

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka menjelaskan mengenai landasan teori, kemudian beberapa penelitian terdahulu, selanjutnya mengemukakan kerangka pemikiran dari peneliti, serta menjelaskan hipotesis penelitian.

2.1.1 Fungsi Produksi

Dalam teori ekonomi, sifat fungsi produksi diasumsikan tunduk pada suatu hukum yang disebut *The Law Diminishing Return* (LDR), jika produksi menggunakan 1 input variabel, maka akan berlaku hukum penambahan yang semakin menurun. Hukum ini menyatakan bahwa “jika penggunaan 1 input variabel meningkat, sementara jumlah penggunaan faktor-faktor produksi lainnya tidak berubah, maka pada mulanya kenaikan penggunaan input tersebut akan menyebabkan kenaikan output, tetapi kemudian mulai menurun” (Zahara & Anwar, 2021:98-99).

Suatu fungsi produksi menunjukkan hubungan teknik secara fisik antara faktor-faktor produksi (input) dengan hasil produksinya (output). Suatu fungsi produksi akan memberi gambaran kepada kita tentang metode produksi yang efisien secara teknis. Dalam arti, pada metode produksi tertentu kualitas bahan mentah yang digunakan adalah minimal, tenaga kerja, barang-barang modal yang minimal. Pada dasarnya yang dimaksud dengan metode produksi adalah suatu kombinasi dari faktor-faktor produksi yang dibutuhkan untuk memproduksi satu

satuan produk. Biasanya untuk menghasilkan satu satuan produk dapat digunakan lebih dari satu metode/ cara atau aktiva produksi (Amrizal, 2006:52).

Fungsi produksi menunjukkan jumlah output maksimum yang dapat dihasilkan dari suatu kombinasi input dalam jangka waktu tertentu. Kombinasi input mengacu pada jumlah masing-masing input yang digunakan dalam memproduksi suatu tingkat produksi dari output bersangkutan. Kombinasi input ini menunjukkan suatu tingkat teknologi tertentu. Artinya kombinasi input bisa berubah untuk menghasilkan jumlah output yang sama apabila terjadi perubahan pada teknologi. Dengan kata lain perubahan teknologi menunjukkan perubahan pada kombinasi input yang digunakan. Fungsi produksi hanya menunjukkan jumlah input yang digunakan untuk menghasilkan sejumlah output tertentu. Jadi, fungsi produksi tidak menggambarkan aspek kualitas dari input dan output (Maria YD, 2018:141). Secara sistematis, hubungan antara input dan output dalam suatu fungsi produksi dapat dinyatakan dalam model fungsi produksi sebagai berikut:

$$Q = f (X_i) \quad (2.1)$$

Q = output

X_i = input

Sebagai penyederhanaan pembahasan, diasumsikan hanya ada tiga jenis input yang digunakan perusahaan bordir dalam produksi yang akan diteliti, yaitu modal (K), jam kerja (L) dan teknologi dalam pemasaran *online* (T), sehingga fungsi produksi secara lebih spesifik dapat dituliskan menjadi:

$$Q = f (K, L, T) \quad (2.2)$$

Q = output

K = kapital/modal

L = labor/tenaga kerja (jam kerja)

T = teknologi

Persamaan tersebut menjelaskan bahwa output dari suatu produksi merupakan fungsi yang dipengaruhi akibat input. Artinya, setiap barang yang dihasilkan dari produksi akan tergantung pada jenis dari input yang digunakan.

2.1.1.1 Fungsi Produksi dengan Dua Input Variabel

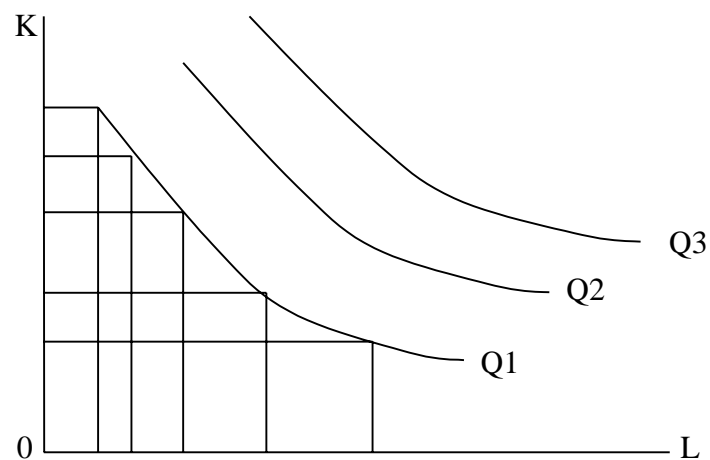
Jika faktor produksi yang dapat berubah adalah jumlah tenaga kerja dan jumlah modal atau sarana yang digunakan, maka fungsi produksi dapat dinyatakan $Q = f(K,L)$. Pada fungsi produksi ini diketahui, bahwa tingkat produksi dapat berubah dengan merubah faktor tenaga kerja (L) dan atau jumlah modal (K). Perusahaan mempunyai dua alternatif jika berkeinginan untuk menambah tingkat produksinya. Perusahaan dapat meningkatkan produksi dengan menambah tenaga kerja, atau menambah modal atau menambah tenaga kerja dan modal.

a. Isoquant

Isoquant (produksi yang sama) adalah kurva yang menunjukkan kombinasi dua faktor produksi yang menghasilkan jumlah produksi yang sama. Kurva isoquant adalah suatu kurva atau tempat kedudukan titik-titik kombinasi yang menunjukkan kombinasi input yang mungkin secara fisik mampu menghasilkan kuantitas output yang sama (iso = sama, quant = quantity = kuantitas output) (Vincent Gaspersz, 1999:207).

Ciri-ciri dari kurva isoquant:

- a. Mempunyai kemiringan negatif.
- b. Mempunyai kemiringan positif.
- c. Semakin ke kanan kedudukan isoquant menunjukkan semakin banyak/ tinggi jumlah output.
- d. Isoquant tidak pernah berpotongan dengan isoquant lainnya.

