

**PENGARUH MODAL KERJA DAN PENGGUNAAN APLIKASI E-COMMERCE (SHOPTIMIZE) TERHADAP PENDAPATAN PELAKU
UMKM MUSLIM DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Oleh:

YENTI AGUSTINA BR PURBA

NIM. 0501162109

Program Studi

EKONOMI ISLAM



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

MEDAN

2021

**PENGARUH MODAL KERJA DAN PENGGUNAAN APLIKASI E-COMMERCE (SHOPTIMIZE) TERHADAP PENDAPATAN PELAKU
UMKM MUSLIM DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Ilmu Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Oleh:

Yenti Agustina Br Purba

NIM: 0501162109

Program Studi

EKONOMI ISLAM



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN**

2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Yenti Agustina Br Purba
NIM : 0501162109
Tempat/Tanggal Lahir : Sidomulyo, 01 April 1998
Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : Dusun 1 Desa Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Modal Kerja Dan Penggunaan Aplikasi E-Commerce (Shoptimize) Terhadap Pendapatan Pelaku Umkm Muslim Di Kota Medan”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, Maret 2021

Yang membuat Pernyataan



Yenti Agustina br Purba

NIM 0501162109

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

PENGARUH MODAL KERJA DAN PENGGUNAAN APLIKASI E-COMMERCE (SHOPTIMIZE) TERHADAP PENDAPATAN PELAKU UMKM MUSLIM DI KOTA MEDAN

Oleh:

Yenti Agustina Br Purba

NIM. 0501162109

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Ekonomi Islam

Medan, Maret 2021

Pembimbing I



Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag
NIDN. 2023047602

Pembimbing II



Mawaddah Irham, M.E.I
NIDN.2014048601

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Islam



Imsar, M.Si
NIDN. 200303870

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “**PENGARUH MODAL KERJA DAN PENGGUNAAN APLIKASI E-COMMERCE (SHOPTIMIZE) TERHADAP PENDAPATAN PELAKU UMKM MUSLIM DI KOTA MEDAN**” atas nama Yenti Agustina Br Purba, NIM 0501162109, program studi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan pada tanggal 22 April 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi Ekonomi Islam.

Medan, 22 April 2021
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Ekonomi Islam UIN-SU

Ketua

Sekretaris

Imsar, M.Si
NIDN.2003038701

Rahmat Daim Harahap, M.AK
NIDN.0126099001

Anggota

Pembimbing I

Pembimbing II




Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag
NIDN.2023047602

Mawaddah Irham, MEI
NIDN.2014048601

Penguji I

Penguji II




Dr. Marliyah, MA
NIDN.2026017602

Juliana Nasution, ME
NIDN.1992072020192023

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN-SU Medan



Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag
NIDN.2023047602

ABSTRAK

Yenti Agustina Br Purba (2021) Nim 0501162109. Dengan judul penelitian “Pengaruh Modal Kerja dan Penggunaan Aplikasi Ecommerce (Shoptimize) Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Muslim di Kota Medan”. Dibawah bimbingan Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag sebagai Pembimbing Skripsi I dan Ibu Mawaddah Irham, M.E.I sebagai Pembimbing Skripsi II.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah pelaku UMKM muslim yang menggunakan aplikasi Shoptimize di kota Medan. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 75 responden. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner dan wawancara. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Modal kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku umkm muslim di kota Medan hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,381 atau 38,1% serta nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} yaitu $3,529 > 1,666$. 2) Aplikasi *e-commerce* (Shoptimize) berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku umkm muslim di kota Medan hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,513 atau 51,3% serta nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} yaitu $5,083 > 1,666$. 3) Modal kerja dan aplikasi shoptimize berpengaruh simultan terhadap pendapatan umkm muslim di kota Medan hal ini ditunjukkan oleh hasil koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai koefisien sebesar 0,593 dengan kata lain pengaruh modal kerja dan penggunaan Shoptimize terhadap pendapatan pelaku umkm muslim yaitu sebesar 0,593 atau 59,3% sedangkan sisanya 40,7% dipengaruhi atau dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya seperti pengaruh lama usaha, pasar, lokasi, dan jam kerja.

Kata Kunci : Modal Kerja, Pengguna Shoptimize, Pendapatan UMKM

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb, segala puji bagi Allah Swt yang telah memberikan kita semua limpahan rahmat dan hidayah-Nya. Dan segala puji dan rasa syukur kepadaNya atas karunia yang telah diberikan kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Modal Kerja dan Penggunaan Aplikasi E-commerce (Shoptimize) Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Musim di Kota Medan”**. Sholawat beriring salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu'alaihi wassalam sebagai suri tauladan bagi umat manusia didunia.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan studi guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Pada kesempatan yang baik ini, penulis mengucapkan terima kasih yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyusun skripsi ini kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan penulis kesehatan dan semangat dalam mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
2. Ayahanda Alm. *Abdul Salam Purba* dan Ibunda *Suanta br Damanik* yang telah memberikan dukungan baik doa maupun materil yang tak terhingga jumlahnya hingga saat ini.
3. Abang dan kakak tersayang *Guntur Saputra Purba* dan *Yeni Desinta Purba* yang telah memberikan doa dan semangat kepada saya sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
4. Bapak *Prof. Dr. Syahrin Harahap, MA* selaku rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Bapak *Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag* selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sekaligus Pembimbing Skripsi I.
6. Bapak *Imsar, M.Si* selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
7. Ibu *Neila Susanti, MS*, selaku Penasehat Akademik.

8. Ibu *Mawaddah Irham, M.E.I.*, selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang sangat baik membantu penulis sekaligus memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini baik dalam memberikan bimbingan.
9. Selaku dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sumatera Utara.
10. Ibu *Khairina Tambunan, MEI*, yang selalu membantu saya dengan sabar dikarenakan penulis yang masih pemula mengerjakan skripsi, dari awal penulisan sampai akhir, dan sudah penulis anggap orang tua sendiri.
11. Dan teruntuk kawan-kawan seperjuangan yang saya sayangi yaitu *Aulia Ananda, Erlina Mayasari, Fitri Dalmayani, Langga Tri Ayu, Wati* Terimakasih untuk pertemanan yang sudah terjalin selama ini, dan telah sama-sama berjuang dan mendukung penulis selama penulisan skripsi. Sampai ketemu dilain waktu, terimakasih ya.
12. Kepada teman-teman EKI-C 2016 terimakasih telah banyak membantu dan mendukung penulis dalam mengerjakan skripsi.
13. Dan Terkhusus kepada teman-teman saya yang sudah dianggap saudara sendiri, *Silvia, Jujur dan Lisa* terimakasih telah mendukung penulis selama ini, sekaligus sahabat penulis selama ini, terimakasih telah berteman dengan saya selama belasan tahun dan terimakasih untuk semuanya.

Terakhir penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkannya.

Medan, Maret 2021

Penulis,



Yenti Agustina br Purba

Nim. 0501162109

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN TEORITIS	12
A. Tinjauan Pustaka	12
1. Modal Kerja	12
a. Definisi Modal Kerja	12
b. Jenis-Jenis Modal Kerja	12
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Modal Kerja	13
d. Ayat Al-Qur'an Tentang Modal	14
2. <i>Electronic Commerce (E-Commerce)</i>	15
a. Definisi <i>Electronic Commerce (E-Commerce)</i>	15
b. Karakteristik <i>E-Commerce</i>	16
c. Jenis-Jenis <i>E-Commerce</i>	16
d. Keuntungan <i>E-Commerce</i>	21
e. Kerugian <i>E-Commerce</i>	22

f. Ayat Al-Qur'an Tentang <i>E-Commerce</i>	22
3. Pendapatan	23
a. Pengertian Pendapatan	23
b. Jenis-Jenis Pendapatan	24
c. Sumber-Sumber Pendapatan	25
d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan	25
e. Ayat A-Qur'an Tentang Pendapatan	27
4. UMKM	27
a. Pengertian UMKM	27
b. Karakteristik UMKM di Indonesia	29
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka Pemikiran	33
D. Hipotesis Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Jenis dan Sifat Penelitian	35
1. Jenis Penelitian	35
2. Sifat Penelitian	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
C. Populasi dan Sampel	35
1. Populasi	35
2. Sampel	36
D. Data Penelitian	37
1. Data Primer	37
2. Data Sekunder	37
E. Teknik Pengumpulan Data	37
1. Observasi	37
2. Kuisisioner	38
3. Wawancara	38
F. Definisi Operasional	39
G. Teknik Pengelolaan dan Analisis Data	39
1. Uji Deskriptif	39

2. Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3. Uji Asumsi Klasik	40
4. Analisis Regresi Linier Berganda	41
5. Pengujian Hipotesis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Hasil Penelitian	44
1. Sejarah Kota Medan	44
a. Luas Wilayah dan Letak Geografis Kota Medan	45
b. Kependudukan	48
2. Deskripsi Responden	53
a. Jenis Kelamin	54
b. Umur Responden	54
c. Pendidikan Terakhir	55
d. Alamat Usaha	55
e. Omset Penjualan Perbulan	56
3. Hasil Kuisisioner	56
a. Modal Kerja	57
b. Penggunaan Aplikasi E-commerce (Shoptimize)	57
4. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	58
a. Uji Deskriptif	58
1) Modal Kerja	58
2) Pengguna Aplikasi E-commerce (Shoptimize)	58
3) Pendapatan Perbulan	58
b. Uji Validitas dan Reliabilitas	58
1) Uji Validitas	58
2) Uji Reliabilitas	60
c. Uji Asumsi Klasik	61
1) Uji Normalitas	61
2) Uji Multikolinearitas	62
3) Uji Heterokedastisitas	63
d. Analisis Regresi Linier Berganda	64

e. Pengujian Hipotesis	65
1) Uji t (Parsial)	65
2) Uji f (Simultan)	67
3) Koefisien Determinasi (R^2)	68
B. Pembahasan	69
BAB V PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	87
CURICULUM VITAE	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penggolongan Kriteria UMKM Berdasarkan Asset dan Omzet Pertahun	1
Tabel 1.2 Data Rekapitulasi Jumlah UMKM di Kota Medan	4
Tabel 1.3 Agama Pelaku UMKM yang Menggunakan Aplikasi Shoptimize	11
Tabel 2.1 Perbedaan <i>E-Commerce</i> dan <i>E-Business</i>	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional	47
Tabel 4.1 Batas Wilayah Kota Medan	54
Tabel 4.2 Jarak dari Ibukota ke Kecamatan	56
Tabel 4.3 Tinggi Wilayah Diatas Permukaan Laut (DPL) Menurut Kecamatan	56
Tabel 4.4 Jumlah Penduduk dan Rasio Jenis Kelamin Menurut Kecamatan	59
Tabel 4.5 Jumlah Penduduk Menurut Potensi Agama	60
Tabel 4.6 Jumlah Sarana dan Prasarana di Kota Medan	61
Tabel 4.7 Jumlah Sarana Pendidikan	62
Tabel 4.8 Jenis Kelamin	63
Tabel 4.9 Umur Responden	63
Tabel 4.10 Pendidikan Terakhir	64
Tabel 4.11 Alamat Usaha	64
Tabel 4.12 Omset Penjualan Perbulan	65
Tabel 4.13 Uji Deskriptif	67
Tabel 4.14 Uji Validitas	68
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Instrumen	70
Tabel 4.16 Uji Normalitas Pendekatan Statistik Kolmogorof Smirnof (KS)	70
Tabel 4.17 Uji Multikolinearitas	71
Tabel 4.18 Uji Heterokedastisitas Menggunakan Uji Glejser	73
Tabel 4.19 Uji Regresi Linier Berganda	74
Tabel 4.20 Uji t (Parsial)	75
Tabel 4.21 Uji f (Simultan)	76
Tabel 4.22 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Perkembangan UMKM di Provinsi Sumatera Utara	2
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 4.1 Luas Wilayah Kota Medan Menurut Kecamatan	55
Gambar 4.2 Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan	58
Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas Pendekatan Scaterplot	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Pelaku UMKM Muslim di Kota Medan	87
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	90
Lampiran 3 Tabulasi Data	95
Lampiran 3 Contoh Gambar di Aplikasi Shoptimize	101

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis. Kondisi tersebut sangat memungkinkan karena eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, dengan alasan jumlah industri yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi, potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi UMKM dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan. Alasan lainnya adalah usaha mikro dan kecil yang memiliki keunggulan dalam bidang yang memanfaatkan sumber daya alam dan padat karya, utamanya pada sektor pertanian, tanaman pangan, perkebunan, peternakan, perikanan, perdagangan, dan rumah makan/restoran. Usaha menengah memiliki keunggulan dalam penciptaan nilai tambah di sektor hotel, keuangan, persewaan, jasa perusahaan dan kehutanan. Usaha besar memiliki keunggulan dalam industri pengolahan, listrik, gas, komunikasi, dan pertambangan. Maka hal ini membuktikan bahwa UMKM dan usaha besar saling melengkapi dan saling membutuhkan, meskipun pada kenyataannya UMKM lebih dominan dalam penyerapan tenaga kerja hingga kontribusinya terhadap pendapatan nasional.

Berikut ini adalah kriteria usaha yang termasuk dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang telah diatur dalam payung hukum berdasarkan undang-undang:

Tabel 1.1

Penggolongan Kriteria UMKM Berdasarkan Asset dan Omzet Pertahun

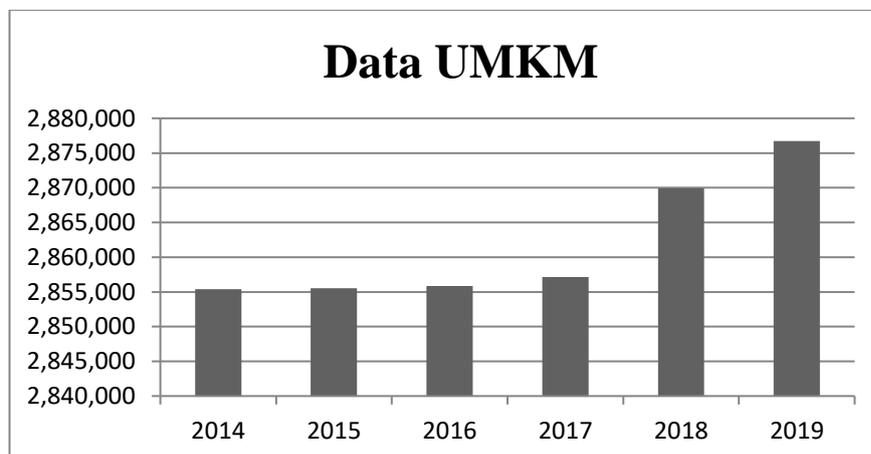
No	Uraian	Kriteria	
		Asset	Omzet
1	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2	Usaha Kecil	> 50 Juta – 500 Juta	> 300 – 2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	500 Juta – 10 Miliar	> 2,5 Miliar – 50 Miliar

Perkembangan dan pertumbuhan UMKM pun cukup bagus dari tahun ke tahun. Hampir dari setiap pemerintahan menekankan pada pemberdayaan UMKM. Pemerintah secara serius memberikan perhatian lebih pada sektor usaha ini. Alasannya, usaha kecil ini menjadi tulang punggung penyediaan tenaga kerja, karena perusahaan besar lebih menekankan penggunaan teknologi dari pada tenaga kerja manusia. UMKM mampu menjadi stabilisator dan dinamisator perekonomian Indonesia. Sebagai negara berkembang, Indonesia sangat penting memperhatikan UMKM, disebabkan UMKM mempunyai kinerja lebih baik dalam tenaga kerja produktif, meningkatkan produktivitas tinggi, dan mampu hidup disela-sela usaha besar. UMKM mampu menopang usaha besar, seperti menyediakan bahan mentah, suku cadang, dan bahan pendukung lainnya. UMKM juga mampu menjadi ujung tombak bagi usaha besar konsumen.

Berikut merupakan data perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Provinsi Sumatera Utara Tahun 2014-2019

Gambar 1.1

Data Perkembangan UMKM di Provinsi Sumatera Utara



Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Sumatera Utara

Keterangan:

Sektor	Tahun	Jumlah UMKM
UMKM	2014	2.855.399
	2015	2.855.549
	2016	2.855.847
	2017	2.857.124
	2018	2.869.908
	2019	2.876.736

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Sumatera Utara

Meskipun usaha kecil dan menengah memiliki kedudukan yang sangat potensial dalam perekonomian nasional, kenyataannya masih banyak masalah yang dihadapi dalam pengembangannya. Masalah yang paling mendasar pada usaha kecil adalah masalah permodalan. Permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Kurangnya permodalan UMKM, karena pada umumnya usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan modal dari si pemilik yang jumlahnya sangat terbatas. Sedangkan modal pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh karena persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi. Padahal modal sangat penting dalam meningkatkan produksi dan taraf hidup masyarakat.¹

Perkembangan UMKM pada era sekarang ini sudah mengalami peningkatan dari tahun ketahun di berbagai daerah di seluruh kota yang ada di Indonesia. Salah satunya adalah Kota Medan, yang juga memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi di Sumatera Utara. Dengan semakin meningkatnya perekonomian Sumatera Utara juga dipengaruhi oleh para pelaku UMKM. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pemilik usaha UMKM yang sangat banyak dan tersebar di kota Medan dengan berbagai jenis sektor usaha.

¹ Anak Agung Ngurah Gede Maheswara dan Nyoman Djinar Setiawina, “ Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UKM Sektor Perdagangan di Kota Denpasar” dalam *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 5 (12): 2337-3067, 2016, h. 4282-4283.

Tabel 1.2
Data Rekapitulasi Jumlah UMKM Kota Medan

Sektor Usaha	Jumlah UMKM	Persentase (%)
Produksi	301 usaha	38,94
Kuliner	438 usaha	56,66
Jasa	31 usaha	4,02
Peternakan dan Perikanan	3 usaha	0,38
Jumlah	773 usaha	100

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan

Pada tabel 1.2 dijelaskan bahwa keberadaan UMKM di kota Medan sangat bervariasi. Data yang diperoleh informasi bahwa sektor usaha kuliner merupakan sektor usaha yang memiliki persentase tertinggi di kota Medan yakni sebesar 56,66% dan sektor usaha peternakan dan perikanan merupakan sektor usaha yang memiliki persentase terkecil yakni sebesar 0,38%.

Keberhasilan untuk bertahan dalam masa krisis tidak serta merta menjadikan UMKM mampu berkembang dengan baik. Banyak faktor yang mempengaruhi lambannya perkembangan kelompok usaha tersebut, antara lain: kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur akses terhadap sumber-sumber permodalan, kelemahan dibidang organisasi dan manajemen, kelemahan memperoleh peluang (akses pasar) dan memperbesar pangsa pasar, keterbatasan dalam pemanfaatan akses dan penguasaan teknologi, khususnya teknologi terapan, masih rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang meliputi aspek kompetensi, keterampilan, etos kerja, karakter, kesadaran akan pentingnya konsistensi mutu dan standarisasi produk dan jasa, serta wawasan kewirausahaan.²

Persaingan dalam dunia bisnis pada saat ini berada dalam keadaan persaingan yang sangat ketat. Masing-masing perusahaan baik yang berskala besar maupun kecil berusaha menonjolkan keunggulan pada setiap produknya agar dapat menarik konsumen, pemuasan kebutuhan konsumen sangatlah penting, karena tanpa adanya konsumen, perusahaan khususnya usaha kuliner akan

² Marliyah, "Strategi Pembiayaan Mudharabah Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Studi Kasus Perbankan Syariah di Sumatera Utara" (Disertasi, Program Doktor UIN Sumatera Utara, 2016), h. 5.

kehilangan pendapatannya yang berakibat pada bangkrutnya bisnis tersebut. Untuk mencapai tujuan dari setiap perusahaan yang bersaing tidaklah mudah, diperlukan strategi-strategi khusus untuk memenangkan persaingan.³

Modal kerja merupakan dana yang selalu berputar, dimana pada awalnya dikeluarkan untuk membiayai aktivitas operasional sehari-hari agar proses produksi dapat berjalan. Hasil produksi kemudian dijual, dan dari penjualan tersebut perusahaan akan memperoleh laba yang diharapkan selalu meningkat. Sebagian dari laba yang telah dihasilkan tersebut akan masuk kembali sebagai modal kerja perusahaan. Perputaran modal kerja ini akan terus terjadi selama perusahaan masih berjalan sehingga perusahaan wajib bersaing pula dalam mengelola modal kerjanya.⁴

Pengelolaan modal kerja merupakan tanggung jawab utama setiap manajer atau pimpinan di setiap perusahaan. Manajer harus lebih teliti didalam pengawasan terhadap modal kerja agar sumber modal kerja dapat digunakan secara efektif di masa yang akan datang. Manajer juga perlu mengetahui perputaran modal kerja agar dapat menyusun rencana aktivitas untuk periode mendatang. Selain mengetahui perputaran modal, seorang manajer harus menghindari adanya kelebihan atau kekurangan modal kerja. Jika terjadi kelebihan modal maka akan mengakibatkan adanya dana yang menganggur dan berarti mengabaikan kesempatan untuk mendapatkan laba. Selain itu jika kekurangan modal maka akan mengakibatkan tingkat kegiatan yang akan dilaksanakan lebih rendah dari yang direncanakan. Maka dari itu, diperlukan perhitungan yang tepat dalam mengelola modal kerja agar tercapai keseimbangan yang optimal.⁵

³ Imsar, "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ucok Durian Medan," (Makalah, tidak diterbitkan, 2018), h. 1.

⁴ Erlina Yunitasari Widyamukti dan B.Junianto Wibowo, "Pengaruh Modal Kerja Terhadap Penjualan dan Laba Perusahaan" dalam *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Perpajakan*, Vol.1 (1), April 2018, h. 58-59.

⁵ Karina Mentari Putri Subagio, Moch. Dzulkirom AR, dan Raden Rustam Hidayat. "Analisis Pengelolaan Modal Kerja dalam Upaya Meningkatkan Likuiditas dan Profitabilitas pada PT. Gudang Garam Tbk)" dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 50 (1) , 1 Oktober 2017, h. 16-17.

Modal kerja yang terbatas dan manajemen organisasi yang belum matang, membuat usaha yang sedang berkembang ini terkadang mengalami beberapa kendala seperti pengelolaan modal kerja, produksi barang yang tidak terorganisir, kurangnya tenaga ahli dan profesionalisme karyawan serta masalah pemasaran produk. Hal tersebut berimbas pada pendapatan usaha yang dijalankan. Namun dengan adanya bantuan dari pemerintah berupa aplikasi Shoptimize memberikan sedikit solusi terhadap beberapa masalah yang dialami. Berikut beberapa masalah yang dialami oleh pelaku UMKM muslim di kota Medan dari hasil wawancara dan kuisioner yaitu:

1. Kurangnya modal awal usaha, pelaku UMKM yang mengalami kekurangan modal akan memungkinkan terjadinya perputaran modal yang melambat sehingga memungkinkan pendapatan UMKM berkurang.
2. Pelaku UMKM yang tidak mempunyai modal akan memungkinkan mereka akan meminjam kepada bank atau lembaga keuangan.
3. Sering terdapat kendala pada saat meminjam modal kepada lembaga keuangan, seperti dipersulit pada tahap administratif dan teknis yang diminta oleh bank atau lembaga keuangan tidak dapat dipenuhi oleh pelaku UMKM.

Internet yang menjadi salah satu perkembangan teknologi saat ini sudah menjadi kebutuhan pokok bagi kalangan masyarakat. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2019 mengemukakan bahwa penggunaan internet di Indonesia mencapai 171,17 juta jiwa dari total penduduk 264 juta orang. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat di Indonesia mengakses internet untuk mencari informasi yang di butuhkan.

Internet bukan saja mengubah cara berkomunikasi bahkan telah membawa perspektif baru dalam dunia bisnis sehingga lahirnya e-commerce, e-business dan lainnya. Dari pasar tradisional sekarang sudah berubah menjadi pasar online yang dapat diakses oleh siapapun, kapanpun dan darimana pun dia berada. Transaksi pembelian dan pemesanan bahan sampai pembayarannya juga dapat dilakukan secara online. Bisnis online yang semula dipakai dengan tujuan untuk promosi dan periklanan melalui halaman website, kini telah menjadi bisnis yang

multifungsi, baik sebagai sarana promosi, pembelian barang, penjualan barang bahkan sampai penjualan jasa-jasa lainnya dan semuanya dilakukan secara online.⁶

Seiring dengan perkembangan teknologi dalam melakukan transaksi yang semakin berkembang ini, ternyata turut pula menimbulkan berbagai permasalahan. Beberapa permasalahan yang dapat muncul dalam *e-commerce*:

1. Kualitas barang yang dijual, hal ini dikarenakan pembeli tidak melihat secara langsung barang yang akan dibeli. Penjual hanya melihat tampilan gambar dari barang yang akan dijual.
2. Potensi penipuan yang sangat tinggi, dimana ketika pembeli sudah melakukan pembayaran namun barang tidak kunjung diantar kepada pembeli.
3. Potensi gagal bayar dari pembeli, dimana ketika penjual sudah mengirimkan barang kepada pembeli namun pembayaran tidak kunjung dilakukan oleh pembeli.

E-Commerce merupakan salah satu faktor yang sangat penting menunjang keberhasilan pada proses bisnis UMKM. Dari data APJII pada proses perdagangan secara online atau *e-commerce* di Indonesia, bahwa *e-commerce* berpotensi akan berkembang pesat dengan banyaknya orang yang mengakses internet. Salah satu aplikasi internet *e-commerce* untuk meningkatkan pendapatan UMKM kota Medan adalah Shoptimize.

Shoptimize merupakan salah satu aplikasi *E-Commerce* yang di bentuk oleh pelayanan publik Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera Utara. Aplikasi Shoptimize ini didirikan pada 1 Januari 2019 Shoptimize ini berbasis koperasi dimana member Shoptimize sekaligus menjadi pemilik sistem. Dan keuntungan Shoptimize ini lebih besar dibanding aplikasi *E-Commerce* lainnya. Dimana member Shoptimize mendapat keuntungan ganda yang keuntungannya bukan hanya dari barang yang terjual saja tetapi dari SHU sistemnya juga atau jika kita mendaftar Shoptimize kita bisa menjadi member.

⁶ M.Irwan Padli Nasution, *et. al.*, *Bisnis dan Investasi Syariah* (Medan: Febi Uin-su Press, 2015), h. 2-3.

Shoptimize sendiri didirikan dengan tujuan untuk menyediakan layanan pemasaran produk-produk UMKM sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan UMKM. Tetapi nyatanya Shoptimize sendiri belum terlalu berpengaruh menurut beberapa pelaku UMKM. Mereka mengatakan Shoptimize sudah lama didirikan tetapi nyatanya Shoptimize sendiri belum bisa mengatasi permasalahan UMKM .

Berikut merupakan beberapa permasalahan yang terjadi di aplikasi Shoptimize, yaitu:

1. Kurangnya peran pemerintah untuk memperkenalkan Shoptimize terhadap masyarakat luas.
2. Aplikasi Shoptimize ini lambat berkembang, padahal Shoptimize sudah beroperasi sejak 1 Januari 2019.
3. Tujuan pemerintah membentuk aplikasi Shoptimize untuk mengatasi permasalahan UMKM, tetapi nyatanya menurut pelaku UMKM sampai sekarang belum ada hasil yang menunjukkan.

Berikut merupakan data yang bisa di ambil peneliti dari sumber tertentu:

Tabel 1.3

Agama Pelaku UMKM yang Menggunakan Aplikasi Shoptimize

Berdasarkan Agama	Jumlah UMKM yang Menggunakan Aplikasi Shoptimize
Islam	303 Orang
Kristen	198 Orang
Budha	15 Orang
Hindu	25 Orang
Konghucu	76 Orang
Jumlah	617 Orang

Sumber : Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Medan

Dalam hal ini UMKM memerlukan adanya perubahan dalam memasarkan produknya, agar produk yang mereka jual dapat mengalami peningkatan nilai produksi dan mengetahui bahwa betapa pentingnya modal kerja dan strategi

pemasaran yang baik menggunakan aplikasi E-commerce. Seiring dengan perkembangan jaman, pengguna internet di seluruh dunia kian makin bertambah, pemasaran dengan menggunakan Shoptimize diharapkan dapat membantu para pelaku usaha dalam meningkatkan usahanya. Maka dari itu berdasarkan hal yang telah dipaparkan, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Modal Kerja dan Penggunaan Aplikasi E-Commerce (Shoptimize) Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Muslim di Kota Medan”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Salah satu permasalahan Modal Kerja yaitu kurangnya modal awal usaha sehingga memungkinkan perputaran modal jadi melambat dan menyebabkan pendapatan UMKM berkurang.
2. Bahwasanya terjadi kendala pada saat meminjam modal kepada lembaga keuangan, seperti dipersulit pada tahap administratif dan teknis yang diminta oleh bank atau lembaga keuangan tidak dapat dipenuhi oleh pelaku UMKM.
3. Bahwasanya terjadi masalah pada aplikasi Shoptimize dimana kurangnya pemerintah memperkenalkan Shoptimize kepada masyarakat luas.
4. Bahwasanya ada kendala pada Aplikasi Shoptimize ini makanya lambat berkembang, padahal Shoptimize sudah beroperasi sejak 1 Januari 2019.
5. Menurut pelaku UMKM belum ada hasil yang signifikan terhadap pendapatan mereka sejak menggunakan aplikasi Shoptimize.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Hanya membahas tentang seberapa pengaruh Modal Kerja terhadap Pendapatan UMKM Muslim.

2. Hanya membahas tentang seberapa pengaruh Aplikasi Shoptimize terhadap Pendapatan UMKM Muslim.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka ada rumusan masalah yang dapat diambil sebagai kajian untuk penelitian yang akan dilakukan. Hal ini bertujuan untuk mempermudah dalam penelitian skripsi ini. Permasalahan yang dapat dimunculkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah modal kerja berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Muslim di Kota Medan?
2. Apakah penggunaan aplikasi *E-Commerce* (Shoptimize) berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Muslim di Kota Medan?
3. Apakah Modal Kerja dan Penggunaan Aplikasi *E-Commerce* (Shoptimize) berpengaruh secara simultan terhadap Peningkatan Pendapatan Pelaku UMKM Muslim di Kota Medan?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan berdasarkan rumusan masalah dan uraian-uraian diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah Modal Kerja berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Muslim di Kota Medan.
2. Untuk mengetahui apakah penggunaan aplikasi *E-Commerce* (Shoptimize) berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Muslim di Kota Medan.
3. Untuk mengetahui apakah Modal Kerja dan Penggunaan Aplikasi *E-Commerce* (Shoptimize) berpengaruh secara simultan terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Muslim Di Kota Medan

F. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada beberapa pihak, yaitu :

1. Bagi peneliti

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis sekaligus sebagai tugas akhir dalam menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama menjadi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SU.

2. Bagi pemerintah

Sebagai masukan untuk pemerintah atau mengambil tindakan dan kebijakan agar lebih mengembangkan Shoptimize agar meningkatkan UMKM kota Medan.

3. Bagi Akademik

Sebagai bahan studi untuk memberikan informasi dan tambahan literatur penelitian untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti selanjutnya agar lebih mendalami lagi tentang permasalahan Shoptimize.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Tinjauan Pustaka

1. Modal Kerja

a. Definisi Modal Kerja

Terdapat dua pengertian modal kerja suatu perusahaan, yaitu modal kerja bersih (*net working capital*) dan modal kerja bruto (*gross working capital*). Modal kerja bersih yaitu selisih antara aktiva lancar dengan kewajiban lancar. Sedangkan modal kerja bruto adalah keseluruhan modal yang tertanam dalam aktiva lancar (kas, dan setara kas, surat-surat berharga, piutang usaha/dagang dan persediaan).⁷ Modal kerja diperlukan untuk aktifitas operasional sehari-hari. Tanpa modal kerja, maka perusahaan tidak dapat menjalankan aktifitasnya. Aktifitas sehari-hari ditunjukkan oleh keperluan aset-aset lancar, misalnya pembiayaan piutang, persediaan dan lain-lain. Pembiayaan aset lancar ini diperoleh dari kewajiban jangka pendek. Dengan demikian modal kerja bersih adalah selisih aset lancar dikurangi dengan kewajiban jangka panjang.⁸

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa modal kerja adalah selisih antara aktiva lancar dengan hutang lancar. Dengan demikian modal kerja merupakan investasi perusahaan jangka pendek dalam bentuk kas, persediaan dan piutang yang digunakan untuk memenuhi kegiatan operasi perusahaan.

b. Jenis-Jenis Modal Kerja

Menurut James Van Horne, terdapat beberapa jenis modal kerja sebagai berikut:

- 1) Modal kerja permanen (*permanen working capital*) perusahaan adalah jumlah aktiva lancar yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan minimum jangka panjang perusahaan. Modal kerja terdiri dari:

⁷ J.P.Sitanggang, *Manajemen Keuangan Perusahaan* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), h. 58.

⁸ Said Kelana Asnawi dan Candra Wijaya, *Pengantar Valuasi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), h. 26-27.

- a) Modal kerja primer (*primary working capital*) yaitu jumlah modal kerja minimum yang harus ada pada perusahaan untuk menjaga kontinuitas usahanya.
 - b) Modal kerja normal (*normal working capital*) yaitu modal kerja yang dibutuhkan untuk menyelenggarakan proses produksi yang normal.
- 2) Modal kerja sementara (*temporary working capital*) merupakan investasi dalam aktiva lancar yang berubah-ubah sejalan dengan kebutuhan musiman, modal kerja sementara terdiri atas aktiva lancar yang secara konstan berubah-ubah bentuknya.

c. Faktor yang Memengaruhi Modal Kerja

Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah modal kerja adalah sebagai berikut.⁹

1) Jenis Perusahaan

Jenis perusahaan dalam praktiknya meliputi dua macam, yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dan nonjasa (industri). Kebutuhan modal dalam perusahaan industri lebih besar jika dibandingkan dengan perusahaan jasa. Oleh karena itu, jenis kegiatan perusahaan sangat menentukan kebutuhan akan modal kerjanya.

2) Syarat Kredit

Syarat kredit atau penjualan yang pembayarannya dilakukan dengan cara mencicil (angsuran) juga sangat mempengaruhi modal kerja. Untuk meningkatkan penjualan bisa dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya adalah melalui penjualan secara kredit. Penjualan barang secara kredit memberikan kelonggaran kepada konsumen untuk membeli barang dengan cara pembayarannya diangsur beberapa kali untuk jangka waktu tertentu. Hal-hal yang perlu memperoleh perhatian dari syarat-syarat kredit dalam hal ini adalah:¹⁰

- a) Syarat untuk pembelian bahan atau barang dagangan.

Syarat pembelian barang atau bahan yang digunakan untuk memproduksi barang mempengaruhi modal kerja. Pengaruhnya berdampak terhadap

⁹ Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 217.

¹⁰ *Ibid.*, h. 218 .

pengeluaran kas, jika persyaratan kredit lebih mudah, maka akan sedikit uang kas yang keluar, demikian pula sebaliknya, syarat untuk pembelian bahan atau barang dagangan juga memiliki kaitannya dengan persediaan.

b) Syarat penjualan barang

Dalam syarat penjualan, apabila syarat kredit diberikan relatif lunak seperti potongan harga, maka modal kerja yang dibutuhkan semakin besar dalam sektor piutang.

3) Proses Produksi

Waktu produksi merupakan jangka waktu atau lamanya memproduksi suatu barang. Semakin lama waktu yang digunakan untuk memproduksi suatu barang, maka akan semakin besar modal kerja yang dibutuhkan. Tingkat perputaran persediaan.

Pengaruh tingkat perputaran persediaan terhadap modal kerja cukup penting bagi perusahaan. Semakin kecil atau rendah tingkat perputaran, maka kebutuhan modal kerja makin tinggi, demikian pula sebaliknya.

d. Ayat Al-Qur'an Tentang Modal

عَنْ عُدْوَةَ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَعْطَاهُ دِينَ رَائِي شَتْرِي لَهُ بِهِ شَاةٌ فَاشْتَرَى لَهُ شَاتَيْنِ فَبَاعَ إِحْدَاهُمَا بِدِينَارٍ وَجَاءَهُ بِدِينَارٍ وَ شَاةٌ فَدَعَا لَهُ بِالْبَرَكَةِ فِي بَيْعِهِ وَكَانَ لَوْ اشْتَرَى الثُّرَابَ فِيهِ

Artinya : Dari urwah bahwa nabi SAW memberinya satu dinar untuk dibelikan seekor kambing, dengan uang itu ia beli dua ekor kambing, kemudian salah satunya dijual seharga satu dinar, lalu dia menemui beliau dengan membawa seekor kambing dan uang satu dinar. Maka beliau mendoakan dia keberkahan dalam jual belinya itu, “Sungguh dia apabila berdagang debu sekalipun, pasti mendapatkan keuntungan”. (HR. Bukhori).

Terlihat dalam hadist tersebut, bahwa nabi menyukai umatnya yang mau berusaha agar mendapatkan keuntungan dari modal yang dimiliki, dan bagi yang tidak mampu menjalankan usaha, islam menyediakan bisnis alternatif yaitu mudharabah, musyarakah dll. Yang mana mudharabah ini adalah suatu bentuk

kerja sama antara dua pihak atau lebih, dimana pemilik modal mempercayakan sejumlah modalnya kepada pengelola dengan 1 perjanjian diawal. Musyarakah adalah bentuk umum dan usaha bagi hasil dimana dua orang atau lebih mengembangkan pembiayaan dan manajemen usaha dengan proporsi bisa sama atau tidak.

2. *Electronic Commerce (E-Commerce)*

a. Definisi *Electronic Commerce (E-Commerce)*

E-Commerce merupakan suatu sistem atau paradigma baru dalam dunia bisnis, menggeser paradigma perdagangan tradisional menjadi *electronic commerce* yaitu dengan memanfaatkan teknologi *ICT (Information and Communication Technology)*, atau dengan kata lain teknologi internet. Definisi *e-commerce* secara umum yaitu proses membeli, menjual, baik dalam bentuk barang, jasa ataupun informasi yang dilakukan melalui media internet.¹¹

Menurut Karmawan (Jauhari) *e-commerce* adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (*business to business*) dan konsumen langsung (*business to consumer*), melewati kendala ruang dan waktu yang selama ini merupakan hal-hal dominan.¹²

Banyak orang mengira bahwa *e-commerce* dengan *e-business* adalah sama, namun pada kenyataannya berbeda. Berikut ini merupakan perbedaan antara *e-commerce* dengan *e-business*.

¹¹ Sri Haryanti, Tri Irianto, "Rancangan Bangun Sistem Informasi E-Commerce untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Mode Kudus" dalam *Jurnal Speed Sentra Penelitian Engineering da Edukasi*, Vol. 3 (1), Novemeber 2011, h. 10.

¹² Jaidan Jauhari, "Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan E-Commerce" dalam *Jurnal Sistem Informasi*, Vol.2 (1), April 2010, h .159-168.

Tabel 2.1
Perbedaan *E-Commerce* dan *E-Business*

<i>E-Commerce</i>	<i>E-Business</i>
1. Mencakup segala kegiatan jual beli dan pertukaran informasi bisnis secara elektronik termasuk internet.	1. Tidak hanya pembelian dan penjualan namun layanan pelanggan, kolaborasi dengan mitra bisnis dan mengelola transaksi elektronik dalam organisasi.
2. <i>E-Commerce</i> bertujuan untuk menghasilkan <i>money oriented</i> (berorientasi pada perolehan uang).	2. <i>E-Business</i> berorientasi pada kepentingan jangka panjang yang sifatnya abstrak seperti kepercayaan konsumen, peraturan kerja, relasi antar mitra bisnis, dan penanganan masalah sosial lainnya.
3. <i>E-Commerce</i> pada prinsipnya melibatkan pertukaran uang dalam transaksi.	3. <i>E-Business</i> , karena lebih luas, tidak terbatas pada transaksi yang bersifat keuangan (<i>monetary</i>). Semua aspek dalam bisnis, seperti pemasaran, perancangan produk, manajemen pemasokan, dsb.
4. <i>E-Commerce</i> merupakan bagian tak terpisahkan dari proses <i>e-bussines</i> , namun dalam kerangka terbatas, <i>e-commerce</i> merupakan kegiatan menjual dan membeli.	4. <i>E-Business</i> lebih mengenai pembuatan produk besar, ide kreatif dan pemberian layanan yang bermutu, perencanaan pemasaran produk dan pelaksanaannya.

b. Karakteristik *E-Commerce*

Dari berbagai definisi yang ditawarkan dan dipergunakan oleh berbagai kalangan, terdapat kesamaan dari setiap definisi tersebut. Kesamaan ini menunjukkan bahwa *e-commerce* memiliki karakteristik:

- 1) Terjadinya transaksi antara kedua belah pihak.
- 2) Adanya pertukaran barang, jasa atau informasi.
- 3) *Internet* merupakan *medium* utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

c. Jenis-Jenis *E-Commerce*

Banyak perusahaan kini atau mensponsori tiga kategori dasar dari sistem *e-commerce* ini, yaitu:

1) Business to Business (B2B)

Skala jenis B2B sangat besar karena melibatkan 2 pihak yang memiliki modal besar, yaitu bisnis satu dengan bisnis lainnya. Umumnya barang yang dijual dalam B2B dijual secara grosir atau jumlah banyak untuk perlengkapan operasional atau akan dijual kembali oleh pemilik bisnis yang lain. Cth:

a) Indotrading.com

Perusahaan yang satu ini mungkin belum begitu populer di kalangan masyarakat umum. Akan tetapi, perusahaan ini lebih populer di kalangan perusahaan. Sesuai namanya, indotrading.com menyediakan sebuah platform untuk menghubungkan perusahaan penyedia dan perusahaan yang membutuhkan. Umumnya produk yang disediakan melalui indotrading.com adalah produk yang alat berat, produk kimia, dan alat pelindung diri, dan sebagainya yang berfungsi sebagai perlengkapan operasional.

b) Ralali

Sama halnya dengan indotrading, Ralali juga berperan sebagai platform bagi perusahaan yang membutuhkan. Namun, yang menjadi pembeda paling terlihat adalah produk yang disediakan oleh Ralali jauh lebih beragam. Ralali juga menyediakan produk kosmetik, perlengkapan salon, perlengkapan horeca (hotel, restoran, dan cafe), hingga fashion.

2) Business to Consumer (B2C)

Business to consumer (B2C) adalah jenis bisnis yang paling sering digunakan masyarakat. Konsep B2C sangat mirip dengan C2C bahkan banyak beberapa platform yang juga memiliki model bisnis seperti C2C. Model bisnis B2C diperuntukkan dari bisnis untuk konsumen akhir. Toko ritel adalah gambaran paling cocok untuk menggambarkan B2C. Apalagi berkat perkembangan teknologi dan kemajuan individu dalam mengembangkan suatu wibesite, B2C pun semakin menjamur.cth:

a) Lazada

Lazada adalah sebuah perusahaan yang didirikan oleh Maximilian Bittner pada 2012. Kini Lazada menjadi bagian dari Alibaba Group. Pada 2014, Lazada

sukses memasuki pasar Asia Tenggara yaitu Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam.

b) Blibli

Jika perusahaan diatas berasal dari luar negeri, maka Blibli berasal dari dalam negeri. Dilansir dari halaman resmi Blibli, perusahaan ini didirikan pada 25 Juli 2011. Blibli merupakan bagian dari Djarum Group yang dikenal sebagai perusahaan rokok terbesar di Indonesia. Kantor pusat Blibli berpusat di Jakarta.

c) Shoptimize

Merupakan salah satu aplikasi *E-Commerce* yang di bentuk oleh pelayanan publik Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera Utara. Aplikasi Shoptimize ini didirikan pada 1 Januari 2019 Shoptimize ini berbasis koperasi dimana member Shoptimize sekaligus menjadi pemilik sistem. Dan keuntungan Shoptimize ini lebih besar dibanding aplikasi *e-commerce* lainnya. Dimana member Shoptimize mendapat keuntungan ganda yang keuntungannya bukan hanya dari barang yang terjual saja tetapi dari SHU sistemnya juga atau jika kita mendaftar Shoptimize kita bisa menjadi member.

Shoptimize juga sangat menguntungkan bagi pelaku UMKM dimana mereka akan mendapatkan keuntungan akhir tahun dari poin hasil penjualan, semakin banyak poin yang dihasilkan semakin banyak pula keuntungan yang akan mereka dapat. Tetapi sampai saat ini masih sedikit yang mengetahui aplikasi Shoptimize ini, maka dari itu dinas UMKM kota Medan menetapkan wajib membeli barang dagangan sesama pelaku UMKM minimal 100 rb pertahunnya.

Tujuan utama aplikasi Shoptimize ini adalah untuk menyediakan layanan pemasaran produk-produk UMKM di Sumatera Utara secara berani, sebagai salah satu solusi terhadap masalah pemasaran produk-produk hasil dari UMKM Sumatera Utara. Aplikasi Shoptimize diharapkan dapat meningkatkan cakupan produk-produk UMKM Sumatera Utara, sehingga meningkatkan perolehan transaksi penjualan juga diharapkan semakin meningkat, dan pada peningkatan kesejahteraan para pelaku UMKM Sumatera Utara juga semakin baik.

Tetapi yang terjadi, masih banyak sekali masyarakat kota medan banyak yang kurang mengetahui adanya Shoptimize ini dikarena pemerintah kurang

mengenalkan Shoptimize itu sendiri. Makanya Shoptimize ini lambat berkembang walaupun keuntungan yang kita dapat sangat besar. Padahal Shoptimize ini diprediksi akan meningkatkan perekonomian UMKM kota Medan.

3) Consumer to consumer (C2C)

C2C adalah transaksi barang atau jasa C2C, konsumen merangkap sebagai penjualan barang membutuhkan platform untuk menjangkau konsumen lainnya agar barang mereka cepat laku. Umumnya barang yang diperjualbelikan dalam C2C adalah barang bekas atau preloved, dimana si pemilik sebelumnya selaku konsumen sudah tidak membutuhkannya lagi, barang tersebut dijual.

C2C menawarkan kebebasan untuk pembeli dan penjual untuk bertransaksi secara langsung. Situs C2C hanya berfungsi untuk menghubungkan penjual dengan pembeli dan tidak memfasilitasi transaksi online. Untuk mengatasinya atas kesepakatan 2 pihak biasanya penjual dan pembeli memutuskan untuk bertemu langsung untuk pembayaran dan memeriksa apakah barang sudah sesuai atau tidak. Ketika barang sudah sesuai dengan harga yang disepakati. Metode ini dikenal dengan Cash On Delivery (COD). Situs C2C yang terkenal adalah OLX dan Buka Lapak. Cth :

a) OLX

OLX adalah perusahaan asal Belanda. Di Indonesia, OLX mengakuisisi Tokobagus.com menjadi OLX.co.id pada 2014. OLX sering dijadikan platform banyak konsumen untuk menjual produk bekas mereka kepada konsumen lainnya. Selain di Indonesia, OLX juga beroperasi di India, Afrika Selatan dan Pakistan.

b) Bukalapak

Selain OLX, perusahaan lain yang sering menjadi pilihan para masyarakat untuk menjual barang pribadinya yang tak terpakai adalah bukalapak. Berdiri pada tahun 2010, Bukalapak didirikan oleh Achmad Zaky, Nugroho Herucahyono, dan Muhamad Fajrin Rasyid. Pada mulanya, Bukalapak merupakan toko daring yang membantu Usaha Kecil Menengah (UKM) untuk merambah ke dunia digital.

c) Shopee

Shopee adalah platform C2C asal Taiwan yang berdiri sejak 2015. Walau baru 5 tahun berdiri, Shopee telah berhasil melebarkan sayap ke banyak negara di

Asia termasuk Indonesia. Popularitas Shopee pun tak main-main. Menurut data yang dilansir Katadata, Shopee di Indonesia memiliki 3.225 pada kuartal ketiga di tahun 2019.

d) Tokopedia

Perusahaan dengan warna hijau khas ini juga merupakan perusahaan asal Indonesia. Tokopedia didirikan oleh Willian Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada tahun 2009.

4) Consumer to Business (C2B)

Kebalikan dari B2C, C2B memfasilitasi konsumen sebagai penjual jasa atau barang untuk kepentingan bisnis perusahaan yang lebih besar. Dalam C2B, konsumen menyediakan produk atau jasa kepada perusahaan yang membutuhkan dan perusahaan yang bersedia untuk membelinya. Cth :

a) iStock

didirikan pada tahun 2000, iStock menciptakan platform penyediaan yang menjadi sumber asli untuk stok foto, vektor dan ilustrasi, serta klip video yang dibuat oleh pengguna untuk berbagai keperluan baik komersial dan nonkomersial. Para ilustrator, fotografer, dan lain-lain dapat menjual karya mereka melalui platform ini. iStock merupakan bagian dari Getty Images.

5) Business to Administration (B2A)

Dalam jenis transaksi *e-commerce*, terdapat pula transaksi antara bisnis dan administrasi publik. B2A bersama-sama mencakup berbagai pelayanan pemerintah, seperti jaminan sosial, administrasi pajak, dokumen hukum, dan sebagainya. Cth:

a) Pajak.go.id

Pajak.go.id adalah milik Kementerian Keuangan Direktorat Jenderal Pajak yang melayani seputar pajak di Indonesia, baik perorangan maupun perusahaan. Masyarakat juga dapat melaporkan penyimpangan dalam pengelolaan pajak melalui wibesite ini. Pajak.go.id difungsikan sebagai layanan masyarakat dari pemerintah, bukanlah untuk kepentingan komersial.

6) Online to offline (O2O)

O2O adalah jenis yang menarik pelanggan melalui aplikasi atau situs online untuk mengunjungi atau aware mengenai keberadaan toko fisik. O2O mengidentifikasi pelanggan melalui bidang periklanan online seperti email dan campaign social media, kemudian menggunakan berbagai alat dan pendekatan untuk menarik pelanggan untuk pergi ke toko offline. Cth:

a) Klikindomaret

Perusahaan retail ini sudah berdiri lebih dari 27 tahun di Indonesia. Indomaret berkembang pesat dengan jumlah gerai mencapai lebih dari 15.200 yang tersebar di seluruh Indonesia. Untuk memudahkan konsumennya, indomaret menyediakan Klikindomaret, dimana konsumen dapat memesan dan menunggu barang diantar ke rumah atau mengambilnya di cabang Indomaret terdekat.

b) Alfacart

Selain indomaret, ada pula Alfamart. Alfacart adalah pelebaran sayap dari toko fisik Alfamart menuju toko digital. Alfacart memudahkan konsumen dalam membeli barang di Alfamart dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Bahkan pembayaran pun dapat dilakukan di gerai terdekat Alfamart.

d. Keuntungan *E-Commerce*

1) Keuntungan bagi perusahaan

- a) Memperpendek jarak. Perusahaan-perusahaan dapat lebih mendekatkan diri dengan konsumen.
- b) Memperluas pasar. Jangkauan pemasaran menjadi semakin luas dan tidak terbatas oleh area geografis dimana perusahaan berada.

2) Keuntungan bagi Konsumen

- a) *Efektif*. Konsumen dapat memperoleh informasi tentang produk atau jasa yang dibutuhkan dan berinteraksi dengan cara yang cepat dan murah.
- b) *Fleksibel*. Konsumen dapat melakukan transaksi dari berbagai lokasi, baik dari rumah, kantor, warnet atau tempat lainnya.

3) Keuntungan bagi Masyarakat Umum

- a) Membuka peluang kerja baru. Dalam hal ini akan membuka peluang-peluang kerja baru bagi mereka yang tidak buta teknologi.
- b) Mengurangi polusi dan pencemaran lingkungan. Dengan adanya ini konsumen tidak perlu melakukan perjalanan ke toko-toko, dimana hal ini pada gilirannya akan mengurangi jumlah kendaraan yang berlalu lalang di jalan.

e. Kerugian *E-Commerce*

Di samping keuntungan di atas, ada beberapa segi negatif dalam perdagangan elektronik, yaitu:

- 1) Meningkatkan *individualisme*. Dengan adanya ini seseorang dapat berinteraksi tanpa bantuan orang lain.
- 2) Terkadang menimbulkan kekecewaan. Apa yang dilihat di layar monitor komputer kadang berbeda dengan apa yang dilihat secara kasat mata.
- 3) Tidak manusiawi. Dalam hal ini tidak secara dekat bersosialisasi dengan orang lain, misalnya tidak dapat berjabat tangan.
- 4)

f. Ayat Al-Qur'an tentang *E-Commerce*

Dalam kajian muamalah, akad *e-commerce* dapat *diqiyaskan* dengan hukum *as-salam* atau *salaf*. Akad pada wilayah ini dilakukan terlebih dahulu, lalu barang diserahkan pada waktu berikutnya. Menurut Haris Faulidi, cikal bakal *e-commerce* pada masa Nabi, yang ditandai dengan surat Al-Baqarah ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۗ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu’amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya”.¹³

Kemunculan ayat ini memang dapat bermakna ganda. Pertama, tentang hutang-piutang yang wajib dicatatkan. Kedua, karena maraknya transaksi *salaf* (*as-salaf*) yang biasa berkembang pada waktu itu. Hadist riwayat Bukhari yang

¹³ Q.S Al-Baqarah (2) : 282.

menguatkan indikasi terjadinya jual-beli *salaf* sebagai berikut: “.....Barang siapa yang melakukan *salaf*, hendaklah melakukannya dengan takaran, timbangan, dan batas waktu yang jelas.”

Dengan begitu, secara sederhana dapat disimpulkan bahwa transaksi *as-salaf* sangat diperbolehkan dalam hukum islam, dengan hukum dasar adanya kejelasan dan kepentingan bersama (*maslahat*). Unsur lain yang juga diperbolehkan secara *syara'* jika hukum asal terhadap sesuatu diperbolehkan, kecuali ada *illat* yang dapat mempengaruhi hukum asal. *Illat* yang dimaksud, misalnya jika *e-commerce* tidak terdapat adanya jaminan kepercayaan untuk saling merelakan, maka *illat* tersebut dapat merubah hukum asal.¹⁴

Masalah ini dalam kajian muamalah disebut sebagai *as-salam* dan terbagi menjadi dua jenis, antara lain:

- 1) Jual beli *salaf*. Metode ini dikenal dengan memberikan uang terlebih dahulu, setelah itu barang akan diserahkan kemudian. Jual-beli dengan metode ini terdapat asumsi bahwa tempat penyerahan barang diketahui masing-masing pihak.
- 2) Jual beli *istisna*. Pada dasarnya jika ditilik bentuk tempat penyerahan barang, hampir mirip dengan *salaf*. Perbedaan yang mencolok adalah pada saat penyerahan uang sebagai alat tukar, yang diserahkan kemudian hari, setelah barang pesanan diantarkan.

3. Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Pendapatan merupakan uang yang diterima oleh seseorang atau perusahaan dalam bentuk gaji (*wages*), upah (*salaries*), sewa (*rent*), bunga (*interest*), laba (*profit*) dan sebagainya, bersama-sama dengan tunjangan pengangguran, uang pensiun dan sebagainya. Pendapatan masyarakat adalah penerimaan dari gaji atau balas jasa dari hasil usaha yang diperoleh individu atau kelompok rumah tangga dalam satu bulan dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sedangkan

¹⁴ Badru Zaman, “Mencegah Mudharat Dalam Transaksi Elektronik (Perspektif Hukum Islam)”, (Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010), h. 44.

pendapatan dari usaha sampingan adalah pendapatan tambahan yang merupakan penerimaan lain dari luar aktivitas pokok atau pekerjaan pokok. Pendapatan sampingan yang diperoleh secara langsung dapat digunakan untuk menunjang atau menambah pendapatan pokok.¹⁵

Pendapatan seseorang juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu. Reksoprayitno mendefinisikan : “Pendapatan (*revenue*) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan.

b. Jenis-Jenis Pendapatan

Menurut Kusnadi pendapatan dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu:

1) Pendapatan Operasional

Pendapatan operasional adalah pendapatan yang timbul dari penjualan barang dagangan, produk atau jasa dalam periode tertentu dalam rangka kegiatan utama atau yang menjadi tujuan utama perusahaan yang berhubungan langsung dengan usaha (operasi) pokok perusahaan yang bersangkutan.

2) Pendapatan Non Operasional

Pendapatan non operasional adalah pendapatan yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu, akan tetapi bukan diperoleh dari kegiatan operasional utama perusahaan.

Untuk keperluan manajerial, pendapatan dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis, sebagai berikut:

- 1) Pendapatan total, yaitu seluruh pendapatan dari penjualan, seperti pendapatan total yang berarti hasil perkalian dari jumlah unit terjual dengan harga jual per unit.

¹⁵ Imsar, Analisis Produksi dan Pendapatan Usahatani Kopi Gayo (Arabika) Kabupaten Bener Meriah (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sumatera Utara, 2018), h. 19.

- 2) Pendapatan rata-rata, yaitu pendapatan rata-rata dari setiap unit penjualan. Oleh karena itu, maka pendapatan rata-rata dapat juga dirumuskan sebagai hasil bagi dari pendapatan total dengan jumlah unit yang terjual.
- 3) Pendapatan tambahan atau penerimaan marginal yaitu pendapatan yang didapat untuk setiap tambahan satu unit penjual produksi.

c. Sumber-Sumber Pendapatan

Suatu perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang besar harus mempunyai pendapatan yang memadai. Pendapatan diperoleh dari beberapa sumber yaitu:

1) Pendapatan Intern

Pendapatan yang diperoleh dari para anggota atau juga pemegang saham (modal awal) atau semua yang bersangkutan dengan perusahaan itu sendiri.

2) Pendapatan Ekstern

Pendapatan yang diperoleh dari pihak luar yang berperan atau tidaknya dalam kelancaran kegiatan perusahaan. Pendapatan ini juga bisa berasal dari bunga bank dan lain-lain.

3) Hasil usaha

Pendapatan yang diperoleh perusahaan dari hasil aktivasi atau kegiatan perusahaan seperti pendapatan jasa dari aktivasi yang dilakukan.

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Pendapatan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

1) Modal

Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya, yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan. Menurut Bambang Riyanto, modal usaha adalah ikhtisar neraca suatu perusahaan yang menggunakan modal konkrit dan modal abstrak. Modal konkrit dimaksudkan sebagai modal aktif sedangkan modal abstrak dimaksudkan sebagai modal pasif.¹⁶

¹⁶ Nenden Rilla Artistiana, *Bisnis Patiseri yang Menggiurkan*, (Bandung: Penerbit Duta, 2019), h. 38.

2) Pasar

Pasar adalah tempat dimana menjual barang dan jasa-jasa yang telah dihasilkan, serta tempat fisik dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk membeli dan menjual barang. Para ekonom mendeskripsikan pasar sebagai sekumpulan pembeli dan penjual yang bertransaksi atas suatu produk atau kelas produk tertentu.¹⁷

3) Lama Usaha

Lama usaha adalah lamanya seseorang menekuni usaha yang dijalankan. Lama usaha dapat diartikan sebagai berapa lama waktu yang sudah dijalani pedagang dalam menjalankan usaha. Lama usaha menentukan pengalaman, semakin lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usaha perdagangan maka semakin meningkat pula pengetahuan mengenai perilaku konsumen atau perilaku pasar. Jadi, semakin lama usaha maka semakin baik kualitas usaha tersebut.¹⁸

4) Lokasi

Lokasi usaha merupakan faktor pemicu munculnya biaya yang signifikan, sehingga lokasi dapat digunakan untuk menyusun strategi bisnis atau sebaliknya menghancurkan sebuah usaha. Ketika usaha sudah diputuskan akan beroperasi di suatu lokasi tertentu, maka konsekuensinya biaya-biaya yang muncul akibat dipilihnya lokasi tersebut harus ditanggung pemilik usaha.¹⁹

5) Jam Kerja

Jam kerja merupakan durasi waktu para pedagang mulai dari membuka usaha sampai menutupnya, dalam satuan jam.²⁰ Menurut Noicholason, jam kerja adalah bagian salah satu teori yang terdapat dalam ekonomi mikro, terutama pada teori penawaran tenaga kerja yaitu ketersediaannya seorang individu untuk bekerja dengan tujuan agar memperoleh penghasilan. Semakin banyak jam kerja

¹⁷ Wulan Ayodya, *UMKM 4.0*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2020), h. 115.

¹⁸ Faristin Firdausiyah, "Pengaruh Modal Usaha dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Pedagang Wisata Menara Kudus", (Skripsi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah, 2018), h. 24.

¹⁹ Eko Nur Fu'ad, "Pengaruh Pemilihan Lokasi terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil di Komplek Shopping Centre Jepara" dalam *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 30 (1) : 0854-1442, Januari 2015, h. 59.

²⁰ Puji Yuniarti, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional Cinere Depok" dalam *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, Vol. 3 (1) : 2550-0805, Maret 2019, h. 168.

dikorbankan maka produktivitas akan semakin banyak dan pendapatan yang didapat akan semakin meningkat.²¹

e. Ayat Al-Qur'an tentang Pendapatan

Pendapatan merupakan bagian yang penting dalam membentuk kesejahteraan. Dampak dari pendapatan bukan saja pada aspek ekonomi tetapi juga aspek sosial dan politik. Oleh karena itu islam memberi perhatian lebih terhadap pendapatan dalam masyarakat. Maka islam memperhatikan berbagai sisi dari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhannya, misalnya dalam jual beli, hutang piutang, dan sebagainya.

Berikut ini merupakan ayat pendapatan dalam Al-Qur'an surah An-Nahl ayat 114:

فَكُلْ وَامِمْ رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَّالًا طَيِّبًا ۖ وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنْتُمْ لِيَآئِهِ تَعْبُدُونَ (114)

Artinya: “Maka makanlah yang halal bagi kamu lagi baik dari rezeki yang telah diberikan oleh allah kepadamu dan syukurilah nikmat allah, jika kamu hanya menyembah kepadanya.²²

4. UMKM

a. Pengertian UMKM

Usaha mikro kecil merupakan kegiatan usaha yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Usaha-usaha ini umumnya memiliki karakteristik yang hampir sama di setiap wilayah di antaranya memiliki tingkat penghasilan yang rendah, tidak terkelola dengan baik, bahkan dalam beberapa kasus, kelompok usaha mikro dan kecil belum dapat memenuhi kebutuhan dasar seperti gizi, pendidikan, kesehatan, perumahan dan lain-lain. Usaha-usaha mikro kecil umumnya juga merupakan bagian dari kegiatan keluarga, tidak berbadan hukum, mempergunakan teknologi sederhana, memanfaatkan sumber daya lokal dan tidak secara resmi diakui sebagai sektor ekonomi yang berperan penting

²¹ Muhammad Ammar Allam, “Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima (PKL) di Pasar Sunday Morning (Sunmor) Purwokerto” dalam *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, Vol.21 (02), 2019, h. 4.

