun ke atas yang dikelompokkan ke dalam angkatan kerja dan bukan angkatan kerja.

Menurut Sitanggang dan Djalal (Sari, 2013) pengertian tenaga kerja ada 2, yaitu; (1) Tenaga kerja umumnya tersedia di pasar tenaga kerja, dan biasanya siap untuk digunakan dalam suatu proses produksi barang dan jasa. Kemudian perusahaan atau penerima tenaga kerja meminta tenaga kerja dari pasar tenaga kerja. Apabila tenaga kerja disebut bekerja, maka mereka akan mendapatkan jasa berupa upah/gaji. (2) Tenaga kerja yang terampil merupakan potensi sumber daya manusia yang sangat dibutuhkan dalam setiap perusahaan dalam mencapai tujuannya. Jumlah penduduk dan angkatan kerja yang besar, di satu sisi merupakan potensi sumber daya manusia yang dapat diandalkan, tetapi di sisi lain juga merupakan masalah besar yang berdampak pada berbagai sektor.

Menurut Simanjuntak (2001:3) tenaga kerja dikelompokkan menjadi dua yaitu angkatan kerja dan bukan angkatan kerja. Yaitu angkatan kerja (labor force) besarnya penyediaan tenaga kerja dalam masyarakat adalah jumlah orang yang menawarkan jasa untuk produksi. Diantaranya sebagian sudah aktif dalam kegiatan menghasilkan barang atau jasa, golongan ini disebut golongan yang bekerja (employed persons). Golongan yang siap bekerja dan sedang berusaha mencari pekerjaan disebut pencari kerja atau pengangguran.

2.1.6 E-Commerce

Usaha Elektronik Commerce (*E-Commerce*) atau lebih dikenal sebutan Online Shopping adalah pelaksanaan perniagaan berupa transaksi penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, maupun promosi suatu produk barang dan/atau jasa dilakukan dengan memanfaatkan komputer dan sarana komunikasi elektronik digital atau telekomunikasi data. Selain itu, bentuk perniagaan ini juga dapat dilakukan secara global, yaitu dengan menggunakan jaringan internet (Kuswiratmo, 2016).

Menurut McLeod (2008 : 59). Perdagangan elektronik atau yang disebut juga e-commerce, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pengertian dari e-commerce adalah menggunakan internet dan komputer dengan browser web untuk mengenalkan, menawarkan, membeli dan menjual produk. Manfaat dengan penerapan e-commerce sebuah perusahaan dapat memiliki sebuah pasar internasional. Bisnis dapat dijalankan tanpa harus terbentur pada batas negara dengan adanya teknologi digital. Biaya operasional dapat ditekan sedikit mungkin. Mempercepat waktu pemrosesan dan mengurangi resiko human error. Mengurangi penggunaan kertas dalam berbagai aktifitas pengerjaan mulai dari mendesain, memproduksi, pengiriman, pendistribusian hingga marketing.

Menurut Jony Wong (2010) pengertian dari *Electronic commerce* adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti radio, televisi dan jaringan computer atau internet.

E-commerce menurut Kienan (2001:7) adalah melakukan bisnis secara online yaitu dengan membuat, mengelola dan meluaskan hubungan komersial secara online. Sedangkan menurut Kamus ensiklopedia dalam Sunarto (2009:26) *E-commerce* merupakan perdagangan elektronik atau e-dagang yaitu penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem

elektronik seperti internet, TV, www dan jaringan computer lainnya.

Menurut Kotler & Amstrong (2012) *E-commerce* adalah saluran online yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan.