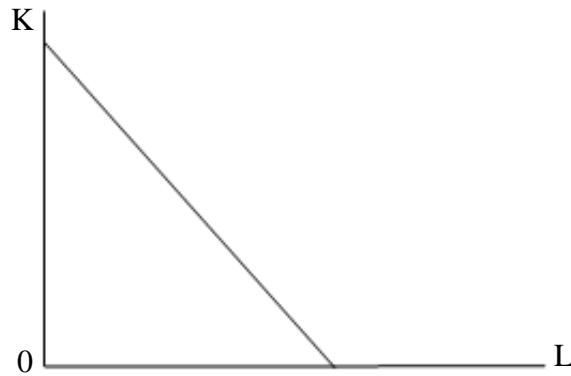


Gambar 2.1 Kurva Isoquant
 Sumber: Vincent Gaspersz (2005:208)

b. Isocost

Isocost (biaya yang sama) adalah kurva yang menunjukkan kombinasi dua faktor produksi dengan biaya yang sama. Kombinasi penggunaan ciri-ciri kurva isocost sama dengan budget line atau kurva garis anggaran dalam teori perilaku konsumen. Dalam setiap aktivitas produksi, produsen harus mempertimbangkan harga-harga input yang digunakan dalam proses produksi, agar menghasilkan biaya terkecil (least cost combination of inputs) untuk memproduksi tingkat output tertentu sesuai permintaan pasar. Alat yang berguna untuk menganalisis ongkos pembelian input ini adalah kurva isocost. Kurva *isocost* merupakan garis yang menunjukkan kombinasi berbagai jenis yang dapat dibeli untuk suatu

tingkat pengeluaran biaya yang sama pada harga-harga input yang tetap (Vincent Gaspersz, 2005: 211)

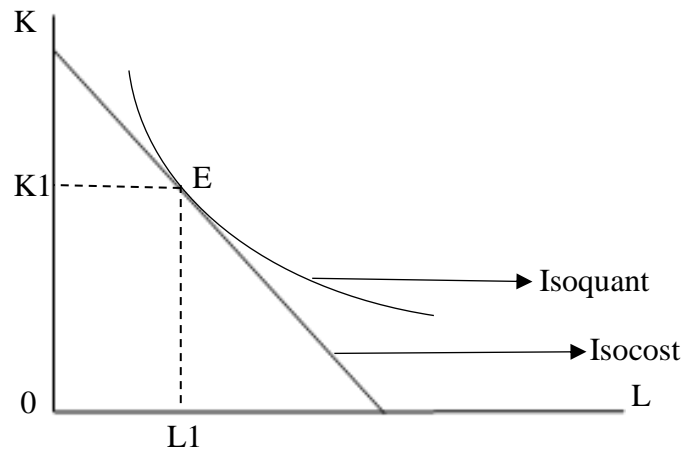


Gambar 2.2 Kurva Isocost

Sumber: Vincent Gaspersz (2005:208)

c. Optimalisasi Fungsi produksi dengan Dua Input Variabel

Kondisi produksi optimum adalah kondisi seorang produsen dapat memilih kombinasi biaya input yang paling termurah untuk menghasilkan output. Untuk memproduksi sejumlah output tertentu, produsen bisa menggunakan berbagai kombinasi jumlah input dan dapat digambarkan dalam sebuah kurva *isoquant*. Berbagai kombinasi tenaga kerja dan kapital yang membebani perusahaan dengan biaya dalam jumlah yang sama dinamakan dengan *isocost*. Untuk meminimumkan biaya produksi sejumlah output tertentu, unit kegiatan ekonomi harus memilih kombinasi input dengan biaya minimum (*least cost combination*). Kombinasi ini terjadi pada saat garis *isocost* menyinggung kurva *isoquant* atau sama dengan kurva keseimbangan produsen (Pindyck, 2008).



Gambar 2.3 Kurva Keseimbangan

Pada gambar 2.3 kondisi optimalisasi fungsi produksi dengan dua input variabel terjadi pada titik E. pada titik E kurva *isoquant* bersinggungan dengan kurva *isocost*. Jika kurva *isoquant* bersinggungan dengan kurva *isocost*, maka akan terjadi keseimbangan produsen. Titik singgung kurva *isoquant* dengan kurva *isocost* disebut LCC (*Least Cost Combination*).

2.1.2 Pendapatan

2.1.2.1 Pengertian Pendapatan

Pendapatan merupakan banyaknya satuan mata uang yang dihasilkan seseorang dalam satu periode. pendapatan adalah arus masuk atau peningkatan lainnya atas aktiva sebuah entitas atau penyelesaian kewajiban (atau kombinasi dari keduanya) selama satu periode dari pengiriman atau produksi barang, penyediaan jasa, atau aktivitas lain yang merupakan operasi utama atau sentral entitas yang sedang berlangsung (Dyckman, 2002:234). Pendapatan merupakan penerimaan dari hasil yang diperoleh dalam melakukan kegiatan ekonomi berkaitan dengan aktivitas perusahaan dan hasil penjualan faktor produksi yang dimiliki perusahaan (Boediono, 2000). Pendapatan sangat berpengaruh bagi keberlangsungan hidup

suatu usaha, maka dari itu pendapatan menjadi faktor terpenting bagi setiap manusia di dunia.

Menurut John Maynard Keynes dalam teorinya berpendapat bahwa untuk mengurangi terjadinya kegagalan pasar (*market failure*) seperti kekakuan harga monopoli dan dampak negatif kegiatan usaha swasta perlu adanya intervensi pemerintah dalam hal itu. Ketika *great depression* melanda, masyarakat akan secara otomatis menahan belanja dan cenderung menimbun uangnya. Berdasarkan teori keynes hal ini akan mengakibatkan berhentinya siklus perputaran uang dan akan membuat perekonomian menjadi lumpuh. Dengan demikian ia berpendapat bahwa pemerintah harus campur tangan dalam peningkatan belanja masyarakat, baik dengan cara meningkatkan suplai uang atau dengan melakukan pembelian barang dan jasa oleh pemerintah sendiri, karena ketika seseorang membelanjakan uangnya ia sama saja membantu meningkatkan pendapatan orang lain.

2.1.2.2 Teori Pendapatan

Pendapatan pengusaha merupakan keuntungan (Sadono Sukirno dalam artikel Ericson Damanik, 2014). Keuntungan ditentukan dengan cara mengurangi berbagai macam biaya yang dikeluarkan dari hasil penjualan yang diperoleh. Istilah pendapatan digunakan apabila berhubungan dengan aliran pada suatu periode tertentu yang berasal dari penyediaan faktor-faktor produksi (sumber daya alam, tenaga kerja, dan modal) masing-masing dalam bentuk sewa, upah, dan bunga secara berurutan. Menurut Dr. Suparmono pendekatan pendapatan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = w + r + i + p \quad (2.3)$$

Keterangan:

Y = pendapatan nasional

w = pendapatan bersih dari sewa

r = pendapatan dari upah, gaji, dan lainnya

i = pendapatan dari bunga

p = profit/ pendapatan dari keuntungan perusahaan dan usaha perorangan

Para ahli ekonomi umumnya mempunyai asumsi bahwa tujuan akhir kegiatan perusahaan adalah untuk mencapai keuntungan maksimum. Dengan kata lain perusahaan berusaha memaksimalkan selisih antara apa yang dikorbankan untuk memperoleh input (total biaya) dan jumlah yang diterima dari barang, jasa atau yang memproduksinya (total pendapatan). Keuntungan adalah total penerimaan dikurangi total biaya.

$$\pi = TR - TC \quad (2.4)$$

Keterangan:

π = profit (keuntungan) usaha bordir

TR = *total revenue* (total pendapatan) usaha bordir

TC = *total cost* (total biaya) usaha bordir

Dimana π adalah pendapatan bersih dan TR adalah total penerimaan yang diperoleh dari perkalian jumlah barang yang terjual dengan harga barang tersebut.

$$TR = P.Q \quad (2.5)$$

Sedangkan TC (*total cost*) yaitu biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam menghasilkan output, semakin banyak output yang dihasilkan, semakin

banyak input yang dibutuhkan. TC ditentukan oleh banyaknya output yang dihasilkan. Fungsi yang menyatakan hal ini dituliskan sebagai berikut:

$$TC = f(Q) \quad (2.6)$$

Input yang dibutuhkan dalam produksi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu input tetap dan input variabel. Input tetap adalah input yang jumlahnya tidak berubah walaupun output yang dihasilkan bertambah. Biaya untuk mendapatkan input tetap adalah biaya tetap (*fixed cost*). Input variabel adalah input yang jumlahnya berubah sesuai dengan jumlah output yang diproduksi. Biaya untuk mendapatkan input variabel disebut biaya variabel (*variable cost*). Atas dasar hal tersebut, biaya total (*total cost*) dapat dituliskan sebagai berikut:

$$TC = FC + VC \quad (2.7)$$

Keterangan:

TC = total biaya produksi (*total cost*)

FC = *fixed cost*

VC = *variable cost*

Dengan demikian pendapatan atau laba yang diperoleh oleh perusahaan akan tergantung kepada banyaknya nilai variabel. Perusahaan yang diteliti menggunakan tiga variabel, yaitu modal (K), jam kerja (L) dan teknologi dalam pemasaran *online* (T). Hal ini fungsi pendapatan dapat dituliskan menjadi:

$$\pi = f(K, L, T) \quad (2.8)$$

π = profit (keuntungan)

K = kapital (modal)

L = *labor*/tenaga kerja (jam kerja)

T = teknologi

2.1.3 Industri

2.1.3.1 Pengertian Industri

Industri merupakan jenis perusahaan yang bergerak dalam pengolahan barang mentah, setengah jadi, maupun barang jadi guna memberikan nilai tambah baik dalam segi kegunaan maupun dari segi ekonomi (Sadono sukirno : 1998).

Menurut UU No.5 Tahun 1984 tentang Perindustrian, Industri merupakan kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Industri merupakan kegiatan mengolah atau memproses barang menggunakan sarana peralihan seperti mesin. Kegiatan yang mengolah bahan mentah, baku, barang setengah jadi, dan barang jadi menjadi barang dengan nilai yang tinggi untuk penggunaannya (Moeliono, 2008:534).

Dapat disimpulkan dari pendapat diatas, bahwa industri merupakan suatu tempat pengelola sebuah usaha barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia, dimana barang yang dihasilkan industri menjadi nilai yang lebih tinggi dan dapat menambahkan sebuah keuntungan yang lebih bagi pengelolaannya.

2.1.3.2 Klasifikasi Industri

Klasifikasi industri yang dikutip dari Muhammad Faqih Mukhlisin memiliki beberapa kriteria yang dapat dibedakan menjadi:

1. Klasifikasi Industri Berdasarkan Bahan Baku

Setiap industri tentu membutuhkan bahan baku yang berbeda sebagaimana bergantung pada apa yang akan dihasilkannya. Berdasarkan bahan baku yang digunakan, industri dapat dibedakan menjadi

- a) Industri ekstraktif, yaitu industri yang bahan bakunya diperoleh langsung dari alam. Misalnya: industri hasil pertanian, industri hasil perikanan dan industri hasil kehutanan.
- b) Industri non ekstraktif, yaitu industri yang mengolah lebih lanjut hasil-hasil industri lain. Misalnya: industri kayu lapis, industri permintalan dan industri kain.
- c) Industri fasilitatif atau bisa disebut juga dengan industri tertier, kegiatan dari industrinya yaitu dengan menjual jasa layanan untuk keperluan orang lain. Misalnya seperti: perdagangan, angkutan, dan pariwisata.

2. Klasifikasi Industri Berdasarkan Tenaga Kerja

- a) Industri rumah tangga, industri yang menggunakan tenaga kerja kurang dari empat orang. Ciri industri ini memiliki modal yang sangat terbatas, tenaga kerja berasal dari anggota keluarga dan pemilik atau pengelola industri biasanya kepala rumah tangga itu sendiri atau anggota keluarganya. Misalnya: industri kerajinan, industri anyaman, dan industri makanan ringan.
- b) Industri kecil, yaitu industri yang tenaga kerjanya berjumlah sekitar 5 sampai 19 orang. Ciri industri ini adalah memiliki modal yang relatif kecil, tenaga kerjanya berasal dari lingkungan sekitar atau masih

hubungan saudara. Misalnya: industri genteng, industri pengolahan rotan dan industri bata.

- c) Industri sedang, yaitu industri yang menggunakan tenaga kerja sekitar 20 sampai 99 orang. Ciri industri ini memiliki modal yang cukup besar, tenaga kerja memiliki keterampilan tertentu dan pimpinan perusahaan memiliki kemampuan manajerial tertentu. Misalnya: industri bordir, industri keramik dan industri konveksi.
- d) Industri besar, yaitu industri dengan jumlah tenaga kerja lebih dari 100 orang. Ciri industri ini memiliki modal yang dihimpun secara kolektif dalam bentuk kepemilikan saham, tenaga kerja harus memiliki keterampilan khusus dan pemimpin perusahaan dipilih melalui uji kemampuan dan kelayakan. Misalnya: industri mobil, industri tekstil, industri besi baja dan industri pesawat terbang.

3. Klasifikasi Industri Berdasarkan Produksi yang Dihasilkan

- a) Industri primer, yaitu industri yang menghasilkan barang atau benda yang tidak perlu pengolahan lebih lanjut. Barang atau benda yang dihasilkan tersebut dapat dinikmati atau digunakan. Misalnya: industri anyaman, industri konveksi, industri makanan dan minuman.
- b) Industri sekunder, yaitu industri yang menghasilkan barang atau benda yang membutuhkan pengolahan lebih lanjut sebelum dinikmati atau digunakan. Misalnya: industri ban, industri permintalan benang, industri baja, industri tekstil dll.

c) Industri tertier, yaitu industri yang hasilnya tidak berupa barang atau benda yang dapat dinikmati atau digunakan baik secara langsung maupun tidak langsung, melainkan berupa jasa layanan yang dapat mempermudah atau membantu kebutuhan masyarakat. Misalnya: industri perbankan, industri angkutan, industri perdagangan dan industri pariwisata.

4. Klasifikasi Industri Berdasarkan Lokasi Unit Usaha

- a) Industri berorientasi pada pasar (*market oriented industry*), merupakan industri yang didirikan dengan mendekati daerah persebaran konsumen.
- b) Industri berorientasi pada tenaga kerja (*employment oriented industry*), merupakan industri yang didirikan dengan mendekati daerah pemusatan penduduk, terutama pada daerah yang mempunyai banyak angkatan kerja tetapi pendidikannya kurang.
- c) Industri perorientasi pada pengolahan (*supply oriented industry*), merupakan industri yang didirikan dekat dengan tempat pengolahannya. Misalnya: industri pupuk di Palembang (dekat dengan sumber pospat dan amoniak) dan industri semen (dekat dengan batu gamping).
- d) Industri berorientasi pada bahan baku (*materials oriented industry*), merupakan industri yang didirikan di tempat tersediannya bahan baku. Misalnya: industri konveksi berdekatan dengan industri tekstil.
- e) Industri yang tidak terikat oleh persyaratan yang lain (*footloose*), merupakan industri yang didirikan tidak terikat oleh syarat-syarat

diatas. Industri ini bisa didirikan dimana saja karena tenaga kerja, bahan baku, serta pasarnya sangat luas dan dapat ditemui dimana saja. Misalnya: industri otomotif, industri transportasi dan industri elektronik.

5. Klasifikasi Industri Berdasarkan Barang yang Dihasilkan

- a) Industri berat, merupakan industri yang menghasilkan mesin-mesin atau alat produksi yang lain. Misalnya: industri mesin, industri alat-alat berat dan industri percetakan.
- b) Industri ringan, merupakan industri yang menghasilkan barang yang siap pakai untuk dikonsumsi. Misalnya: industri makanan dan industri obat-obatan.

6. Klasifikasi Industri Berdasarkan Subjek Pengelola

- a) Industri rakyat, merupakan industri yang dikelola dan dimiliki oleh rakyat. Misalnya: industri kerajinan, industri meubel dan industri makanan.
- b) Industri negara, merupakan industri yang dikelola dan dimiliki oleh negara atau bisa dikenal dengan istilah BUMN. Misalnya: industri transportasi, industri kertas, industri baja dan industri perminyakan.

7. Klasifikasi Industri Berdasarkan Cara Pengorganisasian

- a) Industri kecil, merupakan industri yang mempunyai ciri-ciri: modal relatif kecil, menggunakan teknologi sederhana, jumlah pekerjaanya kurang dari 10 orang, biasanya berasal dari kalangan keluarga, produknya masih sederhana dan lokasi pemasarannya juga masih

terbatas (berskala lokal). Misalnya: industri makanan ringan dan industri kerajinan.

- b) Industri menengah, merupakan industri dengan ciri-ciri: modal relatif besar, teknologi yang digunakan sudah cukup maju tetapi terbatas, jumlah pekerjanya antara 10-200 orang pekerja, tenaga kerja tidak tetap dan lokasi pemasarannya relatif lebih luas (berklasa regional). Misalnya: industri mainan anak-anak, industri bordir dan industri sepatu.
- c) Industri besar, merupakan industri dengan ciri-ciri: modal yang sangat besar, teknologi yang digunakan sudah sangat canggih dan modern, organisasi teratur, jumlah tenaga kerjanya sangat banyak dan mempunyai keterampilan khusus, pemasarannya berskala nasional atau internasional. Misalnya: industri otomotif, industri elektronik, industri persenjataan dan industri transportasi.

2.1.4 Modal kerja

2.1.4.1 Pengertian Modal Kerja

Modal kerja adalah “Modal yang digunakan untuk melakukan kegiatan operasi perusahaan. Modal kerja juga dapat diartikan sebagai investasi yang ditanamkan dalam aktiva lancar atau aktiva jangka pendek seperti kas, surat-surat berharga, piutang terbatas, persediaan dan aktiva lancar lainnya” (Kasmir, 2016:250). Modal kerja (*working capital*) adalah modal yang dibutuhkan untuk pembelian atau pembuatan produk atau jasa. Modal kerja biasanya dipakai untuk membeli bahan baku demi memenuhi permintaan konsumen. Tanpa modal kerja

kita tidak akan bisa menggerakkan usaha. Modal kerja dapat diminimalisir melalui kerjasama dengan distributor bahan baku (Dr. Sudaryono, 2015:194).

Modal kerja merupakan kekayaan atau aktiva yang diperlukan oleh perusahaan untuk menyelenggarakan kegiatan sehari-hari atau untuk membelanjai operasinya sehari-hari. Seperti membeli bahan baku, perawatan, pemeliharaan, listrik, air, telepon, dan pembiayaan lainnya. Dapat disimpulkan bahwa modal kerja adalah harta yang dimiliki perusahaan yang digunakan untuk membiayai operasional dan menjalankan kegiatan usaha perusahaan tanpa mengorbankan aktiva yang lain dengan tujuan memperoleh keuntungan yang optimal.

Human capital secara bahasa terdiri dari dua kata dasar yaitu *human* (manusia) dan *capital* (modal). Kapital atau modal dapat didefinisikan sebagai faktor produksi yang digunakan untuk menghasilkan barang atau jasa tanpa mengkonsumsinya selama proses produksi. Manusia dalam *human capital* merupakan suatu bentuk modal seperti halnya mesin dan teknologi. Manusia juga memiliki peran dalam segala aktivitas ekonomi seperti produksi, konsumsi, dan transaksi. Jadi *human capital* juga digunakan sebagai modal yang sangat penting untuk melakukan sebuah usaha.

2.1.4.2 Konsep Pengertian Modal Kerja

1. Konsep kuantitatif

Modal kerja menurut konsep ini menitikberatkan pada jumlah modal kerja yang diperlukan untuk membiayai operasi rutin dalam jangka pendek. Konsep ini tidak menekankan pada kuantitas dan komposisi modal kerja.

2. Konsep kualitatif

Konsep kualitatif ini menitikberatkan pada aspek kualitas modal kerja. Pengertian modal kerja adalah kelebihan aktiva lancar (*current assets*) terhadap utang jangka pendek (*current liability*). Konsep ini bersifat kualitatif karena menunjukkan tersedianya aktiva lancar yang lebih besar dari pada utang lancarnya (utang jangka pendek) yang benar-benar dapat dipergunakan untuk membiayai operasi perusahaan.

3. Konsep fungsional

Konsep ini menitikberatkan manfaat dari dana yang dimiliki dalam menghasilkan laba. Tetapi tidak semua dana yang digunakan dapat menghasilkan laba pada periode bersangkutan, karena terdapat sebagian dana yang digunakan untuk memperoleh laba dari masa mendatang. Misalnya bangunan, mesin, peralatan, alat-alat kantor, dan aktiva tetap lainnya.

2.1.4.3 Jenis-jenis Modal Kerja

Prof. Dr. H. Mohammad Najib dalam buku manajemen keuangan menyatakan W.B Taylor menggolongkan jenis-jenis modal kerja sebagai berikut:

1. Modal Kerja Permanen

Modal Kerja permanen yaitu modal yang harus selalu ada di dalam perusahaan. Dengan kata lain, jumlah modal kerja harus tetap ada agar berfungsi sebagaimana mestinya. Selain itu, modal kerja secara terus menerus selalu diperlukan untuk kelancaran usaha dalam satu periode akuntansi. Modal kerja permanen dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Modal kerja primer yaitu sejumlah modal minimum yang harus ada di perusahaan untuk menjamin keberlangsungan kegiatan usahanya.

- b. Modal kerja normal yaitu sejumlah modal kerja yang digunakan untuk menyelenggarakan luar produksi yang normal.

2. Modal Kerja Variabel

Modal kerja variabel adalah modal kerja yang berubah-ubah sesuai dengan perolehan keadaan dalam satu periode. Modal kerja ini dibagi menjadi tiga, yaitu sebagai berikut:

- a. Modal kerja musiman (modal kerja yang besarnya berubah-ubah disebabkan musim)
- b. Modal kerja siklus (modal yang besarnya berubah-ubah disebabkan karena fluktuasi kontinuitas produk)
- c. Modal kerja darurat (modal kerja yang besarnya berubah-ubah dan penyebabnya tidak diketahui sebelumnya. Misalnya, kebakaran, banjir, gempa bumi, mogok dan sebagainya).

2.1.5 Jam Kerja

2.1.5.1 Pengertian Jam Kerja

Teori labor leisure choice atau teori pekerja alokasi waktu adalah pilihan individu dalam menggunakan waktu yang dimiliki untuk bekerja atau tidak bekerja. Model ini memisahkan faktor-faktor yang menentukan apakah seseorang akan bekerja dan berapa jam yang akan dipilih untuk bekerja (Borjas, 2016).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), jam kerja adalah waktu yang dijadwalkan untuk perangkat peralatan yang dioperasikan atau waktu yang dijadwalkan bagi pegawai untuk bekerja. Sedangkan jam kerja menurut Badan Pusat Statistik (BPS) adalah jangka waktu yang dinyatakan dalam satuan jam,

digunakan untuk bekerja atau melakukan kegiatan usaha (tidak termasuk istirahat resmi), dimulai dari menyiapkan pekerjaan sampai selesai (tutup). Rata-rata jam kerja adalah jumlah jam kerja kegiatan usaha atau perusahaan selama sebulan dibagi banyaknya hari kerja dalam sebulan tersebut.

Analisis jam kerja merupakan bagian dari teori ekonomi mikro, khususnya pada teori penawaran tenaga kerja yaitu tentang kesediaan individu untuk bekerja dengan harapan memperoleh penghasilan atau tidak bekerja dengan konsekuensi mengorbankan penghasilan yang seharusnya ia dapatkan. Kesediaan tenaga kerja untuk bekerja dengan jam kerja panjang atau pendek adalah merupakan keputusan individu (Wicaksono, 2011).

Jam kerja dalam penelitian ini adalah jumlah atau lamanya waktu yang dipergunakan pekerja untuk memproduksi suatu barang untuk meningkatkan pendapatan perusahaan. Jam kerja bagi para pekerja di sektor swasta diatur dalam Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, khususnya pasal 77 sampai dengan pasal 85. Pasal 77 ayat 1, Undang-Undang No. 13/2003 mewajibkan setiap pengusaha untuk melaksanakan ketentuan jam kerja. Ketentuan jam kerja ini telah diatur dalam 2 sistem yaitu:

- 1) 7 jam kerja dalam satu hari atau 40 jam kerja dalam 1 minggu untuk 6 hari kerja dalam 1 minggu; atau
- 2) 8 jam kerja dalam 1 hari atau 40 jam kerja dalam 1 minggu untuk 5 hari kerja dalam 1 minggu.

Pada kedua sistem jam kerja tersebut juga diberikan batasan jam kerja yaitu 40 jam dalam satu minggu, apabila melebihi dari ketentuan waktu kerja tersebut,

maka waktu jam kerja biasanya dianggap masuk sebagai waktu kerja lembur sehingga pekerja atau buruh berhak atas upah lembur.

2.1.5.2 Kriteria Jam Kerja

Menurut Su'ud menyatakan bahwa kriteria-kriteria pengurusan waktu kerja yang efektif sebagai berikut:

1. Memahami sepenuhnya pekerjaan yang dilaksanakan
2. Memberi keutamaan kerja menurut kepentingan
3. Mendelegasikan pekerjaan-pekerjaan yang banyak
4. Mengawasi masalah berulah supaya tidak terjadi lagi
5. Menetapkan masa selesainya pekerjaan
6. Kegiatan yang tidak perlu supaya segera disingkirkan
7. Senantiasa menyadari nilai waktu dalam setiap pekerjaan yang dikerjakan
8. Mencatat hal-hal yang perlu dikerjakan di masa depan
9. Membentuk daftar penggunaan waktu kerja
10. Menilai keberhasilan kerja berdasarkan objektif pekerjaan
11. Mempunyai sistem arsip penyimpanan informasi yang lengkap

Menurut Su'ud kriteria penggunaan waktu kerja yang efektif sebagai berikut:

1. Membiasakan diri dengan metode penggunaan waktu yang efektif
2. Semasa rapat-rapat yang diadakan supaya mencoba membuat kesimpulan tentang:
 - a. Masalah-masalah yang dibicarakan
 - b. Keputusan-keputusan yang dibuat
 - c. Tanggung jawab yang diberikan

3. Yakin dalam membuat keputusan
4. Menggunakan waktu senggang untuk menyiapkan pekerjaan-pekerjaan yang belum selesai
5. Mengatur hal-hal yang hendak dikerjakan sebelumnya memulai suatu kunjungan atau perjalanan
6. Melibatkan pemimpin setempat dalam kegiatan-kegiatan yang dijalankan
7. Menggunakan sumber yang tersedia untuk menjalankan kerja
8. Mengkoordinir masa, waktu kegiatan dijalankan

2.1.5.3 Indikator Jam Kerja

a. Waktu Kerja

Menurut Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan menjelaskan waktu kerja meliputi:

- 1) 7 jam dalam sehari dan 40 jam dalam satu minggu untuk 6 hari kerjadalam satu minggu; atau
- 2) 8 jam dalam sehari dan 40 jam dalam satu minggu untuk 5 hari kerjadalam satu minggu.

b. Waktu Lembur

Pasal 78 ayat 1, UU No.13/2003 mewajibkan pengusaha yang mempekerjakan pekerja/buruh melebihi waktu kerja sebagaimana dimaksud dalam Pasal 77 ayat 2 harus memenuhi syarat sebagai berikut:

- 1) Ada persetujuan pekerja/buruh yang bersangkutan
- 2) Waktu kerja lembur hanya dapat dilakukan paling banyak 3 jam dalam 1 hari dan 14 jam dalam 1 minggu.

Pengusaha yang mempekerjakan pekerja/buruh melebihi waktu kerja sebagaimana dimaksud diatas wajib membayar upah lembur. Ketentuan waktu kerja lembur sebagaimana dimaksud di atas tidak berlaku bagi sektor usaha.

c. Waktu Istirahat

Sedangkan dalam Pasal 79 ayat 1 dan 2, UU No.13/2003 pengusaha wajib memberikan waktu istirahat dan cuti kepada pekerja atau buruh, meliputi:

- 1) Istirahat antara jam kerja, sekurang-kurangnya setengah jam setelah bekerja selama 4 (empat) jam terus menerus dan waktu istirahat tersebut tidak termasuk jam kerja
- 2) Istirahat mingguan 1 (satu) hari untuk 6 (enam) hari kerja dalam 1 (satu) minggu atau 2 (dua) hari untuk 5 (lima) hari kerja dalam 1 (satu) minggu;
- 3) Cuti tahunan, sekurang-kurangnya 12 (dua belas) hari kerja setelah pekerja/buruh yang bersangkutan bekerja selama 12 (dua belas) bulan secara terus menerus;
- 4) Istirahat panjang sekurang-kurangnya 2 (dua) bulan dan dilaksanakan pada tahun ketujuh dan kedelapan masing-masing 1 (satu) bulan bagi pekerja/buruh yang telah bekerja selama 6 (enam) tahun secara terus menerus pada perusahaan yang sama dengan ketentuan pekerja/buruh tersebut tidak berhak lagi atas istirahat tahunannya dalam 2 (dua) tahun

berjalan dan selanjutnya berlaku untuk setiap kelipatan masa kerja 6 (enam) tahun.

2.1.6 Pemasaran *Online*

2.1.6.1 Pengertian Pemasaran *Online*

Pemasaran *online* merupakan bagian dari *e-commerce* yaitu, perusahaan untuk berkomunikasi, promosi, dan menjual jasa melalui internet (Kotler dan Amstrong: 2008). Internet merupakan sebuah jaringan fisik yang menghubungkan komputer di seluruh dunia. Internet terdiri dari jaringan infrastruktur server dan hubungan komunikasi jangkauan yang luas yang digunakan untuk menyimpan dan mengirim informasi.

Pemasaran *online* adalah suatu proses membangun dan mempertahankan hubungan dengan konsumen melalui aktivitas *online* untuk memfasilitasi pertukaran ide, barang, jasa, yang memuaskan keinginan kedua belah pihak (Mohammed, et all, 2003).

Pemasaran *online* dengan bahasa yang sering diucapkan adalah strategi atas metode untuk mengenalkan konsumen/publik dengan brand, produk atau jasa sebuah perusahaan atau bisnis. Pemasaran *online* atau disebut juga sebagai internet marketing dan sebagian orang menyebutnya iklan *online*. Dalam hal ini medium yang digunakan adalah internet. Hal yang paling sederhana yang harus diingat adalah, bagaimana berinovasi terus menerus produk atau jasa dapat lebih mudah ditemukan di internet (Biasa et al., 2021).

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran *online* merupakan suatu tindakan pemasaran produk atau jasa yang dipasarkan melalui

media internet dan dalam penggunaannya juga mengalami kemajuan yang awalnya hanya melalui website kini sudah beranjak menggunakan e-mail dan aplikasi-aplikasi pemasaran yang sudah tersebar di kalangan masyarakat.

Sistem pemasaran ini memberikan banyak manfaat baik bagi penjual maupun bagi konsumen. Bagi penjual tentu sistem ini bisa memangkas banyak pengeluaran dimana penjual bisa memasarkan produknya tanpa harus membuka cabang toko untuk melebarkan sayap bisnisnya dan sistem ini juga sangat mudah memberikan jalan promosi untuk memperkenalkan produknya melalui internet yang mana setiap orang pasti memiliki media internet di zaman sekarang ini. Bagi konsumen tentu sangat membantu, karena konsumen tidak perlu datang ke toko untuk membeli suatu produk dengan cukup membuka aplikasi yang tersedia. Sistem ini tentu mengefektifkan waktu bagi konsumen dimana konsumen bisa membeli barang yang diinginkan cukup dari tempat duduknya.

2.1.6.2 Manfaat Pemasaran *Online*

Ada dua manfaat pemasaran *online* (kotler:1997):

1. Memberikan tiga manfaat utama bagi pembeli potensial:
 - a) Kemudahan. Pelanggan dapat memesan produk 24 jam sehari dimana mereka berada. Mereka tidak harus berkendara, mencari tempat parkir, dan berjalan melewati gang yang panjang untuk mencari dan memeriksa barang-barang. Dan mereka tidak harus berkendara ke toko, hanya untuk menemukan bahwa barang yang dicari sudah habis.
 - b) Informasi. Pelanggan dapat memperoleh setumpuk informasi komparatif tentang perusahaan, produk, dan persaingan tanpa

meninggalkan kantor atau rumah mereka. Mereka dapat memusatkan perhatian pada kriteria objektif seperti harga, kualitas, kinerja, dan ketersediaan.

- c) Rongrongan yang lebih sedikit. Dengan layanan *online* pelanggan tidak perlu menghadapi atau melayani bujukan dan faktor-faktor emosional.

2. Memberikan sejumlah manfaat bagi pemasar:

- a) Penyesuaian yang cepat terhadap kondisi pasar. Perusahaan dapat dengan cepat menambah produk pada penawaran mereka serta mengubah harga dan deskripsi.
- b) Biaya yang lebih rendah. Pemasar *online* mencegah biaya pengelolaan toko dan biaya sewa, asuransi, dan prasarana yang menyertainya.
- c) Pemupukan hubungan. Pemasar *online* dapat berbicara dengan pelanggan dan belajar dengan lebih banyak dari mereka. Pemasar juga dapat mengunggah laporan yang berguna, atau demo gratis perangkat lunak mereka.
- d) Pengukuran besar pemirsa. Pemasar dapat mengetahui berapa banyak orang yang mengunjungi situs *online* mereka dan berapa banyak yang singgah di tempat tertentu dalam situs tersebut.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Judul	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1.	(Devi Fitria, Wilandari) pengaruh modal kerja dan pemberian kredit usaha rakyat terhadap peningkatan pendapatan pelaku UMKM binaan PT. Bank Rakyat Indonesia	Modal kerja, Pendapatan	Pemberian kredit usaha rakyat	Modal kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM dengan kontribusi pengaruh sebesar 41,8%. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(8,208 > 1,986)$	E-Jurnal Proaksi, 7.1 (2020): 104-114
2.	(Purba, Yafiz M, Irham M) Pengaruh modal kerja dan penggunaan aplikasi <i>e-commerce</i> (shoptimize) terhadap pendapatan UMKM di Kota Medan)	Modal kerja, pendapatan	penggunaan aplikasi <i>e-commerce</i>	Menunjukkan bahwa Modal kerja berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Medan. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa jika modal kerja mengalami kenaikan sebesar 0,381 (38,1%)	Jurnal Islamic Circle Vol. 2 No. 2 Desember 2021

Lanjutan Tabel 2.1

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
3.	(Fitriyani N, Suwondo S) pengaruh modal kerja dan biaya produksi terhadap pendapatan (studi pada CV samasta Mitra)	Modal kerja, pendapatan	Biaya produksi	Modal kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pada CV Samasta Mitra	Indonesian Accounting Literacy Journal Vol. 01, No 03, July, pp.717-726
4.	(Subrata A, Damanik D) faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan industri rumah tangga tenun ulos di Kota Pematangsiantar	Modal kerja, jam kerja, pendapatan	Inovasi, usia	Modal kerja dan jam kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan industri rumah tangga tenun ulos di Kota Pematangsiantar	Jurnal Ekonomi Pembangunan Volume 1 Nomor 1 (2019)
5.	(Ernida E, Fahmi E, Desi G) pengaruh modal kerja, jam kerja operasional dan lama usaha terhadap pendapatan pedagang pasar Yamuri Kecamatan Mulyorejo	Modal kerja, jam kerja, pendapatan	Lama usaha	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal kerja, jam kerja operasional secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar Yamuri Kecamatan Mulyorejo	Jurnal Sustainable Vol. 01, No. 1, Mei, 2021

Lanjutan Tabel 2.1

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
6.	(Nursyamsu N, Irfan I, Mangge I, Zainuddin M)	Modal kerja, jam kerja, pendapatan		Modal kerja dan jam kerja berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima di Kelurahan Kabonena	Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis – JIEBI Vol. 2 No. 1 Tahun 2020
7.	(Anggraini E)	Modal kerja, jam kerja, pendapatan	Tenaga kerja	Modal kerja, tenaga kerja dan jam kerja berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan industri brem di Kabupaten Madiun.	Journal of Public Power Vol. 5 No. 1 (2021): Journal of Public Power Vol 5 No 1.
8.	(Widiana I, Wenagama I)	Jam kerja, pendapatan	Pengalaman kerja, kesejahteraan pekerja	Menunjukkan bahwa Jam kerja dan pengalaman kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pekerja pada industri genteng di Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan	E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 8.7 (2019): 772-804

Lanjutan Tabel 2.1

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
9.	(Novita N, Oktianingrum S, Sanjaya V) pengaruh digitalisasi pemasaran (pemasaran <i>online</i>) terhadap peningkatan pendapatan UMKM pada perspektif ekonomi syariah di Kota Bandar Lampung	Pemasaran <i>online</i> , pendapatan		Menunjukkan bahwa Pemasaran <i>Online</i> berdampak positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM pada Perspektif Ekonomi Syariah di kota Bandar Lampung. Karena penelitian tersebut dapat menghasilkan bahwa keberadaan pemasaran <i>online</i> diterima oleh pelaku UMKM dan pelanggan.	E-Journal Al-Dzahab Vol. 3, No.1 Maret 2022 Hal. 1-9
10.	(Kuswanto D, Nugroho S, Yulianti N) faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja pemasaran pada toko sayuran <i>online</i> di Kota Surabaya (Pemasaran <i>Online</i>)	Pemasaran <i>online</i>	Kinerja pemasaran, orientasi pasar, kapabilitas pemasaran	Pemasaran <i>online</i> dan orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran toko sayuran <i>online</i> di Surabaya.	Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINF O GALUH Volume 8, Nomor 2, Mei 2021 : 420-433

Lanjutan tabel 2.1

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
11.	(Erfan M, Bakri M, Haris A) pengaruh pemasaran <i>online</i> dan etika pemasaran islam terhadap keputusan pembelian	Pemasaran <i>online</i>	Etika pemasaran, keputusan pembelian	pemasaran <i>online</i> berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian pada produk fashion online di Makassar. Hal ini berarti bahwa pemasaran <i>online</i> yang dilakukan dengan baik akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.	YUME: Journal Management Volume 5 Issue 2 (2022) Pages 401-416
12.	(Biasa K, Tumbel A, Walangitan) Pemanfaatan Sistem Pemasaran <i>Online</i> Dan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembelian Konsumen Pada Masa Pandemic Covid-19 (Study Kasus <i>Online</i> Shop Manado)	Pemasaran <i>online</i>	Strategi pemasaran <i>online</i> , keputusan pembelian	Secara parsial Pemasaran <i>online</i> dan Strategi Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.	Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. Vol. 9, No. 2 April 2021, Hal. 948-956

Lanjutan Tabel 2.1

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
13.	(Sevtyana Y, K R) analisis modal kerja dan pengelolaan keuangan terhadap usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) (studi kasus pada UMKM chicken Nobon Samarinda)	Modal Kerja, pendapatan	Pengelolaan keuangan	Modal kerja dan pengelolaan keuangan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan keuangan Chicken Nobon Samarinda pada tahun 2015-2019.	Borneo Student Research eISSN: 2721-5725, Vol 2, No 2, 2021
14.	(Setyowati L) Pengaruh pemasaran <i>online</i> dan minat pelanggan terhadap peningkatan laba Kharisma Studio	Pemasaran <i>online</i>	Minat pelanggan, laba	Ada pengaruh yang signifikan antara pemasaran <i>online</i> dan minat pelanggan terhadap peningkatan laba. Hasil kontribusi pemasaran <i>online</i> dan minat pelanggan terhadap peningkatan laba adalah sebesar 59,3% atau 0,593. Dimana menurut	Jurnal Ekonomi dan Bisnis (MINISTA L) Vol. 1, No. 1, 2022: 19-28

Lanjutan Tabel 2.1

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
15.	(Supri Anggriani D, Makmur, Afrizal A) analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan industri kecil pengusaha tahu di Kecamatan Bonai Darussalam	Jam kerja, Pendapatan	Lama usaha	tabel interpretasi koefisien determinasi termasuk dalam kategori sedang Menunjuka Modal kerja, jam kerja, dan lama usaha memperoleh pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pendapatan pengusaha industri kecil pengusaha tahu di Kecamatan Bonai Darussalam	Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. HJIMB Vol. 1, No. 2 2019, pp: 01-07

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan suatu konsep untuk mengungkapkan keterkaitan antara variabel yang akan diteliti dengan teori dalam tinjauan pustaka. Garis besar penelitian ini melihat hubungan antara modal, jam kerja, dan pemasaran *online* terhadap pendapatan industri pada studi kasus industri bordir di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya melalui proses analisis data.

2.3.1 Hubungan Modal Kerja dengan Pendapatan

Modal kerja merupakan variabel penting dalam menunjang keberlangsungan perusahaan. Modal kerja merupakan kekayaan atau aktiva yang diperlukan oleh perusahaan untuk menyelenggarakan kegiatan sehari-hari atau untuk membelanjai operasinya sehari-hari. Seperti membeli bahan baku, perawatan, pemeliharaan, listrik, air, telepon, dan pembiayaan lainnya. Modal kerja mempunyai hubungan yang positif dengan pendapatan karena modal kerja adalah kunci awal yang sangat diperlukan dalam memproduksi suatu barang atau jasa.

Menurut (Petani et al., n.d.) modal kerja dan pendapatan memiliki hubungan yang sangat erat sehingga modal kerja akan memberikan dampak pada pendapatan. Tersedianya modal kerja yang besar akan memperlancar produksi dan meningkatkan jumlah produksi yang dihasilkan sehingga pendapatan yang diperoleh akan semakin meningkat. Hal ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ernida, Fahmi, dan Desi, 2021) dan (Sevtyana Y, K R, 2021) yang menyatakan bahwa modal kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

2.3.2 Hubungan Jam Kerja dengan Pendapatan

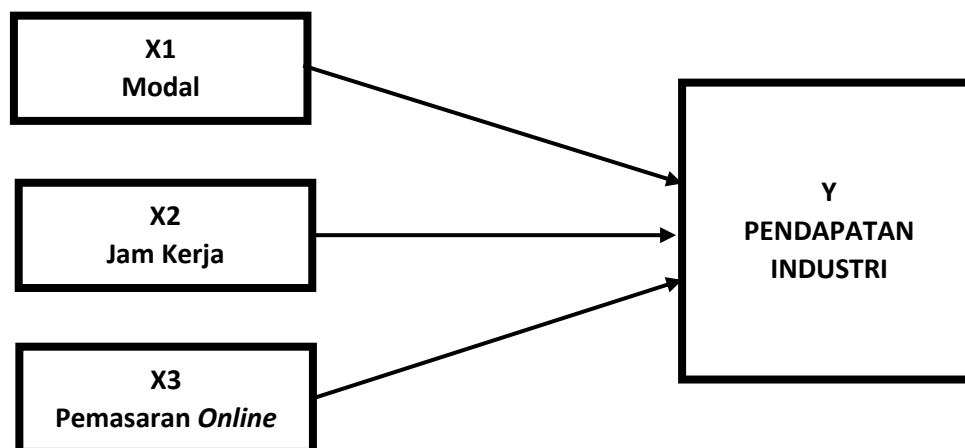
Jam Kerja dapat diartikan jumlah waktu yang digunakan untuk aktivitas kerja. Jam kerja juga bisa dimaknai sebagai waktu yang dipakai seseorang guna memproduksi jasa dan barang khusus. Semakin banyak jam kerja yang digunakan, pekerjaan yang dilakukan juga akan semakin produktif. Apabila waktu yang dicurahkan untuk bekerja semakin banyak, produk yang diperoleh juga akan semakin bertambah sehingga dapat meningkatkan pendapatan.

Menurut teori Basu Swastha terkait dengan faktor yang mempengaruhi pendapatan yaitu jam kerja yang banyak/lembur akan meningkatkan pendapatan yang tinggi (Swastha Basu, 2001). Hal ini sesuai dengan penelitian (Supri Anggriani, Makmur, dan Afrizal, 2019) dan (Supri Anggriani D, Makmur, Afrizal A, 2019) yang membuktikan bahwa jam kerja memperoleh pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pendapatan.

2.3.3 Hubungan Pemasaran *Online* dengan Pendapatan

Pemasaran *online* merupakan bagian dari *e-commerce* yaitu, perusahaan untuk berkomunikasi, promosi, dan menjual jasa melalui internet (Kotler dan Amstrong: 2008). Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Erfan, Bakri, dan Haris 2022) dan (Setyowati L, 2022) yang menyatakan bahwa pemasaran *online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan meningkatkan laba pendapatan.

Hubungan pemasaran *online* dengan pendapatan industri adalah dengan adanya aplikasi jualan *online* (*e-commerce*) para pengusaha industri dapat bisa dengan mudah memasarkan produknya, sehingga konsumen dapat lebih mudah mendapatkan produk atau mencari informasi produk tanpa harus pergi ke tempat toko berjualan. Hal ini termasuk layanan dari pengusaha industri untuk mendekatkan diri kepada konsumennya, sehingga mereka akan kembali membeli di tempat tersebut karena merasa puas dengan pelayanannya. Dengan itu maka akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh.



Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan permasalahan dalam kerangka pemikiran yang telah dibahas sebelumnya, maka hipotesis dari permasalahan ini, sebagai berikut:

1. Diduga secara parsial modal kerja, jam kerja, dan pemasaran *online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan industri bordir di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya.
2. Diduga secara bersama-sama modal kerja, jam kerja, dan pemasaran *online* berpengaruh terhadap pendapatan industri bordir di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya.