

PENGARUH MODAL, TENAGA KERJA, MANAJERIAL, LOKASI USAHA, PENGGUNAAN *E-COMMERCE* TERHADAP PENJUALAN PEDAGANG *FASHION* KOTA DENPASAR

Putu Belza Meiliana Putri¹

I Wayan Sukadana²

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

ABSTRAK

UMKM sektor perdagangan bidang *fashion* merupakan yang diminati di Kota Denpasar. Perbelanjaan untuk kebutuhan *fashion* baik busana maupun untuk menunjang *style* akan meningkat karena seseorang membeli busana karena kebutuhan dasar serta pergaulan. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial modal, tenaga kerja, manajerial, lokasi usaha dan penggunaan *e-commerce* terhadap penjualan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis statistik deskriptif *crosstabs* dan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa secara simultan variabel modal, tenaga kerja, manajerial, lokasi usaha dan penggunaan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap penjualan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar. Secara parsial variabel modal dan tenaga kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar. Pemilik usaha bidang *fashion* di Kota Denpasar menjadi manajer dalam mengelola usahanya memperoleh penjualan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pemilik usaha yang menggunakan manajer atau orang kepercayaan dalam mengelola usahanya. Pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar yang berlokasi di kluster memperoleh penjualan lebih tinggi dibandingkan dengan yang berlokasi di luar kluster. Pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar yang menggunakan *e-commerce* memperoleh penjualan lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak menggunakan *e-commerce*.

Kata kunci: Penjualan, Modal, Tenaga Kerja, Manajerial, Lokasi, E- Commerce

Klasifikasi JEL: D24

ABSTRACT

MSME in the fashion trade sector is what is in demand in the city of Denpasar. Shopping for fashion needs, both clothing and to support style, will increase because someone buys clothes because of their basic needs and relationships. The purpose of this study is to determine the effect simultaneously and partially of capital, labor, managerial, business location and the use of e-commerce on the sales of fashion merchants in Denpasar City. The data analysis technique used in this research is descriptive statistical analysis of crosstabs and multiple linear regression analysis. Based on the test results, it is known that simultaneously the variables of capital, labor, managerial, business location and the use of e-commerce have a significant effect on the sales of fashion merchants in Denpasar City. Partially the variables of capital and labor partially have a positive and significant effect on sales of fashion merchants in Denpasar City. Fashion business owners in Denpasar City become managers in managing their businesses, getting higher sales compared to business owners who use managers or trusted people in managing their business. Fashion traders in Denpasar City who are located in the cluster get higher sales than those located outside the cluster. Fashion traders in Denpasar City who use e-commerce get higher sales than those who do not use e-commerce.

keyword: Sales, Capital, Labor, Managerial, Location, E-Commerce

Klasifikasi JEL: D24

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi merupakan hal yang sangat penting dalam perencanaan pembangunan suatu daerah (Oka Artana Yasa dan Sudarsana Arka, 2015). Pembangunan ekonomi merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh suatu negara dalam rangka peningkatan perkapita. Indonesia dalam beberapa dekade terakhir menjadi negara dengan ekonomi terbesar ke-10 di dunia dalam hal paritas daya beli, dan telah menikmati pertumbuhan ekonomi yang tinggi (Kurniawan dan Shunsuke, 2018). Pembangunan usaha kecil di Bali mempunyai potensi untuk dikembangkan mengingat pada dasarnya masyarakat di Bali mempunyai kreativitas yang tinggi serta sumber daya alam lokal yang cukup memberikan kontribusi pada peningkatan pendapatan dan kesejahteraan serta mendukung program pembangunan daerah (Budiartha dan Trunajaya, 2013).

Peningkatan pembangunan ekonomi tidak hanya bersumber dari sektor formal, melainkan juga melalui sektor informal seperti UMKM (Subri, dalam Sedana Putra dan I Ketut Sudibia, 2018). Menurut Dwi Maharani dan I Made Jember (2016), “Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan pihak yang memiliki andil cukup besar dalam pergerakan perekonomian nasional, karena UMKM memiliki kontribusi dalam peningkatan pendapatan nasional, penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan bagi masyarakat yang memiliki pendapatan rendah”. Sektor ini memainkan peran penting dalam pengembangan infrastruktur ekonomi dengan menyediakan inovasi, dan penciptaan kekayaan (Alamro dan Sami, 2011), serta dengan menyediakan pasokan ide dan keterampilan yang berkelanjutan bagi perekonomian yang diperlukan untuk mendorong persaingan dan alokasi yang efisien dari sumber daya sehingga telah diakui sebagai kontributor penting dalam perekonomian (Turyahikayo, 2015). Karena pembangunan ekonomi masyarakat merupakan skala prioritas untuk menyadari pentingnya pemberdayaan UKM (Purnamaningsih Eka dan I Ketut Winaya, 2019).

UMKM dibagi menjadi beberapa jenis sektor yaitu sektor industri pertanian, sektor industri non pertanian, sektor perdagangan dan sektor aneka jasa. Perdagangan merupakan urat nadi perekonomian seluruh dunia. Hal tersebut juga terjadi di Provinsi Bali dimana Sektor Perdagangan menjadi salah satu jenis sektor yang diminati oleh penduduk Provinsi Bali karena sektor perdagangan

menjadi sektor yang memiliki kontribusi tertinggi kedua dari jumlah seluruh sektor UMKM di Provinsi Bali, serta pada PDRB Provinsi Bali sektor perdagangan besar dan ecer; reparasi mobil dan sepeda motor menjadi penyumbang keempat. Kota Denpasar merupakan daerah dengan jumlah penduduk tertinggi di Provinsi Bali yakni sebanyak 788.589 jiwa. Sehingga menjadikan Kota Denpasar memiliki tingkat kepadatan penduduk yang tinggi akibat tingginya arus mobilitas penduduk ke Kota Denpasar. Karena dengan memiliki jumlah penduduk tertinggi Kota Denpasar sudah memiliki peluang pasar (pembeli) dengan jumlah yang sangat besar.

Berdasarkan data Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Denpasar, Kota Denpasar memiliki UMKM bidang *fashion*. Tumbuhnya usaha perdagangan di bidang *fashion* terjadi di Kota Denpasar. Karena UMKM bidang *fashion* ini telah menjadi UMKM dengan jumlah unit usaha tertinggi kedua setelah bidang kuliner. Usaha mikro pada UMKM bidang *fashion* Kota Denpasar merupakan kegiatan yang masuk kedalam usaha perdagangan. Bentuk usaha perdagangan bidang *fashion* di Kota Denpasar terdiri dari perdagangan aneka ragam pakaian, tas, sandal dan sepatu. Pada Tabel 1.1 dapat dilihat jumlah Usaha Mikro bidang *fashion* menurut Kecamatan di Kota Denpasar tahun 2019.

Tabel 1.1 Jumlah Usaha Mikro bidang *Fashion* menurut Kecamatan di Kota Denpasar Tahun 2019.

No.	Kecamatan	Jumlah Usaha (Unit)
1	Denpasar Selatan	1.785
2	Denpasar Timur	800
3	Denpasar Barat	2.998
4	Denpasar Utara	2.163
Jumlah		7.746

Sumber : *Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Denpasar, 2020*

Berdasarkan tabel 1.1 memperlihatkan bahwa Kota Denpasar memiliki jumlah usaha mikro bidang *fashion* sebanyak 7.746 unit. Jumlah usaha mikro bidang *fashion* tersebut mencakup empat kecamatan yaitu Denpasar Selatan dengan jumlah usaha 1.785 unit, Denpasar Timur dengan jumlah usaha 800 unit, Denpasar Barat dengan jumlah usaha 2.998 unit dan Denpasar Utara dengan jumlah usaha 2.163 unit.

Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa

yang ditawarkan (Basu Swastha dalam Iskandar dan Wilan Andriyani, 2014). Tujuan dalam melakukan usaha adalah agar memperoleh pendapatan dari penjualan output sebagai sumber penerimaan utama atau *revenue*. *Revenue* yang berarti penerimaan adalah sebagai jumlah yang diperoleh dari penjualan sejumlah output yang dihasilkan seorang produsen. Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan pengusaha untuk mempertahankan usahanya agar berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Karena semakin tinggi jumlah penjualan semakin tinggi pula pendapatan dagang, karena semakin banyak barang yang dijual maka semakin banyak pula uang yang didapat sehingga pendapatan semakin tinggi (Maheswara, 2016).

Permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah terbatasnya modal sehingga menghambat pertumbuhan UMKM (Adawiyah, 2011). Modal menjadi kunci awal dari setiap usaha karena modal yang besar akan berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Sehingga 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 (Danendra, 2015). Dengan tersedia modal dalam jumlah yang besar akan berkesinambungan dalam memperlancar proses produksi sehingga meningkatkan jumlah produksi dan akan berpengaruh kepada penjualan.

Tenaga kerja merupakan salah satu faktor terpenting dalam suatu usaha. Karena tanpa adanya tenaga kerja kegiatan produksi tidak dapat berjalan. Teori Cobb – Douglas menyatakan tenaga kerja mempengaruhi hasil produksi, dengan bertambahnya jumlah tenaga kerja atau jam kerja maka akan semakin banyak output yang dihasilkan. Semakin banyak output yang dihasilkan maka akan mempengaruhi pendapatan serta penjualan suatu usaha. Faktor produksi terdiri atas tenaga kerja, modal, dan teknologi. Sehingga selain modal dan tenaga kerja, teknologi juga berpengaruh dalam mempercepat produktivitas suatu usaha. Terdapat empat komponen teknologi diperlukan : fasilitas rekayasa (*technoware*); kemampuan insani (*humanware*); informasi (*infoware*); organisasi (*orgaware*). Manajerial termasuk kedalam kemampuan insani (*humanware*) merupakan teknologi yang terkandung dalam diri manusia mencakup pengetahuan, sikap, perilaku, pengalaman, kreativitas dan keterampilan. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM bersifat manajerial, karena rendahnya pengetahuan dan pengalaman

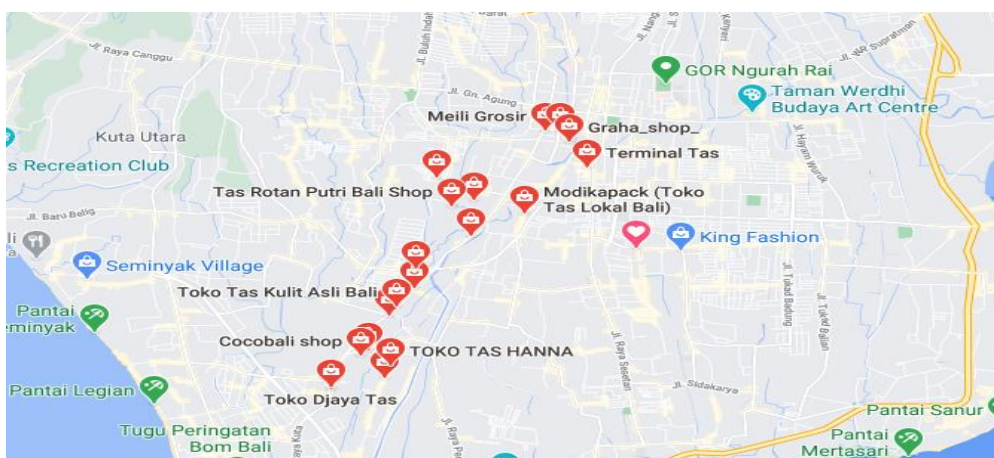
berkumpulnya usaha perdagangan khususnya bidang *fashion*. Pada Gambar 1.3 menunjukkan lokasi Toko Pakaian di Jalan Waturenggong.

Gambar 1 Toko Pakaian di Jalan Waturenggong

Sumber : Goole Maps (diakses pada 12 September 2020)

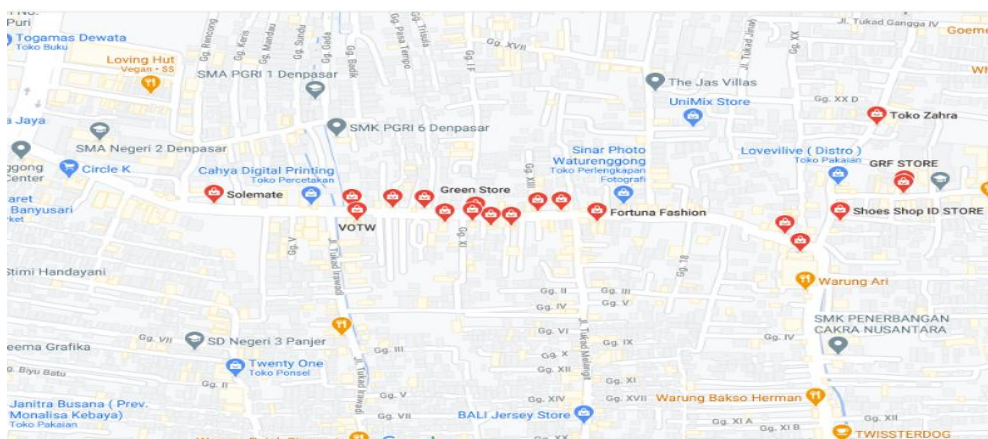
Kawasan yang menjadi tempat berkumpulnya usaha perdagangan pakaian di Kecamatan Denpasar Selatan seperti yang terlihat pada gambar 1 yaitu di Jalan Waturenggong, di Kecamatan Denpasar Timur berada di Jalan Wr, Supratman, di Kecamatan Denpasar Barat berada di Jalan Imam Bonjol, dan Kecamatan Denpasar Utara berada di Jalan Ahmad Yani Utara.

Gambar 2 Toko Tas di Jalan Imam Bonjol



Sumber : Google Maps (diakses pada 12 september 2020)

Kawasan yang menjadi tempat berkumpulnya usaha perdagangan tas seperti yang terlihat pada gambar 2 yaitu di Kecamatan Denpasar Barat berada di Jalan Imam Bonjol, di Kecamatan Denpasar Selatan terdapat beberapa toko tas di



sepanjang jalan Waturenggong, sedangkan Kecamatan Denpasar Utara dan Kecamatan Denpasar Timur tidak berkumpul menjadi satu daerah karena lebih berpencar.

Gambar 3 Toko Sandal atau Sepatu di Jalan Waturenggong

Sumber : *Google Maps (diakses pada 12 september 2020)*

Kawasan yang menjadi tempat berkumpulnya usaha perdagangan sandal atau sepatu seperti yang terlihat pada gambar 3 yaitu Kecamatan Denpasar Selatan berada di Jalan Waturenggong, di Kecamatan Denpasar Barat juga memiliki daerah yang menjadi tempat berkumpulnya sejumlah toko sandal atau sepatu yaitu di Jalan Diponegoro, Kecamatan Denpasar Timur juga memiliki yaitu sepanjang jalan Kapten Agung dan jalan Letda Made Putra, Kecamatan Denpasar Utara yaitu di jalan Ahmad Yani Utara.

Aglomerasi memiliki manfaat sebagai akibat dari eksternalitas antar toko, sebagai contoh ketika pembeli yang mengunjungi toko sepatu, maka pembeli juga dapat mengunjungi toko pakaian di sekitarnya begitu pula sebaliknya, sehingga setiap jenis toko mendapatkan keuntungan. Namun, eksternalitas semacam itu mungkin kurang menguntungkan jika dengan jenis toko lainnya seperti, pengunjung toko pakaian atau sepatu mungkin memiliki sedikit alasan untuk mengunjungi toko mainan atau toko khusus pipa, dan sebaliknya (Brueckner, 2011).

Usaha kecil sekarang dapat mengatasi beberapa kelemahan utama mereka, seperti ukuran usaha, modal, sumber daya manusia, dan terbatasnya pasar dengan mengadopsi teknologi internet (Faloye, 2014). Untuk mengatasi kelemahan utama mereka, maka penjual mengadopsi penggunaan *e-commerce* dalam usahanya agar terus tumbuh dan tetap kompetitif (Ibrahim *et al*, 2019). *E-commerce* pada dasarnya memberi banyak manfaat kepada penjual dan pembeli (Shaharudin, 2012). *E-commerce* digunakan untuk pemasaran produk sehingga memperoleh manfaat, keuntungan, lebih murah, efisien, memiliki akses tanpa batas, dapat diakses oleh pengunjung dari belahan dunia maupun selama di daerah tersebut memiliki akses internet. Serta dapat mempromosikan hubungan dengan pelanggan dan saling bertukar informasi (Alzahrani, 2019). Meskipun memiliki kelebihan namun belum berhasil membujuk sebagian besar pengguna untuk melakukan transaksi melalui sarana belanja ini (Villa *et al*, 2018).

E-commerce memainkan peran utama dalam perekonomian saat ini karena mengubah praktik pemasaran (Hamad *et al*, 2018). Karena *e-commerce* telah mengubah wajah ritel, layanan, dan strategi bisnis sehingga akan terus

mempengaruhi bagaimana penjual menjual dan memasarkan produk mereka, serta bagaimana orang melakukan pembelian mereka (Awiagah *et al*, 2016). Bentuk pemasaran baru ini telah memberikan peluang bagi usaha kecil untuk tumbuh secara dinamis (Eid dan Hatem, 2013). Penggunaan *E-commerce* atau lebih dikenal *Online Shopping* adalah pelaksanaan transaksi berupa penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran serta promosi suatu produk barang atau jasa dilakukan dengan memanfaatkan komputer atau sarana komunikasi elektronik (Helmalia dan Afrinawati 2018). Penjual harus membangun kepercayaan pembeli, karena kepercayaan merupakan salah satu faktor terpenting dalam menjalankan transaksi menggunakan *e-commerce*, setelah kepercayaan dibangun, maka transaksi dapat dilakukan (Mohammed *et al*, 2013).

Berdasarkan pembahasan diatas penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh modal, tenaga kerja, manajerial, lokasi usaha dan penggunaan *e-commerce* terhadap penjualan pedagang bidang fashion di Kota Denpasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desain penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Metode asosiatif digunakan untuk menganalisis pengaruh modal, tenaga kerja, manajerial, lokasi usaha dan penggunaan *e-commerce* terhadap penjualan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar. Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar dengan pertimbangan karena Kota Denpasar merupakan kota terpadat dengan jumlah penduduk 788.586 jiwa jika dibandingkan dengan Kabupaten lainnya di Provinsi Bali. UMKM Sektor Perdagangan menjadi usaha yang diminati di Kota Denpasar, karena memiliki jumlah penduduk tertinggi dan memiliki peluang pasar (pembeli) dengan jumlah yang sangat besar. Kota Denpasar memiliki UMKM bidang *fashion* dengan jumlah usaha yang cukup tinggi.

Pengambilan jumlah sampel penelitian di Kota Denpasar ditentukan dengan menggunakan metode *qouta sampling*. *Qouta sampling* yaitu pengambilan

sampel dimana jumlah populasi tidak diperhitungkan akan tetapi diklasifikasikan dalam beberapa kelompok. Kelompok yang digunakan yaitu berdasarkan kecamatan yang ada di Kota Denpasar pengumpulan data dilakukan langsung pada unit sampling. Jumlah responden yang akan diambil yaitu pada Kecamatan Denpasar Selatan dengan 23 sampel, Denpasar Timur dengan 10 sampel, Denpasar Barat dengan 39 sampel, dan Denpasar Utara dengan 28 sampel dengan total seluruhnya yaitu 100 sampel.

Sumber data terdiri dari dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban responden dari wawancara dan kuisioner terkait modal, tenaga kerja, manajerial, lokasi usaha, penggunaan *e-commerce*, dan penjualan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar. Data sekunder dalam penelitian ini adalah persentase keragaman UMKM di Provinsi Bali, besarnya kontribusi sektor perdagangan Kabupaten/Kota di Provinsi Bali tahun 2019 yang diperoleh dari Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Bali, besarnya kontribusi sektor perdagangan besar dan eceran pada Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Provinsi Bali Tahun 2016-2019 yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, jumlah unit usaha mikro bidang *fashion* menurut Kecamatan di Kota Denpasar Tahun 2019 yang diperoleh dari Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Pemerintahan Kota Denpasar, gambaran mengenai lokasi dimana usaha perdagangan pakaian, tas, sepatu/sandal mengumpul dalam satu kawasan yang diperoleh dari *Google Maps*.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu : 1) Analisis Statistik Deskriptif *Crosstab*, digunakan untuk menghitung frekuensi dan persentase dua atau lebih variabel secara sekaligus dengan cara menyilangkan variabel-variabel yang dianggap berhubungan sehingga makna hubungan dua variabel mudah dipahami secara deskriptif (Santoso, 2001). Deskriptif *crosstabs* menyajikan data dalam bentuk tabulasi, yang meliputi baris dan kolom, sehingga memiliki daya menerangkan cukup kuat untuk menjelaskan hubungan antar variabel. 2) Analisis Regresi Linier Berganda, adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam melakukan analisis data akan diolah dengan program SPSS. 3) Uji Batasan Linier Berganda Secara Simultan (Uji F *Resricted*), adalah model yang diperoleh

setelah memberlakukan semua batasan yang diperlukan. Setiap melakukan penambahan variabel baru maka akan menyebabkan *r-square* akan meningkat, sehingga untuk mencegah bahwa memperoleh model yang lebih baik harus menggunakan uji *f restricted* dan *unrestricted* karena pengujian ini dilakukan untuk mengklarifikasi apabila hasil yang diterima merupakan model tidak terbatas atau (*unrestricted model*) maka dengan adanya penambahan lokasi usaha dan penggunaan *e-commerce* menunjukkan bahwa memang benar variabel tersebut dapat memperbaiki model bukan hanya untuk meningkatkan *r-square*. 4) Uji Signifikansi Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T), digunakan untuk melakukan pengujian signifikan pengaruh variabel bebas (*independent*) berpengaruh variabel terikat (*dependent*) dengan asumsi variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat dapat diketahui dari besarnya nilai koefisien regresi masing-masing variabel bebas.

Maka penggunaan teknik analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut.

Restricted Model:

$$\text{Ln}Y = \alpha + \beta_1 \text{Ln}(\text{Cap}) + \beta_2 \text{Ln}(\text{Lab}) + \beta_3 D_1 \text{Manj} + u \dots\dots\dots(1)$$

Unrestricted Model:

$$\text{Ln}Y = \alpha + \beta_1 \text{Ln}(\text{Cap}) + \beta_2 \text{Ln}(\text{Lab}) + \beta_3 D_1 \text{Manj} + \beta_4 D_2 \text{Loc} + \beta_5 D_3 E\text{-comm} + u..(2)$$

Keterangan :

Y	: Penjualan
Cap	: Modal
Lab	: Tenaga Kerja
$\beta_{1,2,3,4,5}$: Koefisien regresi
D ₁	: <i>Dummy</i> Manajerial
	1 = apabila pemilik usaha menjadi manajer dalam mengelola usahanya
	0 = apabila pemilik menggunakan manajer atau orang kepercayaan dalam mengelola usahanya
D ₂	: <i>Dummy</i> Lokasi Usaha
	1 = untuk usaha yang berlokasi diklaster
	0 = untuk usaha yang berlokasi diluar klaster
D ₃	: <i>Dummy</i> Penggunaan <i>E-Commerce</i>
	1 = apabila menggunakan <i>e-commerce</i>
	0 = apabila tidak menggunakan <i>e-commerce</i>
α	: Intersep
u	: Variabel Pengganggu

Berikut merupakan hasil penelitian :

1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif Crosstabs

Pada analisis statistik deskriptif *crosstabs* menyilangkan antara variabel modal, tenaga kerja, manajerial, penggunaan *e-commerce* dan penjualan terhadap lokasi usaha. Menyilangkan variabel lokasi usaha digunakan untuk memperlihatkan distribusi masing-masing variabel berdasarkan lokasi usaha.

Tabel 1: Hasil Statistik Deskriptif *Crosstabs* Modal dan Lokasi Usaha

		Lokasi * Modal Crosstabulation						
		10.000	384.750	759.500	1.883.750	2.633.250	Total	
		383.750 (000)	758.500 (000)	1.133.250 (000)	2.257.500 (000)	3.007.000 (000)		
Lokasi	Berlokasi diklaster	Count	16	1	1	0	0	18
	Jl Waturenggong	% of Total	16,0%	1,0%	1,0%	0,0%	0,0%	18,0%
	Berlokasi diklaster	Count	4	1	0	0	0	5
	Jl Wr. Supratman	% of Total	4,0%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%
	Berlokasi diklaster	Count	22	0	0	0	0	22
	Jl Imam Bonjol	% of Total	22,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	22,0%
	Berlokasi diklaster	Count	11	2	0	0	1	14
	Jl Ahmad Yani	% of Total	11,0%	2,0%	0,0%	0,0%	1,0%	14,0%
	Utara							
	Berlokasi diluar	Count	5	0	0	0	0	5
	klaster Jl	% of Total	5,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%
	Waturenggong							
	Berlokasi diluar	Count	5	0	0	0	0	5
	klaster Jl Wr.	% of Total	5,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%
	Supratman							
	Berlokasi diluar	Count	15	1	0	1	0	17
	klaster Jl Imam	% of Total	15,0%	1,0%	0,0%	1,0%	0,0%	17,0%
	Bonjol							
	Berlokasi diluar	Count	14	0	0	0	0	14
	klaster Jl Ahmad	% of Total	14,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	14,0%
	Yani Utara							
Total	Count	92	5	1	1	1	100	
	% of Total	92,0%	5,0%	1,0%	1,0%	1,0%	100,0%	

Sumber data : Hasil pengolahan data SPSS (diolah), 2021

Berdasarkan Statistik Deskriptif *Crosstabs* pada tabel 4.10 dapat dijelaskan sebagai berikut.

- 1) Pemilik usaha yang menggunakan jumlah modal sebesar Rp. 10.000.000 – Rp. 383.750.000 yaitu dengan jumlah 92 orang atau 92 persen sehingga menjadi jumlah modal yang paling dominan digunakan. Pemilik usaha tersebut

meliputi pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Waturenggong dengan jumlah 16 orang atau 16 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Wr. Supratman dengan jumlah 4 orang atau 4 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 22 orang atau 22 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Ahmad Yani Utara dengan jumlah 11 orang atau 11 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Waturenggong dan pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Wr. Supratman dengan jumlah 5 orang atau 5 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 15 orang atau 15 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Ahmad Yani Utara dengan jumlah 14 orang atau 14 persen.

- 2) Pemilik usaha yang menggunakan jumlah modal sebesar Rp. 384.750.000 – Rp. 758.500.000 yaitu dengan jumlah 5 orang atau 5 persen. Pemilik usaha tersebut meliputi pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Waturenggong, pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Wr. Supratman dan pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 1 orang atau 1 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Ahmad Yani Utara dengan jumlah 2 orang atau 2 persen.
- 3) Pemilik usaha yang menggunakan jumlah modal sebesar Rp. 759.500.000 – Rp. 1.133.250.000 dengan jumlah 1 orang atau 1 persen. Pemilik usaha tersebut adalah pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Waturenggong.
- 4) Pemilik usaha yang menggunakan jumlah modal sebesar Rp. 1.883.750.000 – Rp. 2.257.500.000 dengan jumlah 1 orang atau 1 persen. Pemilik usaha tersebut adalah pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Imam Bonjol.
- 5) Pemilik usaha yang menggunakan jumlah modal sebesar Rp. 2.633.250.000 – Rp. 3.007.000.000 dengan jumlah 1 orang atau 1 persen. Pemilik usaha tersebut adalah pemilik usaha yang berlokasi di klaster Jl. Ahmad Yani.
- 6) Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa pemilik usaha bidang *fashion* yang berlokasi diklaster Jl Waturenggong dengan jumlah 18 orang atau 18 persen. Pemilik usaha bidang *fashion* yang berlokasi diklaster Jl. Wr. Supratman, berlokasi diluar klaster Jl. Waturenggong, berlokasi diluar klaster Jl. Wr. Supratman dengan jumlah 5 orang atau 5 persen. Pemilik usaha bidang *fashion* yang berlokasi diklaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 22 orang atau

22 persen. Pemilik usaha bidang *fashion* paling yang berlokasi diklaster Jl. Ahmad Yani Utara dan berlokasi diluar klaster Jl. Ahmad Yani Utara dimana masing-masing dengan jumlah 14 orang atau 14 persen. Pemilik usaha bidang *fashion* yang berlokasi diluar klaster Jl Imam Bonjol dengan jumlah 17 orang atau 17 persen.

Tabel 2: Hasil Statistik Deskriptif *Crosstabs* Tenaga Kerja dan Lokasi Usaha

		Lokasi * Tenaga Kerja Crosstabulation					Total	
		Tenaga Kerja						
Lokasi		Count	1 - 3 orang	4 - 6 orang	7 - 9 orang	10 - 12 orang	16 - 18 orang	
Berlokasi diklaster Jl Waturenggong	Count	10	5	2	1	0	18	
	% of Total	10,0%	5,0%	2,0%	1,0%	0,0%	18,0%	
Berlokasi diklaster Jl Wr. Supratman	Count	3	1	1	0	0	5	
	% of Total	3,0%	1,0%	1,0%	0,0%	0,0%	5,0%	
Berlokasi diklaster Jl Imam Bonjol	Count	16	4	1	0	1	22	
	% of Total	16,0%	4,0%	1,0%	0,0%	1,0%	22,0%	
Berlokasi diklaster Jl Ahmad Yani Utara	Count	7	5	2	0	0	14	
	% of Total	7,0%	5,0%	2,0%	0,0%	0,0%	14,0%	
Berlokasi diluar klaster Jl Waturenggong	Count	0	5	0	0	0	5	
	% of Total	0,0%	5,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%	
Berlokasi diluar klaster Jl Wr. Supratman	Count	4	1	0	0	0	5	
	% of Total	4,0%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%	
Berlokasi diluar klaster Jl Imam Bonjol	Count	9	7	1	0	0	17	
	% of Total	9,0%	7,0%	1,0%	0,0%	0,0%	17,0%	
Berlokasi diluar klaster Jl Ahmad Yani Utara	Count	14	0	0	0	0	14	
	% of Total	14,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	14,0%	
Total	Count	63	28	7	1	1	100	
	% of Total	63,0%	28,0%	7,0%	1,0%	1,0%	100,0%	

Sumber data : Hasil pengolahan data SPSS (diolah), 2021

Berdasarkan Statistik Deskriptif *Crosstabs* pada tabel 2 dapat dijelaskan sebagai berikut.

- 1) Pemilik usaha yang menggunakan jumlah tenaga kerja 1-3 orang yaitu dengan jumlah 63 orang atau 63 persen. Pemilik usaha tersebut meliputi pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Waturenggong dengan jumlah 10 orang atau 10 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Wr. Supratman dengan jumlah 3 orang atau 3 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 16 orang atau 16 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Ahmad Yani Utara dengan jumlah 7 orang atau 7 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Wr. Supratman dengan jumlah 4 orang atau 4 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Imam Bonjol

dengan jumlah 9 orang atau 9 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Ahmad Yani Utara dengan jumlah 14 orang atau 14 persen.

- 2) Pemilik usaha yang menggunakan jumlah tenaga kerja 4-6 orang yaitu dengan jumlah 28 orang atau 28 persen. Pemilik usaha tersebut meliputi pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Waturenggong dengan jumlah 5 orang atau 5 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Wr. Supratman dengan jumlah 1 orang atau 1 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 4 orang atau 4 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Ahmad Yani Utara dan pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Waturenggong dengan jumlah 5 orang atau 5 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Wr. Supratman dengan jumlah 1 orang atau 1 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 7 orang atau 7 persen.
- 3) Pemilik usaha yang menggunakan jumlah tenaga kerja 7-9 orang yaitu dengan jumlah 7 orang atau 7 persen. Pemilik usaha tersebut meliputi pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Waturenggong dengan jumlah 2 orang atau 2 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Wr. Supratman, pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Imam Bonjol dan pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 1 orang atau 1 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Ahmad Yani Utara dengan jumlah 2 orang atau 2 persen.
- 4) Pemilik usaha yang menggunakan jumlah tenaga kerja 10-12 orang yaitu dengan jumlah 1 orang atau 1 persen. Pemilik usaha tersebut adalah pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Waturenggong. Serta pemilik usaha yang menggunakan jumlah tenaga kerja 16-18 orang yaitu dengan jumlah 1 orang atau 1 persen. Pemilik usaha tersebut adalah pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Imam Bonjol.

Tabel 3: Hasil Statistik Deskriptif *Crosstabs* Manajerial dan Lokasi Usaha

Sumber data : Hasil pengolahan data SPSS (diolah), 2021

Berdasarkan Statistik Deskriptif *Crosstabs* pada tabel 3 dapat dijelaskan sebagai berikut.

- 1) Pemilik usaha yang menggunakan manajer atau orang kepercayaannya dalam mengelola usahanya dengan jumlah 54 orang atau 54 persen. Pemilik usaha tersebut meliputi pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Waturenggong dengan jumlah 5 orang atau 5 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Wr. Supratman dengan jumlah 1 orang atau 1 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Imam Bonjol dan berlokasi diklaster Jl. Ahmad Yani Utara dengan jumlah 7 orang atau 7 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Waturenggong dengan jumlah 3 orang atau 3 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Wr. Supratman dengan jumlah 4 orang atau 4 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 14 orang atau 14 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Ahmad Yani Utara dengan jumlah 13 orang atau 13 persen.
- 2) Pemilik usaha yang menjadi manajer dalam mengelola usahanya dengan jumlah 46 orang atau 46 persen. Pemilik usaha tersebut meliputi pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Waturenggong dengan jumlah 13 orang atau 13 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Wr. Supratman dengan jumlah 4 orang atau 4 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 15 orang atau 15 persen. Pemilik usaha yang berlokasi

Lokasi		Lokasi * Manajerial Crosstabulation		
		Manajerial		Total
		Pemilik menggunakan manajer atau orang kepercayaan dalam mengelola usahanya	Pemilik Usaha menjadi manajer dalam mengelola usahanya	
Berlokasi diklaster Jl Waturenggong	Count	5	13	18
	% of Total	5,0%	13,0%	18,0%
Berlokasi diklaster Jl Wr. Supratman	Count	1	4	5
	% of Total	1,0%	4,0%	5,0%
Berlokasi diklaster Jl Imam Bonjol	Count	7	15	22
	% of Total	7,0%	15,0%	22,0%
Berlokasi diklaster Jl Ahmad Yani Utara	Count	7	7	14
	% of Total	7,0%	7,0%	14,0%
Berlokasi diluar klaster Jl Waturenggong	Count	3	2	5
	% of Total	3,0%	2,0%	5,0%
Berlokasi diluar klaster Jl Wr. Supratman	Count	4	1	5
	% of Total	4,0%	1,0%	5,0%
Berlokasi diluar klaster Jl Imam Bonjol	Count	14	3	17
	% of Total	14,0%	3,0%	17,0%
Berlokasi diluar klaster Jl Ahmad Yani Utara	Count	13	1	14
	% of Total	13,0%	1,0%	14,0%
Total		Count	46	100
		% of Total	46,0%	100,0%

diklaster Jl. Ahmad Yani Utara dengan jumlah 7 orang atau 7 persen. Pemilik

usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Waturenggong dengan jumlah 2 orang atau 2 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Wr. Supratman dengan jumlah 1 orang atau 1 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 3 orang atau 3 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Ahmad Yani Utara dengan jumlah 1 orang atau 1 persen.

Tabel 4: Hasil Statistik Deskriptif *Crosstabs* Penggunaan *E-commerce* dan Lokasi Usaha

		Lokasi * Penggunaan E-Commerce Crosstabulation		
		Penggunaan E-Commerce		Total
Lokasi		Tidak Menggunakan E-Commerce	Menggunakan E-Commerce	
Berlokasi diklaster Jl Waturenggong	Count	1	17	18
	% of Total	1,0%	17,0%	18,0%
Berlokasi diklaster Jl Wr. Supratman	Count	2	3	5
	% of Total	2,0%	3,0%	5,0%
Berlokasi diklaster Jl Imam Bonjol	Count	8	14	22
	% of Total	8,0%	14,0%	22,0%
Berlokasi diklaster Jl Ahmad Yani Utara	Count	0	14	14
	% of Total	0,0%	14,0%	14,0%
Berlokasi diluar klaster Jl Waturenggong	Count	0	5	5
	% of Total	0,0%	5,0%	5,0%
Berlokasi diluar klaster Jl Wr. Supratman	Count	3	2	5
	% of Total	3,0%	2,0%	5,0%
Berlokasi diluar klaster Jl Imam Bonjol	Count	11	6	17
	% of Total	11,0%	6,0%	17,0%
Berlokasi diluar klaster Jl Ahmad Yani Utara	Count	14	0	14
	% of Total	14,0%	0,0%	14,0%
Total	Count	39	61	100
	% of Total	39,0%	61,0%	100,0%

Sumber data : Hasil pengolahan data SPSS (diolah), 2021

Berdasarkan Statistik Deskriptif *Crosstabs* pada tabel 4 dapat dijelaskan sebagai berikut.

- 1) Pemilik usaha yang tidak menggunakan *e-commerce* dengan jumlah 39 orang atau 39 persen. Pemilik usaha tersebut meliputi pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Waturenggong dengan jumlah 1 orang atau 1 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Wr. Supratman dengan jumlah 2 orang atau 2 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 8 orang atau 8 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Wr. Supratman dengan jumlah 3 orang atau 3 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 11 orang atau 11

persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Ahmad Yani Utara dengan jumlah 14 orang atau 14 persen.

- 2) Pemilik usaha yang menggunakan *e-commerce* dengan jumlah 61 orang atau 61 persen. Pemilik usaha tersebut meliputi pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Waturenggong dengan jumlah 17 orang atau 17 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Wr. Supratman dengan jumlah 3 orang atau 3 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Imam Bonjol dan pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Ahmad Yani Utara dengan jumlah 14 orang atau 14 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Waturenggong dengan jumlah 5 orang atau 5 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Wr. Supratman dengan jumlah 2 orang atau 2 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 6 orang atau 6 persen

Tabel 5: Hasil Statistik Deskriptif *Crosstabs* Penjualan dan Lokasi Usaha

			Lokasi * Penjualan Crosstabulation							Total	
			1.000	22.875	44.750	66.625	88.500	110.375	132.250		154.125
			21.875 (000)	43.750 (000)	65.625 (000)	87.500 (000)	109.375 (000)	131.250 (000)	153.125 (000)	175.000 (000)	
Lokasi	Berlokasi diklaster Jl Waturenggong	Count	0	6	3	2	2	1	3	1	18
		% of Total	0,0%	6,0%	3,0%	2,0%	2,0%	1,0%	3,0%	1,0%	18,0%
	Berlokasi diklaster Jl Wr. Supratman	Count	0	2	1	2	0	0	0	0	5
		% of Total	0,0%	2,0%	1,0%	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%
	Berlokasi diklaster Jl Imam Bonjol	Count	3	9	6	1	0	2	1	0	22
		% of Total	3,0%	9,0%	6,0%	1,0%	0,0%	2,0%	1,0%	0,0%	22,0%
	Berlokasi diklaster Jl Ahmad Yani Utara	Count	1	2	4	1	1	2	3	0	14
		% of Total	1,0%	2,0%	4,0%	1,0%	1,0%	2,0%	3,0%	0,0%	14,0%
	Berlokasi diluar klaster Jl Waturenggong	Count	0	0	4	0	1	0	0	0	5
		% of Total	0,0%	0,0%	4,0%	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%
	Berlokasi diluar klaster Jl Wr. Supratman	Count	3	2	0	0	0	0	0	0	5
		% of Total	3,0%	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%
	Berlokasi diluar klaster Jl Imam Bonjol	Count	8	4	4	1	0	0	0	0	17
		% of Total	8,0%	4,0%	4,0%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	17,0%
	Berlokasi diluar klaster Jl Ahmad Yani Utara	Count	11	3	0	0	0	0	0	0	14
		% of Total	11,0%	3,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	14,0%
Total		Count	26	28	22	7	4	5	7	1	100
		% of Total	26,0%	28,0%	22,0%	7,0%	4,0%	5,0%	7,0%	1,0%	100,0%

Sumber data : Hasil pengolahan data SPSS (diolah), 2021

Berdasarkan Statistik Deskriptif *Crosstabs* pada tabel 5 dapat dijelaskan sebagai berikut.

- 1) Pemilik usaha yang memiliki penjualan dengan jumlah Rp. 1.000.000 – Rp. 21.875.000 yaitu dengan jumlah 26 orang atau 26 persen. Pemilik usaha tersebut meliputi pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 3 orang atau 3 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Ahmad Yani Utara dengan jumlah 1 orang atau 1 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Wr. Supratman dengan jumlah 3 orang atau 3 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 8 orang atau 8 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Ahmad Yani Utara dengan jumlah 11 orang atau 11 persen.
- 2) Pemilik usaha yang memiliki penjualan dengan jumlah Rp. 22.875.000 – Rp. 43.750.000 yaitu dengan jumlah 28 orang atau 28 persen. Pemilik usaha tersebut meliputi pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Waturenggong dengan jumlah 6 orang atau 6 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Wr. Supratman dengan jumlah 2 orang atau 2 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 9 orang atau 9 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Ahmad Yani Utara dan Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Wr. Supratman dengan jumlah 2 orang atau 2 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 4 orang atau 4 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Ahmad Yani Utara dengan jumlah 3 orang atau 3 persen.
- 3) Pemilik usaha yang memiliki penjualan dengan jumlah Rp. 44.750.000 – Rp. 65.625.000 yaitu dengan jumlah 22 orang atau 22 persen. Pemilik usaha tersebut meliputi pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Waturenggong dengan jumlah 3 orang atau 3 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Wr. Supratman dengan jumlah 1 orang atau 1 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 6 orang atau 6 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Ahmad Yani Utara, pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Waturenggong, dan pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 4 orang atau 4 persen.
- 4) Pemilik usaha yang memiliki penjualan dengan jumlah Rp. 66.625.000 – Rp. 87.500.000 yaitu dengan jumlah 7 orang atau 7 persen. Pemilik usaha tersebut meliputi pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Waturenggong dan pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Wr. Supratman dengan jumlah 2 orang atau

- 2 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Imam Bonjol, pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Ahmad Yani Utara dan pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 1 orang atau 1 persen.
- 5) Pemilik usaha yang memiliki penjualan dengan jumlah Rp. 88.500.000 – Rp. 109.375.000 yaitu dengan jumlah 4 orang atau 4 persen. Pemilik usaha tersebut meliputi pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Waturenggong dengan jumlah 2 orang atau 2 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Ahmad Yani Utara dan pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Waturenggong dengan jumlah 1 orang atau 1 persen.
- 6) Pemilik usaha yang memiliki penjualan dengan jumlah Rp. 110.375.000 – Rp. 131.250.000 yaitu dengan jumlah 5 orang atau 5 persen. Pemilik usaha tersebut meliputi pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Waturenggong dengan jumlah 1 orang atau 1 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Imam Bonjol dan pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Ahmad Yani Utara dengan jumlah 2 orang atau 2 persen.
- 7) Pemilik usaha yang memiliki penjualan dengan jumlah Rp. 132.250.000 – Rp. 153.125.000 yaitu dengan jumlah 7 orang atau 7 persen. Pemilik usaha tersebut meliputi pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Waturenggong dan pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Ahmad Yani Utara dengan jumlah 3 orang atau 3 persen. Pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 1 orang atau 1 persen.
- 8) Pemilik usaha yang memiliki penjualan dengan jumlah Rp. 154.125.000 – Rp. 175.000.000 yaitu dengan jumlah 1 orang atau 1 persen. Pemilik usaha tersebut meliputi pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl. Waturenggong dengan jumlah 1 orang atau 1 persen.

2. Uji Signifikansi Koefisien Regresi Linier Berganda

Model Terbatas (*Restricted*)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.701 ^a	.491	.475	.74388

a. Predictors: (Constant), Manajerial, Modal , Tenaga Kerja

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	51.186	3	17.062	30.834	.000 ^b
	Residual	53.122	96	.553		

Total 104.308 99

- a. Dependent Variable: Penjualan
b. Predictors: (Constant), Manajerial, Modal , Tenaga Kerja

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	11.391	1.681		6.775	.000
	Modal	.264	.091	.215	2.895	.005
	Tenaga Kerja	.676	.116	.438	5.840	.000
	Manajerial	.816	.151	.398	5.417	.000

a. Dependent Variable: Penjualan

Model Tidak Terbatas (*Unrestricted*)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.823 ^a	.677	.660	.59837

a. Predictors: (Constant), Penggunaan E-Commerce, Modal , Manajerial, Tenaga Kerja, Lokasi Usaha

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	70.652	5	14.130	39.466	.000 ^b
	Residual	33.656	94	.358		
	Total	104.308	99			

a. Dependent Variable: Penjualan

b. Predictors: (Constant), Penggunaan E-Commerce, Modal , Manajerial, Tenaga Kerja, Lokasi Usaha

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	12.054	1.360		8.861	.000
	Modal	.213	.074	.174	2.872	.005
	Tenaga Kerja	.414	.102	.268	4.064	.000
	Manajerial	.278	.143	.136	1.942	.055
	Lokasi Usaha	.434	.150	.209	2.887	.005
	Penggunaan E-Commerce	.867	.161	.414	5.388	.000

a. Dependent Variable: Penjualan

3. Uji Batasan Linier Berganda Secara Simultan (Uji F Restricted)

Adapun rumus yang akan digunakan dalam menghitung F hitung yaitu:

$$F = \frac{(R_{ur}^2 - R_r^2) / q}{(1 - R_{ur}^2) / (n-k-1)} = \frac{(R_{ur}^2 - R_r^2) / q}{(1 - R_{ur}^2) / df_{ur}}$$

$$F = \frac{(0,677 - 0,491)}{(1 - 0,677)} \cdot \frac{94}{4}$$

$$F = 13,53251$$

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 13,532. Sehingga $F_{hitung} 13,532 > F_{tabel} 1,91$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti bahwa model yang digunakan yaitu Model Tidak Terbatas (*Unrestricted*). Model menjadi lebih baik jika tidak memiliki batasan dan adanya penambahan variabel yaitu variabel lokasi usaha dan penggunaan *e-commerce*. Hal ini menandakan bahwa variabel modal, tenaga kerja, manajerial, lokasi usaha dan penggunaan *e-commerce* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penjualan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar.

4. Uji Signifikansi Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

1) Pengujian Variabel Modal terhadap Penjualan Pedagang Bidang *Fashion* di Kota Denpasar.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai $t_{hitung} 2,872 > t_{tabel} 1,291$ atau nilai signifikansi $0,005 < 0,10$, ini berarti bahwa variabel modal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar. Nilai koefisien variabel modal sebesar 0,213 memiliki arti bila modal dinaikkan satu satuan persen maka menyebabkan penjualan meningkat sebesar 0,213 persen dengan asumsi variabel lain yaitu tenaga kerja, manajerial, lokasi usaha dan penggunaan *e-commerce*. Dalam penelitian ini rata-rata modal pemilik usaha bidang *fashion* di Kota Denpasar sebesar Rp. 196.770.000. Dalam penelitian ini modal yang paling dominan digunakan oleh pemilik usaha bidang *fashion* di Kota Denpasar yaitu sebesar Rp. 10.000.000 – Rp. 383.750.000. Jika pemilik usaha ingin meningkatkannya sebesar 1 persen maka pemilik usaha harus meningkatkan modal sebesar 4,6 persen atau Rp. 460.000 - Rp. 17.652.500.

Pemilik usaha bidang *fashion* di Kota Denpasar yang menggunakan modal sebesar Rp. 10.000.000 – Rp. 383.750.000 yaitu dengan jumlah 92 orang. Pemilik usaha tersebut meliputi pemilik usaha yang berlokasi diklaster (Jl. Waturenggong, Jl. Wr. Supratman, Jl. Imam Bonjol, Jl. Ahmad Yani Utara) dengan jumlah 53 orang. Serta pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Waturenggong, diluar klaster Jl. Wr. Supratman, diluar klaster Jl. Imam Bonjol, diluar klaster Jl. Ahmad Yani Utara dengan jumlah 39 orang.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Supriadi dan Puspitasari (2012) yang menunjukkan hasil yang sama jika setiap kenaikan modal maka penjualan akan meningkat. Hasil penelitian menunjukkan setiap kenaikan modal Rp1, maka penjualan akan meningkat sebesar Rp1.854.

2) Pengujian Variabel Tenaga Kerja terhadap Penjualan Pedagang Bidang Fashion di Kota Denpasar.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai $t_{hitung} 4,064 > t_{tabel} 1,291$ atau nilai signifikansi $0,000 < 0,10$, ini berarti bahwa variabel tenaga kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar. Dengan nilai koefisien variabel tenaga kerja sebesar 0,414 yang memiliki arti bila tenaga kerja dinaikkan satu satuan persen maka menyebabkan penjualan meningkat sebesar 0,414 persen dengan asumsi variabel lain yaitu modal, manajerial, lokasi usaha dan penggunaan *e-commerce*. Dalam penelitian ini rata-rata jumlah tenaga kerja pemilik usaha bidang *fashion* di Kota Denpasar sebesar 3 orang. Dalam penelitian ini jumlah tenaga kerja yang paling dominan digunakan oleh pemilik usaha bidang *fashion* di Kota Denpasar yaitu 1–3 orang dengan jumlah 63 orang. Serta terdapat juga jumlah tenaga kerja yang digunakan oleh pemilik usaha yaitu 16-18 orang dengan jumlah 1 orang. Jika pemilik usaha ingin meningkatkan penjualan sebesar 1 persen maka pemilik usaha harus meningkatkan jumlah tenaganya sebesar 2,4 persen atau 1 orang. Hal ini menunjukkan dengan adanya peningkatan tenaga kerja maka akan meningkatkan produktivitas usaha perdagangan bidang *fashion* di Kota Denpasar yang berkaitan dengan jumlah konsumen yang dilayani sehingga akan meningkatkan penjualan.

Pemilik usaha bidang *fashion* di Kota Denpasar yang menggunakan jumlah tenaga kerja 1-3 orang yaitu dengan jumlah 63 orang. Pemilik usaha tersebut meliputi pemilik usaha yang berlokasi diklaster (Jl. Waturenggong, Jl. Wr. Supratman, Jl. Imam Bonjol, Jl. Ahmad Yani Utara) dengan jumlah 36 orang. Serta pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Wr. Supratman, diluar klaster Jl. Imam Bonjol, diluar klaster Jl. Ahmad Yani Utara dengan jumlah 27 orang. Pemilik usaha bidang *fashion* di Kota Denpasar yang menggunakan jumlah tenaga kerja 16-18 orang yaitu dengan jumlah 1 orang yang berlokasi diklaster Jl. Imam Bonjol.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Danendra (2015) yang menyatakan bahwa secara simultan modal dan tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pada usaha warung makan di Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung.

3) Pengujian Variabel Manajerial terhadap Penjualan Pedagang Bidang Fashion di Kota Denpasar

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai $t_{hitung} 1,942 > t_{tabel} 1,291$ atau nilai signifikansi $0,055 < 0,10$, ini berarti bahwa pemilik usaha bidang *fashion* di Kota Denpasar menjadi manajer dalam mengelola usahanya memperoleh penjualan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pemilik usaha yang menggunakan manajer atau orang kepercayaan dalam mengelola usahanya. Dengan nilai koefisien variabel manajerial sebesar 0,278 yang memiliki arti bila pemilik usaha bidang *fashion* di Kota Denpasar menjadi manajer dalam mengelola usahanya memperoleh penjualan yang lebih tinggi sebesar 0,278 persen dibandingkan dengan pemilik usaha yang menggunakan manajer atau orang kepercayaan dalam mengelola usahanya. Dalam penelitian ini pemilik usaha bidang *fashion* di Kota Denpasar yang menjadi manajer dalam mengelola usahanya yaitu sebanyak 46 orang. Pemilik usaha bidang *fashion* di Kota Denpasar yang menjadi manajer dalam mengelola usahanya meliputi pemilik usaha yang berlokasi diklaster (Jl. Waturenggong, Jl. Wr. Supratman, Jl. Imam Bonjol, Jl. Ahmad Yani Utara) dengan jumlah 39 orang. Serta pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Waturenggong, diluar klaster Jl. Wr. Supratman, diluar klaster Jl. Imam Bonjol, diluar klaster Jl. Ahmad Yani Utara dengan jumlah 7 orang. Sehingga jika pemilik usaha ingin meningkatkan penjualan yang sebesar 0,278 maka pemilik usaha menjadi manajer dalam mengelola usahanya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Gumilar dan Sisca (2019) menyatakan bahwa manajerial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan dimana jika semakin tinggi orientasi manajerial sebagai pemilik, maka akan semakin tinggi kinerja, dimana kinerja ini terdiri dari peningkatan penjualan, laba dan pertumbuhan usaha.

4) Pengujian Variabel Lokasi Usaha terhadap Penjualan Pedagang Bidang Fashion di Kota Denpasar

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai $t_{hitung} 2,887 > t_{tabel} 1,291$ atau nilai signifikansi $0,005 < 0,10$, ini berarti bahwa pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar yang berlokasi diklaster memperoleh penjualan lebih tinggi dibandingkan dengan yang berlokasi diluar klaster. Dengan nilai koefisien variabel lokasi usaha sebesar 0,434 yang memiliki arti bahwa pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar yang berlokasi diklaster memperoleh penjualan lebih tinggi sebesar 0,434 persen dibandingkan dengan yang berlokasi diluar klaster. Dalam penelitian ini pemilik usaha bidang *fashion* di Kota Denpasar yang berlokasi diklaster (Jl Waturenggong, Jl. Wr. Supratman, Jl. Imam Bonjol, Jl. Ahmad Yani Utara) yaitu sebanyak 59 orang. Pemilik usaha tersebut meliputi pemilik usaha yang berlokasi diklaster Jl Waturenggong dengan jumlah 18 orang. Pemilik usaha bidang *fashion* yang berlokasi diklaster Jl. Wr. Supratman dengan jumlah 5 orang. Pemilik usaha bidang *fashion* yang berlokasi diklaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 22 orang. Pemilik usaha bidang *fashion* paling yang berlokasi diklaster Jl. Ahmad Yani Utara dengan jumlah 14 orang. Jika pemilik usaha ingin meningkatkan penjualan sebesar 0,434 persen maka pemilik usaha harus memilih lokasi usaha yaitu yang berlokasi diklaster.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Agustina dan Andi Fahmi (2019) menyatakan bahwa perusahaan menerima dampak *spillover* produktivitas yang positif dan signifikan dari berkumpulnya perusahaan dari sektor industri yang sama, maupun dari sektor industri lain yang berada di wilayah yang sama. Namun semakin jauh jarak geografisnya, pengaruh tersebut semakin kecil membuktikan bahwa aglomerasi dapat meningkatkan produktivitas perusahaan, sehingga meningkatkan penjualan.

5) Pengujian Variabel Penggunaan *E-Commerce* terhadap Penjualan Pedagang Bidang *Fashion* di Kota Denpasar.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai $t_{hitung} 5,388 > t_{tabel} 1,291$ atau nilai signifikansi $0,000 < 0,10$, ini berarti bahwa pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar yang menggunakan *e-commerce* memperoleh penjualan lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak menggunakan *e-commerce*. Dengan nilai koefisien variabel penggunaan *e-commerce* sebesar 0,867 yang memiliki arti

bahwa pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar yang menggunakan *e-commerce* memperoleh penjualan lebih tinggi 0,867 persen dibandingkan dengan yang tidak menggunakan *e-commerce*. Dalam penelitian ini pemilik usaha bidang *fashion* di Kota Denpasar yang menggunakan *e-commerce* yaitu sebanyak 61 orang. Pemilik usaha tersebut meliputi pemilik usaha yang berlokasi diklaster (Jl. Waturenggong, Jl. Wr. Supratman, Jl. Imam Bonjol, Jl. Ahmad Yani Utara) dengan jumlah 48 orang. Serta pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster Jl. Waturenggong, diluar klaster Jl. Wr. Supratman, diluar klaster Jl. Imam Bonjol dengan jumlah 13 orang. Apabila pemilik usaha ingin meningkatkan penjualan sebesar 0,867 persen maka pemilik usaha harus menggunakan *e-commerce*.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Suardana dan Putu Aswitari (2020) yang menyatakan bahwa pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap omzet penjualan IKM di Kota Denpasar. Karena dengan adanya *e-commerce* pola jual beli di masyarakat mulai berubah. Penggunaan *e-commerce* mampu memperluas jangkauan zona penjualan sehingga dapat diketahui seluruh masyarakat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan yaitu Model Tidak Terbatas (*Unrestricted*). Dengan kata lain model menjadi lebih baik jika tidak memiliki batasan dan dengan adanya penambahan variabel yaitu variabel lokasi usaha dan penggunaan *e-commerce*. Sehingga modal, tenaga kerja, manajerial, lokasi usaha dan penggunaan *e-commerce* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penjualan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar. Modal dan tenaga kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar. Pemilik usaha bidang *fashion* di Kota Denpasar menjadi manajer dalam mengelola usahanya memperoleh penjualan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pemilik usaha yang menggunakan manajer atau orang kepercayaan dalam mengelola usahanya. Pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar yang berlokasi diklaster memperoleh penjualan lebih tinggi dibandingkan dengan yang berlokasi diluar klaster. Pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar yang menggunakan *e-*

commerce memperoleh penjualan lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak menggunakan *e-commerce*.

SARAN

Pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar sebaiknya tidak hanya berjualan secara *offline* tetapi sebaiknya juga secara *online* melalui penggunaan *e-commerce*, karena terdapat banyak keuntungan serta manfaat dengan menggunakan *e-commerce*. Dengan adanya beragam jenis *e-commerce* seperti *shopee*, *tokopedia*, *facebook*, *instagram*, *whatsapp* dan lainnya, yang dapat dimanfaatkan sehingga akan memberikan peluang yang sangat besar bagi pedagang untuk dapat memperluas jangkauan usaha agar lebih dikenal dan dijangkau masyarakat yang akan mempengaruhi penjualan. Serta dalam pemilihan lokasi sebaiknya pemilik usaha perdagangan bidang *fashion* lebih memperhatikan faktor-faktor dalam pemilihan lokasi yang akan digunakan. Sehingga lokasi usaha memberikan keuntungan yang lebih maksimal bagi usaha yang dijalankan.

REFERENSI

- Adawiyah, Wiwiek Rabiatul. 2011. Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM): Studi di Kabupaten Banyumas. *Journal & Proceeding FEB UNSOED*. Vol. 1 No. 1, pp: 1-18.
- Agustina, dan Andi Fahmi. 2019. Pengaruh Aglomerasi Dan Hubungan Vertikal Industri Terhadap Produktivitas Industri Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*. Vol. 3 No. 1, pp: 23-42.
- Alamro, Sattam dan Sami A. Tarawneh. 2011. Factors Affecting E-Commerce Adoption in Jordanian SMEs. *European Journal of Scientific Research*. Vol. 64 No. 4 pp : 497-506.
- Alzahrani, Joman. 2019. The impact of e-commerce adoption on business strategy in Saudi Arabian small and medium enterprises (SMEs). *Journal Emerald Publishing Limited*. 4[1] pp : 73-88.
- Aritenang, Adiwana Fahlan dan Aryani Nurnisa Chandramidi. 2019. The Impact of Special Economic Zones and Government Intervention on Firm Productivity: The Case of Batam Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*. ISSN : 0007-4918 (Print) 1472-7234. pp: 1-34.
- Awiagah, Raphael et al. 2016. Factors affecting e-commerce adoption among SMEs in Ghana. *Sage Journals*. Vol. 32 No. 4. pp : 815-826.

- Budiarta, I Kadek Agus dan I Gede Trunajaya. 2013. Analisis Skala Ekonomis pada Industri Batu Bata di Desa Tulikup, Gianyar, Bali. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*. Vol. 6 No. 1, pp: 55-61.
- Brueckner, Jan K. 2011. Lectures on Urban Economics. England: The MIT Press.
- Danendra Putra, I Putu dan I Wayan Sudirman. 2015. Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja terhadap Pendapatan dengan Lama Usaha sebagai Variabel Moderating. *E-Jurnal EP Unud*, Vol. 4 No. 9, pp: 1110-1139.
- Dwi Maharani Putri dan 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). *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*. 9[2]: 142-150.
- Eid, Riyad dan Hatem El-Gohary. 2013. The impact of E-marketing use on small business enterprises marketing success. *The Service Industries Journal Taylor & Francis*. Vol. 33 No. 1 : 31-50.
- Faloye, Dotun Olaleye. 2014. The adoption of *e-commerce* in small businesses: an empirical evidence from retail sector in Nigeria. *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)* Vol. 8 No. 2, pp: 54-64.
- Firmansyah, Yordan dan Muhammad Nasir. 2017. Aglomerasi Warung Kopi Di Kota Banda Aceh Studi Kasus : Jl. P. Nyak Makam Dan Jl. Dr. Moh Hasan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)*. Vol. 2 No. 1, pp: 197-205.
- Gumilar, Fahmi Yudan dan Sisca Eka Fitria. 2019. Pengaruh Kemampuan Manajerial Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Sentra Industri Pengolahan Kayu Di Jl. Terusan Pasirkoja Kota Bandung). *E-Proceeding of Management*. Vol. 6 No. 1, pp: 362-372.
- Hamad, Haseba et al. 2018. An empirical investigation of business-to business e-commerce adoption and its impact on SMEs competitive advantage: The case of Egyptian manufacturing SMEs. *Strategic Change*. Vol. 27 No. 3 : 209-229.
- Head, Keith dan Thierry Mayer. 2004. The Empirics of Agglomeration and Trade. *Handbook of Regional and Urban Economics*. Vol 4. Hal: 01027789.
- Helmalia dan Afrinawati. 2018. Pengaruh *E-Commerce* terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol. 3 No. 2, pp: 237-246.

- Ibrahim, Wanzu et al. 2019. E-Commerce Adoption and Growth of SMEs in Uganda. *International Journal of Business and Management*. Vo. 14 No. 1 Hal: 46-54.
- Iskandar, Khalid dan Wilan Andriyani. 2014. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Batubara Pada PT. Cahaya Mantingan Nusantara Jakarta. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*. Vol.7 No.1, pp: 24-34.
- Kurniawan, Robi and Shunsuke Managi. 2018. Economic Growth and Sustainable Development in Indonesia: An Assessment. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*. Vol. 54, No. 3, pp: 339–361.
- Maheswara, Anak Agung Ngurah Gede. 2016. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UKM Sektor Perdagangan di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. Vol. 5 No. 12, pp : 4271-4298.
- Mohammed, Jumayah Abdulaziz et al. 2013. The Factors That Affects E-Commerce Adoption in Small and Medium Enterprise: A Review. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*. 7[10] : 406-412.
- Oka Artana Yasa, I Komang dan Sudarsana Arka. 2015. Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi dan Disparitas Pendapatan Antardaerah terhadap Kesejahteraan Masyarakat Provinsi Bali. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*. Vol. 8 No. 1, pp: 63-71.
- Putri, Novi Tri. 2015. Perbandingan Kinerja UKM Kluster dan Non Kluster di Kota Bengkulu. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*. Vol. 8 No.1, pp: 56-62.
- Purnamaningsih, Putu Eka dan I Ketut Winaya. 2019. Implementasi Kebijakan Dinas Koperasi, Ukm Dan Perindustrian Perdagangan Kota Denpasar (Studi Kasus Peningkatan Daya Saing Ukm Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean). *Jurnal PIRAMIDA*. Vol. 14, No. 2 : 129-141.
- Santoso, S. dan Tjiptono, F. 2001. Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS. Elex Media Komputindo: Jakarta.
- Sedana Putra, I Made dan I Ketut Sudibia. 2018. Pengaruh Faktor Sosial, Ekonomi Dan Demografi Terhadap Pendapatan Usaha Sektor Informal Di Desa Darmasaba. *Jurnal PIRAMIDA*. Vol. XIV No. 1, pp: 49 – 58.
- Suardana, I Kadek dan Luh Putu Aswitari. 2020. Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan, dan Pemanfaatan *E-Commerce* Terhadap Produksi dan Omzet Penjualan IKM di Denpasar. *E-Jurnal EP Unud*. Vol. 9 No.12, pp: 2645-2673.
- Supriadi, Yoyon dan Ratih Puspitasari. 2012. Pengaruh Modal Kerja Terhadap Penjualan dan Profitabilitas Perusahaan Pada PT Indocement Tungal

Prakarsa Tbk (*Effect Of Working Capital To Sales And Profitability*).
Jurnal Ilmiah Kesatuan. Vol. 14 No. 1 pp: 72 – 80.

Shaharudin, Mohd Rizaimy. 2012. Determinants of electronic commerce adoption in Malaysian SME's furniture industry. *African Journal of Business Management*. Vol. 6 No. 10 pp: 3648-3661.

Turyahikayo, Everest. 2015. Challenges Faced by Small and Medium Enterprises in Raising Finance in Uganda. *International Journal of Public Administration and Management Research*, Vol 3 No. 2 Hal : 21-33.

Villa, Eliana et al. 2018. Electronic Commerce: Factors Involved in its Adoption from a Bibliometric Analysis. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*. Vol. 13 No. 1 Hal : 39-70.

Widodo, Wahyu. 2014. Agglomeration Economies, Firm-Level Efficiency, and Productivity Growth: Empirical Evidence from Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*. ISSN : 0007-4918 (Print) 1472-7234. pp : 46-79.