

PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE*, JUMLAH PELANGGAN DAN MODAL USAHA TERHADAP PENDAPATAN PELAKU UKM DI KOTA DENPASAR

Desak Nyoman Marantiani¹
Made Kembar Sri Budhi²

^{1,2}Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia.

e-mail: desak_nymmarantiani@yahoo.com/ telp: +62 87862256344

ABSTRAK

Usaha Kecil, dan Menengah (UKM) mempunyai peran penting dan strategis bagi pertumbuhan ekonomi negara, baik negara berkembang maupun negara maju. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh secara simultan dan parsial penggunaan *e-commerce*, jumlah pelanggan dan modal usaha terhadap pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 86 pelaku UKM di Kota Denpasar. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil analisis memperoleh hasil bahwa secara simultan variabel penggunaan *e-commerce*, jumlah pelanggan dan modal usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar. Secara parsial penggunaan *e-commerce*, jumlah pelanggan dan modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar.

Kata Kunci: *e-commerce*, jumlah pelanggan, modal, pendapatan

ABSTRACT

Small and Medium Enterprises (SMEs) have an important and strategic role for the economic growth of the country, both developing and developed countries. The purpose of this research is to analyze the influence of simultaneous and partial use of e-commerce, the customers and venture capital to the income of SMEs in Denpasar City. Data used primary data. The samples used are 86 SMEs in Denpasar City. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. The result show that simultaneously the variable of e-commerce usage, the customers and the business capital had a significant effect on the income of SMEs in Denpasar City. Partially the use of e-commerce, the customers and business capital have a positive and significant impact on the income of SMEs in the city of Denpasar.

Keywords: *e-commerce, customers, capital, income*

PENDAHULUAN

Usaha Kecil, dan Menengah (UKM) mempunyai peran penting dan strategis bagi pertumbuhan ekonomi negara, baik negara berkembang maupun negara maju. Kemampuan UKM perlu diberdayakan dan dikembangkan secara terus menerus dengan berusaha mereduksi kendala yang dialami UKM, sehingga mampu memberikan kontribusi lebih maksimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat (Sutaryo, 2004). UKM menjadi tumpuan untuk menghasilkan nilai tambah, penciptaan lapangan kerja, dan sumber devisa. Tidaklah mengherankan jika UKM menjadi sektor yang eksotis sehingga menjadi bagian penting dari persaingan perdagangan internasional. Negara yang berhasil menjadi negara maju juga memiliki keberhasilan dalam memajukan sektor usaha kecil dan menengah (Riana dan Wiagustini, 2014).

Peran UKM sangatlah penting bagi perekonomian yang mampu menjadi tumpuan ditengah terjadinya krisis ekonomi di Indonesia akibat belum kokohnya fundamental perekonomian Indonesia saat ini, mendorong pemerintah untuk terus memberdayakan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Sektor ini mampu menyerap tenaga kerja cukup besar dan memberi peluang bagi UKM untuk berkembang dan bersaing dengan perusahaan yang lebih cenderung menggunakan modal besar (*capital intensive*). Menurut Fauzi (2016), ketimpangan pendapatan merupakan salah satu masalah serius dalam perekonomian. Disisi lain, UKM juga menghadapi banyak sekali permasalahan, yaitu terbatasnya modal kerja, Sumber Daya Manusia (SDM) yang rendah, dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi

(Sudaryanto dan Hanim, 2002). Masalah lain yang dihadapi dan sekaligus menjadi kelemahan UKM adalah kurangnya akses informasi, khususnya informasi pasar (Ishak, 2005). Hal tersebut menjadi kendala dalam hal memasarkan produk-produknya, karena dengan terbatasnya akses informasi pasar yang mengakibatkan rendahnya orientasi pasar dan lemahnya daya saing di tingkat global. Miskinnya informasi mengenai pasar tersebut, menjadikan UKM tidak dapat mengarahkan pengembangan usahanya secara jelas dan fokus, sehingga perkembangannya mengalami stagnasi.

Keberadaan UKM dapat dijadikan sebagai akses dalam mengurangi pengangguran dan menjadi tumpuan sumber pendapatan masyarakat. Pendapatan merupakan keseluruhan penerimaan yang diterima pekerja, rumah tangga atau pedagang, baik berupa fisik maupun non fisik selama bekerja atau berusaha (Firdausa, 2012). Setiap pelaku usaha UKM memiliki pendapatan yang berbeda-beda. Aktivitas perdagangan yang semakin meningkat menyebabkan semakin tingginya persaingan antar pelaku UKM dalam memperoleh pendapatan (Kurniawan, 2016). Pendapatan itulah yang nantinya dapat digunakan sebagai alat pemenuh kebutuhan (Dewi, 2012). Salah satu strategi yang dapat digunakan untuk menanggulangi adalah meningkatkan pendapatan adalah dengan membentuk suatu kebijakan mengenai persaingan usaha (Woo, 2010)

Kota Denpasar merupakan salah satu daerah di Provinsi Bali yang memiliki UKM dengan perkembangan yang cukup pesat. UKM di Kota Denpasar merupakan asset tersendiri yang akan memperkuat pondasi perekonomian daerah, ininya dapat menjadi sumber pendapatan bagi pemerintah daerah, selain itu

peran serta UKM dapat mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan, dan peningkatan pendapatan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan. Adapun jenis produk dan jasa yang dihasilkan dari pelaku UKM di Kota Denpasar adalah terkait dengan jenis usaha pada sektor industri dan perdagangan, sektor pertanian dan peternak, sektor kelautan dan perikanan sektor kehutanan, sektor energi dan sumber daya mineral, sektor perhubungan, sektor telekomunikasi, sektor kesehatan. Pembangunan ekonomi masyarakat merupakan skala prioritas untuk menyadari pentingnya pemberdayaan UKM. Data jumlah pelaku UKM di Kota Denpasar adalah sebagai berikut.

Tabel 1 Jumlah pelaku UKM di Kota Denpasar Tahun 2016

No.	Kecamatan	Jumlah pelaku UKM (unit)
1	Denpasar Utara	114
2	Denpasar Timur	136
3	Denpasar Selatan	195
4	Denpasar Barat	155
Jumlah		600

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM, 2016

Berdasarkan Tabel 1 jumlah pelaku UKM di Kota Denpasar tahun 2016 yang tersebar di empat kecamatan di Kota Denpasar adalah sebanyak 600 unit. Daerah dengan jumlah pelaku pengguna UKM terbanyak adalah wilayah Denpasar Selatan, yaitu sebanyak 195 unit. Daerah dengan sebaran pelaku UKM terendah Denpasar Utara yaitu sebanyak 114 unit. Dari jumlah tersebut menunjukkan bahwa perkembangan UKM di kota Denpasar telah terdistribusi secara merata dan tumbuh dan berkembang dengan baik di masing-masing kecamatan di Kota Denpasar.

Perkembangan UKM ditengah era globalisasi semakin kompetitif dalam menghadapi persaingannya dengan perusahaan-perusahaan besar. Menjalankan

usaha kecil-kecilan dan tidak memilih-milih pekerjaan bahkan dengan modal kecil yang merupakan salah satu ciri dari sektor informal (Hyman, 2012). Agar tetap mampu berkompetitif, UKM harus menggunakan Teknologi Informasi (TI) dalam tingkatan yang sesuai dengan ukuran perusahaan. Pendidikan bukan saja akan melahirkan sumber daya manusia (SDM) berkualitas, memiliki pengetahuan dan keterampilan serta menguasai teknologi, tetapi juga dapat menumbuhkan iklim bisnis yang sehat dan kondusif bagi pertumbuhan ekonomi (Artana Yasa, 2015). Teknologi Informasi (TI) sebenarnya hadir sebagai penyelamat bagi UKM karena Teknologi Informasi (TI) memberikan peralatan yang dibutuhkan untuk operasional dan manajemen (Maksuod, 2003).

Salah satu bentuk perdagangan melalui Teknologi Informasi (TI) adalah *e-commerce*. Rainer dan Cigielski (2011) mengemukakan bahwa *electronic commerce (e-commerce)* menggambarkan proses membeli, menjual, mentransfer, atau bertukar produk, jasa, atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk *internet*. *E-commerce* juga memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan bisnis mereka. Salah satu manfaat utama dari *e-commerce* adalah akses ke dan dari pasar global. *E-commerce* menghilangkan hambatan geografis beberapa perusahaan yang ingin melakukan perdagangan global. Penggunaan *e-commerce* akan membantu perusahaan untuk menarik pelanggan baru, sehingga meningkatkan pasar dan profitabilitas mereka secara keseluruhan (Khan dan Motiwalla, 2002). Kraemer *et al.*, (2002) menyatakan bahwa *e-commerce* akan mempengaruhi kinerja perusahaan dan akhirnya akan meningkatkan pendapatan perusahaan.

Guna memperluas jangkauan dalam pemasaran produk UKM melalui *e-commerce*. Penggunaan *e-commerce* di Kota Denpasar mulai berkembang sejak tahun 2009 dan hingga sekarang terus mengalami perkembangan yang sangat pesat (Denpost, 2016). Dalam mendukung proses transaksi perdagangan *e-commerce* memiliki peran yang sangat besar dalam meningkatkan pendapatan pelaku usaha. Kota Denpasar merupakan daerah yang potensial dalam pengembangan bisnis berbasis *e-commerce*. Penggunaan *e-commerce* maka dapat mendorong percepatan pertumbuhan dan perkembangan perekonomian. Data jumlah pelaku UKM di Kota Denpasar yang menggunakan *e-commerce* adalah sebagai berikut.

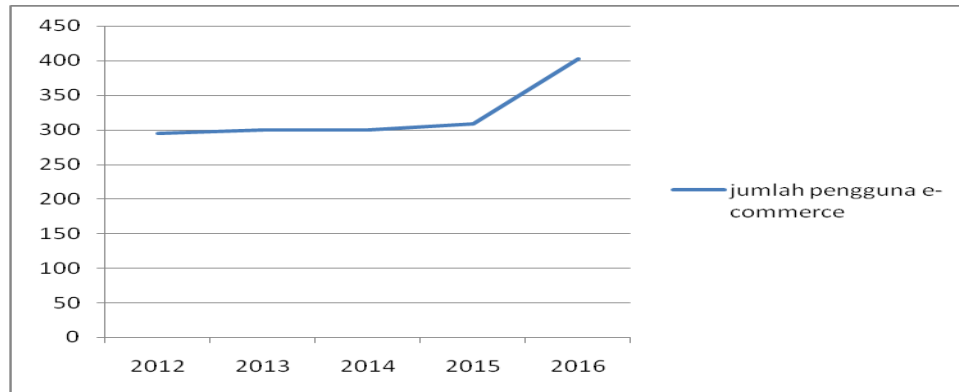
Tabel 2 Jumlah pelaku UKM di Kota Denpasar yang menggunakan *e-commerce* Tahun 2016

No.	Kecamatan	Jumlah pelaku UKM (unit)
1	Denpasar Utara	84
2	Denpasar Timur	92
3	Denpasar Selatan	132
4	Denpasar Barat	95
Jumlah		403

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM, 2016

Berdasarkan Tabel 2 jumlah pelaku UKM di Kota Denpasar yang menggunakan *e-commerce* tahun 2016 yang tersebar di empat kecamatan di Kota Denpasar adalah sebanyak 403 unit. Daerah dengan jumlah pelaku pengguna UKM yang menggunakan *e-commerce* terbanyak adalah wilayah Denpasar Selatan, yaitu sebanyak 132 unit. Daerah dengan sebaran pelaku yang menggunakan *e-commerce* terendah Denpasar Utara yaitu sebanyak 84 unit.

Gambar 1 Perkembangan pelaku UKM yang menggunakan *e-commerce* di Kota Denpasar selama tahun 2012-2016



Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM, 2017

Pada pengembangan usaha suatu perusahaan jumlah pelanggan merupakan salah satu faktor penting dalam mempengaruhi pendapatan. Dalam pandangan tradisional, pelanggan suatu perusahaan adalah orang yang membeli dan menggunakan produk yang diproduksi oleh perusahaan. Pelanggan tersebut merupakan orang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses menghasilkan produk (Diana, 2003:100). Semakin lama pedagang menjalani usahanya, maka semakin banyak jumlah pelanggan yang dimiliki. Peningkatan jumlah pelanggan, baik yang berbelanja langsung ke toko ataupun yang berbelanja lewat media *online* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan yang diperoleh. Namun, meskipun demikian belum tentu usaha yang beroperasi lebih singkat memiliki jumlah pelanggan dan pendapatan yang lebih sedikit daripada usaha yang telah beroperasi lebih lama. Pada hakikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan (Reinartz, 2000). Oleh karena itu hanya dengan memahami proses dari pelanggan maka organisasi dapat menyadari dan menghargai makna kualitas produknya.

Dalam upaya meningkatkan pendapatannya pelaku UKM akan melakukan beberapa strategi pendekatan kepada pelanggannya. Pendekatan tersebut dapat berupa pendekatan secara konvensional ataupun dengan menggunakan media elektronik. Ditengah perkembangan zaman pelaku UKM saat ini lebih memanfaatkan media internet yang terhubung dengan *e-commerce*. Meskipun telah terjadi pergeseran terhadap pendekatan yang digunakan, namun pendekatan konvensional tidak ditinggalkan. Penerapan strategi pasar baik melalui pendekatan konvensional maupun berbasis *e-commerce* diharapkan mempengaruhi pendapatan.

Salah satu yang mengindikasikan bahwa perkembangan UKM di Kota Denpasar kekurangan modal adalah masih lemahnya akses UKM dengan lembaga keuangan dan kesulitan mendapatkan kredit. Akses UKM terhadap institusi keuangan atau pendanaan memang masih relatif terbatas. Hal ini sesuai dengan pernyataan Menteri Negara Koperasi dan UKM Suryadharma Ali bahwa dari sejumlah unit usaha itu sebanyak 99,96 persen merupakan usaha mikro dan kecil. Namun demikian perkembangan UMKM umumnya masih mengalami berbagai masalah dan belum sepenuhnya sesuai dengan yang diharapkan. Modal yang diperlukan untuk mengembangkan UKM lebih banyak mengandalkan modal pribadi dan perputaran hasil usaha yang diperoleh, sehingga perkembangan UKM menjadi kurang efektif dan bahkan seringkali mengalami kebangkrutan.

Kesulitan dalam memperoleh kredit sangat dirasakan oleh para pelaku UKM. Akses modal yang terbatas dan dengan prosedur yang semakin sulit menjadi salah satu kendala besar yang dirasakan oleh pelaku UKM dari sisi pendanaan (Parinduri, 2016).

Hal ini akan berdampak terhadap perkembangan usaha pelaku UKM. Hasil observasi awal kepada salah satu pelaku UKM di bidang *bakery* yaitu Putu Wijaya saat wawancara mendalam pada tanggal 20 April 2017 berpendapat:

“Modal merupakan faktor penentu tingkat pendapatan pedagang. Jika modal tinggi dan dengan diimbangi tingginya permintaan konsumen maka pendapatan akan maksimum. Semakin banyak modal yang dimiliki maka akan semakin besar peluang pedagang untuk memperoleh pendapatan yang lebih tinggi karena semakin besar kemampuan membeli bahan baku usaha. Namun kenyataannya, para pengusaha kesulitan dalam mencari akses permodalan. Hal ini terjadi karena sulitnya prosedur dalam pengajuan kredit”.

Hasil penelitian Wirawan (2015), menyatakan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Hasil penelitian Putra (2015), menyatakan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Artinya ketika terjadi peningkatan modal maka pendapatan perusahaan tersebut akan meningkat. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian Adhiatma (2014), yang menyatakan bahwa modal secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pedagang kayu glondong di Kelurahan Karangkebagusan Jepara. Hal ini mengindikasikan semakin besar modal yang digunakan pedagang maka akan semakin tinggi pendapatan yang diperoleh pedagang. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Utami (2013), juga memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa modal kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah 1) untuk menganalisis pengaruh penggunaan *e-commerce*, jumlah pelanggan dan modal usaha secara simultan terhadap pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar, an 2) untuk

menganalisis pengaruh penggunaan *e-commerce*, jumlah pelanggan dan modal usaha secara parsial terhadap pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar.

Hipotesis Penelitian

Salah satu keuntungan yang ditawarkan oleh *e-commerce* bagi UKM adalah memperluas saluran pemasaran produk atau pangsa pasar sehingga dapat menjangkau ke berbagai belahan dunia. Menurut Lemono (2015), menyatakan penggunaan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap pengembangan UKM. Aplikasi *e-commerce* dapat meningkatkan kecepatan, intensif dan mengurangi biaya hubungan antar perusahaan dengan entitas eksternal lainnya seperti pemasok, distributor, rekanan dan konsumen dibandingkan dengan cara konvensional. Karagozoglu dan Lindell (2004) telah menemukan bahwa *e-commerce* memiliki dampak positif pada pengembangan basis pelanggan dan pemasaran produk. Selanjutnya, Love dan Irani (2004) juga mengemukakan bahwa *e-commerce* membantu UMKM mengetahui manfaat dalam fungsi operasi, yaitu membantu untuk meningkatkan kinerja secara keseluruhan. Hasil ini sama dengan penelitian Wang dan Ahmed (2009), Wu *et al.* (2003) dan Daniel dan Grimshaw (2002), yang menemukan bahwa bisnis yang lebih besar menunjukkan minat yang besar dalam mengadopsi *e-commerce* untuk peningkatan efisiensi aspek operasinya.

H₁: Penggunaan E-Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

Menurut Subandi (2009), jumlah pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan perusahaan. Artinya ketika terjadi penambahan jumlah pelanggan maka penerimaan atau pendapatan perusahaan akan mengalami

peningkatan. Hal ini sejalan laporan tahunan First Media (2013), yang menyatakan bahwa jumlah pelanggan akan berpengaruh positif terhadap pendapatan. Peningkatan jumlah pelanggan dapat dilakukan dengan kebijakan menurunkan harga (Cho, 1999). Hasil penelitian Berger (1998), menyatakan peningkatan pendapatan tersebut berasal dari pelanggan yang telah ada maupun melalui penambahan pelanggan baru selama tahun berjalan.

H₂: Jumlah pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

Modal merupakan kebutuhan yang kompleks karena berhubungan dengan keputusan pengeluaran dalam kegiatan usaha untuk meningkatkan pendapatan dan mencapai keuntungan yang maksimum (Widjaya, 1985). Tanpa modal usaha tidak akan dapat berjalan (Asri, 1985). Modal yang dimiliki pengusaha sektor informal relatif sedikit sehingga itu akan sulit untuk dapat meningkatkan produktivitasnya. Teori *Cobb-douglas* menyatakan bahwa modal mempengaruhi *output* produksi. Hal ini menunjukkan semakin tinggi modal akan dapat meningkatkan hasil produksi, hal ini karena dalam proses produksi membutuhkan biaya yang digunakan untuk tenaga kerja dan pembelian bahan baku serta peralatan (Sulistiana, 2013). Menurut Hariwan (2015), rendahnya kualitas SDM (IPM) menyebabkan rendahnya produktivitas kerja dan menyebabkan pelaku UKM banyak mengalami kendala.

H₃: Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berbentuk asosiatif, yaitu untuk Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-commerce*, jumlah pelanggan dan modal kerja terhadap pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar. Lokasi penelitian ini adalah di Kota Denpasar. Lokasi ini dipilih karena Kota Denpasar merupakan pusat kota dengan pertumbuhan sektor ekonomi masyarakat sangat cepat, jumlah penduduk yang padat dan populasi yang cukup tinggi. Oleh karena itu, selera masyarakat yang sudah berubah dapat ditangkap dengan jelas. Selain itu secara teknis, Kota Denpasar merupakan barometer Bali, pemberi kesan pertama atau *first images*, mengenai Bali secara keseluruhan dan mempunyai daya beli yang tinggi dibandingkan kota lain di Bali sehingga lokasi ini relevan dipilih sebagai lokasi penelitian.

Variabel terikat (*dependent variable*), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas atau variabel yang mengalami perubahan akibat pengaruh variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah pendapatan (Y). Pendapatan pelaku UKM (Y) adalah total penerimaan atau penghasilan yang diterima oleh pelaku UKM di Kota Denpasar, baik yang menghasilkan produk atau jasa. Pendapatan dalam penelitian ini dinyatakan dalam pendapatan pelaku UKM selama satu bulan dengan satuan rupiah (Rp).

Variabel bebas (*independent variable*), yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah penggunaan *e-commerce* (X_1), jumlah pelanggan (X_2), dan modal kerja (X_3).

Penggunaan *e-commerce* (X_1) adalah pemanfaatan media *e-commerce* dalam memasarkan produk dan jasa yang dihasilkan pelaku UKM di Kota Denpasar. Dalam penelitian ini variabel 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*.

Jumlah pelanggan (X_2) adalah orang yang membeli dan menggunakan produk yang di produksi oleh perusahaan atau jasa yang dihasilkan pelaku UKM. Jumlah pelanggan dalam penelitian ini dinyatakan dengan rata-rata jumlah pelanggan yang dimiliki oleh pelaku UKM yang datang selama satu bulan terakhir dari periode penyebaran kuisioner. Modal usaha (X_3) adalah jumlah uang yang dikeluarkan oleh pelaku UKM untuk biaya-biaya operasional selama satu bulan. Modal usaha dalam penelitian ini dihitung dari jumlah biaya operasional, upah pegawai dan biaya-biaya lainnya yang dilakukan perusahaan selama satu bulan. Dalam dalam penelitian ini dinyatakan dengan satuan rupiah (Rp).

Jenis data yang digunakan ada dua, yaitu data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka-angka dan dihitung dengan satuan hitung (Sugiyono, 2013). Data kuantitatif terdiri dari data penggunaan *e-commerce*, jumlah pelanggan, modal kerja dan pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar. Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan (Sugiyono, 2013). Data kualitatif yang dimaksud meliputi gambaran umum lokasi penelitian dan informasi lainnya yang terkait dengan penelitian ini.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, baik

itu berupa lisan maupun tulisan (Sugiyono, 2013). Data primer dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat penelitian dilakukan melalui kuesioner dan wawancara. Data primer yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data mengenai penggunaan *e-commerce*, jumlah pelanggan, modal kerja dan pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar. Data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik dan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Denpasar.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelaku UKM di Kota Denpasar. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 600 orang pelaku UKM di Kota Denpasar. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Non Probability Sampling*. Dengan menggunakan rumus Slovin, populasi sebanyak 600 orang pelaku UKM di Kota Denpasar dan batas kesalahan 10 persen, maka diperoleh sampel sebanyak 86 pelaku UKM di Kota Denpasar.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode kuisisioner, observasi non partisipan dan wawancara. Kuisisioner dalam penelitian ini dilakukan dengan pengisian kuisisioner oleh peneliti dari hasil pertanyaan dalam kuisisioner yang ditanyakan secara langsung terhadap responden. Kuisisioner disebarkan langsung kepada sasaran responden ke setiap pelaku UKM di Kota Denpasar. Observasi non prilaku dilakukan dengan cara pengamatan langsung atau terjun langsung melihat segala aktivitas yang dilakukan oleh pelaku UKM di Kota Denpasar. Wawancara dilakukan dengan pelaku UKM di Kota Denpasar. Adapun data yang akan di dapat adalah data terkait dengan penggunaan *e-commerce*, jumlah

pelanggan, modal usaha dan pendapatan pelaku UKM guna memperkuat hasil analisis secara statistik.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan, dalam penelitian ini bentuk umumnya adalah sebagai berikut ini:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 X_{3i} + \mu_i \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

- Y_i = Pendapatan
- X_{1i} = Penggunaan *e-commerce*
- X_{2i} = Jumlah pelanggan
- X_{3i} = Modal usaha
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien Regresi
- β_0 = Konstanta/ intersep
- μ_i = Pengganggu

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 86 orang pelaku UKM di Kota Denpasar. Karakteristik responden yang diteliti meliputi jenis kelamin, usia dan pendidikan terakhir responden. Ringkasan mengenai karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 3. Berdasarkan usia, maka karakteristik usia muda adalah usia 0 tahun sampai 14 tahun, usia produktif adalah 15 sampai 59 tahun, dan usia lanjut adalah di atas 60 tahun (Sri Moertiningsih dan Omas Bulan 2013: 23). Umur responden dengan rentang 15-25 tahun sebanyak 5

orang (5,82 persen), 26-35 tahun sebanyak 32 orang (37,20 persen), umur 36-45 tahun sebanyak 29 orang (33,72 persen), umur 46-55 tahun sebanyak 15 orang (17,44 persen) dan umur 56-65 tahun sebanyak 5 orang (5,82 persen). Mayoritas responden dari penelitian ini berumur 26-45 tahun.

Tabel 3 Karakteristik Responden

NO.	Karakteristik Responden	Jumlah	
		Orang	Persentase
1.	Usia (Th)		
	15-25	5	5,82
	26-35	32	37,20
	36-45	29	33,72
	46-55	15	14,44
	56-65	5	5,82
	Total	86	100
2.	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	29	33,70
	Perempuan	57	66,30
	Total	86	100
3.	Pendidikan Terakhir		
	SMP	9	10,50
	SMA	61	70,90
	Perguruan Tinggi	16	18,60
	Total	86	100
5.	Penggunaan e-commerce (orang)		
	Ya	58	67,40
	tidak	28	32,60
	Total	86	100
6.	Jumlah pelanggan (orang)		
	50-250	30	34,88
	>250-500	36	41,86
	>500	20	23,26
	Total	86	100
6.	Modal (Rp.)		
	4.000.000-10.000.000	39	45,35
	11.000.000-30.000.000	21	24,41
	31.000.000-60.000.000	8	9,30
	>60.000.000	18	20,93
	Total	86	100
7.	Pendapatan (Rp.)		
	5.000.000-10.000.000	31	36,10
	11.000.000-30.000.000	27	31,30
	31.000.000-50.000.000	3	3,50
	51.000.000-80.000.000	4	4,70
	81.000.000-100.000.000	6	7,00
	>100.000.000	15	17,50
	Total	86	100

Sumber: Data diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa dari 86 responden terdiri dari perempuan sebanyak 57 orang (66,30 persen), dan laki-laki sebanyak 29 orang (33,70 persen). Artinya, jumlah responden perempuan lebih besar daripada responden laki-laki. Hal ini terjadi karena dalam usaha UKM tidak menggunakan tenaga fisik yang sangat besar sehingga lebih mayoritas yang terjun ke dalam kegiatan ini adalah kaum perempuan. Berdasarkan pendidikannya responden yang pendidikannya SMP sebanyak 9 orang (10,50 persen), SMA sebanyak 61 orang (70,90 persen), dan perguruan tinggi sebanyak 16 orang (18,6 persen). Mayoritas responden dari penelitian ini berpendidikan SMA. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UKM di Kota Denpasar sudah cukup baik karena sudah menempuh pendidikan sampai SMA yaitu rata-rata 12 tahun.

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa responden yang memiliki menggunakan *e-commerce* sebanyak 58 orang (67,40 persen), dan dengan yang tidak menggunakan *e-commerce* sebanyak 28 orang (32,60 persen). Mayoritas responden dari penelitian ini adalah pelaku UKM lebih banyak menggunakan *e-commerce* dalam memasarkan produknya. Berdasarkan jumlah pelanggan dapat diketahui bahwa responden yang jumlah pelanggannya antara 50-250 orang sebanyak 30 orang (34,88 persen), dengan jumlah pelanggan lebih dari 250-500 orang sebanyak 36 orang (41,86 persen), dan jumlah pelanggan lebih dari 500 orang sebanyak 20 orang (23,26 persen). Mayoritas responden dari penelitian ini memiliki dengan jumlah pelanggan lebih dari 250-500 orang.

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa responden dengan modal usaha Rp.4.000.000-10.000.000 sebanyak 39 orang (45,35 persen), Rp.11.000.000-30.000.000 sebanyak 21 orang (24,41 persen), 31.000.000-60.000.000 sebanyak 8 orang (9,30 persen) dan diatas 60.000.000 sebanyak 18 orang (20,93 persen). Mayoritas responden dari penelitian ini adalah dengan

modal Rp.4000.000 - 10.000.000. Modal yang dikeluarkan akan mempengaruhi perolehan pendapatan bagi pelaku UKM di Kota Denpasar. Para pelaku UKM akan berusaha untuk meminimumkan pengeluaran modal dan memaksimalkan pendapatan.

Berdasarkan pendapatannya, diketahui bahwa responden yang memiliki pendapatan Rp. 500.000.000-10.000.000 sebanyak 31 orang (36,10 persen), Rp.11.000.000-30.000.000 sebanyak 27 orang (31,30 persen), Rp.31.000.000-50.000.000 sebanyak 3 orang (3,50 persen), Rp.51.000.000-80.000.000 sebanyak 4 orang (4,70 persen), Rp.81.000.000-100.000.000 sebanyak 6 orang (7,00 persen) dan lebih besar dari Rp.100.000.000 sebanyak 15 orang (17,50 persen). Mayoritas responden dari penelitian ini adalah memperoleh pendapatan Rp. 5.000.000-10.000.000.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel penggunaan *e-commerce* (X_1), jumlah pelanggan (X_2), dan modal usaha (X_3) terhadap pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar (Y) dengan menggunakan *SPSS.22*. Dari analisis data yang dilakukan diperoleh hasil seperti ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 4 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,090	0,166		0,541	0,590
penggunaan e-commerce	0,095	0,023	0,144	2,959	0,004
jumlah pelanggan	0,010	0,035	0,006	2,273	0,035
modal usaha	1,002	0,024	0,966	41,408	0,000

Sumber: Hasil Olahan SPSS, 2017

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4, didapat persamaan model regresi sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 0,090 + 0,095 X_1 + 0,010X_2 + 1,002X_3 + e$$

Berdasarkan model analisis regresi dapat dilihat nilai koefisien regresi variabel penggunaan *e-commerce* (X_1) terhadap pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar (Y) sebesar 0,095 memiliki arti bahwa ada perbedaan pendapatan yang diperoleh oleh pelaku UKM yang menggunakan *e-commerce* dan yang tidak menggunakan *e-commerce* sebesar 95.000 rupiah dari pendapatan yang dihasilkan dengan asumsi variabel jumlah pelanggan dan modal usaha konstan.

Koefisien regresi variabel jumlah pelanggan (X_2) terhadap pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar (Y) sebesar 0,010 memiliki arti bahwa jika jumlah pelanggann meningkat sebesar 1 orang maka pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar akan meningkat sebesar 0,010 rupiah dengan asumsi variabel penggunaan *e-commerce* dan modal usaha konstan.

Koefisien regresi variabel modal usaha (X_3) terhadap pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar (Y) sebesar 1,002 memiliki arti bahwa jika modal usaha meningkat sebesar 1 rupiah maka pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar akan meningkat sebesar 1,002 rupiah dengan asumsi variabel penggunaan *e-commerce* dan jumlah pelanggan konstan.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari tiga uji, diantaranya adalah uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas bertujuan untuk menguji residual dari model regresi yang dibuat apakah berdistribusi normal atau tidak (Suyana Utama, 2009). Terpenuhi atau tidaknya uji normalitas dapat diuji dengan melakukan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Hasil uji normalitas

pada tabel 5 menunjukkan besarnya nilai Test Statistik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) adalah 0,114 dengan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200. Nilai tersebut menyatakan bahwa data berdistribusi normal, karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari $\alpha = 0,05$ persen.

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	86
Test Statistic	0,114
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: Hasil Olahan SPSS, 2017

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi memiliki korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas atau bebas dari gejala multikolinier. Jika nilai *tolerance* lebih dari 10 persen atau VIF kurang dari 10, maka model tidak mengandung gejala multikolinieritas. Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan 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 multikolinieritas.

Tabel 6 Hasil Uji Multikolinieritas

	Model	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	penggunaan e-commerce	0,899	2,808
	jumlah pelanggan	0,690	1,781
	modal usaha	0,854	1,006

Sumber: Hasil olahan SPSS, 2017

Uji heteroskedastisitas ini digunakan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain di model regresinya. Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan

menggunakan uji *glejser*. Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai sig. dari masing-masing variabel independen adalah di atas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yaitu penggunaan *e-commerce*, jumlah pelanggan dan modal usaha bebas dari heteroskedastisitas.

Tabel 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.
penggunaan e-commerce	0,791
jumlah pelanggan	0,620
modal usaha	0,548

Sumber: Hasil olahan SPSS, 2017

Hasil Uji F

Oleh karena model regresi yang di buat telah memiliki distribusi data yang normal, bebas dari gejala multikolinearitas dan heteroskedastisitas, maka pengujian berikutnya dapat dilanjutkan yaitu uji kelayakan (uji F) dan uji signifikansi antar variabel. Hasil analisis uji statistik dengan menggunakan program *SPSS*. 22 diperoleh nilai F hitung sebesar $702,039 > F$ tabel sebesar 2,72 dan signifikan F hitung sebesar $0,000 < \alpha = 5$ persen atau 0,05, maka H_0 di tolak dan H_1 diterima, yang artinya penggunaan *e-commerce*, jumlah pelanggan dan modal usaha secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar. Hasil ini didukung oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,963 yang memiliki arti bahwa 96,3 persen variasi dari pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar dijelaskan oleh penggunaan *e-commerce*, jumlah pelanggan dan modal usaha, sedangkan 3,7 persen sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Hasil Uji t dan Pembahasan

Berdasarkan nilai t hitung sebesar 2,959 lebih besar dari t tabel 1,671 dan nilai signifikan t sebesar $0,004 < \alpha = 0,05$ maka H_1 diterima yang berarti bahwa variabel penggunaan *e-commerce* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Khan dan Motiwalla (2002), yang menyatakan bahwa penggunaan *e-commerce* akan mempengaruhi tinggi rendahnya tingkat pemasaran sehingga akan mempengaruhi pendapatan pengusaha. Ada perbedaan pendapatan yang diperoleh oleh pelaku UKM yang menggunakan *e-commerce* dengan pelaku UKM yang tidak menggunakan *e-commerce*. Dummy penggunaan *e-commerce* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,095 memiliki arti bahwa pelaku UKM yang menggunakan *e-commerce* memiliki pendapatan yang lebih sebesar 9,5 persen lebih tinggi dibandingkan dengan pelaku UKM yang tidak menggunakan *e-commerce*. Hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian Efraim (2000), Senn (2000) dan Khan *et al.* (2002), yang menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* akan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan.

Berdasarkan nilai t hitung sebesar 2,273 lebih besar dari t tabel 1,671 dan nilai signifikan t sebesar $0,035 < \alpha = 0,05$ maka H_1 diterima yang berarti bahwa variabel jumlah pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar. Artinya, semakin banyak jumlah pelanggan yang dimiliki oleh pengusaha atau pelaku UKM maka akan memiliki peluang yang lebih tinggi untuk memperoleh pendapatan yang lebih tinggi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Subandi (2009), yang menyatakan bahwa jumlah pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan perusahaan. Artinya ketika terjadi penambahan jumlah pelanggan maka penerimaan atau pendapatan perusahaan akan mengalami peningkatan. Hal ini sejalan dengan laporan tahunan First Media (2013), yang menyatakan bahwa jumlah pelanggan akan berpengaruh positif terhadap pendapatan. Peningkatan pendapatan tersebut berasal dari pelanggan yang telah ada maupun melalui penambahan pelanggan baru selama tahun berjalan. Pelanggan adalah masyarakat yang pada umumnya membutuhkan barang dan jasa yang berpotensi melakukan pembelian (Yoeti, 2006:11). Dalam melakukan usahanya, perusahaan baik besar maupun kecil tidak terlepas dari pelanggan terutama dalam hal penjualan, dimana semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antarprestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkannya (Kotler, 2008:48). Menurut Teori Kepuasan Pelanggan yang dinyatakan oleh Kotler (2008), semakin tinggi kepuasan pelanggan akan suatu produk perusahaan maka semakin meningkat jumlah pelanggan perusahaan tersebut dan hal ini dapat mendorong peningkatan pendapatan perusahaan.

Berdasarkan nilai t hitung sebesar 41,408 lebih besar dari t tabel 1,671 dan nilai signifikan t sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$ maka H_1 diterima yang berarti bahwa variabel modal usaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar. Artinya, semakin tinggi tingkat modal

yang dimiliki oleh pengusaha atau pelaku UKM maka akan memiliki peluang yang lebih tinggi untuk memperoleh pendapatan yang lebih tinggi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Teori Cobb-douglas yang menyatakan bahwa modal mempengaruhi *output* produksi dan berdampak pada pendapatan. Hal ini menunjukkan semakin tinggi modal akan dapat meningkatkan hasil produksi, hal ini karena dalam proses produksi membutuhkan biaya yang digunakan untuk tenaga kerja dan pembelian bahan baku serta peralatan (Sulistiana, 2013). Apabila modal dan tenaga kerja meningkat maka produktivitas dan pendapatan juga akan meningkat (Sukirno, 2009). Didalam suatu usaha masalah modal mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan berhasil tidaknya suatu usaha yang telah didirikan. Chintya (2013), Sasmitha (2016) dan Rahayu (2013), menyatakan modal kerja diperlukan untuk meningkatkan penjualan, karena dengan adanya pertumbuhan penjualan, perusahaan harus memiliki dana untuk membiayai aktiva lancar atau operasional sehari-harinya.

Menurut Manurung (2007), dalam membangun sebuah bisnis dibutuhkan sebuah dana atau dikenal dengan modal. Bisnis yang dibangun tidak akan berkembang tanpa di dukung dengan modal. Sehingga modal dapat dikatakan menjadi jantungnya bisnis yang dibangun tersebut (Firdausa, 2012). Hasil penelitian Putra (2015), menyatakan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Artinya ketika terjadi peningkatan modal maka pendapatan perusahaan tersebut akan meningkat. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian Adhiatma (2014), yang menyatakan bahwa modal secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pedagang kayu glondong

di Kelurahan Karangkebagusan Jepara. Hal ini mengindikasikan semakin besar modal yang digunakan pedagang maka akan semakin tinggi pendapatan yang di peroleh pedagang. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Utami (2013), juga memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa modal kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel penggunaan *e-commerce*, jumlah pelanggan dan modal usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar. Secara parsial penggunaan *e-commerce*, jumlah pelanggan dan modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar.

Saran

Saran yang dapat diberikan dari hasil analisis adalah Para pelaku usaha sebaiknya menggunakan *e-commerce* dalam menjalankan bisnisnya karena dalam UKM penjualan adalah nomor satu. Penggunaan *e-commerce* mampu memperluas jangkauan pasar sehingga dapat meningkatkan penjualannya sehingga pendapatan pelaku UKM juga akan meningkat. Mengingat penggunaan *e-commerce* adalah hal baru dalam bidang pemasaran, maka dalam pengembangan di sektor UKM hendaknya Pemerintah Kota Denpasar memperhatikan para pelaku UKM dengan memberikan rangsangan atau stimulus terhadap UKM mengenai manfaat *e-*

commerce yang bisa menunjang aktivitas bisnisnya, misalnya dengan cara memberikan sosialisasi mengenai apa itu *ecommerce* beserta manfaat serta perannya dalam menjaga *sustainability* UKM sehingga SDM atau pelaku UKM nantinya siap memasarkan produk dan jasanya melalui media *e-commerce*.

Pemerintah disarankan bisa memfasilitasi pembuatan web bagi UKM, mengingat masih banyaknya para pelaku UKM yang masih belum mengenal adanya web, serta memberikan pelatihan bagi UKM untuk lebih mengenal *e-commerce* serta seluk beluk pemasaran melalui internet, mengingat besarnya kontribusi UKM terhadap pembangunan ekonomi daerah.

REFERENSI

- Adhiatma, Alfian Arif. 2015. Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha, Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kayu Glondong Di Kelurahan Karang Kebagusan Kabupaten Jepara. *Tugas Akhir Semester*. Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Artana Yasa, I Komang Oka; Arka, Sudarsana. Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Dan Disparitas Pendapatan Antardaerah Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Provinsi Bali. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, [S.l.], nov. 2015. ISSN 2303-0186. Available at: <<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jekt/article/view/16494>>. Date accessed: 08 sep. 2017.
- Asri, Marwan. 1986. *Manajemen Perusahaan, Pendekatan Operasional*. BPFE: Yogyakarta.
- Berger, P.D., & Nasr, N.I. 1998. Customer LifetimeValue: Marketing Models andApplications. *Journal of Interactive Marketing*, 12(1): pp: 17–30.
- Chintya, Wuri Ajeng dan I.B.Darsana. 2013. Analisis Pendapatan Pedagang Di Pasar Jimbaran, Kelurahan Jimbaran. *E-Jurnal EP Unud*. Vol. 2 No. 6 277- 283.
- Cho, Dongsae. 1999. The Impact Of A Price Cut On Net Income And Profit Margin . *Journal of Financial and Strategic Decisions*. 12(2): pp: 1-12.

- Daniel, E.M., Grimshaw, D.J. (2002). An exploratory comparison of e-commerce adoption in large and small enterprises. *Journal of Information Technology*. 9(4): pp: 331-348.
- Dewi, A Istri Agung Vera. Djinar Setiawina dan IG Indrajaya. 2012. Analisis Pendapatan Pedagang Canang Di Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. 1(1).
- Dewi, Putu Martini. Partisipasi Tenaga Kerja Perempuan dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, [S.l.], oct. 2012. ISSN 2303-0186. Available at: <<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jekt/article/view/1906>>. Date accessed: 08 sep. 2017.
- Diana, Sari. 2003. *Konsep Dasar Perpajakan*. Bandung : PT Refika Adimata.
- Efraim Turban and Jae Lee. 2000. *Electronic Commerce: A Managerial Perspective*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Fauzi, Ahmad dan Dewa Nyoman Budiana. 2016. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Secara Langsung maupun Tidak Langsung Ketimpangan Distribusi Pendapatan Provinsi Bali. *E-Jurnal EP Unud*, 5(6), h: 668-691.
- 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.
- First Media. 2013. *Laporan Tahunan Annual Report 2013*. Jakarta: PT. First Media, Tbk.
- Hae-Young Lee, Jongsung Kim and Beom Cheol Cin. 2013. Empirical Analysis on the Determinants of Income Inequality in Korea. *International Journal of Advanced Science and Technology*. 53: pp: 95-110.
- Hariwan, Peggy; Swaningrum, Ayu. Analisis Indeks Pembangunan Manusia Pada 5 Wilayah Hasil Pemekaran Di Jawa Barat. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, [S.l.], nov. 2015. ISSN 2303-0186. Available at: <<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jekt/article/view/16496>>. Date accessed: 08 sep. 2017.
- Hyman, Eric L. 2012. The Role Of Small And Micro Enterprises In Regional Development. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*. 4(4): pp: 197-214.
- Karagozoglu, N. dan Lindell, M. (2004). Electronic commerce strategy, operations, and performance in small medium-sized enterprises. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.

- Khan, M. R., and Motiwalla, L. 2002. The influence of E-commerce initiatives on corporate performance: An empirical investigation in the United States. *International Journal of Management*. 19(3): pp: 503-510.
- Kraemer, K. L., Gibbs, J., and Dedrick, J. 2002. *Impact of Globalization on E-Commerce Adoption and Firm Performance: A Cross-Country Investigation*. Irvine: University of California.
- Kurniawan, Jarot. Dilema Pendidikan dan Pendapatan di Kabupaten Grobogan. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, [S.l.], july 2016. ISSN 2303-0186. Available at: <<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jekt/article/view/22756>>. Date accessed: 08 sep. 2017.
- Lesmono, Ibnu Dwi. 2015. Pengaruh Penggunaan E-Commerce Bagi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model. *Evolusi*. 3(1): 49-60.
- Love, P.E.D. dan Irani, Z. (2004). An exploratory study of information technology evaluation and benefits management practices of SMEs in the construction industry. *Information and Management*, 42 (1), pp. 227–242.
- Maksoud, S.S.A., and Youssef, M.A.A. 2003. *Information and Communication Technology for Small and Medium Enterprises in Egypt (Case Study)*. Cairo: SME Development Unit Ministry of Foreign Trade Egypt.
- Manurung, Adler Haymans. 2008. *Modal Untuk Bisnis UKM*. Jakarta: Buku Kompas.
- Mariani, Ni Komang. Studi Komparatif Pendapatan Dan Efisiensi Usaha Dagang Baju (Studi Kasus Pedagang Baju Bali Menetap Dan Semi Menetap Di Daerah Kuta) 2015. *E-Jurnal EP Unud*, 5 (2) pp: 298-315.
- Parinduri, Rasyad A. 2016. Family Hardship and The Growth Of Micro And Small Firms In Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*. 50(1), pp: 53–73.
- Putra, I Gede Susila Arsana dan Made Dwi Setyadhi Mustika. 2014. Analisis Perbedaan Rata-Rata Pendapatan Pedagang Acung Pinggir Pantai Di Kecamatan Kuta Kabupaten Badung. *E-Jurnal EP Unud*. Vol.3 No. 7, pp: 282-289.
- Putra, I Putu Danendra dan I Wayan Sudirman. 2015. Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Dengan Lama Usaha Sebagai Variabel Moderating. *E-Jurnal EP Unud*. 4(9): h: 1048-1193.

- Rahayu, Ni Putu Dewi Agustini. 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Penambang Pasir di Desa Rendang Kecamatan Rendang Kabupaten Karangasem. *E-Jurnal EP Unud*. 2(5): h: 226-232.
- Rainer, R.K., and Cegielski, C.G. 2011. *Introduction to Information Systems: Supporting and Transforming Business* (3rded.). United States: John Wiley & Sons.
- 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.
- Riana, I Gede; Wiagustini, Ni Luh Putu; Meydianawathi, Luh Gede. Master Plan UMKM Berbasis Perikanan untuk Meningkatkan Pengolahan Produk Ikan yang Memiliki Nilai Tambah Tinggi. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, [S.l.], nov. 2015. ISSN 2303-0186. Available at: <<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jekt/article/view/16436>>. Date accessed: 08 sep. 2017.
- Sasmitha, Ni Putu Ria., dan A.A. Ketut Ayuningsasi. 2016. Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Pendapatan Pengerajin Pada Industri Kerajinan Bambu di desa Belega Kabupaten Gianyar. *E-Jurnal EP Unud*. 6(1): h: 64-84.
- Senn, J. 2000. Business-to-Business E-Commerce. *Information System Management* . pp: 23-32.
- Subandi, Wenny. 2009. Analisis Dampak Pemadaman Listrik Terhadap Pendapatan Usaha Warung Internet (Warnet) di kota Medan. *Skripsi*. Universitas Sumatra Utara.
- Sudarsani, Ni Putu., Made Sukarsa Dan A.A.I.N Marhaeni. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pekerja Perempuan Migran Di Industri Pengerajin Tedung Bali Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung. *E-Jurnal EP Unud*. 4(8), p: 522-536.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiana, Septi Dwi. 2013. Pengaruh Jumlah Tenaga Kerja dan Modal Terhadap Hasil Produksi Industri Kecil Sepatu dan Sandal Di Desa Sambrito Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*. 1(3).
- Sulistiana, Septi Dwi. 2013. Pengaruh Jumlah Tenaga Kerja dan Modal Terhadap Hasil Produksi Industri Kecil Sepatu dan Sandal Di Desa Sambrito Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*. Vol 1, No 3 (2013).

- 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): h: 171 – 180.
- Wang, Y. dan Ahmed, P.K. (2009). The moderating effect of the business strategic orientation on e-commerce adoption: evidence from UK family run SMEs. *Journal of Strategic Information Systems*.
- Widjaya A.W.1985. *Manusia Indonesia Individu, Keluarga, dan Masyarakat*. Jakarta: Akademika Pressindo.
- Woo, Wing Thye and Hong, Chang. 2010. Indonesia's economic performance in comparative perspective and a new policy framework for 2049', *Bulletin of Indonesian Economic Studies*. 46(1): pp: 33-64.
- Yoeti, A. Oka. 2006. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramitha.