

## **PENGARUH MODAL USAHA, LOKASI USAHA DAN PENGGUNAAN ECOMMERCETERHADAP PENJUALAN UMKM BIDANG FASHION DI DENPASAR**

**Ni Kadek Ayu Adistha Widiani Putri<sup>1</sup>  
Putu Ayu Pramitha Purwanti<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia  
email: [adisthawidniani08@gmail.com/](mailto:adisthawidniani08@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal usaha, lokasi usaha, dan *E-commerce* secara simultan dan secara parsial terhadap penjualan UMKM bidang fashion di Kota Denpasar. Pengambilan sampel penelitian dilakukan dengan menggunakan metode *accidental proportional* sampling. Berdasarkan hasil perhitungan, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah total seluruhnya yaitu 100 sampel yang akan masuk kedalam kategori usaha yang berada di dalam klaster wilayah yang dipilih dan kategori usaha yang berada di luar klaster. Teknik analisis yang digunakan adalah uji batasan linier berganda secara simultan dan uji signifikansi koefisien regresi secara parsial yang diuji menggunakan program SPSS 25.0. Hasil penelitian menunjukkan modal usaha, lokasi usaha, dan penggunaan *E-commerce* secara simultan berpengaruh positif terhadap penjualan UMKM bidang fashion di Kota Denpasar. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa modal usaha, lokasi usaha, dan penggunaan *E-commerce* secara parsial berpengaruh positif terhadap penjualan UMKM bidang fashion di Kota Denpasar.

**Kata kunci:** modal usaha; lokasi usaha; *E-commerce*; penjualan; *fashion*

### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of business capital, business location, and E-commerce simultaneously and partially on the sales of MSMEs in the fashion sector in Denpasar City. Research sampling was carried out using the accidental proportional sampling method. Based on the calculation results, the number of samples used in this study totals a total of 100 samples that will be included in the business category that is in the selected regional cluster and the business category that is outside the cluster. The analysis techniques used are simultaneous multiple linear boundary tests and partial regression coefficient significance tests tested using the SPSS 25.0 program. The results showed that business capital, business location, and the use of E-commerce simultaneously had a positive effect on the sales of MSMEs in the fashion sector in Denpasar City. The results of this study also show that business capital, business location, and the use of E-commerce partially have a positive effect on the sales of MSMEs in the fashion sector in Denpasar City.*

*Keywords: Venture capital; business location; E-commerce; sales; Fashion*

## PENDAHULUAN

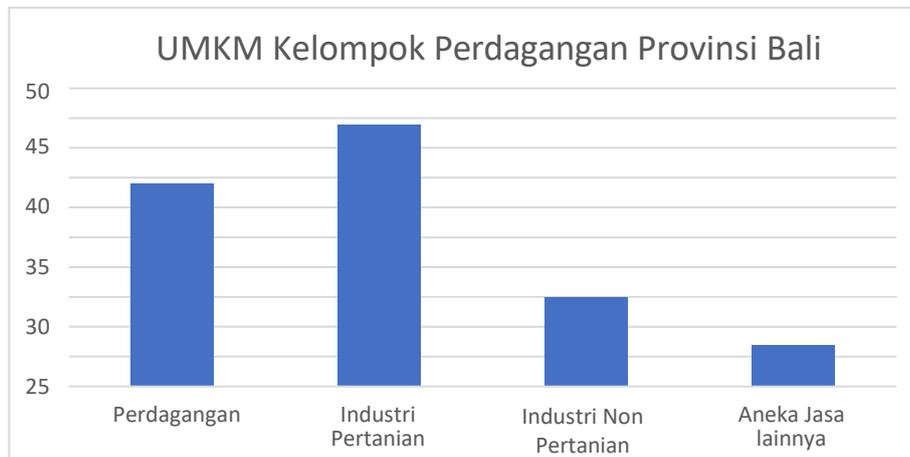
Usaha Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dan strategis bagi pertumbuhan ekonomi negara, baik negara berkembang maupun negara maju. Indonesia sebagai salah satu negara berkembang yang memiliki sasaran pembangunan untuk mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur, mengejar pertumbuhan ekonomi, penanganan ketimpangan pendapatan serta mengurangi kemiskinan. Pertumbuhan ekonomi merupakan hal yang sangat penting dalam perencanaan pembangunan suatu daerah (Oka Artana Yasa, 2015). Keberhasilan pembangunan yang dilaksanakan oleh sebuah negara termasuk Negara Indonesia dapat dilihat dari kondisi kesejahteraan masyarakatnya. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan agar Indonesia menjadi negara maju dengan cara meningkatkan pembangunan ekonomi nasional (Dwiky Wirawan, 2019). 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, 2018).

Peningkatan pembangunan ekonomi tidak hanya bersumber dari sektor formal, melainkan juga melalui sektor informal seperti UMKM (Sedana Putra, 2018) karena sektor informal memegang peranan sangat penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia baik ditinjau dari pendapatan masyarakat secara langsung maupun secara tidak langsung terhadap pendapatan nasional (Sedana Putra, 2018). UMKM dianggap sebagai kunci utama dalam ekonomi setiap negara. Sektor ini memainkan peran penting dalam pengembangan infrastruktur ekonomi dengan menyediakan penciptaan lapangan kerja, inovasi, dan penciptaan kekayaan (Alamro, 2011), serta 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). Pembangunan ekonomi masyarakat merupakan skala prioritas untuk menyadari pentingnya pemberdayaan UMKM (Purnamaningsih, 2019).

Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ini mampu menyerap tenaga kerja cukup besar dan memberi peluang bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing dengan perusahaan yang lebih cenderung menggunakan modal besar (*capital intensive*) (NoHarto, 2019). UMKM mampu bertahan pada saat krisis dapat dilihat pada saat krisis ekonomi tahun 1997. Karena pada saat krisis ekonomi tahun 1997 justru sektor UMKM yang kuat bertahan bahkan mampu berkontribusi dalam usaha pemulihan keadaan pasca krisis ekonomi. 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 (Jember, 2016). Sehingga pengembangan UMKM akan memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat struktural, yaitu meningkatkan perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional (Kurniawan, 2018).

UMKM Bali mampu bersaing di kancah nasional, bahkan internasional. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM, pada akhir 2018 di Bali mencapai jumlah 326.000, meningkat dari sebelumnya sekitar 312.000, dengan rasio

kewirausahaan berada di angka 8,38 persen, lebih tinggi dari nasional yang berada pada angka 5 persen. UMKM dibagi menjadi beberapa jenis sektor yaitu UMKM sektor industri pertanian, sektor industri non pertanian, sektor perdagangan dan sektor aneka jasa. Pada Gambar 1 dapat dilihat persentase keragaman sektor UMKM di Provinsi Bali tahun 2020



**Gambar 1. Persentase UMKM perdagangan di Provinsi Bali Tahun 2020**

Gambar 1 menunjukkan bahwa industri pertanian menjadi sektor yang memiliki kontribusi tertinggi yaitu 44 persen dari jumlah seluruh sektor UMKM di Provinsi Bali. Sektor perdagangan menjadi sektor memiliki kontribusi tertinggi kedua yaitu 34 persen dari jumlah sektor UMKM di Provinsi Bali. Industri nonpertanian adalah industri yang aktivitasnya di luar bidang pertanian, meliputi industri maritim, industri elektronika, industri pariwisata, industri pertambangan dan energi, industri semen, besi baja, perakitan kendaraan bermotor, yang menyumbangkan 15 persen dari jumlah sektor UMKM di Provinsi Bali. Sektor aneka jasa merupakan industri transportasi, seni dan hiburan, pendidikan, kesehatan, telekomunikasi, dan lain sebagainya dengan kontribusi persentase terendah yaitu 7 persen dari jumlah sektor UMKM di Provinsi Bali. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa industri perdagangan merupakan urat nadi perekonomian di seluruh dunia. Hal tersebut juga terjadi di Provinsi Bali dimana Sektor Perdagangannya menjadi salah satu jenis sektor yang diminati oleh penduduk Provinsi Bali karena sudah tersedianya peluang pasar (pembeli).

Dalam Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Provinsi Bali, Sektor Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor menjadi penyumbang terbesar keempat dalam PDRB. Sektor ini dibagi menjadi dua yaitu Sektor Perdagangan Besar dan Eceran yang memiliki kontribusi yaitu 78 persen, dan Perdagangan Mobil, Sepeda Motor dan Reparasinya yang memiliki kontribusi sebesar 22 persen. Dengan demikian Sektor Perdagangan Besar dan Eceran memiliki kontribusi yang lebih besar jika dibandingkan dengan Perdagangan Mobil, Sepeda Motor dan Reparasinya. Kontribusi sektor perdagangan mengalami tren peningkatan setiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat dalam Tabel 1.2 yang menunjukkan kontribusi sektor perdagangan besar dan eceran pada PDRB Provinsi Bali tahun 2016-2020.

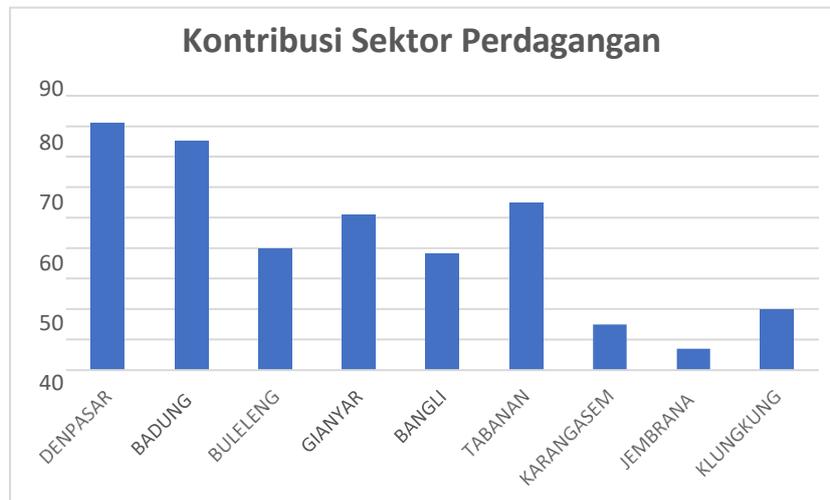
**Tabel 1.**  
**Kontribusi Sektor Perdagangan Besar dan Eceran pada Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Provinsi Bali Tahun 2016-2020**

No.	Tahun	Pedagang Besar dan Eceran (juta rupiah)	Total PDRB (juta rupiah)	Kontribusi (%)
1	2016	9.428.272	137.296.445	6,87
2	2017	10.297.107	144.933.312	7,10
3	2018	11.118.712	154.109.802	7,21
4	2019	12.002.595	162.783.940	7,40
5	2020	11.367.365	147.549.798	7,70
<b>Rata-Rata</b>		<b>10.842.810</b>	<b>149.334.659</b>	<b>7,25</b>

*Sumber: BPS, 2020*

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa sektor perdagangan dalam PDRB disebut Sektor Perdagangan Besar dan Eceran. Sektor perdagangan besar dan eceran di Provinsi Bali pada tahun 2016 hingga 2020 kontribusi terus mengalami peningkatan. Dengan rata-rata kontribusi sebesar Rp. 10.842.810.00 dengan persentase kontribusi rata-rata sebesar 7,25 persen. Hal ini menarik penulis dalam mengkaji Perdagangan karena perdagangan besar dan eceran menjadi salah satu sektor penyumbang terbesar dalam PDRB.

Setiap Kabupaten/Kota di Provinsi Bali memiliki jumlah UMKM yang berbeda-beda pada setiap sektor antara satu dengan yang lainnya. Karena setiap Kabupaten/Kota di Provinsi Bali memiliki perbedaan sektor unggulan. Seperti jumlah UMKM pada sektor perdagangan setiap Kabupaten/Kota di Provinsi Bali memiliki jumlah yang berbeda-beda. Pada Gambar 2 dapat dilihat persentase UMKM sektor perdagangan menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Bali tahun 2019.



**Gambar 2. Persentase Kontribusi Sektor Perdagangan Kabupaten/Kota di Provinsi Bali Tahun 2020**

*Sumber : Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Bali, 2020*

Berdasarkan Gambar 2 dapat dilihat bahwa terjadi perbedaan jumlah persentase kontribusi UMKM Sektor Perdagangan pada setiap Kabupaten/Kota. Terdapat dua Kabupaten yang memiliki persentase sektor perdagangan tertinggi yaitu Kabupaten Denpasar memiliki 81 persen dan Kabupaten Badung 75 persen dari jumlah UMKM yang dimiliki. Namun sektor perdagangan masih menjadi

sektor kedua yang paling diminati di beberapa Kabupaten/Kota, seperti Kabupaten Buleleng memiliki 40 persen, Kabupaten Gianyar 50 persen, dan Kota Bangli 47 persen dari jumlah keseluruhan UMKM yang dimiliki.

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. Sehingga menarik perhatian bagi penulis untuk melakukan pengkajian yang lebih dalam mengenai sektor perdagangan di Kota Denpasar.

Menurut penelitian sebelumnya oleh Marantiani dan Budhi (2017) sektor perdagangan di Kota Denpasar merupakan aset tersendiri yang dapat menjadi sumber pendapatan bagi pemerintah daerah dan dapat memperkuat pondasi perekonomian daerah. Berdasarkan data Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Denpasar, salah satu UMKM yang berkembang di Kota Denpasar adalah UMKM bidang *fashion*. Data jumlah UMKM per bidang usaha menurut Kecamatan di Kota Denpasar ditunjukkan pada Tabel 2.

**Tabel 2.**  
**Jumlah UMKM per bidang usaha menurut Kecamatan di Kota Denpasar Tahun 2019**

No	Bidang UMKM	Denpasar Selatan (unit)	Denpasar Timur (unit)	Denpasar Barat (unit)	Denpasar Utara (unit)	Total UMKM (unit)
1	Kuliner	2.411	1.050	4.145	2.029	9.635
2	<i>Fashion</i>	1.845	975	3.094	2.187	8.101
3	Pendidikan	72	66	169	125	432
4	Otomotif	530	823	848	558	2.759
5	Agrobisnis	858	459	1.293	3.532	6.142
6	Internet	362	87	388	318	1.155
7	Lainnya	1.079	496	1.105	1.122	3.802

Sumber: Bank data Kota Denpasar, 2020

Berdasarkan data pada Tabel 2 menunjukkan bahwa bidang UMKM yang paling banyak berkembang di Kota Denpasar adalah Kuliner, *Fashion* dan Agrobisnis. Jumlah UMKM kuliner adalah sebanyak 9.635 unit, *fashion* sebanyak 8.101 unit dan agrobisnis sebanyak 6.142 unit. Berdasarkan data tersebut maka industri *fashion* masuk ke dalam tiga besar bidang UMKM unggulan dan potensial dibandingkan dengan bidang UMKM lainnya. Menurut Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah mendefinisikan UMKM bidang *fashion* sebagai usaha kreatif yang berhubungan dengan desain pakaian, alas kaki, asesoris, produksi pakaian dan asesorisnya, serta konsultasi dan distribusi produk *fashion*. *Fashion* merupakan istilah yang akrab dalam kehidupan sehari-hari. *Fashion* lebih identik dikenal dengan busana atau pakaian. *Fashion* juga dapat mengekspresikan sesuatu yang tidak terucap secara verbal, maka *fashion* seringkali digunakan untuk menunjukkan identitas personal dari individu yang bersangkutan.

Perbelanjaan untuk kebutuhan *fashion* baik busana maupun untuk menunjang *style* akan meningkat karena seseorang membeli busana bukan karena sekedar alasan kebutuhan dasar, melainkan karena alasan pergaulan. Sehingga kondisi tersebut semakin memicu bertumbuhnya industri dan usaha penjualan khususnya pakaian. 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 UMKM bidang fashion di 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 3 dapat dilihat UMKM bidang *fashion* menurut Kecamatan di Kota Denpasar tahun 2020.

**Tabel 3.**

**Jumlah UMKM bidang *Fashion* menurut Kecamatan di Kota Denpasar Tahun 2020**

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

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

Kota Denpasar secara geografis terbagi menjadi empat wilayah kecamatan yaitu Denpasar Selatan, Denpasar Timur, Denpasar Barat dan Denpasar Utara. Berdasarkan tabel 3 memperlihatkan bahwa Kota Denpasar memiliki jumlah UMKM bidang *fashion* sebanyak 7.746 unit menurun 355 unit dari tahun 2019 yang mencapai 8.101 unit. Penurunan jumlah UMKM bidang *fashion* di Kota Denpasar terjadi karena dampak dari pandemi Covid 19 yang menyebabkan penurunan perekonomian, termasuk dibidang usaha bidang *fashion*.

Jumlah UMKM 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. Sehingga hal ini menarik perhatian penulis untuk mengkaji mengenai Usaha Perdagangan bidang *fashion* Kota Denpasar.

Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah mengenai ketimpangan pendapatan pengusaha di bidang *fashion*, dimana pendapatan yang diperoleh pengusaha belum merata, sehingga usaha *fashions* yang dijalankan tidak mampu berkembang dengan optimal. Hal ini dapat dilihat dari, meskipun UMKM berada di zona wilayah yang sama tetapi pendapatan yang diperoleh cenderung tidak merata. Terlebih dengan munculnya kompetitor menjadikan pengusaha di bidang *fashion* dituntut untuk semakin kreatif dan inovatif dalam menjual produknya. Berbagai upaya perlu dilakukan seperti salah satunya memanfaatkan penggunaan *e-commerce*. Penelitian ini perlu dilakukan untuk memberikan gamabarn bagi pengusaha di bidang *fashion* untuk mempertahankan eksistensinya ditengah pesatnya persaingan dan meningkatkan pendapatan.

Aglomerasi memiliki manfaat sebagai akibat dari eksternalitas antar toko, sebagai contoh ketika pembeli yang mengunjungi toko sepatu, maka pembeli juga dapat mengunjungi toko pakaian disekitarnya begitu pula sebaliknya, sehingga setiap jenis toko mendapatkan keuntungan. Namun, eksternalitas semacam itu mungkin kurang menguntungkan jika dengan jenis toko lainnya. Sebagai contoh, pengunjung toko pakaian atau sepatu mungkin memiliki sedikit alasan untuk mengunjungi toko mainan atau toko khusus pipa, dan sebaliknya (Brueckner, 2011). Berdasarkan penelitian Sandhika (2012) menyatakan bahwa Aglomerasi memiliki hubungan positif terhadap pertumbuhan ekonomi, hal ini berarti apabila

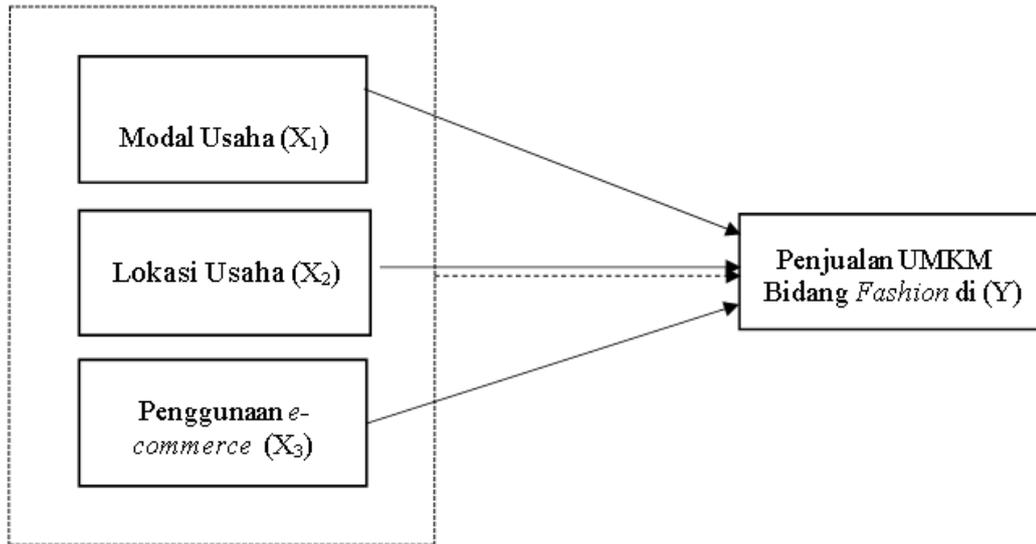
aglomerasi meningkat maka pertumbuhan ekonomi juga akan meningkat, maka terjadi peningkatan kegiatan ekonomi. Penelitian Agustina (2019) menyatakan bahwa perusahaan menerima dampak *spillover* produktivitas yang positif dan signifikan dari berkumpulnya perusahaan dari sektor industri yang sama, maupun dari sektor industri lain yang berada di wilayah yang sama. Namun makin jauh jarak geografisnya, pengaruh tersebut semakin kecil membuktikan bahwa aglomerasi dapat meningkatkan produktivitas perusahaan, sehingga meningkatkan penjualan.

*E-commerce* merupakan faktor kedua yang dapat mempengaruhi penjualan. Usaha kecil sekarang dapat mengatasi beberapa kelemahan utama mereka, seperti ukuran usaha, modal, sumber daya manusia, dan terbatasnya pasar dengan mengadopsi teknologi Internet. Semakin berkembangnya jaman, pelaku usaha saat ini lebih memanfaatkan internet untuk memasarkan produknya. Bentuk pemasaran baru telah memberikan peluang bagi usaha kecil untuk tumbuh secara dinamis. *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. 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. Hasil Penelitian Destiana (2010) menyatakan bahwa pengaruh *E-commerce* dapat meningkatkan tingkat penjualan dan pembelian serta melebarkan jangkauan sehingga dapat mengurangi uang diam pada barang pada Toko Notebook Jakarta. Hasil penelitian Suprpto (2016) menyatakan bahwa Aplikasi *E-commerce* berpengaruh positif terhadap penjualan Jack Donut karena setelah menggunakan *e-commerce* terjadi peningkatan penjualan Jack Donut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh modal usaha, lokasi usaha dan penggunaan *e-commerce* secara simultan terhadap penjualan UMKM di bidang *fashion* di Kota Denpasar, serta untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh modal usaha, lokasi usaha dan penggunaan *e-commerce* secara parsial terhadap penjualan UMKM di bidang *fashion* di Kota Denpasar.