²² Q.S An-Nahl (16) : 114.

dalam perekonomian nasional sehingga sering disebut dengan *sektor informal*, *underground economy* atau *legal sector*.²³

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki definisi yang berbeda pada setiap literatur menurut beberapa instansi atau lembaga bahkan Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), UMKM didefinisikan sebagai berikut:²⁴

- 1) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- 2) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- 3) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, ataupun menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.²⁵

Berdasarkan kekayaan dan hasil penjualan, menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 pasal 6, kriteria usaha mikro yaitu:

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha

²³ Isnaini Harahap, “Analisis Dampak Penerapan Perbankan Syariah Terhadap Sektor UMKM di Sumatera Utara” (Disertasi, Program Doktor UIN Sumatera Utara, 2016), h. 72-73.

²⁴ Sumarin, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 14.

²⁵ Muhammad Latief Ilhamy dan Sundari Pratiwi. “Strategi Pemberdayaan UMKM Sektor Peternakan Ayam Organik (Studi Kasus Koperasi Hidayah Sumatera Utara)” dalam jurnal *Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 5 (2), Desember 2018, h. 297.

- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut:²⁶

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- 2) Memiliki usaha penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Sedangkan kriteria usaha menengah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 1) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

b. Karakteristik UMKM di Indonesia

Dalam karakteristik disini ada empat alasan yang menjelaskan posisi strategis UMKM di Indonesia. Pertama, UMKM tidak memerlukan modal yang besar sebagaimana perusahaan besar sehingga pembentukan usaha ini tidak sesulit usaha besar. Kedua, tenaga kerja yang diperlukan tidak menuntut pendidikan formal tertentu. Ketiga, sebagian besar berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana perusahaan besar. Keempat, UMKM terbukti memiliki ketahanan yang kuat ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi.

²⁶ Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Seti, 2013), h. 15.

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu dimaksud untuk melihat sejauh mana masalah yang ditulis ini diteliti oleh orang lain di tempat dan waktu yang berbeda-beda. Beberapa karya tulis yang dijadikan acuan penelitian dan hubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
Walia Nabila Sa'ad, Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (2016)	Pengaruh <i>E-Commerce</i> Terhadap Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandar Lampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.	Dari Hasil Uji Regresi Linier Sederhana, Variabel <i>Electronic Commerce (E-Commerce)</i> Berpengaruh Signifikan terhadap peningkatan pendapatan.	Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah terdapat perbedaan di variabel modal kerja saja.
Islami Rahmi, Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar (2014)	Pengaruh Modal Kerja Terhadap Pendapatan UMKM Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Melati Di Kabupaten Bantaeng.	Hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa modal kerja berpengaruh positif tapi kurang signifikan terhadap pendapatan.	Hasil penelitian menunjukkan kesamaan dimana hasil menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce berpengaruh positif tapi kurang berpengaruh terhadap pendapatan. Dan perbedaannya hanya variabel

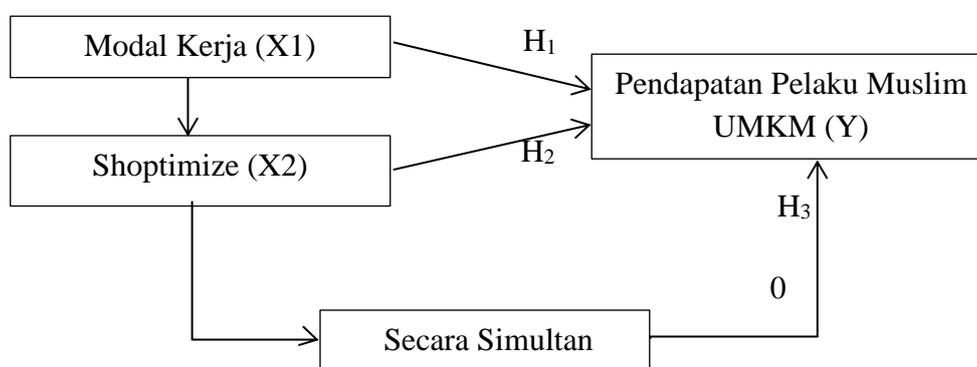
			saja, dimana penelitian sebelumnya variabel yang kurang berpengaruh yaitu variabel modal kerja sedangkan penelitian ini penggunaan e-commercenya.
Metisia Dhika Labara, Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (2017)	Pengaruh Modal Kerja Dan Jenis Usaha Terhadap Pendapatan Bersih Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Ekonomi Islam.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan adanya pengaruh positif dari variabel independen yaitu modal kerja (X1) dan jenis dagangan (X2)	Hasil ini sama-sama berpengaruh positif terhadap pendapatan, walaupun terdapat perbedaan variabelnya.
Eva Rosadi, Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Bandar Lampung (2019)	Pengaruh Modal Dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Bersih Perusahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel modal (X1) dan tenaga kerja (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah variabel yang peneliti gunakan yaitu variabel modal kerja dan penggunaan <i>e-commerce</i>

<p>Nirfandi Gonibala, Vecky A.J Masinambow, Mauna Th. B.Maramin, Jurnal Universitas Sam Ratulangi (2019)</p>	<p>Analisis Pengaruh Modal Dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Kotamobagu.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel modal (X1) berpengaruh signifikan bernilai positif dan juga negatif, sedangkan variabel biaya produksi (X2) bernilai positif.</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian ini adalah variabel yang peneliti gunakan yaitu variabel modal kerja dan penggunaan <i>e-</i> <i>commerce</i> dan hasil penelitiannya juga berbeda.</p>
<p>Helmalia, dan Afrinawati, Jurnal Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang (2018)</p>	<p>Pengaruh E- Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel <i>e-</i> <i>commerce</i> (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan (Y).</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian ini yaitu berbeda di variabel dan hasil nya.</p>

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kajian teori yang telah dijelaskan diatas, penelitian ini bekerja dengan kerangka pemikiran, bahwa modal kerja dan penggunaan aplikasi *E-Commerce* secara individual berpengaruh terhadap pendapatan pelaku UMKM muslim di kota Medan.

Gambar 2.3
Kerangka Pemikiran



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pendapat sementara dari suatu penelitian serta pedoman dalam penelitian yang disusun berdasarkan pada satu teori terikat dimana suatu hipotesis selalu dirumuskan dalam bentuk pernyataan yang menghubungkan dua variabel atau lebih. Adapun hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Ho₁ : Tidak terdapat pengaruh signifikan Modal Kerja terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Muslim Di Kota Medan
- Ha₁ : Terdapat pengaruh signifikan Modal Kerja terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Muslim Di Kota Medan
- Ho₂ : Tidak terdapat pengaruh signifikan penggunaan Aplikasi *E-Commerce* terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Muslim Di Kota Medan
- Ha₂ : Terdapat pengaruh signifikan Penggunaan Aplikasi *E-Commerce* terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Muslim Di Kota Medan.

- Ho₃ : Tidak terdapat pengaruh Modal Kerja dan Penggunaan Aplikasi *E-Commerce* secara simultan terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Muslim Di Kota Medan.
- Ha₃ : Terdapat pengaruh Modal Kerja dan Penggunaan Aplikasi *E-Commerce* secara simultan terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Muslim Di Kota Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Untuk menerapkan suatu teori terhadap suatu permasalahan memerlukan metode khusus yang dianggap relevan dan membantu memecahkan permasalahan. Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu.²⁷

1. Jenis penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan penelitian secara kuantitatif. Digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²⁸

2. Sifat Penelitian

Dilihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha untuk menentukan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data. Penulis juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasikan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian di ungkapkan untuk menunjukkan ruang lingkup wilayah penelitian. Lokasi penelitian ini dilakukan di kota Medan dan waktu penelitian dimulai dari bulan Januari 2021 sampai dengan selesai.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2012), h. 2.

²⁸ Jusuf Soewadji, *Pengantar Metode Penelitian*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), h.

yang diambil adalah pelaku UMKM muslim yang menggunakan aplikasi Shoptimize di kota Medan sebanyak 300 pelaku UMKM.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.²⁹ Dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan (*error tolerance*)

Berdasarkan rumus diatas diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{N}{1+300(10\%)^2}$$

$$n = \frac{300}{1+300(0,01)}$$

$$n = \frac{300}{1+3}$$

$$n = \frac{300}{4}$$

$$n = 75$$

Berdasarkan perhitungan metode Slovin diatas diperoleh jumlah sampel penelitian ini sebanyak 75 pelaku UMKM muslim di kota Medan sebagai responden penelitian.

²⁹ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Medan: Febi Uin-Su Press, 2016) h. 34.

D. Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data dalam penelitian ini yaitu responden, orang yang merespon atau menjawab pernyataan-pernyataan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah:³⁰

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuisioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini adalah kuisioner yang diberikan dan diisi oleh pelaku UMKM muslim di kota Medan dan hasil wawancara penulis kepada pelaku UMKM muslim di kota Medan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder data yang kita butuhkan yang diperoleh dari literatur, jurnal, majalah, brosur, atau data-data yang berhubungan dengan penelitian. Dengan kata lain data yang berasal dari orang-orang kedua atau bukan data yang diambil secara langsung, data ini mendukung pembahasan dan penelitian. Untuk memperoleh data ini peneliti mengambil sejumlah buku-buku, website dan contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.³¹

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan metode penelitian dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian. Menurut Sutrisno Hadi yang dikutip oleh Sugiyono mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis, yaitu proses pengamatan dan ingatan.³² Menurut Cholid observasi atau

³⁰ Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi dan Aplikasinya*, (Bogor: Ghaila Indonesia, 2012), h. 22.

³¹ Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 18.

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 122.

pengamatan adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki. Dalam penelitian ini observasi dilakukan pada modal kerja dan penggunaan Shoptimize terhadap pendapatan pelaku UMKM muslim di kota Medan.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.. Dalam penelitian ini kuisisioner akan diberikan kepada pelaku UMKM muslim di kota Medan yang akan dijadikan sampel penelitian untuk mengungkap data tentang seberapa pengaruhnya modal kerja dan Shoptimize terhadap pendapatan pelaku UMKM muslim di kota Medan yang termasuk dalam sampel penelitian. Angket atau kuisisioner dalam penelitian ini adalah angket atau kuisisioner online melalui google formulir dan akan disebarakan melalui Whats App (WA).

Pada skala likert dilakukan dengan menghitung respon kesetujuan atau ketidaksetujuan terhadap objek tertentu. Artinya pernyataan yang disusun peneliti memiliki kategori positif atau negatif.³³ Jawaban dari setiap item yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif. Sementara untuk keperluan analisis kuantitatif diberikan skor sebagai berikut:

- | | |
|------------------------------|---------------|
| a. Sangat Setuju (SS) | diberi skor 5 |
| b. Setuju (S) | diberi skor 4 |
| c. Ragu-ragu (R) | diberi skor 3 |
| d. Tidak Setuju (TS) | diberi skor 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju (STS) | diberi skor 1 |

3. Wawancara

Wawancara (interview) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara penanya dengan penjawab (responden) dengan menggunakan alat yang dinamakan

³³ Kasmadi dan Nia Siti Sunariah, *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeth, 2013), h. 74.

interview guide (panduan wawancara). Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan pelaku UMKM muslim di kota Medan.

F. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini, ada 2 variabel yang diukur, yaitu Modal Kerja (X_1) dan Penggunaan Aplikasi Ecommerce (Shoptimize) (X_2) sebagai variabel bebas (*independent variabel*), kemudian Pendapatan UMKM Muslim (Y) sebagai variabel terikat (*dependent variabel*).

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Modal Usaha	1. Modal Sendiri 2. Modal Pinjaman 3. Modal Patungan	Likert
2	Penggunaan Aplikasi Ecommerce (Shoptimize)	1. Tuntutan Dari Luar 2. Penggunaan Aplikasi Shoptimize	Likert
3	Pendapatan	1. Pengaruh Aplikasi Shoptimize 2. Pengaruh Dari Luar	Likert

G. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis di dalam penyusunan skripsi ini adalah teknik analisis kuantitatif yaitu teknik analisis data yang menggunakan modal matematika dan statistik dengan mengumpulkan, mengolah, dan menginterpretasikan data yang diperoleh sehingga memberikan keterangan yang benar dan lengkap untuk pemecahan masalah yang dihadapi. Analisis atau pengujian regresi berganda ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel-variabel independen/bebas terhadap variabel dependen/terikat dengan skala pengukuran interval atau rasio dalam suatu persamaan linier.

1. Uji Deskriptif

Uji deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan sampel data yang telah dikumpulkan dalam kondisi sebenarnya tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum

mengenai demografi responden dalam penelitian dan deskripsi mengenai variabel-variabel penelitian.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji untuk mengukur apakah kuesioner yang digunakan dapat mengukur variabel yang akan diukur yaitu untuk melihat apakah alat yang digunakan menunjukkan konsistensi di dalam mengukur gejala yang sama. Kriteria masing-masing variabel dapat dikatakan valid apabila nilai T_{hitung} dan T_{tabel} atau $T_{hitung} > T_{tabel}$ dengan melihat derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df = N-2$ dimana n (jumlah responden).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk mengetahui konsistensi atau keteraturan hasil pengukuran suatu instrumen apabila instrumen tersebut digunakan lagi sebagai alat ukur objek atau responden dengan kriteria menurut Sugiono berdasarkan nilai tabel *Cronbach Alpha* dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* $> 0,7$ artinya reliabilitas mencukupi.³⁴

3. Uji Asumsi Klasik

Dalam melakukan analisis regresi berganda, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik agar kesimpulan yang didapat tidak menyimpang dari kebenaran yang seharusnya. Untuk mengetahui persyaratan tersebut diperlukan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang bersangkutan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Dimana dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai *Asymp. Sig(2-tailed)* $\geq 0,05$ maka data berdistribusi normal, jika nilai *Asymp. Sig(2-tailed)* $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.³⁵

³⁴ Suharsimi Arikonto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 211.

³⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, (Semarang: Badan Penerbit – Undip: 2013), h. 105.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar variabel bebas sama dengan nol.

Kriteria pengujian multikolinearitas dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) adalah:³⁶

1. Jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka dapat diartikan terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
2. Jika nilai VIF lebih besar dari 10,0 maka dapat diartikan tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.

c. Uji Heterokedastitas

Uji heterokedastitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Modal yang digunakan adalah dengan menggunakan grafik *scatterplot*. Model regresi linear berganda dikatakan tidak terdapat heterokedastisitas jika fisik residu tidak membentuk pola maka data bebas dari asumsi tentang heterokedastisitas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda umumnya digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen dengan skala pengukuran interval atau rasio dalam suatu persamaan linier. Pengaruh variabel independen (karena umumnya ada korelasi antar variabel independen), dalam analisis regresi berganda dapat diukur secara terpisah dan secara bersama-sama terhadap konstruk variabel.³⁷

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk melihat prediksi nilai dari Modal Kerja (X1) dan Penggunaan Shoptimize (X2) terhadap Pendapatan

³⁶ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: Febi Uin-Su Press, 2016), h. 105.

³⁷ Ir. Syofian Siregar, *M.M. Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), h. 89.

UMKM Kota Medan (Y), sehingga dapat diketahui seberapa pengaruh antara variabel independen (X1 dan X2) dengan variabel dependen (Y). Jika tidak terdapat pola yang jelas, sebaran data di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedstisitas yaitu model regresi yang homokedstisitas.

Model persamaannya adalah sebagai berikut:

Analisis Regresi Berganda :

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y= Pendapatan pelaku UMKM muslim di kota Medan

a = Konstanta

X₁ = Modal Kerja

X₂ = Shoptimize

b₁ = Koefisien regresi Model Kerja

b₂ = Koefisien regresi Shoptimize

e = Error term

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan statistik parametrik. Oleh karena itu, setiap data konstruk variabel harus terlebih dahulu diuji normalitasnya. Statistik parametrik menurut Ghazali dan Ikhsan merupakan uji yang modelnya menetapkan adanya syarat-syarat tertentu tentang parameter populasi yang merupakan sumber sampel penelitiannya. Syarat-syarat itu biasanya tidak diuji dan dianggap sudah dipenuhi. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikan (α) 0,05 atau 5% untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak dengan cara menguji nilai F. Untuk menguji masing-masing variabel independen secara terpisah terhadap pendapatan pelaku UMKM muslim dilakukan dengan menguji nilai t dan uji dua sisi pada tingkat signifikansi (α) 0,05 atau 5%. Kriteria pengujian yang digunakan adalah menerima hipotesis jika nilai t hasil perhitungan adalah positif signifikansi.

5. Pengujian hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen maka dilakukan pengujian hipotesis. Metode pengujian terhadap hipotesis dilakukan dengan pengujian secara parsial menggunakan uji t, serta pengujian koefisien determinasi (R^2).

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui koefisien yang diregresi signifikan atau tidak secara bersamaan. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} masing-masing variabel bebas dengan nilai t_{tabel} dengan derajat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$). Apabila:

- 1) H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau signifikan $> 5\%$
- 2) H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikan $< 5\%$

b. Uji f (Uji Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah hampir semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis ini sering disebut dengan pengujian signifikansi keseluruhan (*overall significance*). Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Uji F dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- 1) H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada atau signifikan $> 5\%$
- 2) H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada atau signifikan $< 5\%$

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu, nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Kota Medan

Kota Medan merupakan ibukota Provinsi Sumatera Utara, juga merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya. Kota Medan memiliki banyak objek wisata, baik di dalam kota maupun di sekitarnya. Banyak tempat bersejarah yang dapat dikunjungi dan diapresiasi di kota ini.

Zaman dahulu kota Medan dikenal dengan Tanah Deli dan keadaan tanahnya berawa-rawa kurang lebih 4000 ha. Beberapa sungai melintasi kota Medan ini semuanya bermuara ke Selat Malaka. Sungai-sungai itu adalah Sei Deli, Sei Babura, Sei Sikambing, Sei Denai, Sei Putih, Sei Badra, Sei Belawan, Sei Sulang-saling/Sei Kera.

Pada mulanya yang dibuka perkampungan Medan adalah Guru Patimpus ditempatkan di Tanah Deli, maka sejak zaman penjajahan orang yang selalu merangkaikan Medan dengan Deli (Medan-Deli). Setelah zaman kemerdekaan lama, istilah Medan Deli berangsur-angsur lenyap sehingga akhirnya kurang populer.

Dahulu orang menamakan Tanah Deli mulai dari sungai ular (Deli Serdang) sampai sungai Wampu di Langkat sedangkan Kesultanan Deli yang berkuasa saat itu wilayah kekuasaannya tidak mencakup daerah di antara kedua sungai tersebut. Kediaman Sultan Deli disebut Kotamatsum dan pusat pemerintahan Kesultanan Deli disebut Kota Maimun.

Secara keseluruhan jenis tanah di wilayah Deli terdiri dari tanah liat, tanah pasir, tanah campuran, tanah hitam, tanah coklat dan tanah merah. Hal ini merupakan penelitian dari Van Hissink tahun 1900 yang di lanjutkan oleh penelitian Vriens tahun 1910 yang membahas jenis tanah seperti yang ditanyakan lagi tentang jenis tanah liat yang spesifik. Tanah liat adalah pada saat penjajahan

Belanda ditempat yang bernama Bakaran Batu (sekarang Medan Tenggara atau Menteng).³⁸

a. Luas Wilayah dan Letak Geografis Kota Medan

Kota Medan sebagai ibukota Provinsi Sumatera Utara merupakan pusat pemerintahan, pendidikan, kebudayaan dan perdagangan yang terletak di Pantai Timur Sumatera Utara dengan batas-batas wilayah, sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Selat Malaka
- b. Sebelah Selatan, Timur dan Barat dengan Kabupaten Deli Serdang.

Luas wilayah kota Medan adalah 265,10 km², yang terdiri dari kecamatan dan 151 kelurahan dengan jumlah penduduk Kota Medan tahun 2012 berdasarkan dari data Kantor Badan Pusat Statistik Kota Medan adalah 2.132.061 jiwa dengan jumlah rumah tangga (Kepala Keluarga) sebanyak 472.202 Kepala Keluarga.

Kota Medan terletak antara 3°.27' - 3°.47' Lintang Utara, 98°35' - 98°.44. Bujur Timur. Kota Medan 2,5 – 37,5 meter diatas permukaan laut. Batas kota Medan Sebelah Utara, Selatan Barat dan Timur dengan Kabupaten Deli Serdang.

Kota medan merupakan salah satu dari 33 daerah tingkat II di Sumatera Utara dengan luas daerah sekitar 265,10 km². Kota ini merupakan pusat pemerintahan daerah tingkat I Sumatera Utara yang berbatasan langsung dengan kabupaten Deli Serdang di sebelah utara, selatan, barat dan timur sebagaimana pada tabel berikut;

Tabel 4.1

Batas Wilayah Kota Medan

No	Arah	Berbatasan dengan
1.	Sebelah Utara	Kab. Deli Serdang
2.	Sebelah Selatan	Kab. Deli Serdang
3	Sebelah Barat	Kab. Deli Serdang
4	Sebelah Timur	Kab. Deli Serdang

Sumber: *Data Badan Pusat Statistik Kota Medan 2018.*

Sebagian besar wilayah kota Medan merupakan dataran rendah yang merupakan tempat pertemuan dua sungai penting, yaitu sungai Babura dan sungai

³⁸ Pemko Medan, *Sejarah Kota Medan* (<https://pemkomedan.go.id/hal-sejarah-kota-medan.html>), Diunduh pada 20 Oktober 2020.

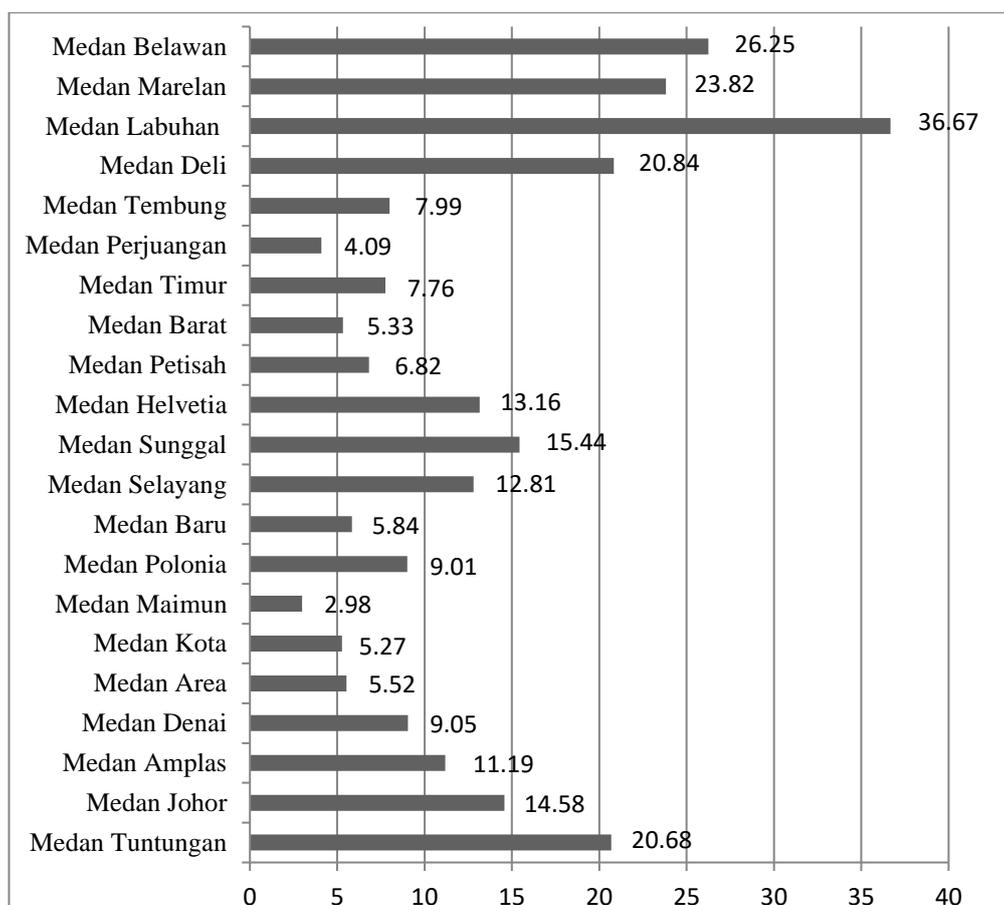
Deli. Kota Medan mempunyai iklim tropis dengan suhu minimum menurut stasiun BBMKG wilayah I pada tahun 2018 yaitu 22,4°C dan suhu maksimum yaitu 34,5°C serta menurut Stasiun Sampali suhu minimumnya yaitu 23°C dan suhu maksimum yaitu 33,4°C.

Kelembapan udara di wilayah Kota Medan rata-rata 77 – 80%, dan kecepatan angin rata-rata sebesar 0,44m/sec, sedangkan rata-rata total laju penguapan tiap bulannya 123,66 mm. Hari hujan di kota Medan pada tahun 2018 perbulan 16 hari dengan rata-rata curah hujan menurut Stasiun Sampali perbulannya 202 mm.

Berdasarkan sensus penduduk tahun 2018, berikut ini merupakan luas wilayah kota Medan menurut kecamatan sebagai berikut:

Gambar 4.1

Luas Wilayah Kota Medan Menurut Kecamatan



Sumber : Data Badan Pusat Statistik Kota Medan 2018.

Tabel 4.2
Jarak Dari Ibu Kota dengan Kecamatan

No	Antara	Jarak ke Kantor Walikota (Km)
1	Medan Tuntungan	12
2	Medan Johor	5
3	Medan Amplas	10
4	Medan Denai	9
5	Medan Area	5
6	Medan Kota	5
7	Medan Maimun	2
8	Medan Polonia	3,5
9	Medan Baru	10
10	Medan Selayang	6
11	Medan Sunggal	6
12	Medan Helvetia	8,5
13	Medan Petisah	3
14	Medan Barat	4
15	Medan Timur	1,5
16	Medan Perjuangan	6
17	Medan Tembung	5,2
18	Medan Deli	10
19	Medan Labuhan	16
20	Medan Marelan	22
21	Medan Belawan	23
Rata – rata		2,57

Sumber : Data Badan Pusat Statistik kota Medan 2018.

Tabel 4.3
Tinggi Wilayah di Atas Permukaan Laut (DPL) Menurut Kecamatan

No	Kecamatan	Tinggi
1	Medan Tuntungan	56
2	Medan Johor	41
3	Medan Amplas	35
4	Medan Denai	25
5	Medan Area	26
6	Medan Kota	27
7	Medan Maimun	28
8	Medan Polonia	30
9	Medan Baru	31
10	Medan Selayang	32
11	Medan Sunggal	28
12	Medan Helvetia	28

13	Medan Petisah	26
14	Medan Barat	20
15	Medan Timur	20
16	Medan Perjuangan	18
17	Medan Tembung	20
18	Medan Deli	13
19	Medan Labuhan	6
20	Medan Marelan	5
21	Medan Belawan	4

Sumber : BPS Kota Medan – PODES2014.

b. Kependudukan

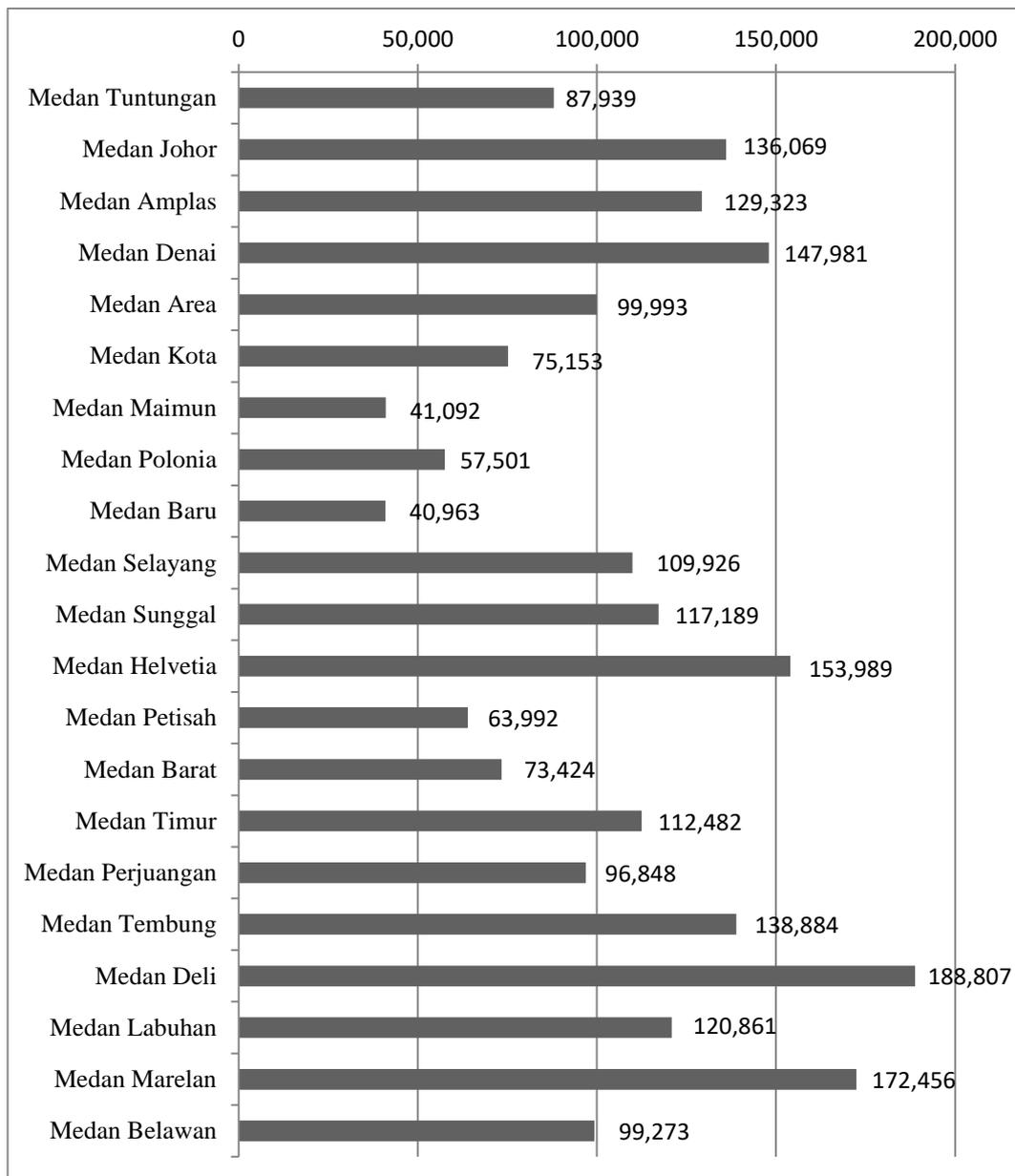
Mobilitas dan persebaran penduduk yang optimal, berdasarkan pada adanya keseimbangan antara jumlah penduduk dengan daya dukung dan daya tampung lingkungan. Persebaran penduduk yang tidak didukung oleh lingkungan dan pembangunan akan menimbulkan masalah sosial yang kompleks, dimana penduduk menjadi beban bagi lingkungan maupun sebaliknya.

Pada tahun 2018, penduduk kota Medan mencapai 2.264.145 jiwa. Dibanding jumlah penduduk pada tahun 2017, terjadi penambahan penduduk sebesar 16.720 jiwa (0,74%). Dengan luas wilayah mencapai 265,10 km².

1) Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel berikut ini menunjukkan jumlah penduduk di kota Medan menurut Kecamatan:

Gambar 4.2
Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan



Sumber : BPS Kota Medan, Data Penduduk Desember 2018

Tabel 4.4
Jumlah Pendudukan dan Rasio Jenis Kelamin Menurut Kecamatan

NO	Kecamatan	Jenis Kelamin			Rasio Jenis Kelamin
		Laki-Laki	Perempuan	Jumlah	
1	Medan Tuntungan	43.369	44.570	87.939	97,31
2	Medan Johor	67.053	69.016	136.069	97,16
3	Medan Amplas	63.858	65.465	129.323	97,55
4	Medan Denai	73.109	74.872	147.981	97,65
5	Medan Area	49.391	50.602	99.993	97,61
6	Medan Kota	37.122	38.031	75.153	97,61
7	Medan Maimun	20.296	20796	41.092	97,60
8	Medan Polonia	28.379	29.122	57.501	97,45
9	Medan Baru	20.228	20.735	40.963	97,55
10	Medan Selayang	54.192	55.734	109.926	97,23
11	Medan Sunggal	57.881	59.308	117.189	97,59
12	Medan Helvetia	75.983	78.006	153.989	97,41
13	Medan Petisah	31.604	32.388	63.992	97,58
14	Medan Barat	36.265	37.159	73.424	97,59
15	Medan Timur	55.551	56.931	112.482	97,58
16	Medan Perjuangan	47.832	49.016	96.848	97,58
17	Medan Tembung	68.556	70.328	138.884	97,48
18	Medan Deli	93.464	95.343	188.807	98,03
19	Medan Labuhan	59.834	61.027	120.861	98,05
20	Medan Marelan	85.368	87.088	172.456	98,02
21	Medan Belawan	49.067	50.206	99.273	97,73

Sumber : BPS Kota Medan, Data Penduduk Desember 2018

2) Penduduk Berdasarkan Agama

Sebagian besar penduduk kota Medan memeluk Agama Islam. Sarana tempat peribadatan yang ada di kota Medan adalah Mesjid/Langgar/Musholla berjumlah 1.759 buah, Gereja 594 buah, Vihara 185 buah, dan Kuil sebanyak 18 buah.

Tabel berikut ini menunjukkan jumlah penduduk di kota Medan menurut Potensi Agama.

Tabel 4.5
Jumlah Penduduk Menurut Potensi Agama

No	Kecamatan	Nama Agama-Agama					Jumlah
		Islam	Katolik	Protestan	Budha	Hindu	
1	Medan Tuntungan	34.743	44.232	13.120	455	514	103
2	Medan Johor	87.680	22.318	6.945	333	12.828	-
3	Medan Amplas	100.430	33.510	3.000	-	1	-
4	Medan Denai	132.188	42.591	1.655	111	869	-
5	Medan Area	96.467	6.807	1.647	429	28.918	13
6	Medan Kota	47.466	21.409	13.274	314	21.848	18
7	Medan Maimun	43.277	5.008	2.242	1.424	15.095	-
8	Medan Polonia	24.455	8.822	369	2.494	7.615	-
9	Medan Baru	19.485	17.047	2.317	1.060	-	-
10	Medan Selayang	51.673	24.286	8.678	1.385	1.097	-
11	Medan Sunggal	89.918	18.975	3.133	1.611	13.403	1
12	Medan Helvetia	106.243	45.671	5.898	451	4.672	2
13	Medan Petisah	48.399	26.872	2.901	2.050	21.595	-
14	Medan Barat	59.924	14.894	14.894	775	14.368	3
15	Medan Timur	71.765	18.075	5.458	3.842	13.565	-
16	Medan Perjuangan	79.098	31.023	2.531	455	14.062	14
17	Medan Tembung	108.675	40.875	2.179	917	9.340	-
18	Medan Deli	100.350	8.386	2.536	478	12.243	-
19	Medan Labuhan	90.849	24.944	6.281	29	7.753	-
20	Medan Marelan	127.323	5.976	3.002	330	5.445	38
21	Medan Belawan	80.888	28.686	10.443	217	5.452	-
Jumlah		1.601.296	490.407	112.658	19.150	210.683	99

Sumber : BPS Kota Medan, Data Penduduk Desember 2018

3) Sarana dan Prasarana Dibidang Kesehatan

Dalam upaya meningkatkan derajat kesehatan masyarakat di kota Medan pada tahun 2017 terdapat 77 buah Rumah Sakit, 117 Rumah Sakit Bersalin, 39 Puskesmas, 1.390 Posyandu, 281 Klinik/Balai Kesehatan, dan 41 Pustu yang didukung oleh 1.830 tenaga dokter spesialis, 871 tenaga dokter umum, dan 296 tenaga dokter gigi.

Untuk melayani program Keluarga Berencana di kota Medan, pada tahun 2018 telah terdaftar sebanyak 214 buah klinik KB. Pada tahun 2018 jumlah pasangan usia subur tercatat sejumlah 329.647 pasangan dengan jumlah target akseptor 307.904 dan pencapaian 207.010 atau 67,23 persen.

Tabel 4.6
Jumlah Sarana Dan Prasarana Kesehatan Di Kota Medan

No	Kecamatan	Rumah Sakit	Rumah Bersalin	Puskesmas	Posyandu	Klinik/ Balai Kesehatan	Pustu	Polindes
1	Medan Tuntungan	4	9	2	48	8	3	-
2	Medan Johor	2	7	2	57	19	4	-
3	Medan Amplas	1	6	1	69	11	-	-
4	Medan Denai	2	7	4	91	5	-	-
5	Medan Area	5	2	3	112	13	-	-
6	Medan Kota	6	2	3	75	9	-	-
7	Medan Maimun	3	2	1	43	7	-	-
8	Medan Polonia	3	5	1	29	5	-	-
9	Medan Baru	4	1	1	15	15	-	-
10	Medan Selayang	3	3	1	41	25	2	-
11	Medan Sunggal	5	4	2	70	12	3	-
12	Medan Helvetia	5	4	1	54	24	2	-
13	Medan Petisah	13	2	3	58	16	-	-
14	Medan Barat	-	1	3	64	16	1	-
15	Medan Timur	5	3	1	79	20	1	-
16	Medan Perjuangan	1	4	1	61	11	2	-
17	Medan Tembung	2	15	2	69	11	4	-
18	Medan Deli	2	12	2	94	24	4	-
19	Medan Labuhan	2	8	3	89	9	3	-
20	Medan Marelan	2	17	1	61	14	3	-
21	Medan Belawan	2	3	1	78	7	5	-
Jumlah		77	117	39	1.390	281	41	-

Sumber : BPS Kota Medan, Data Penduduk Desember 2018

4) Sarana dan Prasarana Dibidang Pendidikan

Pembangunan pendidikan diupayakan untuk mencerdaskan masyarakat, untuk itu peningkatan sarana dan prasarana pendidikan mutlak di perlukan untuk menunjang keberhasilan pembangunan di bidang pendidikan. Di Kota Medan pada tahun 2018 terdapat 295 Raudhatul Adfal, 932 Sekolah Dasar MI, 465 SMP/MTS, 243 SMA/MA, dan 165 SMK, dan sebanyak 63 perguruan tinggi, dengan jumlah siswa masing-masing Raudhatul Adfal sebanyak 12.760 orang, sekolah Dasar/MI 276.033 orang, SMP/MTS sebanyak 138.908 orang, SMA/MA sebanyak 86.758 orang, untuk SMK sebanyak 56.948 orang.

Berikut ini sarana dan prasarana pendidikan yang ada di kota Medan sebagai berikut.

Tabel 4.7
Jumlah Sarana Pendidikan

No	Kecamatan	SD	SMP	SMA	SMK	Perguruan Tinggi
1	Medan Tuntungan	9	7	5	4	5
2	Medan Johor	6	6	5	4	3
3	Medan Amplas	7	7	5	6	1
4	Medan Denai	6	6	6	3	3
5	Medan Area	10	9	7	5	3
6	Medan Kota	10	9	8	6	6
7	Medan Maimun	6	5	3	1	4
8	Medan Polonia	4	4	3	2	1
9	Medan Baru	6	6	5	2	5
10	Medan Selayang	6	6	5	2	2
11	Medan Sunggal	6	5	6	4	4
12	Medan Helvetia	7	7	7	4	4
13	Medan Petisah	7	6	5	5	5
14	Medan Barat	6	6	6	4	3
15	Medan Timur	1	11	9	5	7
16	Medan Perjuangan	9	7	4	2	1
17	Medan Tembung	7	7	6	5	3
18	Medan Deli	6	6	4	2	2
19	Medan Labuhan	6	6	4	2	1
20	Medan Marelan	5	4	3	3	-
21	Medan Belawan	6	5	5	1	-
Jumlah		146	135	111	72	63

Sumber : BPS Kota Medan, Data Penduduk Desember 2018

2. Deskripsi Responden

Deskripsi responden digunakan untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM muslim di kota Medan. Responden yang menjadi objek penelitian berjumlah 75 Pelaku UMKM muslim. Berdasarkan data dari 75 pelaku UMKM muslim melalui angket atau kuesioner diperoleh kondisi responden tentang jenis kelamin, umur responden, pendidikan terakhir, alamat usaha, dan omset penjualan perbulan.

Gambaran umum responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.8
Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden
1.	Laki-laki	39
2.	Perempuan	36
Jumlah		75

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Data tabel diatas diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki memiliki jumlah lebih banyak dibandingkan dengan jumlah responden dengan jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 36 pelaku UMKM muslim sedangkan responden laki-laki sebanyak 39 pelaku UMKM muslim. Hal ini menunjukkan bahwa responden laki-laki lebih mendominasi dalam kegiatan UMKM muslim khususnya di kota Medan.

b. Umur Responden

Tabel 4.9
Umur Responden

No	Umur	Jumlah Responden
1	20 – 30 Tahun	18
2	31 – 40 Tahun	28
3	41 – 50 Tahun	29
Jumlah		75

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel diatas diketahui bahwa responden yang memiliki umur 41-50 tahun berjumlah paling banyak yaitu 29 responden, untuk responden yang memiliki umur 31- 40 tahun berjumlah 28 responden, responden yang memiliki umur 20 – 30 tahun hanya berjumlah 18 responden.

c. Pendidikan Terakhir

Tabel 4.10
Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden
1	SD	2
2	SMP	4
3	SMA	27
4	D3	10
5	S1	17
6	S2	15
Jumlah		75

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Diketahui bahwa responden tamat SMA memiliki jumlah paling banyak yaitu 27 responden, untuk tamatan S1 sebanyak 17 responden, untuk tamatan S2 sebanyak 15 responden, untuk tamatan D3 sebanyak 10 responden, untuk tamatan SMP sebanyak 4 responden, untuk tamatan SD hanya sebanyak 2 responden. Hasil ini menunjukkan bahwa pendidikan terakhir dari para pelaku UMKM muslim di kota Medan didominasi oleh tamatan SMA dan para pelaku UMKM muslim sebagian besar telah berpendidikan sehingga dapat menguasai baca, tulis dan hitung.

d. Alamat Usaha

Tabel 4.11
Alamat Usaha

No	Alamat Usaha	Responden
1	Medan Selayang	13
2	Medan Sunggal	10
3	Medan Petisah	8
4	Medan Barat	10
5	Medan Perjuangan	7
6	Medan Tuntungan	8
7	Kota Medan	15
8	Medan Marelan	4
Jumlah		75

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel diatas bahwa responden yang bertempat tinggal di kota Medan memiliki jumlah yang paling banyak dibandingkan responden yang lain yaitu

sebanyak 15 responden, responden yang bertempat tinggal di Medan Barat sebanyak 10 responden, responden yang bertempat tinggal di Medan Sunggal sebanyak 10 responden, responden yang bertempat tinggal di Medan Selayang sebanyak 13 responden, responden yang bertempat tinggal di Medan Tuntungan sebanyak 8 responden, responden yang bertempat tinggal di Medan Petisah sebanyak 8 responden, responden yang bertempat tinggal di Medan Perjuangan sebanyak 7 responden, responden yang bertempat tinggal di Medan Marelan sebanyak 4 responden.

e. Omset Penjualan Perbulan

Tabel 4.12

Omset Penjualan Perbulan

No	Omset Penjualan Perbulan	Responden
1	< 1.000.000	18
2	> 1.000.000	53
3	> 5.000.000	4
4	> 10.000.000	0
Jumlah		75

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel diatas diketahui bahwa responden yang memiliki omset penjualan paling banyak >1.000.000 yaitu sebanyak 53 responden, responden yang memiliki omset penjualan >1.000.000 yaitu sebanyak 18 responden, responden yang memiliki omset penjualan <5.000.000 yaitu hanya sebanyak 4 responden, sedangkan responden yang memiliki omset penjualan >10.000.000 tidak ada responden yang menggunakan aplikasi Shoptimize mendapatkan penghasilan lebih dari 10.000.000 per bulan.

3. Hasil Kuisisioner

Berdasarkan hasil penelitian dengan memberikan kuisisioner kepada responden Pelaku UMKM muslim di kota Medan yakni 75 responden untuk mengungkap data tentang seberapa pengaruh modal kerja, penggunaan Shoptimize, dan seberapa pengaruh terhadap pendapatan UMKM muslim, maka didapat sejumlah data, yaitu:

a. Modal Kerja

Berdasarkan pertanyaan kuisisioner pada variabel XI maka didapat 18 responden pelaku UMKM muslim di kota Medan yang menggunakan modal pinjaman yang didapat dari lembaga keuangan seperti koperasi ataupun bank. Dan sisanya yaitu 57 responden pelaku UMKM muslim di kota Medan menggunakan modal sendiri untuk memulai usahanya.

Beberapa responden yang meminjam modal ke koperasi atau lembaga keuangan lainnya untuk berdagang adalah Ibu Yuli Asep Nandez (38 tahun), ia meminjam uang untuk modal awal yang digunakan untuk membeli bahan-bahan seperti beras, minyak tanah, dll adalah sebesar 1.500.000,-. Kemudian Ibu Supartik (30 tahun), ia meminjam uang untuk modal awal yang digunakan untuk membeli baju untuk dijual kembali yaitu sebesar 1.100.000,-. Ibu hamida (50 tahun), ia meminjam uang modal awal yang digunakan untuk membeli bahan untuk aksesoris yaitu sebesar 500.000,-.

b. Pengguna Aplikasi Shoptimize

Berdasarkan pertanyaan kuisisioner pada variabel X2 maka dapat disimpulkan 53 responden menyatakan adanya dorongan dan tuntutan dari pemerintah atau instansi terkait untuk menggunakan aplikasi Shoptimize. Dan sisanya 22 responden mereka mengakui bahwa adanya dorongan dari pelaku UMKM muslim lainnya agar menggunakan aplikasi Shoptimize dalam menjalankan bisnisnya.

Beberapa responden yang menggunakan aplikasi Shoptimize banyak yang merupakan member baru dimana, mereka baru menggunakan aplikasi Shoptimize itu sendiri yaitu sekitar 1-6 bulan ada sebanyak 12 responden. Responden yang menggunakan aplikasi Shoptimize sekitar 7-12 bulan ada sebanyak 33 responden. Responden yang menggunakan aplikasi Shoptimize sekitar 13-18 bulan ada sebanyak 10 responden. Responden yang menggunakan aplikasi Shoptimize sekitar 19-24 bulan ada sebanyak 20 responden.

4. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

a. Uji Deskriptif

Data ini untuk mendeskripsikan dan menguji pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Deskripsi data yang akan disajikan adalah *Mean* (N), *Minimum* (Me), *Maximum* (Mo), tabel frekuensi distribusi. Berikut ini hasil pengolahan data yang diperoleh :

Tabel 4.13

Uji Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Modal Kerja	75	300000,00	3000000,00	48910000,00	652133,3333	413354,08986
Lama Penggunaan Shoptimize	75	2,00	24,00	986,00	13,1467	7,01869
Pendapatan Perbulan	75	100000,00	5600000,00	150470000,00	2006266,6667	1374564,08160
Valid N (listwise)	75					

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 22

1) Modal Kerja

Dari hasil analisis responden modal kerja terendah sebesar 300.000 dan modal kerja tertinggi sebesar 3.000.000, rata-rata (*Mean*) sebesar 652.133,3333, dan standar deviasi sebesar 413.354, 08986.

2) Pengguna Aplikasi Shoptimize

Dari hasil analisis responden pengguna aplikasi Shoptimize paling baru yaitu 2 bulan, dan paling lama pengguna Shoptimize yaitu 24 bulan (2 tahun).

3) Pendapatan Perbulan

Dari hasil analisis responden, pendapatan terendah sebesar 100.000 dan pendapatan tertinggi sebesar 5.600.000, rata-rata (*Mean*) sebesar 2.006.266,6667 dan standar deviasi sebesar 1374564,08160.

b. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas atau kesahihan digunakan untuk melihat sejauh mana ketepatan dan kecermatan kuisisioner dalam melakukan fungsinya sebagai alat

ukur. Instrumen dalam penelitian ini dapat dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur dan dapat mengungkapkan data dan variabel-variabel yang diteliti secara konsisten.

Uji signifikansi dilakukan dengan menggunakan r tabel. Nilai r tabel untuk sampel 75 dengan tingkat signifikan 5% menunjukkan r tabel sebesar 0,227. R tabel = 0,227 (df = n-2 = 75-2 = 73, α = 5%). Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai r positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. Berikut ini adalah hasil uji validitas.

Tabel 4.14
Uji Validitas

Variabel	Item	Corrected Item Total Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Modal Kerja (X1)	X1.1	0,441	0,227	Valid
	X1.2	0,372	0,227	Valid
	X1.3	0,598	0,227	Valid
	X1.4	0,234	0,227	Valid
	X1.5	0,440	0,227	Valid
	X1.6	0,422	0,227	Valid
	X1.7	0,541	0,227	Valid
	X1.8	0,559	0,227	Valid
	X1.9	0,386	0,227	Valid
Penggunaan Aplikasi Ecommerce (Shoptimize)	X2.1	0,453	0,227	Valid
	X2.2	0,295	0,227	Valid
	X2.3	0,523	0,227	Valid
	X2.4	0,461	0,227	Valid
	X2.5	0,334	0,227	Valid
	X2.6	0,371	0,227	Valid
	X2.7	0,292	0,227	Valid
	X2.8	0,421	0,227	Valid
	X2.9	0,528	0,227	Valid
Pendapatan UMKM Muslim	Y.1	0,391	0,227	Valid
	Y.2	0,348	0,227	Valid
	Y.3	0,316	0,227	Valid
	Y.4	0,734	0,227	Valid
	Y.5	0,540	0,227	Valid
	Y.6	0,620	0,227	Valid

	Y.7	0,618	0,227	Valid
	Y.8	0,363	0,227	Valid
	Y.9	0,377	0,227	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 22

Berdasarkan dari uji validitas menunjukkan bahwa nilai r hitung lebih besar dibanding nilai r tabel. Dengan hasil ini maka kuisioner yang digunakan oleh variabel kepuasan konsumen dinyatakan valid sebagai alat ukur variabel.

2) Uji Reliabilitas

Tinggi rendahnya reliabilitas secara empiris ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggal ditunjukkan dengan nilai rxx mendekati angka 1. Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika ≥ 0.700 .

Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach, karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Rumus Alpha Cronbach sebagai berikut:

- 1) Jika nilai alpha $> 0,7$ artinya realistis mencukupi (sufficient reliability) sementara jika alpha $> 0,80$ ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konstan memiliki reliabilitas yang kuat.
- 2) Jika alpha $> 0,90$ maka reliabilitas sempurna. Jika alpha rendah kemungkinan satu atau beberapa item reliabel. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas:

Tabel 4.15

Uji Reliabilitas Instrumen

Nama Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
Modal Kerja (X1)	0,721	Reliabel
Pengguna Aplikasi Shoptimize (X2)	0,710	Reliabel
Pendapatan UMKM Muslim	0,732	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 22

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas semua variabel adalah reliabel karena memiliki Cronbach Alpha yang lebih besar dari 0,227 seperti terlihat pada

tabel diatas. Dengan demikian, setiap pernyataan pada kuisioner tersebut dapat dianalisa lebih lanjut.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

a) Uji Normalitas Pendekatan Statistik Kolmogorof Smirnof (KS)

Uji normalitas dengan pendekatan statistik kolmogorof smirnof dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.16

Uji Normalitas Pendekatan Statistik Kolmogorof Smirnof (KS)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		3,88905622
Most Extreme Differences	Absolute		,123
	Positive		,071
	Negative		-,123
Test Statistic			,123
Asymp. Sig. (2-tailed)			,007 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,193 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,182
		Upper Bound	,203

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 22

Data tabel diatas terlihat bahwa nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* adalah sebesar 0,193 > 0.05. dengan demikian berdasarkan kriteria pengujian maka dapat disimpulkan bahwa penyebaran data telah berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dengan melihat nilai *Tolerance* dan nilai VIF. Adapun kriteria penilaian sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Tolerance* $> 0,10$ maka dapat diartikan tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
- 2) Jika nilai *Tolerance* $< 0,10$ maka dapat diartikan terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
- 3) Jika nilai VIF $> 0,10$ maka dapat diartikan tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
- 4) Jika nilai $< 0,10$ maka dapat diartikan terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.

Tabel 4.17
Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	2,422	5,054				,479
X1	,381	,108	,335	3,529	,001	1,000	1,000
X2	,513	,101	,482	5,083	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 22

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa:

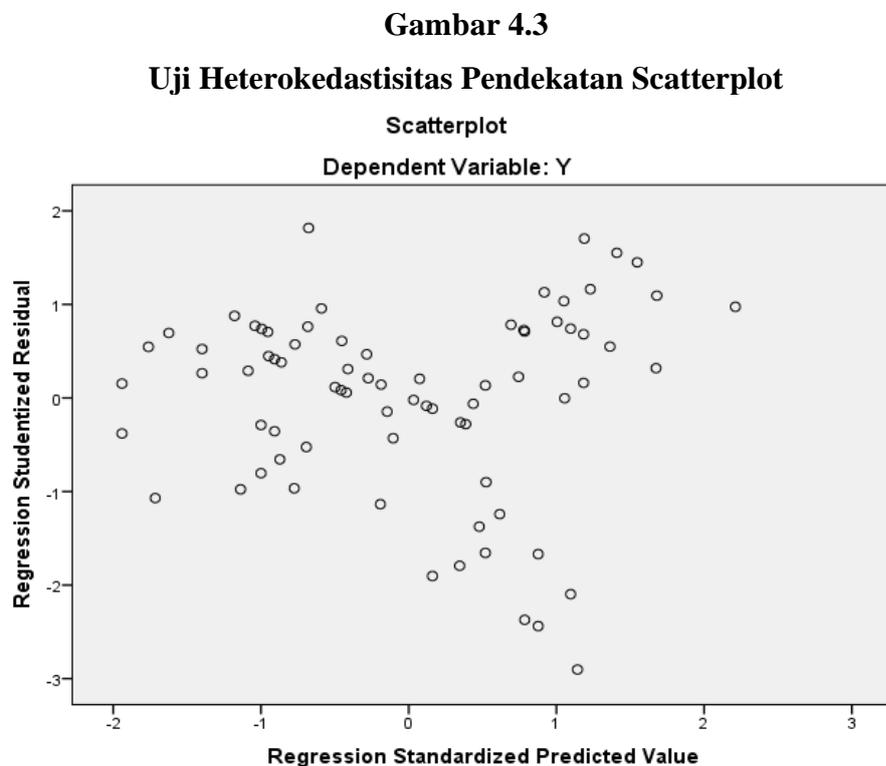
- 1) Variabel Modal Kerja memiliki Nilai *Tolerance* $1,000 > 0,10$ dan nilai VIF $1,000 < 10$ maka variabel Modal Kerja tidak terjadi gangguan multikolinearitas.
- 2) Variabel Penggunaan Aplikasi E-Commerce (Shoptimize) memiliki nilai *Tolerance* $1,000 > 0,10$ dan nilai VIF $1,000 < 10$ maka variabel Shoptimize tidak terjadi gangguan multikolinearitas.

3) Uji Heterokedastisitas

Prinsip pengujian Heterokedastisitas adalah untuk melihat apakah adanya gangguan yang ada pada suatu penelitian. Metode untuk menguji penelitian untuk mencari keberadaan heterokedastisitas dapat dilakukan dengan metode grafik dan statistik yang menggunakan uji Glejser.

a) Uji Heterokedastisitas Pendekatan Scatterplot

Uji heterokedastisitas dengan menggunakan scatterplot dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 22

Dari hasil uji Heterokedastisitas diatas grafik Scatterplot yang disajikan pada gambar diatas dapat dilihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas serta menyebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tidak terkena heterokedastisitas.

Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data terkena heterokedastisitas.

b) Uji Heterokedastisitas Menggunakan Uji Glejser

Heterokedastisitas terjadi karena adanya perubahan situasi yang tidak tergambarakan dalam spesifikasi model regresasi. Hasil Uji Glejser dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4.18
Uji Heterokedastisitas Menggunakan Uji Glejser

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,759	,516		-1,470	,149
	X1	,017	,011	,230	1,527	,134
	X2	,013	,013	,155	1,028	,310

a. Dependent Variable: RESUC

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.9, dapat di ketahui bahwa hasil perhitungan dari masing-masing variabel menunjukkan level sig > α , yaitu $0,134 > 0,05$ untuk variabel modal kerja, dan $0,310 > 0,05$ untuk variabel pengguna aplikasi Shoptimize, sehingga penelitian ini bebas dari heterokedastisitas dan layak untuk diteliti.

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.19
Uji Regresi Linier Berganda

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,422	5,054		,479	,633		
	X1	,381	,108	,335	3,529	,001	1,000	1,000
	X2	,513	,101	,482	5,083	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 22

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 5,851 + 611 X_1 + 139 X_2$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstan sebesar 2,422 : artinya jika Modal Kerja (X1) dan Pengguna Aplikasi Shoptimize (X2) nilainya adalah 0, maka Pendapatan Pelaku UMKM Muslim (Y) nilainya 2,422
- 2) Koefisien regresi variabel Modal Kerja (X1) sebesar 0,381 : artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Modal Kerja mengalami kenaikan 1%, maka pendapatan pelaku UMKM Muslim (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,381. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Modal Kerja dengan Pendapatan Pelaku UMKM Muslim, semakin tinggi Modal Kerja maka semakin meningkat Pendapatan Pelaku UMKM Muslim.
- 3) Koefisien regresi variabel Pengguna Aplikasi Shoptimize (X2) sebesar 513 ; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Pengguna Shoptimize mengalami kenaikan 1% maka Pendapatan Pelaku UMKM Muslim (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 513. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Pengguna Shoptimize dengan Pendapatan Pelaku UMKM Muslim, semakin banyak barang terjual di aplikasi Shoptimize maka semakin tinggi Pendapatan Pelaku UMKM Muslim yang didapat.

e. Pengujian Hipotesis

1) Uji t (Parsial)

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas dan variabel terikat secara parsial diperlukan uji hipotesis dan uji parsial (uji t). Dalam pengujian hipotesis ini peneliti menggunakan alat bantu oleh alat data statistik SPSS 22. Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji t pada tingkat kepercayaan 95% atau sebesar 0,05 dari hasil output SPSS yang diperoleh, apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima dan sebaliknya apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, atau dengan signifikansi (sig) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan sebaliknya apabila signifikan (sig) $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.20
Uji t (Parsial)

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,422	5,054		,479	,633		
X1	,381	,108	,335	3,529	,001	1,000	1,000
X2	,513	,101	,482	5,083	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 22

Pengaruh dari masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Pengaruh modal kerja terhadap pendapatan pelaku UMKM muslim. Hipotesis:
- Ho : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel modal kerja (X1) terhadap pendapatan pelaku UMKM muslim (Y).
- H₁ : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel modal kerja (X1 terhadap pendapatan pelaku UMKM muslim (Y).
- Nilai t_{hitung} 3,529, maka t_{hitung} 3,529 > dari t_{tabel} 1,66629. Artinya variabel modal kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM muslim kota Medan.
- b) Pengaruh pengguna aplikasi Shoptimize terhadap pendapatan pelaku UMKM muslim. Hipotesis:
- Ho : tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Shoptimize (X2) terhadap Pendapatan pelaku UMKM muslim.
- H₁ : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Shoptimize terhadap pendapatan pelaku UMKM muslim.
- Nilai t_{hitung} 5,083 maka t_{hitung} 5,083 > dari t_{tabel} 1,66629. Artinya variabel Shoptimize berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM muslim.

2) Uji f (Simultan)

Uji f dimaksudkan untuk mengetahui apakah model regresi merupakan regresi *simple linier*. Uji f digunakan untuk mengetahui atau menguji rasio dari dua varian.

Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji f pada tingkat kepercayaan 95% atau α sebesar 0,05 dari hasil output SPSS yang diperoleh, apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka model dinyatakan layak digunakan dalam penelitian ini dan sebaliknya apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka model dikatakan tidak layak, atau dengan signifikan (sig) $< 0,05$ maka model dinyatakan layak digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.21
Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	607,755	2	303,877	19,548	,000 ^b
	Residual	1119,232	72	15,545		
	Total	1726,987	74			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 22

Berdasarkan hasil pengujian diatas dapat dilihat F_{hitung} adalah 19,548 dengan nilai propabilitas adalah 0,000. Nilai F_{tabel} untuk jumlah observasi sebanyak 75 dengan tingkat signifikansi 5% dan k atau jumlah seluruh variabel independen dan dependen adalah 3, maka nilai $N_1 = k-1 = 3-1 = 2$, $N_2 = n-k = 75-2 = 73$ adalah 3,12. Sehingga diperoleh bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} atau $19,548 > 3,12$ dan juga dapat dilihat pada nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi (α) 5% atau $0,0 < 0,05$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi linier layak digunakan untuk menjelaskan Pengaruh Modal Kerja (X1) dan Penggunaan Shoptimize (X2) terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Muslim di Kota Medan (Y).

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai persentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Ketepatan model (R Square) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dari hasil perhitungan melalui alat ukur statistik SPSS for windows versi 22 didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut.

Tabel 4.22
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,593 ^a	,352	,334	3,94270

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 22

Hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 22 dapat diketahui bahwa nilai R (koefisien korelasi) yang diperoleh sebesar 0,593. Hal ini mengasumsikan bahwa variasi perubahan variabel Pendapatan Pelaku UMKM Muslim (Y) dipengaruhi oleh variabel terikatnya yaitu Modal Kerja (X1) dan Pengguna Shoptimize (X2) sebesar 59,3%. Jadi, besarnya pengaruh Modal Kerja dan Pengguna Shoptimize terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Muslim di Kota Medan sebesar 59,3%. Sedangkan sisanya yaitu 40,7% Pendapatan Pelaku UMKM Muslim (Y) dipengaruhi oleh faktor-faktor pendapatan seperti pengaruh lama usaha, pasar, lokasi, dan jam kerja.

