

PENGARUH MODAL, TINGKAT PENDIDIKAN, DAN PEMANFAATAN E-COMMERCE TERHADAP PRODUKSI DAN OMZET PENJUALAN IKM DI DENPASAR

I Kadek Suardana Di Putra ¹

Luh Putu Aswitari ²

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

ABSTRAK

Sektor industri yang berkembang pesat saat ini yaitu industri makanan dan minuman. Industri makanan dan minuman di Kota Denpasar memberikan kontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja dan distribusi aktivitas ekonomi masyarakat. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis 1) pengaruh modal, tingkat pendidikan, dan pemanfaatan e-commerce terhadap produksi IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar, 2) pengaruh modal, tingkat pendidikan, pemanfaatan e-commerce dan produksi terhadap omzet penjualan IKM makanan dan minuman, 3) pengaruh tidak langsung modal, tingkat pendidikan, dan pemanfaatan e-commerce terhadap omzet penjualan melalui produksi pada IKM makanan dan minuman. Jumlah sampel yaitu sebanyak 86. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara terstruktur, wawancara mendalam dengan teknik analisis data path analysis. Hasil penelitian diperoleh bahwa modal dan tingkat pendidikan berpengaruh positif signifikan terhadap produksi. Modal dan Produksi berpengaruh secara signifikan namun tingkat pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap omzet penjualan IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar. Produksi dan omzet penjualan pada IKM makanan dan minuman yang memanfaatkan e-commerce lebih besar daripada yang tidak memanfaatkan e-commerce. Produksi mempengaruhi secara tidak langsung hubungan modal, tingkat pendidikan dan pemanfaatan e-commerce terhadap omzet penjualan pada IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar.

Kata kunci : modal, tingkat pendidikan, pemanfaatan e-commerce, produksi, dan omzet penjualan.

ABSTRACT

Industrial currently growing rapidly is food and beverage. Food and beverage industry in Denpasar City makes a major contribution to absorption of labor and there is a distribution economic activities. The purpose this study was to analyze 1) effect of capital, education level, and the use of e-commerce on the production of food and beverage IKM in Denpasar, 2) effect of capital, education level, utilization of e-commerce and production on the sales turnover of food and beverage, 3) influence of capital, education level, and the use of e-commerce on sales turnover through production at food and beverage. Samples taken was 86. Data collection methods used observation, structured interviews, and in-depth interviews with path analysis techniques. Results showed, capital and education level had significant positive effect on production. Capital and production have significant effect, but level of education doesn't have significant effect on the sales turnover of food and beverage. production and sales turnover at food and beverage use e-commerce higher than don't use e-commerce. Production mediates relationship between capital, education level and e-commerce on sales turnover at food and beverage IKM in Denpasar City.

Keywords: capital, level of education, utilization of e-commerce, production, and sales turnover.

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi merupakan upaya suatu negara untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam mengembangkan kegiatan ekonomi dan taraf hidup masyarakat (Arsyad, 2003). Menurut Lesmana (2014) selain untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat pembangunan ekonomi memiliki tujuan untuk memperluas kesempatan kerja dengan jumlah lapangan kerja semakin meningkat dan mengarah pada pembagian pendapatan secara merata di setiap daerah. Dalam melaksanakan pembangunan ekonomi di negara berkembang seperti di Indonesia diharapkan semua sektor ekonomi dapat berkontribusi di dalamnya.

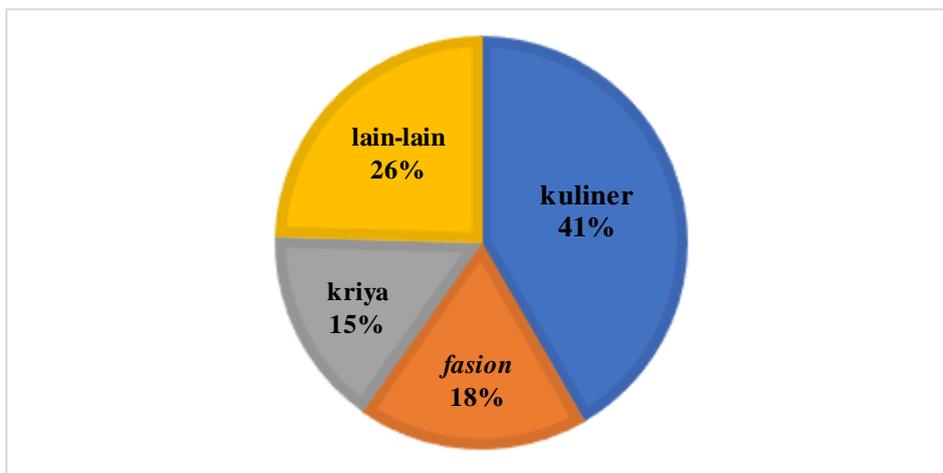
Salah satu sektor yang memiliki peranan besar dalam pembangunan ekonomi adalah sektor industri. Menurut Ofori (2006), pembangunan ekonomi dan industri dalam proses pembangunan sosial ekonomi nasional mempunyai hubungan yang erat, karena industri mampu memberikan kemajuan baru pada negara berkembang. Indonesia sendiri memiliki tujuan pembangunan yang hendak dicapai yaitu berupa penciptaan lapangan kerja, pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan mewujudkan stabilitas nasional. Namun tujuan pembangunan tersebut sempat terhambat dengan adanya krisis ekonomi dunia yang mengakibatkan anjloknya perekonomian dunia termasuk Indonesia, yang kemudian berdampak pada masalah kesejahteraan masyarakat (Sihono, 2009). Pada saat yang sama justru sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) termasuk di dalamnya Industri Kecil dan Menengah (IKM)lah yang mampu bertahan menghadapi gejolak perekonomian (Riana, 2015) bahkan berhasil berkontribusi dalam

membantu pergerakan laju pertumbuhan ekonomi nasional dan peningkatan penyediaan lapangan pekerjaan bagi masyarakat (Suryadharma, 2008). Tidak hanya mampu bertahan saat terjadi krisis ekonomi dunia saja, UMKM juga memiliki peran yang vital dalam membantu menggerakkan perekonomian Indonesia saat ini (Lesmono, 2015).

Perkembangan industri di dunia beberapa tahun terakhir hingga saat ini terus mengalami perkembangan yang semakin maju, hal ini disebabkan kegiatan produksi yang dulunya masih menggunakan media padat karya dan padat modal, kini telah diperbaharui oleh teknologi dengan hadirnya internet (Florida dan Kenny, 1986). Perkembangan industri di era modern saat ini lebih dikenal dengan perkembangan industri gelombang ke empat atau disebut juga industri 4.0, yang memadukan unsur-unsur kemajuan teknologi dan kreatifitas. Era ini ditandai dengan penggunaan mesin-mesin otomatis yang terintegrasi dengan internet (Gilar, 2018). Dalam hal ini penerapan industri melalui media jaringan internet di Indonesia banyak bermunculan dan banyak dipergunakan oleh para pelaku ekonomi kreatif.

Perkembangan sektor ekonomi kreatif di Indonesia mendapatkan dukungan yang positif dari pemerintah yaitu dengan didirikannya Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) pada tanggal 20 januari 2015 melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 tahun 2015. BEKRAF saat ini menetapkan 16 subsektor yang termasuk dalam ekonomi kreatif yaitu antara lain, Aplikasi dan Pengembangan Permainan, Arsitektur, Desain Interior, Desain Komunikasi Visual, Desain Produk, *Fashion*, Film, animasi dan video, Fotografi, Kuliner,

Kriya atau kerajinan, Musik, Penerbitan dan percetakan, Periklanan, Seni pertunjukan, Seni Rupa, dan yang terakhir yaitu Radio dan Televisi. Bisa dilihat luasan cakupan ekonomi kreatif tersebut, sebagian besar merupakan sektor ekonomi yang tidak membutuhkan skala produksi dalam jumlah besar. Tidak seperti industri manufaktur yang berorientasi pada kuantitas produk, industri kreatif lebih bertumpu pada kualitas sumber daya manusia. Industri kreatif justru lebih banyak muncul dari kelompok industri kecil menengah (Fitriana, 2014).



Sumber : Survei Badan Ekonomi Kreatif, 2017

Gambar 1 Persentase Sumbangan Subsektor Industri Kreatif pada Produk Domestik Bruto Tahun 2016

Berdasarkan hasil survei ekonomi kreatif yang ditunjukkan oleh Gambar 1 persentase sumbangan ekonomi kreatif pada Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2015 di dominasi oleh 3 subsektor yaitu kuliner sebesar 41,69 persen, kemudian disusul dengan *Fashion* 18,15 persen dan kriya 15,70 persen. Tingginya persentase sektor kuliner menjadikan industri kuliner yang termasuk didalamnya industri makanan dan minuman memiliki potensi yang besar untuk terus

dikembangkan. Berkembangnya industri kuliner di Indonesia juga didukung oleh kebutuhan dan gaya hidup masyarakat serta pesatnya perkembangan teknologi. Kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks dan perubahan gaya hidup masyarakat terutama masyarakat perkotaan yang disibukan dengan berbagai aktivitas membuat kebutuhan akan kuliner semakin bertambah. Selain itu, pesatnya perkembangan teknologi juga semakin memudahkan masyarakat dalam mengakses kebutuhan akan kuliner dimana masyarakat saat ini dapat mengakses dunia kuliner secara daring, hal tersebut menjadikan masyarakat dapat memilih jenis kuliner secara lebih banyak dan dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun.

Secara geografis, Provinsi Bali terbagi dalam 8 kabupaten dan 1 kota, dimana setiap kabupaten atau kota memiliki potensi yang berbeda-beda sehingga dapat menghasilkan produk maupun jasa yang berbeda-beda pula. Hal ini berdampak pada perkembangan jumlah Industri Kecil Menengah (IKM) khususnya IKM makanan dan minuman di setiap wilayah kabupaten atau kota. Berikut merupakan perkembangan jumlah IKM makanan dan minuman di setiap kabupaten atau kota yang ada di Provinsi Bali pada tahun 2014-2017.

Tabel 1 Perkembangan Jumlah pelaku IKM makanan dan minuman di Provinsi Bali Tahun 2014- 2017 (Unit)

Kabupaten/Kota	Tahun			
	2014	2015	2016	2017
Klungkung	52	49	51	72
Karangasem	55	48	59	55
Jembrana	149	156	137	148
Gianyar	9	10	15	18
Denpasar	604	611	668	631
Buleleng	139	145	143	172
Bangli	162	186	174	294
Badung	176	203	226	228
Tabanan	54	63	79	84
Provinsi Bali	1.400	1.471	1.552	1.702

Sumber: *Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali, 2018*

Pada Tabel 1 dapat diketahui bahwa sepanjang tahun 2014-2017, jumlah IKM makanan dan minuman di Provinsi Bali terus meningkat. Peningkatan ini terjadi karena IKM makanan dan minuman tumbuh dengan mudah di dalam kehidupan masyarakat, ditambah lagi dengan pemberdayaan IKM yang dilakukan oleh pemerintah membuat IKM makanan dan minuman terus tumbuh meskipun juga terjadi penurunan unit IKM di kabupaten atau kota tertentu. Pada tahun 2017, IKM makanan dan minuman di Provinsi Bali sudah mencapai angka 1.702 unit. Jika dilihat dari setiap kabupaten atau kota di Provinsi Bali, maka distribusi persebaran IKM makanan dan minuman di Provinsi Bali sangat beragam. Terdapat daerah yang memiliki jumlah IKM makanan dan minuman banyak, ada pula daerah yang memiliki jumlah IKM makanan dan minuman yang lebih sedikit. Sampai tahun 2017 sendiri Denpasar adalah kota dengan jumlah IKM makanan dan minuman terbanyak di provinsi Bali. Berikut perkembangan jumlah

nilai produksi yang dihasilkan oleh IKM makanan dan minuman di setiap kabupaten atau kota yang ada di Provinsi Bali pada tahun 2014-2017.

Tabel 2 Perkembangan Jumlah Nilai Produksi yang Dihasilkan oleh IKM Makanan dan Minuman di Provinsi Bali Tahun 2014-2017 (Miliar Rupiah)

Kabupaten/Kota	Tahun			
	2014	2015	2016	2017
Klungkung	3.867.812	3.109.998	3.173.998	3.483.221
Karangasem	2.723.578	1.990.928	2.351.841	2.365.381
Jembrana	16.212.003	17.588.605	14.449.355	14.890.485
Gianyar	6.564.285	8.081.685	9.243.285	10.572.165
Denpasar	83.854.257	83.390.614	70.348.745	65.029.759
Buleleng	12.319.270	13.168.400	13.239.041	15.207.076
Bangli	17.593.231	16.430.431	15.609.631	24.909.632
Badung	110.083.380	103.583.041	121.883.030	122.596.260
Tabanan	22.828.075	27.172.325	31.998.150	34.359.950
Provinsi Bali	276.045.891	274.516.027	282.297.076	293.413.929

Sumber: *Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali, 2018*

Tabel 2 menjelaskan bahwa sepanjang tahun 2014-2017 nilai produksi yang dihasilkan oleh IKM makanan dan minuman di Provinsi Bali menunjukkan adanya fluktuasi. Dimana jumlah nilai produksi tertinggi dihasilkan oleh Kabupaten Badung sementara jumlah nilai produksi terendah dihasilkan di Kabupaten Gianyar. Bila dilihat dari perkembangan jumlah pelaku IKM makanan dan minuman terbanyak yaitu Kota Denpasar yang mana cenderung mengalami peningkatan jumlah industri di setiap tahunnya justru menunjukkan adanya penurunan pada jumlah nilai produksi disetiap tahunnya. Penurunan yang terjadi dapat disebabkan karena masih terdapat masalah yang sering dialami oleh pelaku

IKM seperti masalah ketidakmampuan dalam mengakses sumber daya, permodalan, teknologi, kurangnya inovasi, kurang mampunya membangun kerjasama dengan berbagai pelaku usaha, belum sepenuhnya menyadari dan memanfaatkan teknologi untuk proses produksi, permasalahan mengenai jaringan pemasaran, pengelolaan usaha, serta manajemen yang kurang baik (Effendi, 2010).

Perkembangan industri makanan dan minuman di Kota Denpasar memiliki potensi yang layak untuk dikembangkan mengingat Kota Denpasar merupakan pusat pertumbuhan ekonomi dan barometer pertumbuhan ekonomi bagi kabupaten/kota lainnya di Provinsi Bali. Sektor industri makanan dan minuman memberikan kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja dan terdapat distribusi aktivitas ekonomi masyarakat serta terjadi percepatan aktivitas produksi. Berkembangnya sektor industri makanan dan minuman berdampak positif terhadap perkembangan industri sehingga dapat membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Booth (1990) yang menyatakan bahwa pembangunan di sektor kuliner dapat mempengaruhi suatu daerah untuk menghasilkan lapangan pekerjaan yang produktif.

Omzet penjualan yang tinggi dengan laba maksimal merupakan salah satu tujuan didirikannya suatu usaha, selain itu tujuan lainnya didirikannya suatu usaha yaitu kontinuitas usaha dan perkembangan dalam usaha. Omzet penjualan adalah jumlah hasil penjualan (dagangan), atau total jumlah penjualan barang/jasa dari laporan laba-rugi perusahaan selama periode penjualan tertentu. Besarnya omzet

penjualan IKM makanan dan minuman itu sendiri diperoleh dari berbagai faktor yang mendukung diantaranya produksi, modal, tingkat pendidikan dan pemanfaatan teknologi salah satunya pemanfaatan media *e-commerce* saat pemasaran hasil produksi. Faktor lain yang berpengaruh terhadap besarnya omzet penjualan tetapi tidak dimasukkan dalam model penelitian ini adalah pengalaman kerja, tenaga kerja, tingkat upah, umur dan harga jual (Simanjuntak, 1998:27). Selain itu, kecilnya omzet penjualan disebabkan juga oleh faktor intern pada diri perkerja tersebut seperti produktivitas mereka yang cenderung rendah (Parinduri, 2014).

Salah satu faktor yang menentukan besarnya omzet penjualan yang didapatkan oleh pelaku usaha adalah yaitu banyaknya output yang dihasilkan dari kegiatan produksi. Produksi merupakan proses dalam mengolah, menghasilkan, menciptakan nilai tambah/nilai guna suatu barang atau jasa yang dihasilkan. Produksi yang efisien akan berpengaruh pada omzet penjualan serta laba perusahaan. Sasaran dari teori produksi adalah untuk menentukan tingkat produksi yang optimal dengan memaksimalkan pemanfaatan sumber daya yang ada (Kuyvenhoven, 2006)

Sebagai upaya untuk mendukung produksi yang maksimal diperlukan alokasi penggunaan input produksi yaitu seperti modal. Teori Cobb-douglas yang menyatakan bahwa modal mempengaruhi output produksi. Hal ini menunjukkan semakin tinggi modal maka 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

bertambah maka akan semakin berkembang suatu usaha serta akan semakin besar omzet penjualan dan laba atau pendapatan yang didapat. Modal yang dimanfaatkan secara efisien akan dapat meningkatkan pesanan yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan omzet penjualan (Wiyasa, 2017).

Faktor lain yang diduga berpengaruh terhadap omzet penjualan adalah tingkat pendidikan. Pendidikan pada hakekatnya adalah usaha secara sadar untuk mengembangkan kepribadian dan kemampuan baik di dalam maupun di luar sekolah dan berlangsung seumur hidup (*long life education*). Dalam jangka panjang tujuan pendidikan diarahkan kepada kegiatan yang akan menghasilkan tenaga-tenaga kerja terdidik yang merupakan investasi keahlian dan ketrampilan di dalam pembangunan. Semakin tinggi tingkat pendidikan, maka semakin besar juga keahlian pekerja tersebut dalam mengaplikasikan ilmu yang didapat (Ernawati, 2017). Hal tersebut berarti jika semakin tinggi tingkat pendidikan, maka akan semakin tinggi pula tingkat produktivitas pekerja saat memproduksi suatu barang, sehingga pada akhirnya akan mempengaruhi besarnya omzet penjualan yang di peroleh. Dalam teori *human capital*, jika setiap orang memiliki penghasilan yang lebih tinggi maka pertumbuhan ekonomi masyarakatnya dapat ditunjang melalui tingkat pendidikan (Suryadi, 1993:134).

Penggunaan internet diyakini dapat meningkatkan omzet penjualan serta kemudahan dalam bertransaksi jual beli. Menurut Li & Dongge (2015), jika semua sumber daya yang digunakan dalam proses produksi dimanfaatkan secara maksimal dengan dibantu oleh penerapan teknologi yang akan memberikan peningkatan pada hasil produksi, sehingga teknologi berpengaruh positif terhadap

hasil produksi suatu industri. Suriadinata (2001) mengemukakan bahwa sebagai media informasi dan promosi, situs web sebagai salah satu bentuk *e-commerce* adalah media dengan daya jangkau luas serta paling murah. Menurut Jagongo (2013), jenis teknologi yang sering digunakan pada dunia perdagangan saat ini adalah media sosial. Adapun alasan penggunaan teknologi berbeda-beda tergantung si pengguna. Secara khusus untuk suatu bisnis, pelaku industri membutuhkan biaya untuk mendistribusikan informasi produknya kepada pelanggan (Siricharoen, 2012). Sehingga media sosial dapat digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan secara efektif kapanpun dan dimanapun (Hasan, 2013). Menurut Vinerean (2013), media sosial merupakan marketing strategi bagi pelaku bisnis untuk menjual produknya. Oleh karena itu, bagi IKM situs web salah satunya dalam bentuk *e-commerce* adalah media promosi yang paling tepat.

Menurut Turban (2012), *e-commerce* adalah proses membeli, menjual, mengirim, atau menukar produk dan jasa serta informasi melalui jaringan komputer yang sebagian besar adalah internet. Penggunaan *e-commerce* terbukti mampu memperluas jangkauan dalam pemasaran produk dan meningkatkan daya saing sehingga mampu memberikan pelayanan yang baik dan cepat kepada konsumen (Himawan, dkk , 2014). IKM dapat menggunakan *e-commerce* untuk berinteraksi dengan konsumen, supplier, mendapatkan data penelitian pemasaran, mempromosikan barang dan jasa, menyediakan informasi yang luas jangkauannya dan berdasarkan keperluan konsumen tentang barang dan jasa, menyediakan transaksi secara online serta memberikan dukungan after sales (Al-Qirim, 2007).

Menurut survei yang dilakukan BPS, hingga tahun 2018 sendiri Kota Denpasar terbukti menjadi kota dengan pengguna internet tertinggi di Provinsi Bali. Dimana dengan presentase jumlah pengguna internet sebesar 66,11 persen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa masyarakat di Kota Denpasar sudah biasa menggunakan jaringan internet dalam menunjang segala aktivitas sehari-hari. Dengan faktor ini, IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar memiliki peluang yang lebih besar untuk menggunakan *e-commerce* dalam melakukan pendekatan kepada konsumen untuk meningkatkan penjualannya, karena mereka pada dasarnya sudah familiar dengan penggunaan jaringan internet. Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti ingin mengetahui lebih dalam dengan meneliti terkait kelima variabel yakni modal, tingkat pendidikan, dan pemanfaatan *e-commerce* terhadap produksi dan pada saat yang bersamaan juga mempengaruhi omzet penjualan pada Industri Kecil Menengah (IKM) makanan dan minuman di Kota Denpasar.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut 1) Untuk menganalisis pengaruh modal, tingkat pendidikan, dan pemanfaatan *e-commerce* terhadap produksi Industri Kecil dan Menengah (IKM) makanan dan minuman yang ada di Kota Denpasar. 2) Untuk menganalisis pengaruh modal, tingkat pendidikan, pemanfaatan *e-commerce* dan produksi terhadap omzet penjualan Industri Kecil dan Menengah (IKM) makanan dan minuman yang ada di Kota Denpasar. 3) Untuk menganalisis pengaruh tidak langsung modal, tingkat pendidikan, dan pemanfaatan *e-commerce* terhadap omzet penjualan melalui produksi Industri Kecil dan Menengah (IKM) makanan dan minuman yang ada di Kota Denpasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh penerapan modal, tingkat pendidikan, dan pemanfaatan e-commerce terhadap produksi dan omzet penjualan Industri Kecil dan Menengah (IKM) makanan dan minuman di Kota Denpasar. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Kota Denpasar. Lokasi ini dipilih karena kota Denpasar merupakan salah satu daerah di Provinsi Bali dengan rata-rata jumlah IKM makanan dan minuman terbanyak namun masih mengalami masalah pada produksinya, sehingga Kota Denpasar relevan sebagai lokasi penelitian. Dengan menggunakan rumus Slovin, populasi sebanyak 631 pelaku IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar dan batas kesalahan 10 persen, maka diperoleh sampel sebanyak 86 pelaku IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar dimana nantinya pengambilan sampel ini menggunakan metode accidental sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah Teknik analisis jalur. Hubungan variabel tersebut di jelaskan melalui kerangka konseptual yang ada.

Permasalahan yang biasanya dihadapi oleh pelaku industri salah satunya adalah keterbatasan modal (Ningsih, 2015). Modal merupakan langkah awal kegiatan produksi. Dimana modal dapat meningkatkan produksi dengan jalan meningkatkan kapasitas produksi. Hal demikian sejalan dengan teori Cobb Douglas yang menyatakan bahwa modal mempengaruhi output produksi. Dimana, semakin tinggi modal akan dapat meningkatkan hasil produksi, Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Prastyo (2017) modal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap produksi. Semakin tinggi modal usaha yang digunakan

maka produksi pun meningkat. Revathy (2016) dalam penelitiannya juga memperoleh hasil bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan serta pendapatan atau laba perusahaan.

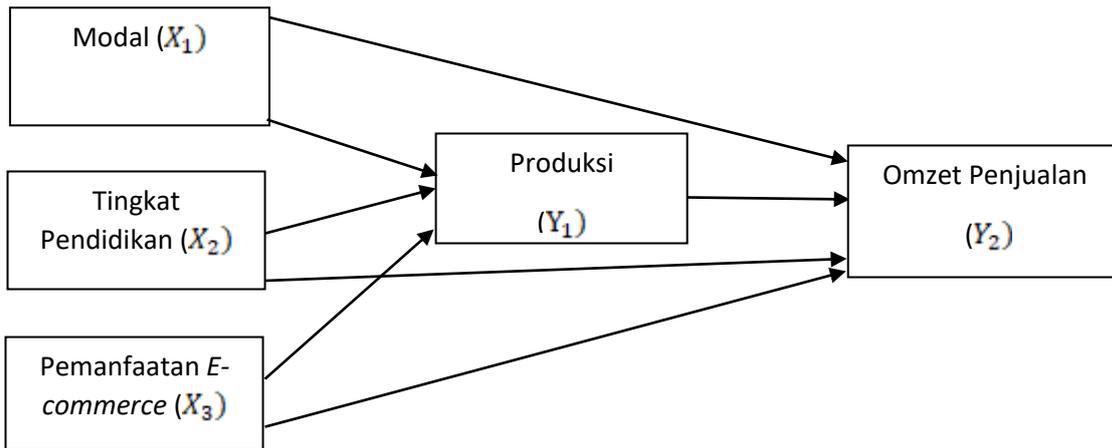
Menurut Maharani (2016) modal yang dikeluarkan akan mempengaruhi besarnya omzet penjualan yang akan diperoleh. Suatu usaha akan membutuhkan modal secara terus-menerus untuk mengembangkan usaha yang menjadi penghubung alat, bahan dan jasa yang digunakan dalam produksi untuk memperoleh hasil penjualan (Ahmad, 2004:71). Apabila modal suatu usaha meningkat maka omzet penjualan usaha tersebut akan bertambah sehingga laba yang diterima juga akan meningkat (Sukirno, 1997). Tingkat pendidikan juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi produksi karena dengan pendidikan yang baik maka akan meningkatkan kualitas sumber daya manusia sehingga produktivitas tenaga kerja dalam menghasilkan output barang atau jasa meningkat (Mandala dan Raharja, 2012). Apabila semua tenaga kerja berkualitas terlibat aktif dalam perekonomian, maka pada akhirnya akan meningkatkan produksi. Selain itu, tingkat pendidikan juga merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan omzet penjualan. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Handayani (2014) dan Bayu Sumantri dkk (2013), tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Volume penjualan yang meningkat akan meningkatkan omzet penjualan. Tingkat pendidikan yang tinggi berarti ilmu atau pengalaman yang didapat juga tinggi. Kesuksesan seseorang dalam mengelola dan menjalankan usaha dapat dilihat dari latar belakang tingkat pendidikannya.

Selain faktor tingkat pendidikan, faktor lain yang dapat meningkatkan produksi adalah penggunaan teknologi termasuk didalamnya pemanfaatan *e-commerce*. Pada jaman digital seperti sekarang, banyak pengusaha industri yang memanfaatkan teknologi sebagai sarana promosi, salah satunya berjualan secara online atau sering disebut *e-commerce* (Zhu, 2014). *E-commerce* memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi dan pembangunan bangsa (Shahjee, 2016). Heatbun (2009) dan Levy & Powell (2000) menyatakan bahwa kemajuan teknologi akan berdampak terhadap produksi yang lebih baik karena teknologi (internet) memberikan banyak kemudahan dalam melakukan proses pemasaran. Jadi dengan adanya teknologi termasuk didalamnya *e-commerce* akan mampu meningkatkan produksi. Menurut Li & Dongge (2015), semua sumber daya akan digunakan dalam proses produksi secara maksimal dengan dibantu oleh penerapan teknologi maka akan memberikan peningkatan pada hasil produksi, sehingga pemanfaatan teknologi berpengaruh positif terhadap hasil produksi.

Pemanfaatan media *e-commerce* sebagai media pemasaran pada masa kini tentunya sangat dibutuhkan dalam menjalankan suatu usaha yang dimana akan memberikan dampak pada penjualan produk usaha tersebut yang nantinya juga akan berdampak pada income yang dihasilkan. Hasil penelitian Wulansari (2015) mengatakan bahwa terdapat pengaruh penjualan lewat *online* terhadap omzet penjualan. Jauhari (2010) dalam penelitiannya menyatakan bahwa untuk meningkatkan daya saing usaha kecil serta untuk mendapatkan peluang peningkatan pendapatan dan peluang bisnis lainnya dapat dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, salah satunya adalah *e-commerce*.

Menurut Himawan dkk. (2014) penggunaan *e-commerce* terbukti mampu memperluas jangkauan dalam pemasaran produk dan meningkatkan daya saing sehingga mampu memberikan pelayanan yang baik dan cepat kepada konsumen, hal tersebut akan mengakibatkan meningkatnya omzet penjualan.

Produksi merupakan suatu proses untuk mengubah input (bahan mentah atau barang setengah jadi) menjadi output (barang jadi) sehingga nilai pada suatu barang akan bertambah (Sugiono, 2002:88). Bertambahnya produksi yang dihasilkan, maka otomatis akan meningkatkan omzet penjualan perusahaan dan dengan harga yang lebih dari pengeluaran perusahaan tersebut sehingga akan menyebabkan meningkatnya pendapatan bagi perusahaan dan juga terhadap tenaga kerja yang terlibat di dalam kegiatan produksi tersebut (Arfiani, 2013). Faithonii (2017) dan Nurfitriia (2011) menyatakan kemampuan penjual dalam memproduksi barang berpengaruh terhadap omzet penjualan. Berdasarkan kajian pustaka dan hasil penelitian sebelumnya, maka kerangka konseptual pada penelitian ini ditunjukkan seperti gambar 2.



Gambar 2 : Kerangka Konseptual Pengaruh Modal, Tingkat pendidikan dan Pemanfaatan *E-commerce* Terhadap Produksi dan Omzet Penjualan IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar.

Analisis jalur digunakan untuk melukiskan dan menguji modal hubungan antar variabel yang berbentuk sebab akibat (Sugiyono, 2013).

$$Y_1 = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_1 \dots\dots\dots (1)$$

$$Y_2 = \beta_4 X_1 + \beta_5 X_2 + \beta_6 X_3 + \beta_7 Y_1 + e_2 \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

- X_1 : Variabel Eksogen Modal
- X_2 : Variabel Eksogen Tingkat Pendidikan
- X_3 : Variabel Eksogen Pemanfaatan *e-commerce*
- Y_1 : Variabel Intervening produksi
- Y_2 : Variabel Endogen Omset Penjualan

Nilai Kekeliruan Standar

Untuk mengetahui nilai e_1 yang menunjukkan varian variabel produksi (Y_1) yang tidak dijelaskan oleh modal (X_1) tingkat pendidikan (X_2) dan pemanfaatan *e-commerce* (X_3), maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$e_1 = \sqrt{1 - R^2}$$

$$e_1 = \sqrt{1 - 0,816}$$

$$e_1 = \sqrt{0,184}$$

$$e_1 = 0,42$$

Nilai kekeliruan standar untuk struktural I sebesar 0,42 yang artinya 42 persen varian variabel produksi tidak dapat dijelaskan oleh modal, tingkat pendidikan dan pemanfaatan *e-commerce*.

Untuk mengetahui nilai e_2 yang menunjukkan varian variabel omzet penjualan yang tidak dijelaskan oleh variabel modal, tingkat pendidikan, pemanfaatan *e-commerce* dan produksi, maka dihitung menggunakan rumus sebagai berikut.

$$e_2 = \sqrt{1 - R^2}$$

$$e_2 = \sqrt{1 - 0,990}$$

$$e_2 = \sqrt{0,10}$$

$$e_2 = 0,31$$

Nilai kekeliruan standar untuk struktural II sebesar 0,31 yang artinya sebesar 31 persen varian variabel omzet penjualan tidak dapat dijelaskan oleh variabel modal, tingkat pendidikan, pemanfaatan *e-commerce* dan produksi.

Pemeriksaan Validitas Model

Memeriksa validitas model, terdapat indikator untuk melakukan pemeriksaan yaitu koefisien determinasi total hasilnya sebagai berikut.

$$\begin{aligned} R_{2m} &= 1 - (Pe_1)^2(Pe_2)^2 \\ &= 1 - (0,42)^2(0,31)^2 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &= 1 - (0,17)(0,09) \\ &= 1 - 0,0153 \\ &= 0,98 \end{aligned}$$

Keterangan :

R_2^2 = koefisien determinasi total

$e_1 e_2$ = nilai kekeliruan taksiran standar

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi total, maka diperoleh bahwa keragaman data yang dapat dijelaskan oleh model sebesar 98 persen atau dengan kata lain informasi yang terkandung dalam data sebesar 98 persen dapat dijelaskan oleh model, sedangkan sisanya yaitu 2 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Langsung

Pengaruh Langsung Modal Terhadap Produksi IKM Makanan dan Minuman di Kota Denpasar

Nilai standardized coefficients beta sebesar 0,712 dan nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ itu berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap produksi. Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap produksi pada IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan teori produksi Cobb Douglas yang merupakan sebuah fungsi produksi yang digunakan untuk hasil dari dua variabel masukan input dalam proses produksi yang mana semakin banyak modal maka produksi dihasilkan akan semakin besar. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sri Widari (2019) dan Merssy Dwitasari (2017),

dimana semakin banyak modal yang dikeluarkan maka semakin banyak jumlah produksi yang dihasilkan. Pada dasarnya, selalu ada hubungan antara modal dengan produksi, hal ini karena setiap pengusaha akan membutuhkan modal untuk membeli bahan baku agar produksi bisa dilakukan.

Pengaruh Langsung Tingkat Pendidikan Terhadap Produksi IKM Makanan dan Minuman di Kota Denpasar

Nilai standardized coefficients beta sebesar 0,122 dan nilai probabilitas sebesar $0,049 < 0,05$ itu berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap produksi IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar. Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap produksi pada IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar. Tingkat pendidikan yang semakin tinggi mencerminkan bahwa semakin tinggi produktivitas yang dimiliki pelaku usaha. Pekerja yang memiliki pendidikan yang tinggi cenderung memiliki keahlian dan tingkat edukasi yang tinggi dan diharapkan dapat menghasilkan output yang lebih berkualitas. sehingga kemampuan dan keahlian tersebut akan diterapkan dalam unit usahanya, Hasil penelitian Adhanari (2005) dan Rianita (2016) menyatakan bahwa variabel tingkat pendidikan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap produktivitas kerja terutama karyawan dibidang produksi. Dengan adanya peningkatan pada tingkat pendidikan, maka akan diikuti pula oleh peningkatan produktivitas kerja dalam memproduksi produk secara signifikan serta dapat mengurangi kesalahan-kesalahan dalam kegiatan produksi sehingga pada akhirnya akan meningkatkan output produksi pada usaha tersebut.

Pengaruh Langsung Pemanfaatan E-commerce Terhadap Produksi IKM Makanan dan Minuman di Kota Denpasar

Nilai standardized coefficients beta sebesar 0,159 dan nilai probabilitas sebesar $0,019 < 0,05$ itu berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya produksi IKM makanan dan minuman yang pemanfaatan e-commerce lebih besar dari pada produksi IKM makanan dan minuman yang tidak memanfaatkan e-commerce. Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa produksi IKM makanan dan minuman yang pemanfaatan e-commerce lebih besar dari pada produksi IKM makanan dan minuman yang tidak memanfaatkan e-commerce. Hasil penelitian Nopiani (2019) menyatakan pemanfaatan e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap produksi IKM di Kota Denpasar. Hasil penelitian Taylor (2018) juga menyatakan penggunaan teknologi khususnya internet berkontribusi terhadap kinerja UKM, dalam hal ini penggunaan internet dalam proses pemasaran produk akan dapat meningkatkan jumlah pesanan sehingga akan meningkatkan produksi. E-commerce berperan dalam meningkatkan produksi pelaku IKM makanan dan minuman dan hal tersebut pun juga dapat meningkatkan pendapatan yang akan diterima oleh pelaku IKM makanan dan minuman.

Pengaruh Langsung Modal terhadap Omzet Penjualan IKM Makanan dan Minuman di Kota Denpasar

Nilai standardized coefficients beta sebesar 0,050 dan nilai probabilitas sebesar $0,037 < 0,05$ itu berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar. Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diketahui

bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan pada IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Supriadi (2012) dan Bukhria (2018) yang menyatakan bahwa modal berpengaruh signifikan terhadap penjualan perusahaan. Secara teori, modal memiliki pengaruh terhadap peningkatan penjualan seperti yang dikemukakan oleh Sutrisno dalam Sriwati (2011:24) bahwa efektifitas pengelolaan modal kerja melalui kegiatan penjualan ditentukan oleh tingkat perputaran modal. Makin tinggi kebutuhan modal maka semakin besar tingkat penjualan yang dicapai. Sebaliknya, semakin kecil jumlah modal mengakibatkan volume penjualan yang diraih akan sedikit pula.

Pengaruh Langsung Tingkat Pendidikan terhadap Omzet Penjualan IKM Makanan dan Minuman di Kota Denpasar

Nilai standardized coefficients beta sebesar 0.010 dan nilai probabilitas sebesar 0,506 > 0,05 itu berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak yang artinya tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap omzet penjualan IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa tingkat pendidikan berpengaruh positif namun tidak berpengaruh secara signifikan terhadap omzet penjualan pada IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar. Tingkat pendidikan umumnya memberikan manfaat terhadap kinerja suatu perusahaan, namun tidak semua orang yang berpendidikan mempunyai pengetahuan atau wawasan bisnis yang baik. Begitu pula sebaliknya, orang yang berpendidikan rendahpun belum tentu tidak mempunyai wawasan bisnis yang baik. Sebagai

contoh nyatanya adalah Gusti Ngurah Anom atau yang akrab disapa Ajik Krisna yaitu pemilik Krisna Oleh-Oleh, restoran serta hotel di Bali yang hanya mengenyam pendidikan hingga jenjang SMP mampu mengembangkan usahanya dengan baik. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Paramita (2014) dan Kartiningsih (2016) yang menyatakan tingkat pendidikan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap omzet pedagang.

Pengaruh Langsung Pemanfaatan E-commerce Terhadap Omzet Penjualan IKM Makanan dan Minuman di Kota Denpasar

Nilai standardized coefficients beta sebesar 0.040 dan nilai probabilitas sebesar $0,012 < 0,05$ itu berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya omzet penjualan IKM makanan dan minuman yang memanfaatkan e-commerce lebih besar daripada omzet penjualan IKM makanan dan minuman yang tidak memanfaatkan e-commerce. Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diketahui omzet penjualan IKM makanan dan minuman yang memanfaatkan e-commerce lebih besar daripada omzet penjualan IKM makanan dan minuman yang tidak memanfaatkan e-commerce.. Pemanfaatan e-commerce dilakukan oleh pelaku usaha untuk membantu dalam proses penjualan dan pemasaran produk. Memanfaatkan e-commerce sebagai sarana pemasaran dan penjualan sangat menguntungkan pengusaha, dimana dengan memanfaatkan e-commerce maka jangkauan pemasaran produk menjadi lebih luas, dapat mempermudah proses transaksi, dan juga meningkatkan daya saing pengusaha, sehingga hal tersebut akan berdampak terhadap omzet penjualan produk. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Adi Setyawan, dkk. (2017) dan Wulansari (2015) yang mengatakan bahwa penggunaan e-commerce berpengaruh terhadap penjualan.

Penelitian Nugroho dan Kastaman (2014) mengatakan bahwa media sosial facebook yang termasuk ke dalam jenis e-commerce social network memberikan pengaruh dalam peningkatan penjualan dan juga berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan.

Pengaruh Langsung Produksi terhadap Omzet Penjualan IKM Makanan dan Minuman di Kota Denpasar

Nilai standardized coefficients beta sebesar 0.916 dan nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ itu berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar. Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan pada IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar. Hal ini sesuai dengan penelitiannya Susilowati (2016) yang menyatakan bahwa produksi memiliki pengaruh yang nyata terhadap penjualan. Adi Wijaya (2012) dalam penelitiannya juga menyatakan produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan, hal tersebut berarti peningkatan produksi akan diikuti dengan peningkatan omzet usaha. Semakin banyak produksi yang dilakukan oleh produsen maka produsen dapat menjual lebih banyak produk kepada konsumen sehingga hal tersebut mengakibatkan omzet penjualan juga akan meningkat.

Pengaruh Tidak Langsung

Pengaruh Tidak Langsung Modal terhadap Omzet Penjualan Pada IKM Makanan dan Minuman di Kota Denpasar Melalui Produksi

Oleh karena nilai z hitung sebesar $10,348 > 1,96$ artinya produksi (Y_1) sebagai variabel intervening pengaruh modal terhadap omzet penjualan pada IKM

makanan dan minuman di Kota Denpasar atau dengan kata lain modal secara tidak langsung berpengaruh terhadap omzet penjualan pada IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar melalui produksi. Dalam hal ini produksi disebut memediasi parsial modal terhadap omzet penjualan karena modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan sehingga produksi hanya memediasi secara parsial modal terhadap omzet penjualan.

Pengaruh Tidak Langsung Tingkat Pendidikan terhadap Omzet Penjualan pada IKM Makanan dan Minuman di Kota Denpasar Melalui Produksi

Oleh karena nilai z hitung sebesar $2,145 > 1,96$ artinya produksi (Y_1) sebagai variabel intervening pengaruh tingkat pendidikan terhadap omzet penjualan pada IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar atau dengan kata lain tingkat pendidikan secara tidak langsung berpengaruh terhadap omzet penjualan pada IKM Makanan dan minuman di Kota Denpasar melalui produksi. Dalam hal ini produksi disebut memediasi penuh tingkat pendidikan terhadap omzet penjualan karena tingkat pendidikan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap omzet penjualan sehingga produksi dikatakan memediasi secara penuh tingkat pendidikan terhadap omzet penjualan.

Pengaruh Tidak Langsung Pemanfaatan E-commerce terhadap Omzet Penjualan pada IKM Makanan dan Minuman di Kota Denpasar Melalui Produksi.

Oleh karena nilai z hitung sebesar $2,578 > 1,96$ artinya produksi (Y_1) sebagai variabel intervening pemanfaatan e-commerce terhadap omzet penjualan IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar atau dengan kata lain pemanfaatan e-commerce secara tidak langsung berpengaruh terhadap omzet penjualan pada IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar melalui produksi. Dalam hal ini

produksi disebut memediasi parsial pemanfaatan e-commerce terhadap omzet penjualan karena pemanfaatan e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan sehingga produksi hanya memediasi secara parsial.

SIMPULAN

- 1) Modal dan tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap produksi IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar.
- 2) Nilai produksi antara pelaku IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar yang memanfaatkan e-commerce lebih besar daripada yang tidak memanfaatkan e-commerce.
- 3) Modal dan Produksi berpengaruh secara signifikan namun tingkat pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap omzet penjualan IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar.
- 4) Omzet penjualan pelaku IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar yang memanfaatkan e-commerce lebih besar dari pada yang tidak memanfaatkan e-commerce.
- 5) Modal, tingkat pendidikan dan pemanfaatan e-commerce secara tidak langsung berpengaruh terhadap omzet penjualan melalui produksi pada IKM makanan dan minuman di Kota Denpasar.

SARAN

- 1) Pemerintah perlu memfasilitasi dan mengadakan pelatihan bagi pelaku IKM makanan dan minuman terkait penggunaan e-commerce dan kewirausahaan, sehingga pelaku IKM makanan dan minuman dapat memiliki pengetahuan, skill yang memadai, dan kualitas yang tinggi. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman pelaku IKM makanan dan minuman terkait

penggunaan e-commerce dan penggunaannya semakin dioptimalkan. Selain itu, pelatihan yang diberikan diharapkan bisa lebih bervariasi dan dilakukan secara berkelanjutan, sehingga dapat meningkatkan kemampuan dari pelaku IKM makanan dan minuman yang ada. Kemudian melalui pelatihan kewirausahaan pelaku IKM makanan dan minuman diarahkan untuk meningkatkan kualitas dan standar produknya. Dalam hal pelatihan dan pembinaan, diharapkan pemerintah terus mendampingi IKM-IKM yang ada sehingga pemerintah lebih mengetahui permasalahan yang dialami oleh pelaku IKM khususnya IKM makanan dan minuman.

2) Pelaku IKM perlu mengikuti pelatihan atau pembinaan mengenai e-commerce serta kewirausahaan agar dapat semakin mengasah kreatifitas dalam membuat inovasi-inovasi produk baru agar konsumen tidak cepat merasa bosan.

REFERENSI

- Al-Qirim, N.A.Y. (2007). "The Adoption of Ecommerce Communication and Application Technologies in Small Business in New Zealand," *Electronic Commerce Research and Application*, 6, 462-73
- Andreu, Luisa, Joaquín Aldás, J. Enrique Bigné, & Anna S. Mattila (2010). An analysis of e-business adoption and its impact on relation quality in travel agency-supplier relationships. *Tourism Management*, 31(6), 777-787
- Arfiani, Ni Putu. 2013. Analisis Pendapatan Pengerajin Perak di Desa Kamasan Kabupaten Klungkung. *E-Jurnal EP Unud*. 2(6), 294-305.
- Booth, Anne. (1990). The Tourism Boom In Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 26(3), 45-73.
- Danendra Putra, I Putu dan I Wayan Sudirman. 2015. Pengaruh Modal Dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Dengan Lama Usaha Sebagai Variabel Moderating. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, Vol.4, No.9, pp. 1110-1139.
- Florida., Ricard L., and Martin Kenney. (1986). Venture Capital High Technology and Regional Development. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 12 (1), 33-48.
- Freathy, Paul dan Eric Calderwood. (2014). Coping with Change: The Implications of E-commerce Adoption for Island Consumers. *Journal Regional Studies*, 1-16.

- Hariwan, Peggy dan Swaningrum, Ayu. (2015). Analisis Indeks Pembangunan Manusia Pada 5 Wilayah Hasil Pemekaran Di Jawa Barat. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, [S.l.], nov. 2015.
- Hasan, Mahmudul.(2013). E-commerce challenges, Solution and Effectiveness Perspective Bangladesh. *International Journal of Computer Application*, 70 (9), pp: 0975-8887.
- 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.
- Kuyvenhoven, J.C. (2006). Capital Utilisation in Indonesia Medium and Large Scale Manufacturing. *Bulletin Of Indonesian Economic Studies*, 23 (1), 70-103
- Maharani Putri, Ni Made Dwi & I Made Jember (2016). Pengaruh Modal Sendiri dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Tabanan (Modal Pinjaman sebagai Variabel Intervening). *Esensi Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 9 (2), 142-150.
- Nair, Kinar. (2017). Impact Of E-commerce On Global Business And Opportunities - A Conceptual Study. *International Journal of Advanced Engineering and Management Research*, 2 (2).
- Ofori, George. (2006). Construction industry and economic growth in Singapore. *Bulletin of Indonesian Economic Studies.*, 6 (1)
- Parinduri, Rasyad A. (2014). Family Hardship and The Growth Of Micro And Small Firms In Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*. 50(1), 53-73.
- Pratiwi, Ayu Manik (2014). Analisis Efisiensi dan Produktivitas Industri Besar dan Sedang di Wilayah Provinsi Bali (Pendekatan Stochastic Frontier Analysis). *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*. 7(1), 79
- Revathy, S. and V. Santhi. (2016). Impact Of Capital Structure On Profitability Of Manufacturing Companies In India. *International Journal Of Advanced Engineering Technology*. 7 (1), 24-28.
- Riana, I Gede, Luh Gede Meydianawathi, Ni Luh Putu Wiagustini (2014). Master Plan UMKM Berbasis Perikanan untuk Meningkatkan Pengolahan Produk Ikan yang Memiliki Nilai Tambah Tinggi. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*. 7 (2).
- Sedana Putra, I Made dan I Ketut Sudibia. 2018. Pengaruh Faktor Sosial, Ekonomi Dan Demografi Terhadap Pendapatan Usaha Sektor Informal Di Desa Darmasaba., [S.L.], *PIRAMIDA*, 14(1), 49 - 58.
- Setyadhi Mustika, Dwi dan Apriliany, Desy. 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebertahanan Pedagang Kuliner Tradisional di Kabupaten Klungkung. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 6 (2), 118-127.
- Setyawan, I Gusti Ngurah Adi. 2017. Peran E-Commerce Terhadap Penjualan Usaha Pada Industri Pakaian Jadi Di Provinsi Bali. *E-Jurnal EP Unud*, 6(12), halaman: 2436-2461.
- Shahjee, Rajneesh (2016). THE IMPACT OF ELECTRONIC COMMERCE ON BUSINESS ORGANIZATION. An International peer reviewed &

- referred: Scholarly research journal for interdicilinary studies, 4 (27), 3130-3140.
- Shahriari, Shahrzad., Mohammadreza Shahriari., and Saeid gheiji. (2015). E-Commerce And It Impacts On Global Trend And Market. *International Journal Of Research –Granthaalayah*. 3 (4), 50.
- Siricharoen, W. V. (2012). Social Media, How does it Work for Business?. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 3 (4), 476-479
- Turban, E., David K, J. Lee,T. Liang, D. Turban. (2012). *Electronic Commerce*. 7th. United State: Pearson,
- Vinerean, Simona, Iuliana Cetina, Luigi Dumitrescu & Mihai Tichindelean (2013). The Effects of Social Media Marketing on Online Consumer Behavior. *International Journal of Business and Management*, 8 (14), 66-79
- Wiyasa, Ida Bagus Windu & Made Heny Urmila Dewi (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Melalui Di Kabupaten Bangli. *PIRAMIDA*, 7 (1), 27-36
- Wulandari, Ni & Luh Meydianawathi (2016). Apakah Pasar Modern Menurunkan Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional? (Analisis Binary Logistik). *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 9 (2)
- Zhou, Gideon & Alouis Madhikeni (2013). Systems, processes and challenges of public revenue collection in Zimbabwe. *American international journal of contemporary research*, 3 (2), 49-59
- Zhu, Kevin. (2004). The Complementarity of Information Technology Infrastructure and E-commerce Capability: A Resource-Based Assessment of Their Business Value. *Journal of Management Information Systems*. 21(1), 167-202.