2.2 Hubungan Teoritis Antar Variabel Penelitian

2.2.1 Pengaruh Modal Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Kuliner di KotaMakassar

Modal usaha merupakan suatu kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha baik berupa uang, peralatan produksi, maupun penyediaan bahan baku. Modal usaha unsur penting bagi para industri kecil untuk membangun usaha dan meningkatkan pendapatan. Sesuai dengan prinsip ekonomi bahwa dengan modal sedikit maka akan mendapatkan keuntungan tertentu, sedangkan dengan modal yang besar maka akan mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Modal yang sedikit akan membatasi hasil produksi sehingga pendapatan yang dicapai sedikit. Kekurangan modal tentunya menghambat pengembangan usaha. Sedangkan adanya modal yang cukup besar maka kuantitas produksi dapat ditingkatkan sehingga penjualan meningkat dan pendapatan usaha juga meningkat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Vijaya dan Irwansyah (2018) menemukan bahwa modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha UKM, sehingga semakin besar modal usaha pelaku UKM maka semakin tinggi pula perkembangan usaha UKM. Berdasarkan uraian diatas, menunjukkan adanya pengaruh antara modal usaha dengan perkembangan usaha.

2.2.2 Pengaruh Lama Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Kuliner di Kota Makassar

Lama usaha merupakan lamanya pedagang berkarya pada usaha perdagangan yang sedang di jalani saat ini (Asmie, 2008). Lamanya suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha, dimana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertingkah laku (Sukirno, 1994). Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya (kemampuan profesionalnya/ keahliannya), sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil daripada hasil penjualan. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan makin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen (Wicaksono, 2011).

Pengaruh pengalaman berusaha terhadap tingkat pendapatan pedagang telah dibuktikan dalam penelitian Tjiptoroso (1993) maupun dalam studi yang dilakukan Swasono (1986). Lamanya seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi kemampuan profesionalnya. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan makin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen. Keterampilan berdagang makin bertambah dan semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil dijaring (Asmie, 2008).

2.2.3 Pengaruh Hari Orang Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Kuliner di Kota Makassar

Faktor hari orang kerja atau HOK merupakan factor yang dapat mempengaruhi pendapatan hal ini dikarenakan karyawan yang memiliki banyak hari kerja didalam mengontrol dan mengelolah usaha. Setiap proses produksi

harus disediakan tenaga kerja yang cukup memadai, jumlah tenaga kerja yang digunakan harus disesuaikan dengan kebutuhan sampai tingkat tertentu sehingga optimal (Siswanta, 2011;79). Dalam penelitian Rio (2013) juga menyebutkan bahwa tingkat pendapatan akan meningkat untuk setiap tambahan satu tenaga kerja. Ketika tingkat pendapatan naik, maka peluang untuk pengembangan usaha akan terbuka.

Pengaruh tenaga kerja yang signifikan terhadap Pendapatan sesuai dengan penelitian Youriah (2007) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pengusaha Tempe Kedelaidi Desa Jatiguwi Kecamatan Sumberpucung Kabupaten Malang bahwa tenaga kerja berpengaruh secara positif terhadap pendapatan pengusaha tempe. Hal ini menunjukkan bahwa dengan tenaga kerja akan dapat meningkatkan produktivitas usaha warung makan yang kaitannya dengan jumlah porsi makanan yang dijual untuk memenuhi permintaan konsumen sehingga dengan demikian pendapatan usaha warung makan akan meningkat.

2.2.4 Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan Usaha Kuliner di Kota Makassar

Usaha *Elektronik Commerce (E-Commerce)* atau lebih dikenal sebutan *Online Shopping* adalah pelaksanaan perniagaan berupa transaksi penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, maupun promosi suatu produk barang dan/ atau jasa dilakukan dengan memanfaatkan komputer dan sarana komunikasi elektronik digital atau telekomunikasi data. Selain itu, bentuk perniagaan ini juga dapat dilakukan secara global, yaitu dengan menggunakan jaringan internet (Kuswiratmo, 2016:163). Penggunaan *E-commerce* mampu mengembangkan UKM kuliner terutama dalam penjualan, pemasaran yang semakin luas dengan pangsa pasar di luar kota bahkan luar kota, dan

pelayanan yang efisien dan efektif.

Peluang yang didapatkan adalah adanya kebijakan pemerintah yang mengupayakan usaha mikro menggunakan layanan *E-commerce*, teknologi informasi yang mendukung untuk usaha mikro leluasa memanfaatkannya, dan pangsa pasar yang siap dan cermat menghadapi *E-commerce* untuk penjualan, pemasaran dan pelayanan cepat. Hal tersebut mendukung untuk usaha mikro dan menengah dalam mengembangkan produk dengan menggunakan layanan *E-commerce*.

Dalam hasil penelitian Nanda Tiandra dkk (2019), menyebutkan bahwa kehadiran *E-commerce* menjadi salah satu alternative pemasaran yang digunakan untuk bisa menjangkau lebih banyak pelanggan. UKM dapat melakukan promosi dimana saja dan kapan saja selama selama 24 jam tanpa henti. Model transaksi ini memungkinkan transaksi melewati batas-batas wilayah dengan jauh lebih mudah dengan biaya yang efektif daripada perdagangan yang bersifat tradisional.

2.3 Tinjauan Empiris

Penelitian terdahulu atau tinjauan empiris merupakan hal yang sangat bermanfaat untuk menjadi perbandingan dan acuan yang memberikan gambaran terhadap hasil-hasil penelitian terdahulu menyangkut *E-commerce* ini disadari untuk melakukan penelitian perlu ada suatu bentuk hasil penelitian terdahulu yang dijadikan referensi pembandingan dalam penelitian, untuk itu pada bagian ini akan diberikan penjelasan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan rencana penelitian ini.

Jaidan (2010) dalam penelitiannya yang berjudul "*Upaya pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) dengan memanfaatkan E-Commerce*". Menjelaskan tentang untuk meningkatkan daya saing UKM serta untuk

mendapatkan peluang ekspor dan peluang bisnis lainnya dapat dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan *Information and Communication Technology (ICT)*, utamanya *E-Commerce* tidak hanya memanfaatkan internet sebagai alat untuk melakukan promosi atau mencari peluang bisnis, tetapi juga harus diimbangi dengan pengelolaan administrasi yang baik melalui penggunaan *software* yang tepat. Perlu dilakukan pengembangan *website* dan *E-Commerce* sebagai sarana untuk promosi dan pemasaran produk-produk usaha, sehingga akan meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan pendapatan.

Julisar Eka (2013) dalam penelitiannya yang berjudul "*Pemakaian E-Commerce untuk Usaha Kecil dan Menengah guna meningkatkan daya saing*". Menyatakan bahwa menghadapi mekanisme pasar yang makin terbuka dan kompetitif, penguasaan pasar merupakan prasyarat untuk meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, perluasan akses pasar dengan penerapan teknologi informasi berbasis Web saat ini sudah sangat diperlukan sebagai salah satu media komunikasi global. Salah satu hal yang memberikan keunggulan kompetitif dalam persaingan perdagangan internasional adalah teknologi informasi berupa *Electronic Commerce* atau disingkat *E-Commerce*.

Robert dan Matua (2013) dalam penelitiannya yang berjudul "*Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce pada Aspek Pemasaran Dan Operasi terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia*". Menyatakan bahwa "aspek operasi dan aspek pemasaran memberi pengaruh yang signifikan pada kinerja UKM yang menggunakan *E-Commerce*. Sedangkan, *firm size* dan *E-Commerce experience* dalam memoderasi aspek operasi dan aspek pemasaran terhadap kinerja, masing- masing menunjukkan hasil yang tidak berpengaruh secara signifikan".

Siska (2016) dalam penelitiannya yang berjudul "*Strategi peningkatan penjualan usaha kecil menengah melalui E-Commerce*". Menjelaskan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penjualan melalui *E-Commerce* mengalami peningkatan sebesar 348% dari tahun 2014 ke tahun 2015. Peningkatan juga terjadi tahun 2015 sampai Juli 2016 sebesar 25%. Hal yang dilakukan pengusaha melalui *E-Commerce* yaitu pendekatan kepada pelanggan dan memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi pembelian. Sektor usaha yang diminati pasar adalah sektor makanan (food), fashion dan rumah tangga.

Muhammad Ikhsan dan Muhammad Hasan (2020) dalam penelitiannya yang berjudul "*Analisis dampak penggunaan E-Commerce dalam meningkatkan omzet penjualan usaha mikro kecil dan menengah di Kota Makassar*." Menjelaskan bahwa dampak positif dengan adanya penggunaan *E-Commerce* yaitu, toko yang dapat diakses 24 jam, memberikan keamanan dan membantu komunikasi lebih cepat dengan pelanggan dan dapat mengakses pasar global serta dapat memuaskan pelanggan dan tentunya dapat meningkatkan omzet penjualan.

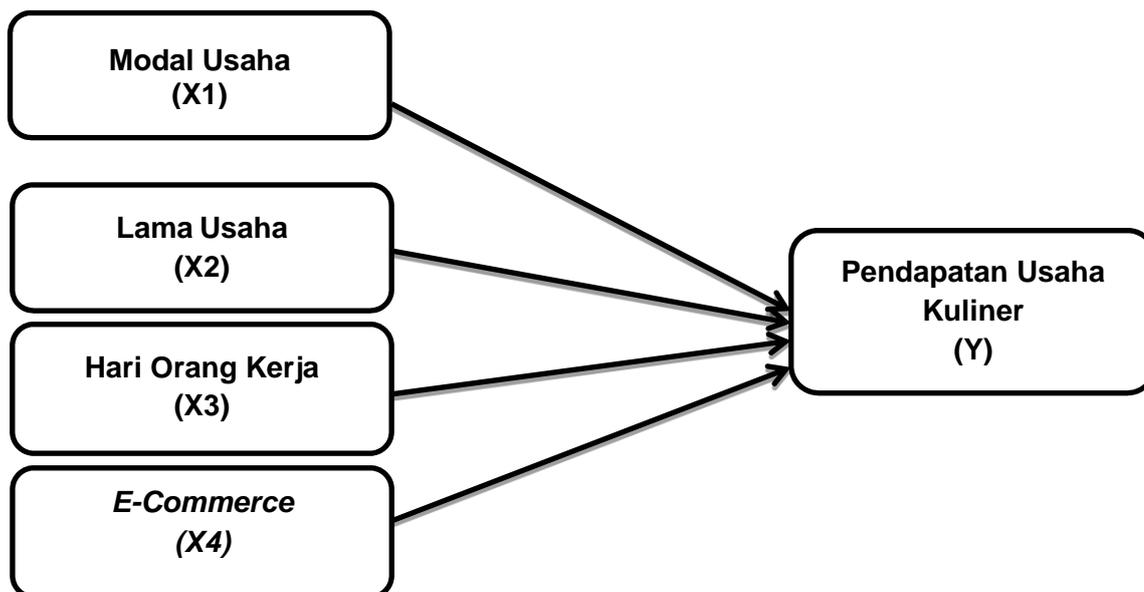
2.4 Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka pemikiran penelitian dibuat dengan memperhatikan uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka pada bagian ini akan diuraikan beberapa hal yang dijadikan sebagai landasan berpikir. Landasan yang dimaksud akan lebih mengarahkan untuk menemukan data dan informasi dalam penelitian ini guna memecahkan masalah yang telah dipaparkan.

Modal Usaha, Lama usaha, Tenaga kerja dan *E-Commerce* merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan Usaha Kuliner di Kota

Makassar. Yang dimana *E-Commerce* sangat mempengaruhi perubahan pendapatan ketika sebelum usaha kuliner ini menggunakan *E-Commerce* dan Sesudah menggunakan *E-Commerce*.

Tabel 2.1
Bagan Kerangka Pikir Penelitian



2.5 Hipotesis

Hipotesis biasanya di artikan sebagai suatu pendapat atau teori yang masih belum sempurna, maka dari itu hal ini harus di buktikan kebenarannya karena hipotesis juga bisa dibidang kesimpulan yang belum final. Berdasarkan paparan di atas maka penelitian ini memberikan hipotesis guna memberikan arahan yang jelas ketika melakukan penelitian ini.

Adapun hipotesis penelitian kali ini yakni sebagai berikut:

1. Diduga bahwa modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha kuliner di Kota Makassar.
2. Diduga bahwa lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha kuliner di Kota Makassar.

3. Diduga bahwa tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha kuliner di Kota Makassar.
4. Diduga bahwa menggunakan media *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha kuliner di Kota Makassar.