B. Pembahasan

1. Modal Kerja Berpengaruh Signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan Pelaku UMKM Muslim di Kota Medan.

Pengaruh dari modal kerja terhadap pendapatan pelaku UMKM muslim di kota Medan menunjukkan hasil hipotesis variabel Modal Kerja berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan. Hasil uji regresi menunjukkan nilai koefisien 0,381 hal ini menunjukkan bahwa jika Modal Kerja mengalami kenaikan sebesar 0,381. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Modal Kerja terhadap Pendapatan UMKM Muslim Di Kota Medan hanya berpengaruh sebesar 38,1%. Koefisien bernilai positif menunjukkan hubungan yang positif antara variabel Modal Kerja dengan variabel Pendapatan Pelaku UMKM Muslim akan mengalami peningkatan. Variabel modal memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pendapatan perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} untuk variabel Modal Kerja sebesar 3,529 dengan signifikansi $0,001 < 0,05$. Variabel X1 memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,529 dengan t_{tabel} sebesar 1,66629, jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1 (Modal Kerja) memiliki kontribusi terhadap variabel Y (Pendapatan Pelaku UMKM Muslim). Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X1 tidak memiliki hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan variabel modal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pendapatan perusahaan.

Pengelolaan Modal Kerja meliputi usaha mendapatkan dan menyediakan dana yang dibutuhkan serta usaha untuk menggunakan dana tersebut secara efektif dan efisien dengan tetap mempertahankan arus pendapatan guna kelangsungan perusahaan dalam membiayai operasi selanjutnya. Oleh sebab itu, diperlukan manajemen yang baik dalam setiap pengelolaan Modal Kerja.

2. Penggunaan Aplikasi *E-commerce* (Shoptimize) Berpengaruh Signifikan Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Muslim di Kota Medan.

Elektronik Commerce (E-Commerce) adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi

(*Business to business*) dan konsumen langsung (*Business to consumer*), melewati kendala ruang dan waktu yang selama ini merupakan hal-hal dominan.

Shoptimize merupakan salah satu aplikasi *E-commerce* namun berbasis koperasi dimana member Shoptimize sekaligus menjadi pemilik sistem. Dan keuntungan Shoptimize ini lebih besar dibanding aplikasi *E-commerce* lainnya. Dimana member Shoptimize mendapat keuntungan ganda yang keuntungannya bukan hanya dari barang yang terjual saja tetapi dari SHU sistemnya juga atau jika kita mendaftar Shoptimize kita bisa menjadi member. Shoptimize juga sangat menguntungkan bagi pelaku UMKM Muslim dimana mereka akan mendapatkan keuntungan akhir tahun dari hasil penjualan.

Pengaruh dari Shoptimize terhadap pendapatan pelaku UMKM muslim kota Medan menunjukkan bahwa hasil uji hipotesis variabel Shoptimize berpengaruh positif terhadap pendapatan. Dari hasil menunjukkan bahwa angka koefisien regresi variabel Shoptimize memperoleh nilai sebesar 0,513 hal ini menunjukkan bahwa jika modal mengalami peningkatan, maka Pendapatan Pelaku UMKM Muslim (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,513. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Pengguna Aplikasi Shoptimize terhadap Pendapatan UMKM Muslim Di Kota Medan hanya berpengaruh sebesar 51,3%. Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} untuk variabel Pengguna Shoptimize sebesar 5,083 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Variabel X2 memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,083 dengan t_{tabel} sebesar 1,66629. Sehingga dapat disimpulkan bahwa X2 (Shoptimize) mempengaruhi kontribusi terhadap variabel Y (Pendapatan Pelaku UMKM Muslim). Jadi dapat disimpulkan variabel Shoptimize secara signifikan berpengaruh terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Muslim di Kota Medan.

Hasil penelitian ini diperkuat kembali dengan teori model Solow-Swan menggunakan unsur peningkatan penduduk, akumulasi kapital, kemajuan teknologi dan besarnya output yang saling berinteraksi. Menurut teori ini faktor terpenting yang mewujudkan peningkatan ekonomi bukanlah penambahan modal dan penambahan tenaga kerja. Faktor yang paling penting adalah kemajuan teknologi, penambahan kemahiran dan kepakaran tenaga kerja. Sehingga penelitian ini sejalan dengan teori yang ada, dimana Shoptimize ini memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan pelaku UMKM Muslim.

Hal ini pula di dukung dengan hasil wawancara diperoleh informasi terkait adanya pengguna Shoptimize yang memberikan dampak bagi peningkatan penjualan pada pelaku UMKM muslim sehingga meningkatkan pendapatan mereka, apalagi jika mengingat setiap member akan mendapatkan keuntungan di akhir tahun. Namun tetapi jika keuntungan tersebut tergantung berapa poin yang kita hasilkan selama setahun, jika poin yang kita hasilkan banyak maka banyak pula keuntungan yang kita dapatkan.

Shoptimize menawarkan kemudahan dalam pemasaran di dunia bisnis yang akan memudahkan para pelaku bisnis atau usaha kecil menengah untuk meningkatkan pemasaran dalam produknya. Pemasaran merupakan ujung tombak dari serangkaian kegiatan usaha yang bergerak dibidang jasa ataupun barang. Pemasaran juga sangat menentukan apakah usaha yang dijalankan menghasilkan laba atau tidak. Pemasaran yang dimaksud adalah penggunaan media internet sebagai *Elektronic Commerce (E-Commerce)* dimana pelaku usaha dapat memasarkan dan menjual produknya dengan menggunakan sarana internet dengan menggunakan aplikasi Shoptimize.

3. Modal Kerja dan Pengguna Aplikasi Shoptimize berpengaruh Secara Simultan Terhadap Peningkatan Pendapatan Pelaku UMKM Muslim di Kota Medan

Secara simultan kedua variabel diatas yaitu Modal Kerja dan Pengguna Shoptimize berpengaruh secara bersama-sama. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa dari dua variabel Modal Kerja dan Pengguna Shoptimize dari hasil uji statistik F memperoleh nilai sig $0,000 < 0,05$ dalam artian kurang dari standarisasi α (0,05) yang artinya maka secara bersama-sama atau simultan variabel X1 (Modal Kerja) dan X2 (Pengguna Shoptimize) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (Pendapatan Pelaku UMKM Muslim). Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel Modal Kerja dan Pengguna Shoptimize secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Muslim di Kota Medan. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai koefisien sebesar 0,593 dengan kata lain pengaruh Modal Kerja dan Pengguna Shoptimize terhadap Pendapatan Pelaku

UMKM Muslim yaitu sebesar 59,3 % sedangkan sisanya 40,7% Pendapatan Pelaku UMKM Muslim (Y) dipengaruhi oleh faktor-faktor pendapatan seperti pengaruh lama usaha, pasar, lokasi, dan jam kerja.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan hasil uji penelitian dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, dapat dinyatakan Pengaruh dari Modal Kerja terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Muslim di Kota Medan menunjukkan hasil hipotesis variabel Modal Kerja berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa jika Modal Kerja mengalami kenaikan sebesar 0,381 (38,1%). Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} untuk variabel Modal Kerja sebesar 3,529 dengan signifikansi $0,001 < 0,05$. Variabel X1 memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,529 dengan t_{tabel} sebesar 1,66629, jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1 (Modal Kerja) memiliki kontribusi terhadap variabel Y (Pendapatan Pelaku UMKM Muslim).
2. Berdasarkan hasil uji penelitian dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, dapat dinyatakan pengaruh dari Shoptimize terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Muslim Kota Medan menunjukkan bahwa hasil uji hipotesis variabel Shoptimize berpengaruh positif terhadap pendapatan. Dari hasil menunjukkan bahwa Pendapatan Pelaku UMKM Muslim (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,513 (51,3%).. Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} untuk variabel Pengguna Shoptimize sebesar 5,083 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Variabel X2 memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,083 dengan t_{tabel} sebesar 1,66629. Sehingga dapat disimpulkan bahwa X2 (Shoptimize) mempengaruhi kontribusi terhadap variabel Y (Pendapatan Pelaku UMKM Muslim).
3. Secara simultan kedua variabel diatas yaitu Modal Kerja dan Pengguna Shoptimize berpengaruh secara bersama-sama. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa dari dua variabel Modal Kerja dan Pengguna Shoptimize dari hasil uji statistik F memperoleh nilai sig

0,000 < 0,05 dalam artian kurang dari standarisasi α (0,05) yang artinya maka secara bersama-sama atau simultan variabel X1 (Modal Kerja) dan X2 (Pengguna Shoptimize) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (Pendapatan Pelaku UMKM Muslim). Sedangkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai koefisien sebesar 0,593 dengan kata lain pengaruh modal kerja dan pengguna Shoptimize terhadap pendapatan pelaku UMKM Muslim yaitu sebesar 59,3 % sedangkan sisanya 40,7% Pendapatan Pelaku UMKM Muslim (Y) dipengaruhi oleh faktor-faktor pendapatan seperti pengaruh lama usaha, pasar, lokasi, dan jam kerja.

B. Saran

Saran yang diajukan untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Bagi akedemis dan peneliti selanjutnya, dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebuah bahan referensi untuk kegiatan mengajarnya atau pun penelitiannya. Dikarenakan penelitian ini masih memperoleh data dan priode waktu yang digunakan. Sehingga penelitian selanjutnya diharapkan mampu meneliti dengan menambah variabel bebas lainnya dan tahun penelitian sehingga mampu memberikan hasil penelitian yang lebih baik lagi.
2. Bagi pemerintah, maupun masyarakat khususnya Dinas Koperasi dan UMKM kota Medan, untuk terus memberikan pelatihan khususnya pelatihan teknologi bagi para produsen agar terus dapat mengembangkan usahanya dan dapat meningkatkan omset penjualan dan untuk terus mencintai dan membantu mempromosikan produk hasil daerah kota Medan. Dan untuk pemerintah harus lebih berusaha lagi mengembangkan aplikasi Shoptimize ini agar banyak masyarakat kota Medan dan terkhususnya Sumatera Utara yang menggunakan aplikasi Shoptimize ini. Jika aplikasi Shoptimize ini berkembang, maka akan meningkat pula Pendapatan UMKM di Kota Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikonto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Artistiana, Nenden Rilla. *Bisnis Patiseri yang Menggiurkan*. Bandung: Penerbit Duta, 2019.
- Asnawi, Said Kelana. Candra Wijaya. *Pengantar Valuasi*. Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Ayodya, Wulan. *UMKM 4.0*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2020.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit – Undip, 2013.
- Harahap, Isnaini. *Analisis Dampak Penerapan Perbankan Syariah Terhadap Sektor UMKM di Sumatera Utara*. Disertasi: Program Doktor UIN Sumatera Utara, 2016.
- Hasan, Iqbal. *Pokok-Pokok Materi Metodologi dan Aplikasinya*. Bogor: Ghaila Indonesia, 2012.
- Imsar. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ucok Durian Medan*. Makalah: tidak diterbitkan, 2018.
- Imsar. *Analisis Produksi dan Pendapatan Usahatani Kopi Gayo (Arabika) Kabupaten Bener Meriah*. Makalah tidak diterbitkan, 2018.
- Kasmadi. Nia Siti Sunariah. *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeth, 2013.
- Kasmir. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Marliyah. *Strategi Pembiayaan Mudharabah Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Disertasi: Program Doktor UIN Sumatera Utara, 2016.
- Nasution, Muhammad Irwan Padli. *Bisnis dan Investasi Syariah*. Medan: Febi Uin-su Press, 2015.
- Rahmani, Nur Ahmadi Bi. *Metode Penelitian Ekonomi*. Medan: Febi Uin-Su Press, 2016.
- Siregar, Syofian. *M.M Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013.

Sitanggang, J.P. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012.

Soewadji, Jusuf. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012.

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV.Afabeta, 2012.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2010.

Sujarweni, Wiratna. *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

Sumarin. *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

Supriadi, Dedi. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Seti, 2013.

Jurnal

Allam, Muhammad Ammar. *Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima (PKL) di Pasar Sunday Morning (Sunmor) Purwokerto*. Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi, Vol.21 No. 2, 2019.

Fu'ad, Eko Nur. *Pengaruh Pemilihan Lokasi terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil di Komplek Shopping Centre Jepara*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Vol. 30 No. 1, 2015.

Haryanti, Sri. Tri Irianto. *Rancangan Bangunan Sistem Informasi E-Commerce Untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Mode Kudus*. Jurnal Speed Sentra, Vol. 3 No. 1, 2014.

Ilhamy, Muhammad Latief. Sundari Pratiwi. *Strategi Pemberdayaan UMKM Sektor Peternakan Ayam Organik*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 5 No. 2, 2018.

Jauhari, Jaidan. *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan E-Commerce*. Jurnal Sistem Informasi, Vol. 2 No. 1, 2016.

Maheswara, Anak Agung Ngurah Gede. Nyoman Djinar Setiawina. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UKM Sektor Perdagangan di Kota Denpasar*. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Vol.5 No. 12, 2016.

Subagio, Karina Mentari Putri, Moch Dzulkirom AR, dan Raden Rustam Hidayat. *Analisis Pengelolaan Modal Kerja dalam Upaya Meningkatkan Likuiditas*

dan Probabilitas pada PT. Gudang Garam TBK. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 50 No. 1, 2017.

Widyamukti, Erlina Yunitasari. B.Junianto Wibowo. *Pengaruh Modal Kerja Terhadap Penjualan dan Laba Perusahaan. Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Perpajakan, Vol. 1 No. 1. 2018.*

Yuniarti, Puji. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional Cinere Depok. Jurnal Sekretaris dan Manajemen, Vol. 3 No.1, 2019.*

Skripsi

Firdausiyah, Faristin. *Pengaruh Modal Usaha dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Pedagang Wisata Menara Kudus. Skripsi: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah, 2018.*

Zaman, Badru. *Mencegah Mudharat Dalam Transaksi Elektronik (Perspektif Hukum Islam). Skripsi: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010.*

Link

Medan, Pemko. Diunduh pada tanggal 20 Oktober 2020. *Sejarah Kota Medan* <https://pemkomedan.go.id/hal-sejarah-kota-medan.html>.

Al-Quran

Q.S Al-Baqarah ayat 282.

Q.S An-Nahl ayat 114.

LAMPIRAN
DATA PELAKU UMKM MUSLIM DI KOTA MEDAN

No	Nama Pelaku UMKM	Alamat Responden	Jenis Kelamin	Lama Penggunaan Shoptimize	Modal Awal	Omset Penjualan Perbulan
1	Yuli Asep Nandez	Kota Medan	Perempuan	12	1.500.000	3.900.000
2	Eli wahyuni	Kota Medan	Perempuan	5	3.000.000	200.000
3	Sutaryanti	Kota Medan	Perempuan	7	400.000	100.000
4	Yusrah Harahap	Kota Medan	Laki-Laki	8	300.000	600.000
5	Hamida	Kota Medan	Perempuan	9	500.000	2.000.000
6	Sutiar	Kota Medan	Laki-Laki	10	350.000	1.000.000
7	Dedeng	Kota Medan	Laki-Laki	6	1.050.000	200.000
8	RandySatra	Kota Medan	Laki-Laki	7	400.000	1.500.000
9	Marliah	Kota Medan	Perempuan	24	500.000	5.000.000
10	Jumiati	Kota Medan	Perempuan	15	550.000	2.500.000
11	Hafsyah Nasution	Kota Medan	Perempuan	12	700.000	1.300.000
12	Habibah	Kota Medan	Perempuan	7	650.000	1.500.000
13	Hazairin Zein	Kota Medan	Laki-Laki	9	550.000	2.500.000
14	Ali Sadikin	Kota Medan	Laki-Laki	12	500.000	2.000.000
15	Supartik	Kota Medan	Perempuan	14	1.100.000	2.300.000
16	Ayu Shabrina Sembiring	Medan Tuntungan	Perempuan	18	450.000	2.500.000
17	Nur Jaya	Medan Tuntungan	Laki-Laki	24	1.375.000	1.500.000
18	Seri Utama	Medan Tuntungan	Laki-Laki	10	475.000	1.350.000
19	Nur Hayat	Medan Tuntungan	Laki-Laki	3	500.000	800.000
20	Zubaida Sembiring	Medan Tuntungan	Perempuan	3	650.000	900.000
21	Hidayah	Medan Tuntungan	Laki-Laki	21	660.000	750.000
22	Alan Hasibuan	Medan Tuntungan	Laki-Laki	6	700.000	1.000.000

23	Koa Hasibuan	Medan Tuntungan	Laki-Laki	8	800.000	1.200.000
24	Nurhayati Habeahan	Medan Perjuangan	Perempuan	9	880.000	1.050.000
25	Dimas	Medan Perjuangan	Laki-Laki	10	900.000	1.700.000
26	Fadel	Medan Perjuangan	Laki-Laki	10	560.000	1.800.000
27	Dhewiq	Medan Perjuangan	Perempuan	24	475.000	1.900.000
28	Elsa Susanti	Medan Perjuangan	Perempuan	24	1.730.000	1.750.000
29	Fidal	Medan Perjuangan	Perempuan	21	700.000	2.100.000
30	Reza	Medan Perjuangan	Laki-Laki	23	500.000	2.200.000
31	Loic	Medan Barat	Laki-Laki	19	560.000	2.300.000
32	Metha Tarigan	Medan Barat	Perempuan	24	770.000	4.700.000
33	Ritawati Nasution	Medan Barat	Perempuan	8	450.000	1.700.000
34	Astro Harahap	Medan Barat	Laki-Laki	2	400.000	650.000
35	Andha	Medan Barat	Laki-Laki	7	300.000	700.000
36	Maulida Agus	Medan Barat	Perempuan	4	350.000	100.000
37	Pijiati	Medan Barat	Perempuan	23	450.000	2.800.000
38	Muhammad Saleh	Medan Barat	Laki-Laki	23	400.000	2.900.000
39	Sukma Ningsih	Medan Barat	Perempuan	3	475.000	400.000
40	Idawati	Medan Barat	Perempuan	24	530.000	3.500.000
41	Adri Naila	Medan Petisah	Perempuan	24	350.000	3.300.000
42	Ika Purnama	Medan Petisah	Perempuan	24	300.000	3.050.000
43	Yuli Kartika	Medan Petisah	Perempuan	2	400.000	500.000
44	Norma	Medan Petisah	Laki-Laki	10	500.000	2.800.000
45	Yulio	Medan Petisah	Laki-Laki	11	550.000	700.000
46	Rizal	Medan Petisah	Laki-Laki	12	450.000	3.450.000
47	Andreanto Fahmi	Medan Petisah	Laki-Laki	5	560.000	500.000
48	Boy	Medan Petisah	Laki-Laki	9	700.000	900.000
49	Yunita	Medan Sunggal	Perempuan	15	800.000	1.540.000

50	Sangrainily	Medan Sunggal	Laki-Laki	14	700.000	1.500.000
51	Susi Lukitasari	Medan Sunggal	Perempuan	12	600.000	950.000
52	Putri Prihatini	Medan Sunggal	Perempuan	12	580.000	1.200.000
53	Nurul Fahira	Medan Sunggal	Perempuan	5	300.000	1.300.000
54	Misiyem	Medan Sunggal	Perempuan	7	400.000	1.500.000
55	Busaku	Medan Sunggal	Laki-Laki	8	450.000	1.450.000
56	Dewi maharani	Medan Sunggal	Perempuan	9	390.000	1.300.000
57	Boy	Medan Sunggal	Laki-Laki	11	670.000	1.700.000
58	Ridho Pangestu	Medan Sunggal	Laki-Laki	12	700.000	5.500.000
59	Hanifa	Medan Selayang	Perempuan	12	800.000	5.600.000
60	Sajadin	Medan Selayang	Laki-Laki	13	500.000	1.700.000
61	Hamidah	Medan Selayang	Perempuan	15	600.000	1.300.000
62	Tengku Mahfuza	Medan Selayang	Laki-Laki	4	450.000	100.000
63	Fairuz	Medan Selayang	Laki-Laki	12	560.000	5.080.000
64	Faisal	Medan Selayang	Laki-Laki	24	450.000	4.100.000
65	Firdauz	Medan Selayang	Laki-Laki	24	500.000	3.100.000
66	Fahmi	Medan Selayang	Laki-Laki	23	560.000	1.500.000
67	Abu Dzar	Medan Selayang	Laki-Laki	13	500.000	1.300.000
68	Halim Nasution	Medan Selayang	Laki-Laki	24	800.000	2.300.000
69	Herbin Damanik	Medan Selayang	Laki-Laki	12	700.000	2.000.000
70	Anta Maulana	Medan Selayang	Laki-Laki	24	700.000	5.500.000
71	Masitah Damanik	Medan Selayang	Perempuan	13	500.000	4.000.000
72	Guntur Nasution	Medan Marelان	Laki-Laki	9	300.000	3.000.000
73	Yeni Siregar	Medan Marelان	Perempuan	24	1.000.000	2.000.000
74	Ermaya Sari	Medan Marelان	Perempuan	17	600.000	4.100.000
75	Firda Utari	Medan Marelان	Perempuan	12	900.000	1.800.000

KUESIONER PENELITIAN

“PENGARUH MODAL KERJA DAN PENGGUNAAN APLIKASI *E-COMMERCE* (SHOPTIMIZE) TERHADAP PENDAPATAN PELAKU UMKM MUSLIM DI KOTA MEDAN”

Dengan Hormat,

Perkenalkan nama saya Yenti Agustina br Purba mahasiswa jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, saat ini saya sedang mengerjakan tugas akhir saya yang berjudul “Pengaruh Modal Kerja dan Penggunaan Aplikasi *E-Commerce* (Shoptimize) Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Muslim di Kota Medan”.

Saya memohon bantuan saudara-saudara sekalian agar bersedia mengisi kuisisioner ini dengan sebenar-benarnya demi keakuratan dari penelitian saya. Atas kesediaan saudara saya ucapkan terimakasih.

A. DAFTAR PERTANYAAN

- Nama Lengkap Responden :
- Jenis Kelamin : Pria Wanita
- Nomor Hp :
- Usia : 20 tahun – 30 tahun
 31 tahun – 40 tahun
 41 tahun – 50 tahun
- Pendidikan Terakhir : SD SMP
SMA
 D3 S1 S2
- Nama Tempat Usaha :
- Alamat Usaha :
- Jenis Usaha :
- Kapan Usaha Didirikan :
- Jumlah Karyawan yang Dimiliki :

Modal Awal :

Omset Penjualan Perbulan : < 1.000.000 > 1.000.000
 > 5.000.000 > 10.000.000

Lama Penggunaan Shoptimize :

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah pertanyaan dengan sebaik-baiknya.
2. Berilah tanda (√) pada pilihan jawaban yang telah tersedia sesuai keadaan anda.
3. Keterangan Jawaban:
 - a. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1
 - b. Tidak Setuju (TS) : 2
 - c. Ragu-Ragu (R) : 3
 - d. Setuju (S) : 4
 - e. Sangat Setuju (SS) : 5

Variabel Modal (X1)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
Modal Pribadi						
1.	Modal usaha saya dari modal pribadi.					
2.	Modal usaha saya dari bantuan keluarga.					
3.	Modal usaha saya dari bantuan teman.					
Modal Pinjaman						
1.	Modal usaha saya melalui pinjaman modal.					
2.	Saya sering mendapat tawaran dari pihak pembiayaan (finance) sebagai tambahan modal (koperasi, bank, rekanan).					
3.	Sistem pembiayaan kredit yang ada lebih mudah didapatkan.					
Modal Kerja bagi Pengusaha						

1.	Modal yang di pergunakan sangat bermanfaat untuk perkembangan usaha saya.					
2.	Biaya saya untuk membeli barang untuk usaha tidak menghabiskan modal saya.					
3.	Saya dapat menggunakan dana dari modal saya untuk membeli peralatan usaha agar lebih lengkap.					

Variabel Pengguna Aplikasi *E-Commerce* (X2)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
Tuntutan Dari luar						
1.	Adanya dorongan dan tuntutan dari konsumen memotivasi pengusaha untuk menggunakan Shoptimize dalam kegiatan bisnisnya.					
2.	Adanya dorongan dan tuntutan dari pemerintah atau instansi terkait untuk menggunakan Shoptimize dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.					
3.	Adanya dorongan dan tuntutan dari pesaing yang bergerak pada industri sejenis dan pada skala usaha yang sama untuk menggunakan aplikasi Shoptimize.					
Penggunaan Aplikasi Shoptimize						
1.	Aplikasi Shoptimize membantu saya dalam meningkatkan pertukaran informasi dengan konsumen.					
2.	Aplikasi Shoptimize membantu meningkatkan loyalitas konsumen terhadap					

	usaha yang saya miliki.					
3.	Aplikasi Shoptimize membantu saya untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen.					
4.	Sejak menggunakan aplikasi Shoptimize saya dapat mengurangi biaya untuk periklanan.					
5.	Aplikasi Shoptimize membantu saya untuk memperluas jangkauan bisnis.					
6.	Aplikasi Shoptimize membantu saya dalam meningkatkan pertukaran informasi dengan supplier.					

Variabel Pendapatan UMKM (Y)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
Pengaruh Aplikasi Shoptimize						
1.	Adanya peningkatan kinerja usaha dilihat dari segi omset pendapatan setelah memanfaatkan Shoptimize.					
2.	Adanya peningkatan usaha dilihat dari volume penjualan setelah memanfaatkan Shoptimize.					
3.	Terjadi peningkatan perputaran modal kerja setelah menggunakan Shoptimize.					
4.	Meningkatnya pelanggan sejak menggunakan aplikasi Shoptimize.					
5.	Tidak ada peningkatan kinerja usaha sejak menggunakan aplikasi Shoptimize.					
Pengaruh Dari Luar						

1.	Meningkatnya omset pendapatan sejak menggunakan aplikasi ecommerce lain.					
2.	Meningkatnya volume penjualan sejak menggunakan aplikasi ecommerce lain.					
3.	Meningkatnya perputaran modal kerja setelah menggunakan aplikasi ecommerce lain.					
4.	Meningkatnya pelanggan sejak menggunakan aplikasi ecommerce lain.					

Terimakasih.

TABULASI DATA

MODAL KERJA (X1)

No	Modal Pribadi			Modal Pinjaman			Modal Kerja bagi Pengusaha			JLH
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	
1	5	4	4	4	3	5	4	5	5	39
2	5	4	3	4	3	5	4	5	5	38
3	5	4	3	4	3	5	4	5	5	38
4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	43
5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	41
6	5	5	4	4	5	4	5	5	4	41
7	4	5	4	4	5	5	5	5	4	41
8	4	5	5	4	4	5	5	4	4	40
9	5	4	5	4	5	5	5	4	4	41
10	5	4	4	5	5	5	5	4	5	42
11	5	4	4	5	5	5	4	3	4	39
12	5	4	4	5	5	4	4	3	3	37
13	5	3	3	5	4	4	4	3	3	34
14	5	3	3	5	4	4	4	5	3	36
15	5	3	3	5	4	5	4	5	3	37
16	3	4	3	5	3	5	3	5	4	35
17	3	5	2	5	3	4	3	5	4	34
18	3	5	2	4	2	5	3	5	4	33
19	4	4	2	4	3	4	3	5	4	33
20	4	4	2	4	2	4	3	5	4	32
21	4	4	4	5	4	4	5	5	5	40
22	4	3	3	5	2	4	5	5	5	36
23	5	3	3	5	2	4	5	4	5	36
24	5	2	3	4	3	4	5	4	5	35
25	5	2	4	4	3	4	5	4	5	36
26	5	2	5	4	4	4	5	4	5	38
27	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40
28	5	3	5	5	4	4	4	4	4	38
29	3	3	4	5	4	4	4	4	4	35
30	3	4	4	4	5	4	4	5	4	37
31	3	4	4	4	5	4	4	5	4	37
32	3	4	5	5	5	4	4	5	4	39
33	3	4	5	5	5	4	4	5	5	40
34	2	4	5	5	4	4	5	5	5	39
35	2	3	5	4	3	5	5	5	5	37
36	2	3	4	2	2	5	5	5	5	33
37	2	3	4	2	2	5	5	5	5	33
38	3	4	4	2	3	5	5	4	5	35
39	3	4	2	2	3	5	5	4	4	32
40	3	4	2	2	3	5	5	4	4	32
41	3	4	3	2	4	5	5	3	4	33
42	4	3	3	2	5	5	4	3	4	33

43	4	3	3	2	4	5	4	3	4	32
44	4	3	2	5	3	5	4	3	4	33
45	3	3	2	5	2	5	4	3	4	31
46	3	2	2	5	2	3	4	3	3	27
47	3	2	2	4	4	3	4	3	3	28
48	3	2	2	5	4	3	3	2	3	27
49	5	3	2	5	5	3	3	2	3	31
50	3	3	3	4	5	3	3	2	3	29
51	3	4	3	4	3	3	3	2	3	28
52	3	4	3	5	3	3	3	2	4	30
53	3	3	4	5	3	3	3	2	4	30
54	3	3	5	5	4	3	4	4	4	35
55	4	3	5	3	4	4	4	4	4	35
56	4	2	5	3	4	4	4	4	4	34
57	4	2	3	3	3	4	4	4	5	32
58	4	2	3	3	2	4	4	3	5	30
59	4	3	3	3	2	3	4	3	5	30
60	3	3	4	3	2	3	3	3	5	29
61	3	4	4	3	2	3	3	4	5	31
62	3	5	4	4	5	4	3	4	5	37
63	3	4	5	4	3	4	3	4	4	34
64	3	4	3	4	3	3	3	4	4	31
65	3	4	3	4	3	4	3	4	4	32
66	3	3	3	4	3	4	3	5	4	32
67	3	3	4	4	3	5	4	5	4	35
68	3	3	4	5	4	5	4	5	4	37
69	2	2	4	5	4	5	4	5	5	36
70	5	3	5	5	4	4	4	5	5	40
71	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43
72	5	3	5	5	4	5	5	5	5	42
73	5	4	5	5	4	4	5	5	5	42
74	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
75	5	5	5	5	4	4	5	4	5	42

PENGUNAAN APLIKASI ECOMMERCE (SHOPTIMIZE) (X2)

No	Tuntutan dari Luar	Penggunaan Aplikasi Shoptimize	JLH
----	--------------------	--------------------------------	-----

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	
1	5	5	4	4	5	4	5	4	4	40
2	5	5	4	4	4	4	5	5	4	40
3	5	3	4	3	4	5	5	5	4	38
4	5	4	5	3	4	5	5	5	4	40
5	4	4	5	2	4	5	5	4	4	37
6	4	3	5	2	4	5	5	4	4	36
7	4	3	4	2	4	5	5	4	4	35
8	4	2	4	2	5	5	5	4	4	35
9	3	3	3	3	5	4	5	3	4	33
10	3	3	3	4	5	4	5	3	5	35
11	3	3	3	4	5	4	5	3	5	35
12	3	4	2	3	5	4	5	4	5	35
13	2	5	2	3	5	4	5	4	5	35
14	2	5	2	4	4	4	5	4	5	35
15	2	3	2	4	4	5	5	4	4	33
16	1	3	2	2	4	5	4	4	3	28
17	1	4	2	2	5	5	4	4	3	30
18	4	4	1	4	5	5	5	4	2	34
19	4	4	1	3	5	4	5	2	2	30
20	4	4	1	3	4	4	5	2	1	28
21	3	4	1	3	4	4	4	1	1	25
22	2	3	3	2	4	3	4	1	1	23
23	2	3	3	2	3	3	3	2	1	22
24	2	5	3	1	3	3	3	3	1	24
25	4	2	2	1	3	3	3	3	1	22
26	4	2	2	2	4	4	4	2	1	25
27	3	1	2	2	4	4	4	2	4	26
28	3	2	3	2	4	5	4	2	4	29
29	2	2	4	2	5	5	4	2	2	28
30	2	4	4	3	5	5	4	3	5	35
31	2	4	4	3	5	4	3	3	5	33
32	3	4	5	4	5	4	2	3	5	35
33	3	4	5	5	4	4	2	4	5	36
34	4	4	5	5	4	4	3	4	4	37
35	4	3	4	5	4	4	4	5	4	37
36	5	3	3	5	5	4	4	5	3	37
37	5	2	4	5	5	5	5	4	3	38
38	4	2	2	4	5	5	5	4	2	33
39	3	3	2	4	4	5	4	4	2	31
40	3	3	1	3	4	4	4	5	3	30
41	2	3	1	3	4	4	4	5	3	29
42	2	2	2	2	3	4	3	5	3	26
43	2	2	4	2	3	3	3	5	4	28

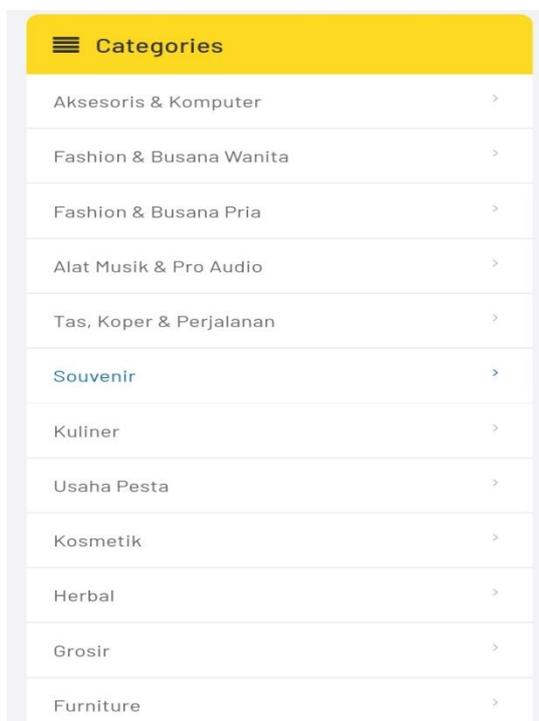
44	3	2	3	3	3	3	4	5	4	30
45	3	2	3	4	3	3	4	5	4	31
46	5	3	4	4	4	3	5	5	4	37
47	4	3	4	4	4	3	5	5	3	35
48	4	4	4	5	4	4	5	5	3	38
49	4	4	5	5	5	5	4	4	3	39
50	4	4	5	5	5	5	4	4	4	40
51	5	4	3	4	4	5	3	4	4	36
52	5	4	3	4	3	5	3	4	4	35
53	3	4	3	4	4	5	2	3	4	32
54	3	4	3	4	4	5	2	3	4	32
55	2	3	3	3	4	4	2	2	4	27
56	2	5	2	3	4	4	3	2	4	29
57	3	5	4	1	5	4	3	2	5	32
58	3	5	4	1	5	4	4	2	5	33
59	4	5	4	2	4	4	4	2	5	34
60	4	4	5	2	4	5	5	3	5	37
61	4	4	5	4	5	5	5	4	4	40
62	4	3	4	4	4	5	5	4	4	37
63	4	3	4	4	4	5	4	4	5	37
64	5	4	3	3	3	5	4	3	4	34
65	5	4	3	3	4	5	5	3	4	36
66	5	4	3	2	4	5	5	3	4	35
67	4	4	3	2	5	4	5	3	4	34
68	4	5	5	3	5	4	4	4	4	38
69	3	5	5	3	5	4	4	4	4	37
70	3	5	5	3	4	4	4	4	4	36
71	3	4	4	4	4	5	4	5	4	37
72	2	4	4	4	4	5	4	5	4	36
73	2	4	4	5	3	5	3	5	4	35
74	2	3	2	5	4	5	3	5	3	32
75	3	3	2	5	4	5	3	5	4	34

PENDAPATAN UMKM MUSLIM (Y)

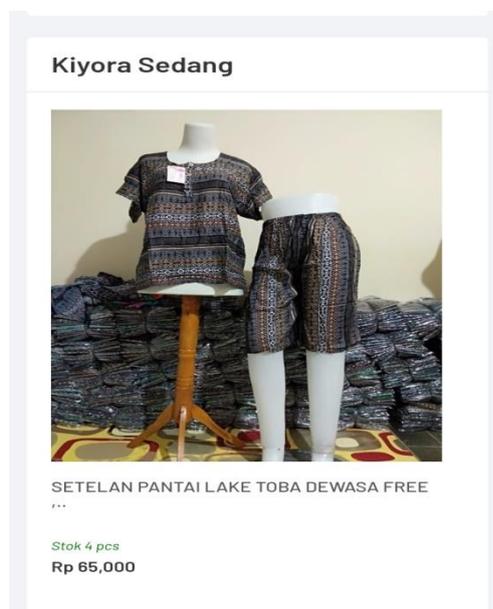
No	Pengaruh Aplikasi Shoptimize					Pengaruh dari Luar				JLH
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	
1	5	5	3	4	5	5	5	5	5	42
2	5	5	3	5	5	5	5	5	5	43
3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	43
4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	43
5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	43
6	5	5	3	5	4	5	5	5	4	41
7	4	5	3	5	4	5	5	5	4	40
8	4	5	3	5	4	5	5	5	4	40
9	5	4	3	4	4	4	4	5	5	38
10	5	5	3	4	4	4	4	5	5	39
11	5	5	3	4	4	4	4	4	5	38
12	5	3	3	4	3	4	4	4	5	35
13	5	3	3	4	3	3	4	4	4	33
14	5	3	3	4	3	3	4	4	4	33
15	5	4	2	4	3	3	4	3	5	33
16	3	4	2	2	3	3	4	3	5	29
17	3	4	2	2	3	3	3	3	4	27
18	3	5	2	2	3	3	3	3	4	28
19	4	5	2	2	3	2	3	3	5	29
20	4	5	2	2	3	2	3	4	5	30
21	4	5	1	2	3	2	3	4	4	28
22	4	5	1	3	4	2	3	4	4	30
23	5	5	1	3	2	2	2	4	4	28
24	5	3	1	3	2	1	2	4	3	24
25	5	3	2	3	2	1	2	4	4	26
26	5	3	2	3	2	1	2	4	4	26
27	5	4	2	3	2	2	2	4	5	29
28	5	4	2	3	2	5	2	4	5	32
29	3	4	2	3	2	3	2	3	5	27
30	3	4	3	3	2	3	2	3	5	28
31	3	3	3	3	2	3	2	3	4	26
32	3	3	3	2	2	4	2	3	4	26
33	3	3	3	2	3	4	3	3	4	28
34	2	3	3	2	3	3	3	3	3	25
35	2	3	3	2	3	3	3	4	3	26
36	2	4	3	2	3	3	3	4	3	27
37	2	4	3	2	4	3	4	5	4	31
38	3	4	3	2	4	2	4	5	4	31
39	3	5	3	2	4	2	4	4	5	32
40	3	5	3	2	4	3	4	4	5	33
41	3	5	3	2	3	3	3	4	5	31
42	4	5	2	2	3	4	3	4	4	31

43	4	5	2	2	3	4	3	4	4	31
44	4	4	2	3	4	4	4	3	4	32
45	3	4	3	3	4	4	4	3	5	33
46	3	3	3	4	5	4	4	3	5	34
47	3	3	5	4	5	5	4	4	5	38
48	3	2	3	4	5	5	4	2	5	33
49	5	2	3	4	5	5	4	1	5	34
50	3	2	4	4	5	5	4	1	5	33
51	3	3	4	4	4	4	3	2	5	32
52	3	5	4	4	4	4	3	2	4	33
53	3	4	4	4	4	4	3	2	4	32
54	3	4	4	4	4	3	5	3	4	34
55	4	3	4	3	3	3	5	3	5	33
56	4	3	5	3	3	3	5	2	5	33
57	4	4	5	3	3	3	5	2	5	34
58	4	4	5	3	3	3	5	2	4	33
59	4	5	5	3	3	3	4	4	4	35
60	3	5	5	3	3	3	4	3	4	33
61	3	4	4	3	3	2	4	3	4	30
62	3	4	4	4	2	2	4	3	3	29
63	3	4	4	4	2	2	4	3	3	29
64	3	5	4	4	2	3	4	4	3	32
65	3	5	4	4	2	3	4	4	4	33
66	3	4	4	4	2	3	3	5	4	32
67	3	4	5	4	2	3	3	5	5	34
68	3	5	5	4	2	4	3	5	5	36
69	2	5	5	4	3	4	3	5	5	36
70	5	5	5	5	3	4	3	5	4	39
71	5	5	5	5	3	4	3	5	4	39
72	5	5	5	5	3	4	3	5	4	39
73	5	5	4	5	3	3	4	4	4	37
74	5	5	4	5	3	3	4	4	5	38
75	5	5	4	5	4	3	4	4	5	39

Contoh Gambar di Aplikasi Shoptimize



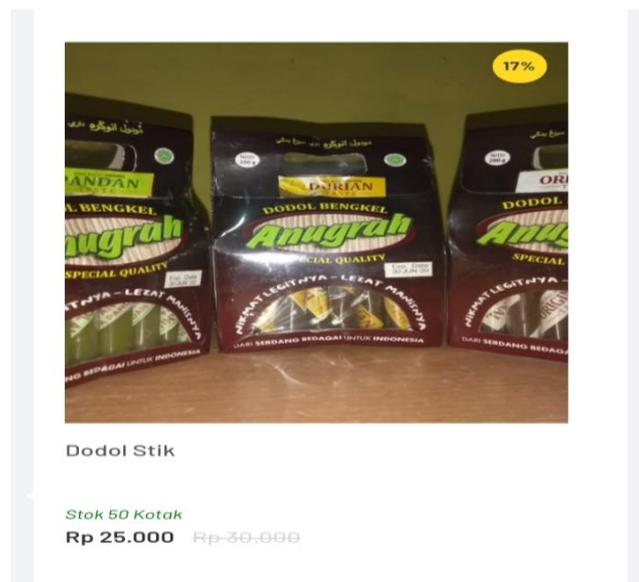
Kategori Jualan di Aplikasi Shoptimize



Contoh Pakaian buatan lokal yang di Jual di Aplikasi Shoptimize



Contoh Kerajinan tangan yang dijual di Aplikasi Shoptimize



Contoh Makanan yang dijual di Aplikasi Shoptimiz

DATA DIRI

Nama : Yenti Agustina br Purba
NIM : 0501162109
Tempat, Tanggal Lahir : Sidomulyo, 01 April 1998
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam