



PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE*, JUMLAH PELANGGAN, DAN MODAL USAHA TERHADAP PENDAPATAN PELAKU UMKM BIDANG KULINER

Ida Ayu Prasista Praba Dewi¹ I Gusti Bagus Indrajaya²

Abstract

Keywords:

E-commerce;
Number of Customers;
Business Capital;
Income.

MSMEs, especially the culinary sector, were one of the sectors that were severely affected during the Covid-19 pandemic, which was marked by a decrease in income due to a decrease in people's purchasing power and policies to limit community activities. So we need a study that looks at what factors affect the income of MSMEs in the culinary field to anticipate a deeper decline in income. The use of E-commerce, the number of customers, and business capital are important factors that can affect the income of MSMEs in the culinary sector during the Covid-19 pandemic. Therefore, the purpose of this study is to analyze the effect of simultaneous and partial use of E-commerce, number of customers, and business capital on the income of SMEs in the culinary sector in West Denpasar. This study uses an associative quantitative approach. The analysis technique in this study uses multiple linear regression analysis techniques. The results of this study found that the variables of the use of E-commerce, the number of customers, and business capital simultaneously had a significant effect on the income of MSME actors in the culinary field in West Denpasar. Partially, the variables of the use of E-commerce, the number of customers, and business capital have a positive and significant effect on the income of MSME actors in the culinary field in West Denpasar.

Kata Kunci:

E-commerce;
Jumlah Pelanggan;
Modal Usaha;
Pendapatan.

Abstrak

Koresponding:

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Udayana, Bali,
Indonesia
Email:
prasista77@gmail.com*

UMKM khususnya bidang kuliner merupakan salah satu sektor yang terdampak parah selama pandemi Covid-19 yang ditandai dengan penurunan pendapatan akibat penurunan daya beli masyarakat dan kebijakan pembatasan kegiatan masyarakat. Maka diperlukan suatu penelitian yang melihat faktor apa saja yang mempengaruhi pendapatan UMKM bidang kuliner untuk mengantisipasi penurunan pendapatan yang lebih dalam lagi. Penggunaan *E-commerce*, jumlah pelanggan, dan modal usaha merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi pendapatan UMKM bidang kuliner selama masa pandemic Covid-19. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh secara simultan dan parsial penggunaan *E-commerce*, jumlah pelanggan, dan modal usaha terhadap pendapatan pelaku UMKM bidang kuliner di Denpasar Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berbentuk asosiatif. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menemukan bahwa secara simultan variabel penggunaan *E-commerce*, jumlah pelanggan, dan modal usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM bidang kuliner di Denpasar Barat. Secara parsial variabel penggunaan *E-commerce*, jumlah pelanggan, dan modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM bidang kuliner di Denpasar Barat.

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, memperluas kesempatan kerja, disertai dengan jumlah lapangan kerja yang juga meningkat (Krisnandhi, 2006). Peningkatan pembangunan ekonomi tidak hanya bersumber dari sektor formal, melainkan juga melalui sektor informal seperti UMKM (Putra dan Sudibia, 2018). Menurut Tambunan (2008) UMKM berperan penting dalam menyerap tenaga kerja, meningkatkan jumlah unit usaha, dan mendukung pendapatan rumah tangga. Selain itu, UMKM juga berkontribusi pada Pendapatan Domestik Regional Bruto (Sarfiyah, 2019). UMKM juga membantu meningkatkan ekonomi masyarakat di tingkat kota dan kabupaten, karena merupakan entitas produsen sekaligus konsumen yang cukup besar sehingga uang yang ada di masyarakat mengalami perputaran dari dan oleh UMKM itu sendiri (Hamza, 2019). Namun, semenjak pandemi Covid-19, UMKM menjadi salah satu sektor yang paling terdampak parah. Pandemi menyebabkan ketidakstabilan ekonomi terutama pada pelaku UMKM, dimana terjadi penurunan omset penjualan akibat kebijakan Pembatasan Sosial Berskala besar (PSBB) yang menghimbau masyarakat tetap dirumah sehingga banyak UMKM yang harus berhenti untuk sementara waktu (Hardilawati, 2020).

Pertumbuhan UMKM telah menyebar diberbagai provinsi termasuk di Provinsi Bali. Povinsi Bali merupakan salah satu provinsi yang memiliki jumlah UMKM terdampak cukup banyak. Menurut informasi yang diperoleh dari Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Bali, UMKM terbanyak tumbuh di Kota Denpasar sebanyak 4.445 unit dan paling sedikit berada di Kabupaten Buleleng yaitu sebanyak 113 unit. Hal ini dikarenakan Kota Denpasar merupakan pusat pemerintahan, sekaligus pusat bisnis dan perekonomian di Bali. Pada masa pandemi Covid-19, salah satu bidang UMKM yang mengalami dampak yang cukup parah yaitu bidang kuliner. Hasil pra survei yang dilakukan pada pelaku UMKM bidang kuliner ditemukan bahwa kebijakan pembatasan jam malam pada saat Pandemi Covid-19 itu sangat mempengaruhi penurunan pendapatannya hingga 25 persen (pemilik usaha Bakso Malang Mas Gondrong). Selain itu menurut Teguh Prasetya yang merupakan pemilik usaha Warung Tenda Biru mengatakan bahwa pembatasan kapasitas pelanggan yang makan ditempat merupakan salah satu hal yang menyebabkan pendapatannya menurun hingga 50 persen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan antara lain penggunaan *E-commerce*, jumlah pelanggan, modal usaha, jam kerja, lama usaha, lokasi usaha, dan tingkat pendidikan pelaku usaha.

Digitalisasi UMKM ini pada dasarnya merupakan agenda besar pemerintah untuk melakukan pemulihan ekonomi akibat Covid-19 sekaligus transformasi ekonomi digital, salah satunya melalui *E-commerce*. *E-commerce* merupakan perusahaan ritel yang relatif stabil (Ayu dan Lahmi, 2020). Berdasarkan data Bank Indonesia, total transaksi melalui *E-commerce* di Bali tercatat meningkat 27,61 persen pada kuartal IV-2020 dibandingkan periode sebelumnya (*quarter to quarter*) atau naik 69,84 persen secara tahunan (*year on year*). Hal ini dikarenakan *E-commerce* memudahkan dalam melakukan pemasaran bagi para pelaku bisnis, sehingga dapat lebih mudah menjangkau konsumen, kemudian akan dapat meningkatkan pendapatan usahanya. Pernyataan tersebut diperkuat oleh studi empiris dari Helmalia & Arfinawati (2018), Pinatih & Indrajaya (2019), dan Setyorini dkk (2019) yang menyatakan bahwa penggunaan *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

Pada hakikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan (Reinartz, 2000). Oleh karena itu pelanggan merupakan faktor penting dalam keberlangsungan suatu usaha. Semakin lama pedagang menjalani usahanya, maka semakin banyak jumlah pelanggan yang dimiliki. Maka dari itu, semakin banyak pelanggan maka semakin banyak penjualan UMKM sehingga

pendapatan pun juga akan meningkat. Pernyataan tersebut diperkuat oleh studi empiris dari Marantiani & Budhi (2017), Naeruz (2018), dan Pinatih & Indrajaya (2019) yang menyatakan bahwa jumlah pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Menurut Subandi (2009), jumlah pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Artinya ketika terjadi penambahan jumlah pelanggan maka penerimaan atau pendapatan perusahaan akan mengalami peningkatan.

Faktor penting lainnya yang juga mempengaruhi pendapatan adalah modal usaha. Modal adalah sejumlah harga (uang/barang) yang digunakan untuk menjalankan usaha (Rosidi & Suparno, 2018), oleh karena itu, tanpa modal, usaha tidak akan dapat berjalan (Asri, 1985). Bisnis yang dibangun tidak akan berkembang tanpa di dukung dengan modal, sehingga modal dapat dikatakan sebagai jantungnya bisnis (Firdausa, 2013). Meningkatkan jumlah modal yang digunakan maka akan meningkatkan pendapatan, karena usaha yang akan dirintis akan luas dengan adanya modal yang besar (Setiaji & Fatuniah, 2018). Pernyataan tersebut diperkuat oleh studi empiris dari Utami & Edi (2013), Putra (2015), dan Atun (2016) yang menyatakan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin besar modal maka akan dapat menambah atau meningkatkan jumlah produktivitas sehingga dapat meningkatkan penjualan dan juga dapat meningkatkan pendapatan.

Berdasarkan uraian permasalahan dan studi empiris maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan *E-commerce*, jumlah pelanggan, dan modal usaha secara simultan dan parsial terhadap pendapatan pelaku UMKM bidang kuliner di Denpasar Barat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Denpasar Barat, karena merupakan kawasan destinasi kuliner dan memiliki jumlah unit UMKM bidang kuliner terbanyak di daerah Denpasar. Objek penelitian terdiri dari: Pertama, pendapatan yaitu omzet penjualan UMKM selama satu bulan dengan satuan rupiah. Kedua, penggunaan *E-commerce* adalah berupa variabel *dummy*, yaitu ($D=0$) adalah untuk pelaku usaha yang tidak menggunakan *E-commerce* dan ($D=1$) adalah pelaku usaha yang menggunakan *E-commerce*. Ketiga, jumlah pelanggan dalam penelitian ini dinyatakan dengan jumlah pelanggan yang dimiliki oleh pelaku UMKM baik yang berbelanja langsung maupun online melalui *E-commerce* selama satu bulan terakhir dari periode penyebaran kuisisioner dengan satuan orang. Keempat, modal usaha dalam penelitian ini dihitung dari jumlah biaya operasional berupa *fixed cost* dan *variable cost* yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam menjalankan usahanya selama satu bulan dengan satuan rupiah. Populasi dalam penelitian ini adalah 4.145 orang pelaku UMKM Bidang Kuliner di Denpasar Barat (Dinas Koperasi dan UKM Pemerintah Kota Denpasar, 2020). Sampel penelitian dihitung dengan menggunakan rumus Slovin, diperoleh jumlah sampel sebanyak 98 responden yang akan dipilih melalui metode *sampling purposive*. Data diperoleh melalui penyebaran kuisisioner kepada responden. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Model persamaan linier berganda yang digunakan dapat dinyatakan sebagai berikut.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 D_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \mu_i \dots \dots \dots (3.2)$$

Keterangan:

Y = Pendapatan

β_0 = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi masing-masing variabel independen

D_1 = *Dummy* penggunaan *E-commerce*

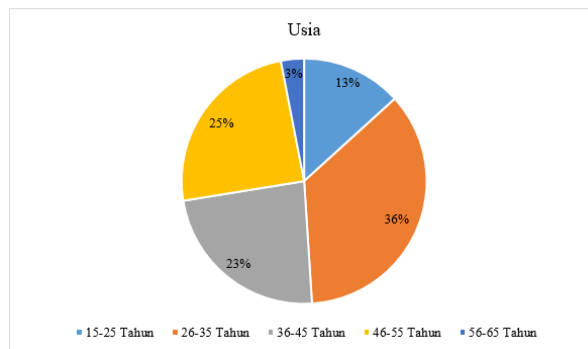
X_1 = Penggunaan *E-commerce*

X_2 = Jumlah pelanggan

X_3 = Modal usaha

μ_i = Variabel pengganggu (residual error) yang mewakili faktor lain berpengaruh terhadap Y namun tidak dimasukkan dalam model

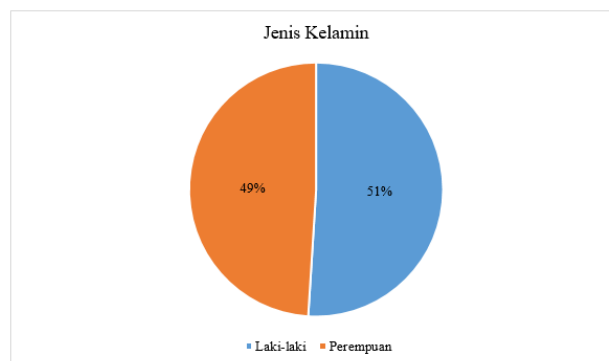
HASIL DAN PEMBAHASAN



Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Gambar 1.
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

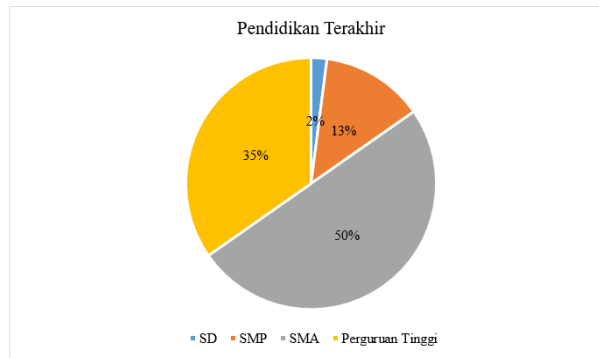
Mayoritas responden pada penelitian ini berusia 26-35 tahun, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM bidang kuliner yang menjadi responden merupakan kelompok usia produktif yang memiliki kemampuan daya nalar dan berpikir dalam kondisi prima sehingga dapat meningkatkan produksinya dan mendapatkan pendapatan yang lebih besar.



Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Gambar 2.
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

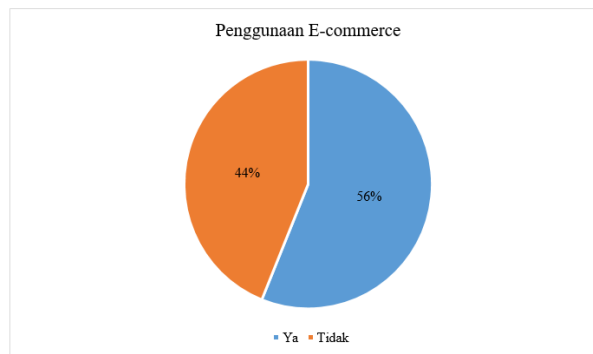
Dari 98 responden yang diteliti sebanyak 51 persen responden berjenis kelamin laki-laki dan sebesar 49 persen responden berjenis kelamin perempuan. Artinya jumlah responden laki-laki dan perempuan dalam penelitian ini tidak jauh berbeda. Hal ini terjadi karena dalam usaha UMKM bidang kuliner tidak memerlukan keterampilan khusus yang hanya dimiliki oleh salah satu *gender* sehingga siapapun baik kaum laki-laki maupun kaum perempuan bisa terjun ke dalam usaha ini.



Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Gambar 3.
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

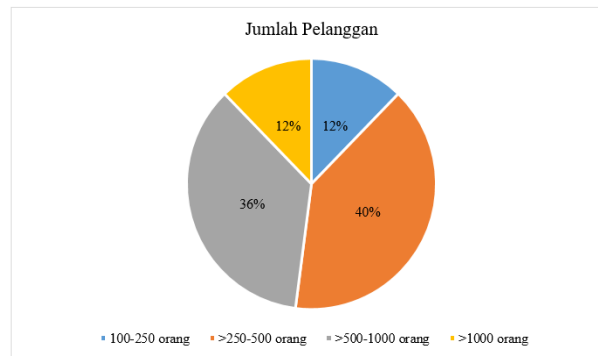
Mayoritas responden dalam penelitian ini berpendidikan SMA. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM bidang kuliner di Denpasar Barat dari segi pendidikan sudah cukup baik karena sudah menempuh pendidikan sampai SMA yaitu rata-rata 12 tahun.



Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Gambar 4.
Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan E-commerce

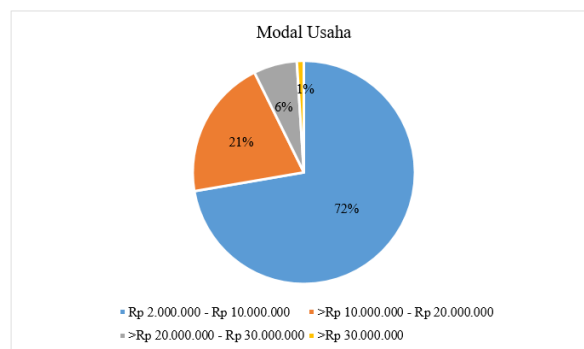
Sebanyak 56 persen menggunakan *E-commerce* dan 44 persen tidak menggunakan *E-commerce*, sehingga mayoritas responden dari penelitian ini adalah pelaku UMKM bidang kuliner yang menggunakan *E-commerce* sebagai sarana dalam memasarkan produknya. Salah satu alasan utama responden tidak menggunakan *E-commerce* dalam memasarkan produknya adalah karena terbatasnya SDM di bidang teknologi. Adapun *E-commerce* yang digunakan oleh mayoritas responden terdiri dari Go Food, Grab Food, dan Shopee Food karena ketiga *E-commerce* tersebut dianggap paling efektif dalam membantu memasarkan produk dari UMKM bidang kuliner.



Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Gambar 5.
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pelanggan

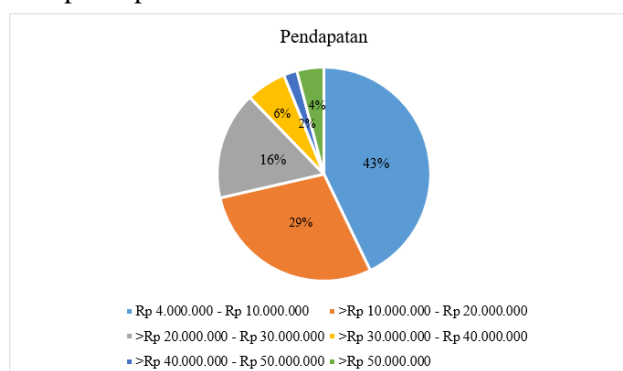
Karakteristik responden berdasarkan jumlah pelanggan diketahui bahwa mayoritas responden dari penelitian ini memiliki jumlah pelanggan antara lebih dari 250-500 orang.



Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Gambar 6.
Karakteristik Responden Berdasarkan Modal Usaha

Mayoritas responden dari penelitian ini memiliki modal usaha antara Rp 2.000.000 – Rp 10.000.000. Modal yang dikeluarkan akan mempengaruhi perolehan pendapatan bagi pelaku UMKM bidang kuliner di Denpasar Barat. Para pelaku UMKM akan berusaha meminimumkan pengeluaran modal dan memaksimalkan pendapatan.



Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Gambar 7.
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan adalah total penerimaan (uang dan bukan uang) seseorang atau suatu rumah tangga selama periode tertentu. Mayoritas responden dalam penelitian ini memperoleh pendapatan mulai dari Rp 2.000.000 – Rp 10.000.000

Tabel 1.
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Penggunaan <i>E-commerce</i>	98	0	1	.56	.499
Jumlah Pelanggan	98	100	2000	633.98	407.301
Modal Usaha	98	2000000	36000000	8850000.00	6437250.646
Pendapatan	98	4000000	66000000	17275510.20	13062538.403
Valid N (<i>listwise</i>)	98				

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 98 sampel. Variabel pendapatan memiliki nilai terendah Rp 4.000.000 dan nilai tertinggi Rp 66.000.000 dengan rata-rata sebesar Rp 17.275.510. Variabel penggunaan *E-commerce* berangka 0 dan 1 dikarenakan variabel penggunaan *E-commerce* merupakan variabel *dummy*. Angka 0 menunjukkan bahwa pelaku UMKM bidang kuliner yang menjadi responden tidak menggunakan *E-commerce* sebagai sarana dalam memasarkan produknya. Sedangkan angka 1 menunjukkan bahwa pelaku UMKM bidang kuliner yang menjadi responden menggunakan *E-commerce* sebagai sarana dalam memasarkan produknya. Variabel jumlah pelanggan memiliki nilai antara 100 orang sampai 2000 orang dengan rata-rata 633 orang. Variabel modal usaha memiliki nilai antara Rp 2.000.000 sampai Rp 36.000.000 dengan rata-rata Rp 8.850.000.

Tabel 2.
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	369.65457699
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.063
	Negative	-.057
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Hasil uji normalitas diperoleh besarnya nilai Test Statistik *Kolmogrov-Smirnov* (K-S) adalah 0,64 dengan nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,200 yang lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, berarti data residual berdistribusi normal dan dapat dikatakan telah lolos uji normalitas.

Tabel 3.
Hasil Uji Multikoleniaritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Penggunaan <i>E-commerce</i>	.481	2.080
	SQRT Jumlah Pelanggan	.329	3.037
	SQRT Modal Usaha	.319	3.139

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Hasil uji diperoleh bahwa masing-masing variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 10 persen (0,1) dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga model dikatakan tidak mengandung gejala multikolinearitas.

Tabel 4.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-33.050	90.796		-.364	.717
	Penggunaan <i>E-commerce</i>	-27.369	68.064	-.055	-.402	.689
	SQRT Jumlah Pelanggan	3.247	5.508	.098	.589	.557
	SQRT Modal Usaha	.087	.044	.335	1.980	.051

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Hasil uji diperoleh bahwa nilai Sig. dari masing-masing variabel independen adalah diatas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yaitu penggunaan *E-commerce*, jumlah pelanggan, dan modal usaha bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Tabel 5.
Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Model		ANOVA ^a				Sig.
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	
1	Regression	177249242.152	3	59083080.717	419.013	.000 ^b
	Residual	13254517.110	94	141005.501		
	Total	190503759.262	97			

a. Dependent Variable: SQRT Pendapatan

b. Predictors: (Constant), SQRT Modal Usaha, Penggunaan *E-commerce*, SQRT Jumlah Pelanggan

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Hasil uji kelayakan model (uji F) menunjukkan bahwa $F_{hitung} = 419,013 > F_{tabel} = 2,70$, serta nilai signifikansi juga lebih kecil dari 0,05 yang berarti terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan dari variabel penggunaan *E-commerce* (X1), jumlah pelanggan (X2), dan modal usaha (X3) terhadap pendapatan pelaku UMKM bidang kuliner di Denpasar Barat (Y). Hal ini juga didukung dengan nilai *R Square* sebesar 0,930 yang berarti variabel penggunaan *E-commerce*, jumlah pelanggan, dan modal usaha berpengaruh terhadap pendapatan pelaku UMKM bidang kuliner di Denpasar Barat sebesar 93 persen dan 7 persen dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Tabel 6.
Hasil Uji Pengaruh Parsial (Uji t)

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.914	147.046		.115	.909
	Penggunaan <i>E-commerce</i>	437.480	110.231	.156	3.969	.000
	SQRT Jumlah Pelanggan	23.597	8.920	.125	2.645	.010
	SQRT Modal Usaha	1.094	.071	.745	15.448	.000

a. Dependent Variable: SQRT Pendapatan

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Besarnya nilai sig. pengaruh penggunaan *E-commerce* (X1) terhadap pendapatan (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,969 > t_{tabel} 1,98552$ sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan *E-commerce* (X1) berpengaruh signifikan dan positif terhadap pendapatan pelaku UMKM bidang kuliner di Denpasar Barat (Y). Koefisien sebesar 437,480 artinya pendapatan pelaku UMKM lebih tinggi setelah jika menggunakan *E-commerce* dibandingkan tidak menggunakan *E-commerce* dimana perbedaannya sebesar Rp437,480 dengan asumsi variabel jumlah pelanggan dan modal usaha konstan. Menurut Rahayu & Day (2016) perusahaan yang menggunakan *E-commerce* akan merasakan manfaat yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang tidak menggunakan *E-commerce*. Hasil ini didukung oleh penelitian Helmalia & Arfinawati (2018), Pinatih & Indrajaya (2019), dan Setyorini dkk (2019) yang menyatakan bahwa penggunaan *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

Besarnya nilai sig. pengaruh jumlah pelanggan (X2) terhadap pendapatan (Y) sebesar $0,010 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,645 > t_{tabel} 1,98552$ sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah pelanggan (X2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap pendapatan pelaku UMKM bidang kuliner di Denpasar Barat (Y). Koefisien sebesar 23,597 artinya jika jumlah pelanggan meningkat sebesar 1 orang maka pendapatan pelaku UMKM bidang kuliner di Denpasar Barat akan meningkat sebesar Rp23,597 dengan asumsi variabel penggunaan *E-commerce* dan modal usaha konstan. Sesuai dengan Teori Kepuasan Pelanggan yang dinyatakan oleh Kotler (2008), bahwa semakin tinggi kepuasan pelanggan akan suatu produk perusahaan maka semakin meningkat jumlah pelanggan perusahaan tersebut dan hal ini dapat mendorong peningkatan pendapatan perusahaan. Sejalan dengan penelitian Pinatih & Indrajaya (2019), dan Subandi (2009), jumlah pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Artinya ketika terjadi penambahan jumlah pelanggan maka penerimaan atau pendapatan perusahaan akan mengalami peningkatan.

Besarnya nilai sig. pengaruh jumlah pelanggan (X2) terhadap pendapatan (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 15,448 > t_{tabel} 1,98552$ sehingga dapat disimpulkan bahwa modal usaha (X3) berpengaruh signifikan dan positif terhadap pendapatan pelaku UMKM bidang kuliner di Denpasar Barat (Y). Koefisien sebesar 1,094 artinya jika jumlah modal usaha meningkat sebesar 1 rupiah maka pendapatan pelaku UMKM bidang kuliner di Denpasar Barat akan meningkat sebesar 1,094 rupiah dengan asumsi variabel penggunaan *E-commerce* dan jumlah pelanggan konstan. Sesuai dengan Teori Cobb-douglas menyatakan bahwa modal mempengaruhi output produksi. Semakin banyak jumlah output yang diproduksi, maka akan semakin banyak output yang bisa dijual dan akan meningkatkan pendapatan. Hasil ini juga didukung oleh penelitian Gill et al (2010), Rachmawati (2013), Utami & Edi (2013), Chintya (2013), Putra (2015), dan Atun (2016) juga menyatakan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, dapat diambil beberapa simpulan sebagai berikut. Secara simultan menunjukkan bahwa penggunaan *E-commerce*, jumlah pelanggan, dan modal usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM bidang kuliner di Denpasar Barat. Hal ini juga didukung dengan nilai R Square sebesar 0,93 yang berarti 93 persen pendapatan pelaku UMKM bidang kuliner di Denpasar Barat dipengaruhi oleh variabel penggunaan *E-commerce*, jumlah pelanggan, dan modal usaha dan sebesar 7 persen dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Variabel penggunaan *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM bidang kuliner di Denpasar Barat. Hasil ini memiliki arti bahwa

jumlah pendapatan pelaku UMKM bidang kuliner di Denpasar Barat akan lebih tinggi apabila pelaku UMKM menggunakan *E-commerce* dalam memasarkan produknya dibandingkan tidak menggunakan *E-commerce* dalam memasarkan produknya. Variabel jumlah pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM bidang kuliner di Denpasar Barat. Hasil ini memiliki arti bahwa apabila jumlah pelanggan meningkat maka jumlah pendapatan pelaku UMKM bidang kuliner di Denpasar Barat juga akan meningkat. Variabel modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM bidang kuliner di Denpasar Barat. Hasil ini memiliki arti bahwa apabila jumlah modal usaha meningkat maka jumlah pendapatan pelaku UMKM bidang kuliner di Denpasar Barat juga akan meningkat. Para pelaku UMKM sebaiknya menggunakan *E-commerce* dalam menjalankan usahanya. Penggunaan *E-commerce* akan memudahkan para pelaku UMKM dalam meningkatkan pemasaran dalam produknya sehingga dapat meningkatkan pendapatan. Pemerintah disarankan dapat memfasilitasi digitalisasi UMKM khususnya dalam pemanfaatan *E-commerce*, mengingat peran penting *E-commerce* dalam meningkatkan pendapatan suatu usaha. Selain itu oleh karena kurangnya pengetahuan pelaku UMKM mengenai kemajuan teknologi maka pemerintah diharapkan dapat memberikan sosialisasi maupun stimulus mengenai pentingnya digitalisasi UMKM dengan menggunakan *E-commerce*.

REFERENSI

- Atun, Nur Isni. (2016). Pengaruh Modal, Lokasi, dan Jenis Dagangan terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*. 5(4), 324.
- Asri, M. (1986). *Manajemen Perusahaan, Pendekatan Operasional*. BPFE: Yogyakarta.
- Ayu, S. dan Lahmi, A. (2020). Peran *E-commerce* Terhadap Perekonomian Indonesia Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*. 9(2), 114-123.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2020). Badan Pusat Statistik Provinsi Bali.
- Chintya, W. A. dan Darsana, I. B. (2013). Analisis Pendapatan Pedagang Di Pasar Jimbaran, Kelurahan Jimbaran. *E-Jurnal EP Unud*. Vol. 2 No. 6 277- 283.
- Dinas Koperasi dan UKM. (2020). Dinas Koperasi dan UKM Pemerintah Kota Denpasar.
- Firdausa, Rosetyadi Artistyan. (2013). Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha, Dan Jam Operasional Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Di Pasar Bintoro Demak. *Diponegoro Journal of Economics*. 2(1), pp: 1-6.
- Gill, A., Biger, N., and Mathur, N. (2010). The Relationship Between Working Capital Management And Profitability: Evidence From The United States. *Business and Economics Journal*. Volume 2010: BEJ-10, pp: 1-9.
- Hamza, L. M., & Agustien, D. (2019). Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. 8(2), 127–135.
- Helmalia, H. dan Afrinawati, A., (2018). Pengaruh *E-commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*. 3(2), 237-246.
- Krisnandhi, S. (2006). The economic Development of Indonesia's sea Fishing Industry. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*. 5(1),49-72.
- Kotler, Philip and Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 edisi ke 13. Jakarta.
- Marantiani, D. N. dan Budhi, M. K. S. (2017). Pengaruh Penggunaan *E-commerce*, Jumlah Pelanggan Dan Modal Usaha Terhadap Pendapatan Pelaku Ukm Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*. 6(10), 2013-2042.
- Naeruz, M., (2018). Analisis Pengaruh Jumlah Pelanggan, Tarif dan Promosi terhadap Pendapatan Industri Telekomunikasi (PT. Indosat Ooredoo, PT. Telkomsel, PT. XL Axiata) Di Indonesia. *JEpa*, 3 (2), 87-102.
- Pinatih, M. W. K. & Indrajaya, I. G. B., (2019). Peran Jumlah Pelanggan Dalam Memediasi Penggunaan *E-commerce* Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Di Kota Denpasar. *E-Jurnal EP Unud*. 8 (12), 2959 – 2988.
- Putra, I. P. D. & Sudirman, I. W., (2015). Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Dengan Lama Usaha Sebagai Variabel Moderating. *E-Jurnal EP Unud*. 4(9), 1048-1193.

- Putra, S. & Sudibia, K., (2018). Pengaruh Faktor Sosial, Ekonomi Dan Demografi Terhadap Pendapatan Usaha Sektor Informal Di DesaDarmasaba. *Buletin*, 14, pp.49-58.
- Rachmawati, H., (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengusaha Pada Industri Kecil (Studi Kasus Pada Industri Marning Jagung, Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang). *Disertasi*. Universitas Brawijaya.
- Rahayu, R. & Day, J. (2016). *E-commerce* Adoption by SMEs in Developing Countries: Evidance from Indonesia. *Journal Bus Eurasia Rev.* 7(1), 25-41.
- Reinartz, W.J., & Kumar, V. (2000). On the Profitability of Long-Life Customers in a Noncontractual Setting: An Empirical Investigation and Implications for Marketing. *Journal of Marketing*. 64: pp: 17–35.
- Rosidi, A.M. dan Suparno, S. (2018). Pengaruh Modal Dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Home Industri Sepatu Di Kabupaten Sidoarjo (Study Kasus Di Kecamatan Krian). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 703-710.
- Tambunan, Tulus. (2012). Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia Isu-Isu Penting. Jakarta: LP3ES.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H.E., & Verawati, D. M., (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4 (2), 137-146.
- Setiaji, K. dan Fatuniah, A.L., (2018). Pengaruh modal, lama usaha dan lokasi terhadap pendapatan pedagang pasar pasca relokasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis*. 6(1), 1-14.
- Setyorini, D., Nurhayaty, E. and Rosmita, R., (2019). Pengaruh Transaksi Online (*E-commerce*) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(5), pp.501-509.
- Subandi, Wenny. (2009). Analisis Dampak Pemadaman Listrik Terhadap Pendapatan Usaha Warung Internet (Warnet) di Kota Medan. *Skripsi*. Universitas Sumatra Utara.
- Utami, Setyaningsih Sri dan Edi, Wibowo. (2013). Pengaruh Modal Kerja Terhadap Pendapatan dengan Lama Usaha sebagai Variabel Moderasi (Survei pada Pedagang Pasar Klithikan Notoharjo Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. 13(2), 175-179.