Grand Theory yang digunakan adalah teori penawaran yang menyatakan bahwa jumlah yang ditawarkan biasanya secara langsung berhubungan dengan harganya, hal lain diasumsikan konstan. Jadi semakin rendah harganya, jumlah yang ditawarkan semakin sedikit dan sebaliknya semakin tinggi harganya, semakin tinggi juga jumlah yang ditawarkan. Selain teori penawaran, dalam penelitian ini juga menggunakan teori Aglomerasi yang terdiri atas 3 teori yaitu teori neo klasik, teori eksternalitas dinamis dan teori ekonomi geografi baru (*the new economic geography*).

Berdasarkan teori dan konsep di atas, serta hasil penelitian terdahulu maka berikut disajikan kerangka konseptual pengaruh modal usaha, lokasi usaha, dan penggunaan *e-commerce* terhadap penjualan UMKM bidang *fashion* di Kota Denpasar.



**Gambar 3. Kerangka Konseptual**

Mengacu pada kerangka konseptual dan teori, maka rumusan hipotesis yang terbentuk antara lain hipotesis yang pertama Modal usaha, lokasi usaha, dan penggunaan *e-commerce* secara simultan berpengaruh terhadap penjualan UMKM bidang *fashion* di Kota Denpasar, dan hipotesis kedua adalah Modal usaha, lokasi usaha, dan penggunaan *e-commerce* secara parsial berpengaruh positif terhadap penjualan UMKM bidang *fashion* di Kota Denpasar.

**METODE PENELITIAN**

Metode asosiatif digunakan untuk menganalisis pengaruh lokasi usaha dan penggunaan *e-commerce* terhadap penjualan UMKM bidang *fashion* di Kota Denpasar. Penelitian ini berlokasi di Kota Denpasar, adapun pemilihan lokasi ini di dasari karena Kota Denpasar merupakan tataran sub sektor yang memiliki keunggulan dalam bidang *fashion* dengan memiliki UMKM bidang *fashion* sebesar 7.746 unit, dimana UMKM bidang *fashion* masuk sebagai UMKM unggulan Kota Denpasar setelah UMKM bidang kuliner. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *accidental proportional* sampling dengan perbandingan jumlah 50 responden berada di dalam klaster dan 50 responden di luar klaster. *Accidental propotional* Sampling yaitu cara pengambilan sampel dimana peneliti dapat memilih responden yang pertama kali dijumpai atau orang-orang yang berhasil ditemui, serta dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data. Teknik analisis regresi linier berganda adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh modal, lokasi, dan *e-commerce* terhadap penjualan UMKM Bidang *Fashion* di Kota Denpasar. Dalam melakukan analisis data akan diolah dengan program SPSS. Persamaan secara sistematis sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

- Y = Penjualan
- α = konstanta

$\beta_1\beta_2\beta_3$	= Koefisien regresi dari masing- masing $X_1X_2X_3$
$X_1$	= Modal
$X_2$	= Lokasi Usaha
$X_3$	= <i>E-commerce</i>
$e$	= <i>error</i>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek dalam penelitian ini merupakan pemilik UMKM bidang fashion di Kota Denpasar yaitu sebanyak 100 responden. Kelompok responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada Tabel 4.

**Tabel 4.**  
**Jenis Kelamin Responden**

Kecamatan	Jenis Kelamin	Responden	
		Jumlah (orang)	Persentase (%)
Denpasar Utara	Laki-laki	9	32,1
	Perempuan	19	67,9
	<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100</b>
Denpasar Barat	Laki-laki	12	30,8
	Perempuan	27	69,2
	<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>100</b>
Denpasar Timur	Laki-laki	1	10
	Perempuan	9	90
	<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
Denpasar Selatan	Laki-laki	11	47,8
	Perempuan	12	52,2
	<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data Primer Diolah, 2022*

Pada tabel 4 menunjukkan bahwa pemilik UMKM bidang fashion di Denpasar yang berjenis perempuan lebih mendominasi dibandingkan laki – laki. Selanjutnya, Umur responden yaitu pemilik UMKM bidang fashion di Kota Denpasar berada pada rentang usia produktif (21-60), Pengelompokan responden berdasarkan umur ditunjukkan pada Tabel 5.

**Tabel 5.**  
**Umur Responden**

Kecamatan	Usia Responden (tahun)	Responden	
		Jumlah (orang)	Persentase (%)
Denpasar Utara	21-30	24	85,7
	31-40	2	7,1
	41-50	1	3,6
	51-60	1	3,6
	>60	0	0
	<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100</b>
Denpasar Barat	21-30	33	84,6
	31-40	3	7,8
	41-50	1	2,5
	51-60	1	2,5
	>60	1	2,5
	<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>100</b>

Denpasar Timur	21-30	9	90
	31-40	1	10
	41-50	0	0
	51-60	0	0
	>60	0	0
	<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
Denpasar Selatan	21-30	19	82,6
	31-40	1	4,35
	41-50	1	4,35
	51-60	1	4,35
	>60	1	4,35
	<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Tabel 5 menunjukkan bahwa pelaku UMKM bidang fashion di Kota Denpasar mayoritas berada pada rentang umur 21-30 tahun. Usaha perdagangan bidang fashion di Kota Denpasar lebih banyak dikelola oleh generasi muda yaitu pada rentang umur 21-30 tahun, hal ini terjadi karena generasi muda lebih memahami serta mengikuti bagaimana perkembangan fashion. Selain itu hal ini terjadi karena daya konsumsi akan produk *fashion* bagi generasi muda yang berada di usia produktif juga tinggi karena ada rasa untuk terus mengikuti *fashion* yang berkembang.

Pendidikan diyakini sangat berpengaruh terhadap kecakapan, tingkah laku dan sikap seseorang, dan hal ini berkaitan dengan tingkat pendapatan seseorang. Pada tabel 6 menunjukkan kelompok responden berdasarkan tingkat pendidikan. Tabel 6 menunjukkan bahwa mayoritas tingkat pendidikan responden yaitu pada tingkat pendidikan SMA/SMK Pendidikan merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan suatu usaha. Karena pendidikan memberikan pengetahuan dimana seorang yang berpendidikan tinggi akan lebih berhati-hati dalam pengambilan keputusan disertai dengan pertimbangan atas langkah yang akan diambil. Pelaku UMKM bidang *fashion* di Kota Denpasar rata-rata telah mengenyam pendidikan perguruan tinggi serta SMA sehingga berdasarkan latar belakang pendidikan tersebut dapat mendukung perkembangan kegiatan UMKM bidang *fashion* yang dijalankan.

**Tabel 6.**  
**Pendidikan Responden**

Kecamatan	Tingkat Pendidikan Terakhir	Responden	
		Jumlah (orang)	Persentase (%)
Denpasar Utara	SMA/SMK	16	57,1
	Perguruan Tinggi	12	42,9
	<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100</b>
Denpasar Barat	SMA/SMK	22	56,4
	Perguruan Tinggi	17	43,6
	<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>100</b>
Denpasar Timur	SMA/SMK	9	90
	Perguruan Tinggi	1	10
	<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
Denpasar Selatan	SMA/SMK	9	39,1

Perguruan Tinggi	14	60,9
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Hipotesis di analisis menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Teknik analisis regresi linier berganda memerlukan beberapa persyaratan yang harus dipenuhi, yaitu uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik terdiri dari diantaranya adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

**Tabel 7.**

**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.4478588
	Std. Deviation	1.37017202
Most Extreme Differences	Absolute	.217
	Positive	.217
	Negative	-.144
Test Statistic		.217
Asymp. Sig. (2-tailed)		.162 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Olahan SPSS, 2022

Besarnya nilai test Statistik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) adalah 0,217 dengan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,162. Nilai tersebut menyatakan bahwa data berdistribusi normal, karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari  $\alpha$  (0,05) persen.

**Tabel 8.**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Modal	.988	1.013
	lokasi usaha	.909	1.101
	e-commerce	.904	1.106

a. Dependent Variable: penjualan  
Sumber: Hasil olahan SPSS, 2022

Tabel 8 menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 10 persen (0,1) dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga model dikatakan tidak mengandung gejala multikolinieritas.

**Tabel 9.**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.982	1.702		.577	.565
	Modal	-.020	.099	-.021	-.203	.839
	lokasi usaha	.152	.252	.064	.603	.548
	e-commerce	.121	.559	.023	.217	.829

a. Dependent Variable: ABSRES  
Sumber: Hasil olahan SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai sig. dari masing-masing variabel independen adalah di atas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen bebas dari heteroskedastisitas.

Selanjutnya, terkait hasil uji hipotesis yang dilakukan menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda, sebagai berikut:

**Tabel 10.**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.551	1.047		11.029	.000
	modal	.354	.061	.503	5.785	.000
	lokasi usaha	.302	.095	.477	3.179	.004
	e-commerce	.403	.064	.606	6.297	.000

a. Dependent Variable: penjualan  
Sumber: Hasil Olahan SPSS, 2022

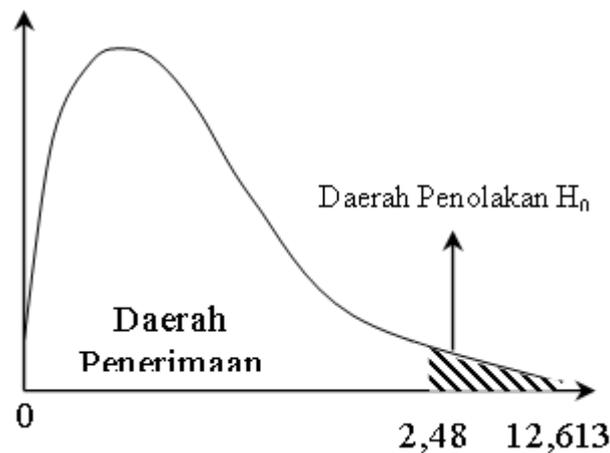
Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 10, didapat persamaan model regresi sebagai berikut.

$$Y = 11,551 + 0,354 X_1 + 0,302 X_2 + 0,403 X_3 \dots \dots \dots (2)$$

$$\text{Std.error} = (1,047) \quad (0,061) \quad (0,095) \quad (0,064)$$

$t_{hitung} = (11,029) \quad (5,785) \quad (3,179) \quad (6,297)$   
 $Sig.t = (0,000) \quad (0,000) \quad (0,004) \quad (0,000)$   
 $R\ Square = 0,560$   
 $F_{hitung} = 12,613$   
 $Sig\ F = (0,000)$

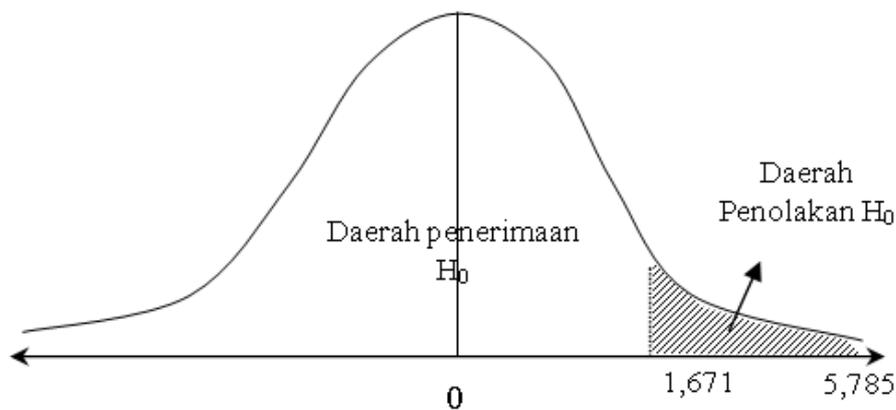
Berdasarkan hasil perhitungan maka diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 12,613, sehingga  $F_{hitung} 12,613 > F_{tabel} 4,48$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti bahwa model digunakan yaitu artinya modal, lokasi, dan *e-commerce* berpengaruh secara simultan terhadap penjualan UMKM Bidang *Fashion* di Kota Denpasar. Hasil ini didukung oleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,560 yang memiliki arti bahwa 56,00 persen variasi dari penjualan UMKM Bidang *Fashion* di Kota Denpasar dijelaskan oleh modal, lokasi, dan *e-commerce*, sedangkan 44,00 persen sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model. Adapun grafik yang menunjukkan Daerah Penerimaan dan Penolakan  $H_0$  dengan Uji F dapat dilihat pada Gambar 4.



**Gambar 4. Daerah Penerimaan dan Penolakan  $H_0$  dengan Uji F**

Sumber : hasil analisis SPSS, 2022

Analisis koefisien regresi parsial (Uji  $t$ ) digunakan untuk melakukan pengujian signifikan pengaruh variabel bebas (*independent*) yaitu modal, lokasi usaha, dan penggunaan *e-commerce* terhadap variabel terikat (*dependent*) yaitu penjualan UMKM bidang *fashion* di Kota Denpasar. Berdasarkan hasil analisis data dengan SPSS diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel modal sebesar 5,785.



### **Gambar 5. Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Variabel Modal (X<sub>1</sub>)**

*Sumber:* hasil analisis SPSS, 2022

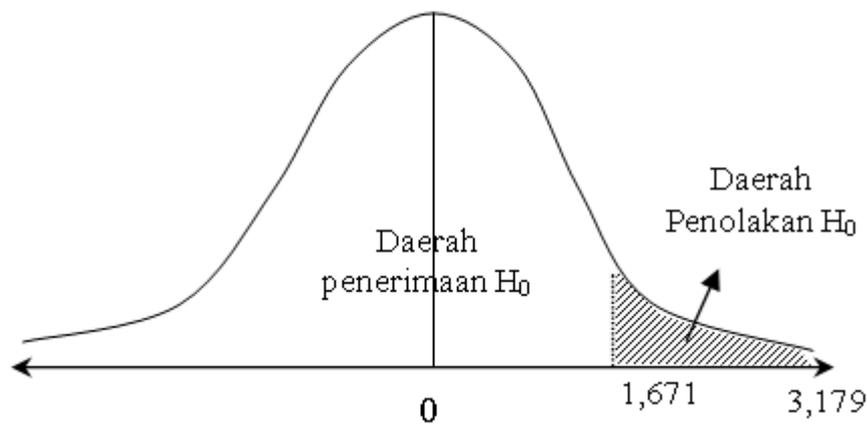
Oleh karena  $t_{hitung} 5,785 > t_{tabel} 1,671$  atau nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini berarti bahwa variabel modal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan UMKM bidang fashion di Kota Denpasar. Dengan nilai koefisien variabel modal sebesar 0,354 yang memiliki arti bila modal dinaikkan 1 juta maka menyebabkan penjualan meningkat sebesar Rp 354.000 dengan asumsi variabel lain yaitu lokasi dan e-commerce konstan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan UMKM bidang fashion di Kota Denpasar. Hal tersebut bermakna jika semakin tinggi modal maka akan semakin tinggi penjualan yang akan diperoleh.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Marantiani (2017) yang menunjukkan hasil yang sama jika setiap kenaikan modal maka penjualan akan meningkat, setiap kenaikan modal Rp1, maka penjualan akan meningkat sebesar Rp 1.854. Pada Marantiani (2017) menyatakan bahwa modal secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar, dan hasil penelitian Turyahikayo (2015) yang menyatakan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan industri pakaian jadi di Kota Denpasar. Pada penelitian Agustina (2019) yang menyatakan bahwa modal secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan. Hal ini memiliki arti bahwa jika semakin tinggi tingkat modal yang dimiliki oleh pelaku UMKM maka akan memiliki peluang yang lebih tinggi untuk memperoleh penjualan yang lebih tinggi karena semakin banyaknya stok barang yang dapat dibeli oleh pelaku UMKM akibat dari besarnya modal.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa terdapat permasalahan permodalan yang dialami oleh UMKM di bidang fashion di Kota Denpasar, terutama di masa pandemi covid 19. Ditengah menurunnya tingkat penjualan, UMKM bidang fashion mengalami keterbatasan akses modal, untuk itu maka bagi UMKM bidang fashion sebaiknya mengoptimalkan penggunaan modal salah satunya dengan memanfaatkan program KUR yang telah disediakan oleh pemerintah. Pemerintah disarankan perlu memfasilitasi pemberian kredit usaha agar pelaku usaha dapat mengembangkan usahanya, salah satunya dengan mempermudah prosedur pengajuan kredit untuk usaha.

Berdasarkan hasil analisis data dengan SPSS diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel modal sebesar 3,179.

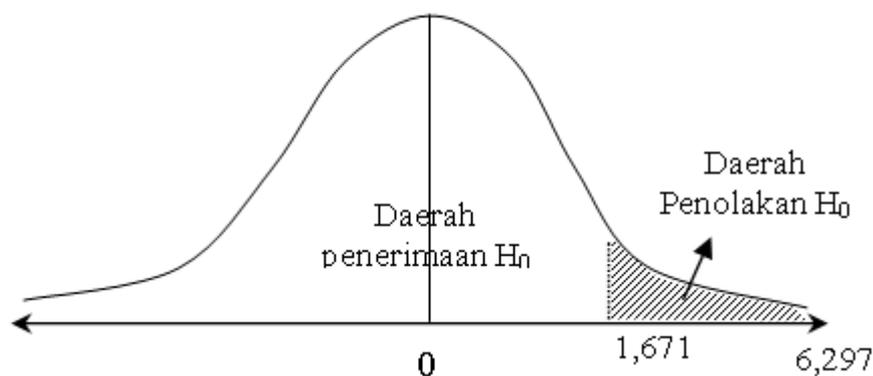


**Gambar 6. Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Variabel Lokasi (X<sub>2</sub>)**

*Sumber:* hasil analisis SPSS, 2022

Oleh karena  $t_{hitung} 3,179 > t_{tabel} 1,671$  atau nilai signifikansi  $0,004 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$ , diterima. Ini berarti bahwa variabel lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan UMKM bidang fashion di Kota Denpasar. Dengan nilai koefisien variabel lokasi sebesar 0,302 yang memiliki arti bahwa bila lokasi UMKM di dalam klaster maka tingkat penjualannya 0,3 kali lebih tinggi dibandingkan yang diluar klaster. Hasil analisis menunjukkan bahwa UMKM bidang fashion di Denpasar yang berlokasi di klaster memperoleh penjualan lebih tinggi dibandingkan dengan yang berlokasi di luar klaster. Dalam penelitian ini Pemilik usaha bidang fashion di Kota Denpasar yang berokasi diklaster (JL Waturenggong, JL Wr. Supratman, JL Gunung Rinjani, 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 berlokasi diklaster JL Wr. Supratman dengan jumlah 5 orang, Pemilik usaha bidang fashion yang berokasi diklaster JL Gunung Rinjani dengan jumlah 22 orang. Pemilik usaha bidang fashion yang berlokasi diklaster JL Ahmad Yani Utara dengan jumlah 14 orang. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara adapun alasan responden mengambil lokasi di dalam ataupun luar klaster adalah karena adanya perbedaan biaya sewa toko, dimana di dalam klaster biaya sewa cenderung lebih mahal dibandingkan dengan yang diluar klaster.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sandhika (2012) 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. Hasil penelitian yang dilakukan Purnamaningsih (2019) positif dan signifikan terhadap pendapatan. Pada penelitian Dwiky Wirawan (2019) menyatakan bahwa lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan.



**Gambar 7. Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Variabel *e-commerce* (X<sub>3</sub>)**

Sumber: hasil analisis SPSS, 2022

Oleh karena  $t_{hitung} 6,297 > t_{tabel} 1,671$  atau nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini berarti bahwa variabel *e-commerce* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan UMKM bidang fashion di Kota Denpasar. Dengan nilai koefisien variabel *e-commerce* sebesar 0,403 yang memiliki arti bila menggunakan *e-commerce* penjualannya lebih tinggi 0,4 kali lebih tinggi dibandingkan yang tidak menggunakan *e-commerce*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa UMKM bidang fashion di Kota Denpasar yang menggunakan *e-commerce* memperoleh penjualan lebih tinggi 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 Gunung Rinjani, Jl. Ahmad Yani Utara) dengan jumlah 48 orang. Serta pemilik usaha yang berlokasi diluar klaster JL Waturenggong, diluar klaster JL Wr. Supratman, diluar kaster Jl. Gunung Rinjani dengan jumlah 13 orang. Karena sebagian toko yang tidak menggunakan *e-commerce* beranggapan bahwa dengan adanya toko fisik dimana konsumen bisa langsung melihat produk yang ditawarkan, konsumen bisa melihat sendiri model apa yang diinginkan dan juga mencoba dengan ukuran yang sesuai. Lebih banyak penjual yang tidak menggunakan *e-commerce* diantaranya laki-laki dan wanita umur yang sudah lanjut usia dan pendidikannya yang minim diantaranya lulusan SMA. Tetapi di tengah perkembangan teknologi informasi dan teknologi maka sebaiknya pengusaha IKM perlu mengoptimalkan penggunaan *e-commerce* dalam kegiatan pemasaran dan promosi produk yang dihasilkan atau dijual. Penggunaan *e-commerce* dilakukan dengan media sosial, aplikasi, website untuk meningkatkan penjualan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan yang dilakukan oleh Setyawan (2017) menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh berpengaruh signifikan terhadap Penjualan usaha pada industri pakaian jadi di provinsi Bali, 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.

Modal merupakan faktor penting dalam kegiatan usaha, sebab modal merupakan urat nadi bagi kelangsungan usaha baik skala kecil, menengah maupun besar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal berpengaruh positif dan

signifikan terhadap penjualan. Hal ini mengandung implikasi bahwa modal memiliki hubungan terhadap penjualan, karena jika modal bertambah maka penjualan akan meningkat. Karena semakin besar modal, maka semakin luas kesempatan untuk mengembangkan usaha serta semakin banyaknya stok barang yang dapat dibeli oleh pelaku UMKM akibat dari besarnya modal yang digunakan. Modal Sangat penting dalam perdagangan bidang fashion karena modal digunakan dalam membeli barang dagangan. Karena jika tidak ada modal maka proses pembelian barang tidak dapat berjalan sehingga tidak ada barang yang diperdagangkan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM bidang fashion di Kota Denpasar yang berlokasi diklaster memperoleh penjualan lebih tinggi dibandingkan dengan yang berlokasi diluar klaster. Hal ini mengandung implikasi bahwa lokasi usaha berhubungan dengan penjualan, dimana jika lokasi usaha perdagangan fashion berkumpulnya pada wilayah yang sama maka penjualannya akan meningkat. Alasan dari pemilik usaha perdagangan bidang fashion dalam memilih suatu lokasi usaha sangatlah beragam seperti biaya sewa lokasi usaha, letak usaha lain dengan produk serupa, arah lalu lintas transportasi sehingga konsumen mudah menjangkau, dekat dengan pemukiman, sekolah dan sebagainya, terdapatnya fasilitas service seperti rumah makan, toko atau supermarket di sekitar lokasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM bidang fashion di Kota Denpasar yang menggunakan *e-commerce* memperoleh penjualan lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak menggunakan *e-commerce*. Hal ini mengandung implikasi bahwa penggunaan *e-commerce* berhubungan dengan penjualan, dimana Jika usaha perdagangan bidang fashion menggunakan *e-commerce* maka penjualan akan meningkat. Karena *e-commerce* pada dasarnya memberi banyak manfaat kepada penjual dan pembeli seperti ketersediaan layanan 24 jam, menjangkau pelanggan secara langsung, memuaskan kebutuhan mereka, mempromosikan hubungan dengan pelanggan dan bertukar informasi. Namun dari pengamatan serta wawancara yang dilakukan menunjukkan bahwa masih banyak pemilik usaha bidang fashion yang tidak menggunakan *e-commerce*, hal ini terjadi karena pemilik usaha lebih nyaman berjualan offline, tidak tertarik berjualan online serta pemilik Usaha tidak mampu menguasai teknologi digital.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan Modal usaha, lokasi usaha, dan penggunaan *e-commerce* secara simultan berpengaruh terhadap penjualan UMKM bidang fashion di Kota Denpasar. Modal usaha, lokasi usaha, dan penggunaan *e-commerce* secara parsial berpengaruh positif terhadap penjualan UMKM bidang fashion di Kota Denpasar.

Berdasarkan analisis dan kesimpulan yang dipaparkan, maka peneliti mengajukan beberapa saran bagi UMKM bidang fashion sebaiknya mengoptimalkan penggunaan modal salah satunya dengan memanfaatkan program KUR yang telah disediakan oleh pemerintah. Bagi pengusaha IKM perlu mengoptimalkan penggunaan *e-commerce* dalam kegiatan pemasaran dan promosi produk yang dihasilkan atau dijual. Penggunaan *e-commerce* dilakukan dengan

media sosial, aplikasi, website. Pemerintah disarankan perlu memfasilitasi pemberian kredit usaha agar pelaku usaha dapat mengembangkan usahanya, salah satunya dengan mempermudah prosedur pengajuan kredit untuk usaha.

## REFERENSI

- Agustina, dan A. F. (2019). Pengaruh Aglomerasi Dan Hubungan Vertikal Industri Terhadap Produktivitas Industri Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 3(1), 23–24.
- Agustini, Maria Y.D. Hayu. (2018). *Ekonomi Manajerial Pembuatan Keputusan Berdasar Teori Ekonomi*. Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata.
- Ahmadi, Rudi Supriatno *et al.* (2020). Peningkatan Volume Penjualan Pada Umkm Industri Kreatif Makanan, Minuman Melalui *E-commerce* Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora*, 22 (2), hal. 172- 180.
- Alamro, S. dan S. A. T. (2011). Factors Affecting E-commerce Adoption in Jordanian SMEs. *European Journal of Scientific Research*, 64(4), 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.
- Aprilia Kesuma, Ni Luh dan Suyana Utama I Made. (2015). *Analisis Sektor Unggulan dan Pergeseran Pangsa Sektor-Sektor Ekonomi Kabupaten Klungkung*. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*. 8 (1): 100-107.
- Artini, Ni Rai. (2019). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM di Kabupaten Tabanan*. *Journal Unmas Mataram*. 13 (1). Hal. 71-77.
- Artaman, Dewa Made Aris *et al.* (2015). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Gianyar*. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 4 (2) hal. 87-105.
- 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. Hal. 1-34.
- Arinda, Rengganis Risky. (2014). *Analisis Pengaruh Modal Awal Terhadap Omset Usaha Mikro Di Dramaga*, Bogor. Skripsi. Institut Pertanian Bogor.
- Awiagah, Raphael *et al.* (2016). Factors affecting *e-commerce* adoption among SMEs in Ghana. *Sage Journals*. 32 (4). Pp. 815-826.
- Anonym. (2020). PDRB Tahunan Provinsi Bali Atas Dasar Harga Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha 2010-2019. Provinsi Bali: BPS Provinsi Bali.
- 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*. 6 (1) hal. 55-61.

- Brueckner, Jan K. (2011). *Lectures on Urban Economics*. England: The MIT Press.
- Destiana, Henny. 2010. Pengaruh E-commerce terhadap Penjualan dan Pembelian Barang secara Online pada Toko Notebook Jakarta. *PARADIGMA*. XII (2) Hal. 164-174.
- Dewi, Ayu Ela Puspita dan Raja Masbar. (2016). Aglomerasi Dan Pemanfaatan Ruang Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)*. 1 (2) Hal. 311-320.
- Anonym. (2020). *Jumlah UMKM Sektor Perdagangan Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Bali Tahun (2019)*. Provinsi Bali: Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) Provinsi Bali.
- Anonym. (2020). *Jumlah Usaha Perdagangan UMKM Bidang Fashion Menurut Kecamatan di Kota Denpasar Tahun 2019*. Denpasar: Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Denpasar.
- 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) hal. 142-150.
- Dwiky Wirawan, Ngurah Gede dan I Gusti Bagus Indrajaya. (2019). Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja terhadap Produksi dan Pendapatan pada UMKM Pie Susu di Denpasar. *E-Jurnal Ep Unud*, 8 (2) hal. 453-485.
- 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*. 33 (1) hal. 31-50.
- Elvera dan Yesita Astarina. (2020). Pengaruh Promosi Online dan Lokasi terhadap Volume Penjualan 'Kimi Collection' Kota Pagar Alam. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*. 1 (1) Hal. 47-56.
- 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)* 8 (2) hal. 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)*. 2 (1) hal. 197-205.
- Gunawan, Septiyan. (2016). *Analisis Penerapan Aplikasi E-commerce dalam Meningkatkan Pendapatan Penjualan Pada PT. Dwidaya Worldwide Palembang*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Hanggita, Ariffa Tio. (2018). *Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Jasa Pada UMKM di Kecamatan Paciran*. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 8 (2) hal. 167-176.
- 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*. 27 (3) hal. 209-229.

- Harto, Dedy *et al.* (2019). *Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM. Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat.* 3 hal. 39-45.
- Hidayat, Relon Taufik dan Sri Zuliarni. (2014). *Pengaruh Lokasi Usaha Pada Volume Penjualan (Survei Pada Restoran Kecil Di Lingkungan Universitas Riau). Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis.* 9 (2) hal. 92-100.
- Head, Keith dan Thierry Mayer. (2004). *The Empirics of Agglomeration and Trade. Handbook of Regional and Urban Economics.* 4.
- Helmalia dan Afrinawati. (2018). *Pengaruh E-commerce terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam.* 3 (2) hal. 237-246.
- Husaini, Ayu Fadhlani. (2017). *Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Monza di Pasar Simalingkar Medan. Jurnal Visioner & Strategis.* 6 (2) hal. 111-126.
- Ibrahim, Wanzu *et al.* (2019). *E-commerce Adoption and Growth of SMEs in Uganda. International Journal of Business and Management.* 14 (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.* 7 (1) hal. 24-34.
- Kasmir. (2013). *Kewirausahaan. Jakarta: Rajawali Pers,* hal. 91.
- Kuncoro, Mudrajad, (2002). *Analisis Spasial dan Regional, Studi Aglomerasi dan Kluster Industri Indonesia. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.*
- Kurniawan, Robi and Shunsuke Managi. (2018). *Economic Growth and Sustainable Development in Indonesia: An Assessment. Bulletin of Indonesian Economic Studies.* 54 (3) hal. 339–361.
- Kurniati. Edy Dwi. (2014). *Pengaruh Karakteristik Manajer-Pemilik Usaha, Karakteristik Organisasi dan Lingkungan Eksternal Terhadap Kapasitas Inovasi dan Kinerja Usaha. Jurnal Organisasi dan Manajemen.* 10 (2) hal. 125-135.
- Lesmono, Ibnu Dwi. (2015). *Pengaruh Penggunaan E-commerce Bagi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UMKM) Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model. Evolusi Jurnal Sains dan Manajemen.* 3 (1) hal. 49-60.
- Mahaeni, AAIN *et al.* (2014). *Evaluasi Program-program Pengentasan Kemiskinan di Provinsi Bali. Jurnal PIRAMIDA.* X (1) hal. 8-18.
- Marantiani, Desak Nyoman dan Made Kembar Sri Budhi. (2017). *Pengaruh Penggunaan E-commerce, Jumlah Pelanggan dan Modal Usaha terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Di Kota Denpasar. E-Jurnal EP Unud,* 6 (10) tahun. 2013-2042.
- Maryama, Siti. (2013). *Penerapan E-commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. Jurnal Liquidity.* 2 (1) hal. 73-79.

- Maheswara, Anak Agung Ngurah Gede. (2016). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Sektor Perdagangan di Kota Denpasar*. *E- Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. 5 (12) 4271- 4298.
- Mariah. (2018). *Pengaruh Penerapan Sistem E-commerce Terhadap Penjualan Jasa Pada Hotel Tiatira Kencana Makassar*. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Kewirausahaan (JBK)*. 7 (3) hal. 311-323.
- Maliha, Arininoer. (2018). *Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, dan Bahan Baku Terhadap Tingkat Pendapatan Industri Kue Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Home Industri Mitra Cake Legundi Sukarame Bandar Lampung)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- 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) hal. 406-412.
- Nayaka, Komang Widya. (2018). *Pengaruh Modal, Tenaga Kerja dan Bahan Baku Terhadap Pendapatan Pengusaha Industri Sanggah di Kecamatan Mengwi*. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. 7 (8) hal. 1927- 1956.
- 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*. 8(1) hal. 63- 71.
- Peraturan Kepala Badan Pusat Statistik Nomor 19 Tahun (2017) *Tentang Perubahan Atas Peraturan Kepala Badan Pusat Statistik Nomor 95 Tahun 2015 Tentang Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia*. 2017. Indonesia.
- Putri, Novi Tri. (2015). *Perbandingan Kinerja UMKM Kluster dan Non Kluster di Kota Bengkulu*. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*. 8 (1) hal. 56-62.
- Purnamaningsih, Putu Eka dan I Ketut Winaya. (2019). *Implementasi Kebijakan Dinas Koperasi, UMKM Dan Perindustrian Perdagangan Kota Denpasar (Studi Kasus Peningkatan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean)*. *Jurnal PIRAMIDA*. 14 (2) hal. 129-141.
- Polandos, Prisilia Monika et al. (2019). *Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha, Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Langowan Timur*. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. 19 ( 4 ) hal. 36-47.
- Sabardi, Wiky dan Dewiyana. (2014). *Analisis Hubungan Komponen Technoware, Humanware, Infoware Dan Organware, Dengan Kepuasan Kerja Karyawan yang Dimoderator Gaya Kepemimpinan pada PT. Ecogreen Oleochemicals Medan*. *Jurnal Ilmiah JURUTERA*. 1 (1) hal. 1-8.
- Salsabila, Shafira Putri et al. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Aglomerasi Di Kabupaten Bandung Barat*. *Jurnal Media Ekonomi*. 27 (2) hal. 133-140.
- Sandhika, Ardyan dan Mulyo Hendarto. (2012). *Analisis Pengaruh Aglomerasi, Tenaga Kerja, Jumlah Penduduk, Dan Modal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Kendal*. *E-Journal Undip*. 1 (1) hal. 1-6.

- Sartika, Dewi. (2018). *Pengaruh Modal Terhadap Omset Pada Pelaku UMKM di Seluruh Kecamatan Pekanbaru.* *Jurnal Daya Saing*. 4 ( 2 ) hal. 234- 239.
- Setyawan, I Gusti Ngurah Adi *et al.* (2017). *Peran E-commerce Terhadap Penjualan Usaha Pada Industri Pakaian Jadi Di Provinsi Bali.* *E-Jurnal EP Unud*. 6 (12) hal. 2436-2461.
- 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*. XIV (1) hal. 49 – 58.
- Sukardjono, Edi. (2016). *Analisis Strategi Bersaing Penjualan Produk Pakaian Pegadang-Pedagang di Pasar Parung Panjang Bogor Terhadap Pedagang Pasar Lain.* *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*. 3 (2) hal. 73-90.
- Susilawati, Emi. (2015). *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Pada Dealer Putra Rama Jaya Honda Kota Ponorogo.* *EQUILIBRIUM*. 3 (2) hal. 154-163.
- Suprpto, Hugo Aries. (2016). *Pengaruh Penetapan Harga Dan E-commerce Terhadap Tingkat Penjualan Pada Usaha Jack Donut Di Curug Tanah Baru Depok.* *Journal of Applied Business and Economics*. 2 (4) hal. 345-354.
- Sunariani, Ni Nyoman *et al.* (2017). *Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui Program Binaan di Provinsi Bali.* *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 2 (1). ISSN : (2528-1208).
- Suryana, Dayat. (2012). *Mengenal Teknologi.* Bandung: Gramedia Pustaka Utama. Sholeh, Rachmad dan Khasbulloh Huda. 2019. *Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Volume Pejualan Ritel Di Kota Mojokerto.* *Jurnal OPTIMA*. 3 (1) hal. 80-90.
- Shaharudin, Mohd Rizaimy. (2012). *Determinants of electronic commerce adoption in Malaysian SME's furniture industry.* *African Journal of Business Management*. 6 (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*, 3 (2) hal. 21-33.
- Utari, Tri dan Putu Martini Dewi. 2014. *Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan Dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat.* *E-Jurnal EP Unud*, Vol. 3 No.12 Hal: 576-585.
- Villa, Eliana *et al.* (2018). *Electronic Commerce: Factors Involved in its Adoption from a Bibliometric Analysis.* *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*. 13 (1) hal. 39-70.

Wira Putra, I Wayan dan I Made Jember. (2019). *Pengaruh Modal, Teknologi Dan Kewirausahaan Terhadap Nilai Produksi Dan Pendapatan Industri Pakaian Jadi*. *E-Jurnal EP Unud*, 8 (9) hal. 965-996.

Wooldridge, Jeffrey M. (2016). *Introductory Econometrics A Modern Approach*. *United States of America: Cengage Learn*.