

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Tinjauan Pustaka

Pada bagian ini, penulis menguraikan kajian pustaka yang mejadi dasar dan sumber untuk penelitian yang akan dilakukan. Tinjauan pustaka ini diambil dari jurnal dan buku yang bersumber dari internet yang membahas mengenai teori dan penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya, dengan tujuan sebagai sumber rujukan untuk menghindari pembahasan yang sama dengan pembahasan yang telah diteliti sebelumnya.

2.1.1. Pendapatan

2.1.1.1. Pengertian Pendapatan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya). Pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh suatu perusahaan atas prestasi kerjanya selama periode tertentu, baik harian, mingguan, maupun bulanan.

Pendapatan adalah suatu tujuan utama dari pendirian suatu usaha. Sebagai suatu organisasi yang menghasilkan profit maka pendapatan mempunyai peranan yang sangat penting. Pendapatan merupakan faktor penting dalam operasi suatu usaha, karena pendapatan akan memengaruhi tingkat laba yang diharapkan akan menjamin kelangsungan hidup suatu usaha.

Pendapatan merupakan jumlah uang yang diterima oleh suatu perusahaan dari suatu aktivitas yang dilakukan, yakni aktivitas penjualan

produk atau penjualan jasa kepada konsumen. Kata pendapatan dalam dunia bisnis bukanlah hal asing. Usaha apapun yang menggeluti tetap tujuan utamanya adalah menghasilkan pendapatan. Baik usaha besar atau kecil pendapatan dapat menunjang kinerja keuangan yang optimal. (Husaini: 2017)

Pendapatan adalah penghasilan (*income*) kenaikan manfaat ekonomi selama periode tertentu dalam bentuk pemasukan atau penambahan aset yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang berasal dari kontribusi penanaman modal. Berikut adalah rumus pendapatan:

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

$TR = Total Revenue$ (penerimaan total)

$P = Price$ (harga barang)

$Q = Quantity$ (jumlah barang)

2.1.1.2. Jenis- jenis Pendapatan

Menurut Mulyadi (2010) jenis jenis pendapatan ada dua yaitu sebagai berikut:

1. Pendapatan utama pendapatan utama berasal dari kegiatan utama perusahaan.
2. Pendapatan lain-lain berasal dari pendapatan yang tidak merupakan kegiatan utama perusahaan. Misalnya pendapatan bunga bagi perusahaan perdagangan. Selain itu, juga dalam beberapa kasus terdapat pendapatan dan kerugian dari pos luar biasa.

2.1.1.3. Sumber Pendapatan

Menurut Oktavia Indah Lestari (2021) pendapatan (*revenue*) suatu perusahaan selain memperoleh pendapatan yang berasal dari kegiatan utama juga memperoleh pendapatan yang berasal dari kegiatan transaksi lainnya, maka pendapatan dapat dibedakan dalam dua kelompok yaitu pendapatan operasional (*operating revenue*) dan pendapatan non operasional (*non-operating revenue*).

1. Pendapatan operasional (*operating revenue*) merupakan hasil yang didapat langsung dari kegiatan operasional suatu perusahaan sebagai hasil usaha pokok yang dilakukan oleh perusahaan. Pendapatan operasional merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar perusahaan yang akan menjadi keuntungan.
2. pendapatan nonoperasional (*non-operating revenue*) merupakan pendapatan yang diterima oleh perusahaan yang tidak ada hubungannya dengan usaha pokok yang dilakukan perusahaan dalam kegiatannya.

2.1.1.4. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pendapatan

Adapun faktor-faktor yang memengaruhi volume pendapatan dalam perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Kondisi dan kemampuan penjualan
2. Kondisi pasar
3. Modal
4. Kondisi operasional perusahaan

2.1.1.5. Indikator Pendapatan

Menurut Wiji Hastuti (2001:20) ada beberapa hal yang dijadikan indikator dalam pendapatan yaitu:

- a. Rata-rata pendapatan perhari
- b. Dengan keuntungan maksimal kesejahteraan akan ikut meningkat
- c. Pendapatan akan memenuhi kebutuhan keluarga

2.1.2. Metode Penjualan

Iskandar et al., (2022: 9) menyatakan bahwa pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi.

Menurut Fandy Tjiptono (2015) dalam merancang strategi penjualan, kita harus memperhatikan dengan cermat bahwa tujuan penjualan wajib diselaraskan dengan tujuan penjualan pemasaran keseluruhan dan tujuan komunikasi pemasaran terintegrasi. Tujuan penjualan biasanya dinyatakan dalam berbagai ukuran seperti volume penjualan, tingkat pengeluaran maksimum, pemenuhan aktivitas-aktivitas spesifik. Strategi penjualan tergantung pada faktor, di antaranya proses keputusan yang dilakukan konsumen, pengaruh berbagai alternatif komunikasi pemasaran, dan biaya alternatif metode komunikasi pemasaran.

Menurut R. Heru Kristanto (2009: 101) memasarkan barang merupakan bagian penting dalam kelangsungan hidup usaha. Banyak usaha yang memahami pemasaran hanya sebatas memasarkan produk yang

dihasilkan dalam arti penjualan. Kesuksesan dalam melakukan kegiatan usaha ditentukan oleh keberhasilan pemasaran perusahaan.

2.1.2.1. Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran

Menurut Ahmad Syarief Iskandar et al., (2022: 11) secara garis besar ada empat fungsi strategi pemasaran, di antaranya:

- a. Meningkatkan motivasi untuk melihat masa depan strategi pemasaran berupaya untuk memotivasi manajemen perusahaan agar berpikir dan melihat masa depan dengan cara yang berbeda. Hal ini sangat diperlukan untuk menjaga kelangsungan perusahaan di masa mendatang. Penting bagi perusahaan untuk mengikuti ritme pasar, namun terkadang perusahaan juga harus memiliki gebrakan dengan sesuatu yang baru.
- b. Koordinasi pemasaran yang lebih efektif setiap perusahaan pasti memiliki strategi pemasarannya sendiri. Strategi pemasaran ini berfungsi untuk mengatur arah jalannya perusahaan sehingga membentuk tim koordinasi yang lebih efektif dan tepat sasaran.
- c. Merumuskan tujuan perusahaan para pelaku usaha tentunya ingin melihat dengan jelas apa tujuan perusahaan mereka. Dengan adanya strategi pemasaran maka pelaku usaha akan terbantu untuk membuat detail tujuan yang akan dicapai, baik jangka pendek maupun jangka panjang.
- d. Pengawasan kegiatan pemasaran dengan adanya strategi pemasaran maka perusahaan akan memiliki standar prestasi kerja para

anggotanya. Dengan begitu, pengawasan kegiatan para anggota akan lebih mudah dipantau untuk mendapatkan mutu dan kualitas kerja yang efektif.

Secara umum, ada empat tujuan strategi pemasaran, yaitu:

1. Untuk meningkatkan kualitas koordinasi antar individu dalam tim pemasaran.
2. Sebagai alat ukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang telah ditentukan.
3. Sebagai dasar logis dalam mengambil keputusan pemasaran.
4. Untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi bila terjadi perubahan dalam pemasaran.

2.1.2.2. Faktor yang Memengaruhi Produktivitas Penjualan

Adapun faktor yang memengaruhi penjualan yaitu:

1. Kondisi dan kemampuan penjual

Penjual harus bisa meyakinkan kepada konsumen agar dapat membeli barang yang dijual untuk memenuhi target penjualan yang diharapkan. Maka dari itu penjual harus memahami karakteristik barang yang akan ditawarkan kepada konsumen.

2. Kondisi pasar

Penjual harus memahami kondisi pasar seperti kelompok pembeli, daya belinya, frekuensi pembeliannya, keinginan dan kebutuhannya.

3. Modal

Untuk menawarkan barang kepada penjual maka penjual harus memenuhi sarana usaha seperti alat transportasi, tempat untuk menjualkan barang usaha dan usaha promosi. Semua ini dapat dilakukan oleh penjual yang mempunyai sejumlah modal yang diperlukan untuk memulai usaha.

2.1.3.Modal Kerja

Modal kerja adalah jumlah dana yang digunakan oleh sebuah perusahaan untuk menjalankan operasinya sehari-hari. Modal kerja mencakup semua aset dan kewajiban yang berhubungan dengan operasi sehari-hari perusahaan, seperti persediaan, piutang, utang, dan kas. Ini adalah bagian penting dari manajemen keuangan perusahaan karena memastikan bahwa perusahaan memiliki cukup dana untuk menjalankan operasi hariannya.

Modal kerja sangat penting karena digunakan untuk mengukur keberhasilan perusahaan, terutama untuk usaha kecil. Modal kerja dalam jumlah yang tepat memungkinkan perusahaan berfungsi secara menguntungkan dan menghindari masalah keuangan.

Menurut I Nyoman Budiono, M.M. (2018: 59) Modal adalah segala sesuatu baik berupa materi ataupun bukan materi yang dibutuhkan dalam membangun sebuah usaha sehingga dapat diperoleh keuntungan atau laba usaha. Modal berupa materi antara lain, uang, bangunan, mesin, kendaraan, gedung/bangunan, bahan baku dan lain-lain, sedangkan modal nonmateri

antara lain keterampilan atau keahlian, relasi, nama baik atau citra dan lain-lain, semuanya itu akan menunjang sebuah kelangsungan usaha.

Menurut Polandos et al., (2019), dalam menjalankan usaha, kita membutuhkan modal awal yang nilainya bervariasi tergantung jenis usaha yang dijalankan serta besar kecilnya usaha tersebut saat akan dimulai. Modal merupakan sekumpulan uang atau barang yang digunakan sebagai dasar untuk melaksanakan suatu pekerjaan. Dalam bahasa Inggris modal disebut dengan *capital*, yaitu barang yang dihasilkan oleh alam atau manusia untuk membantu memproduksi barang lainnya yang dibutuhkan manusia dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Modal merupakan sekumpulan uang atau barang yang digunakan sebagai dasar untuk melaksanakan suatu pekerjaan. Modal merupakan hal yang sangat vital dalam sebuah bisnis atau perusahaan. Tanpa modal bisnis tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya, mulai dari bisnis yang besar maupun bisnis yang kecil pun membutuhkan modal untuk menjalankan bisnisnya. Modal tidak selalu tentang dana atau uang. Tapi modal juga dapat berupa keterampilan, kemauan, kejujuran, integritas, kecerdasan, tekad, ataupun hal yang lainnya.

Menurut Danang Faisal Furqon (2018). Modal kerja atau yang sering disebut investasi merupakan pengeluaran untuk membeli peralatan produksi, barang modal yang bertujuan untuk menambah modal dalam kegiatan perekonomian yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa.

2.1.3.1. Jenis-jenis Modal

Menurut Endang (2012) menyatakan modal sangat penting dalam mendirikan sebuah usaha. Besar kecilnya modal yang dibutuhkan tergantung dari besar kecilnya usaha yang akan didirikan. Para konsultan bisnis pada umumnya membagi pengertian modal termasuk modal kecil menjadi dua yaitu:

1. Modal nyata adalah modal yang berwujud secara nyata, baik dalam bentuk barang bergerak maupun barang tidak bergerak. Barang bergerak yaitu seperti sepeda motor, mesin produksi dan lain sebagainya.
2. Modal tidak nyata adalah modal yang tidak berwujud nyata seperti ide-ide kreatif.

Secara keseluruhan modal kerja terbagi menjadi tiga bagian yaitu:

1. Modal investasi, yakni jenis modal yang harus dikeluarkan dan biasanya dipakai dalam jangka panjang. Modal untuk investasi nilainya cukup besar karena dipakai untuk jangka panjang, namun modal investasi akan menyusut dari tahun ke tahun, bahkan bisa dari bulan ke bulan.
2. Modal kerja, yakni modal yang harus dikeluarkan untuk membuat atau membeli barang dagangan. Modal kerja ini dapat dikeluarkan tiap bulan atau pada waktu-waktu tertentu.

3. Modal operasional, yakni modal yang harus dikeluarkan untuk membayar biaya operasi bulanan misalnya pembayaran gaji pegawai, listrik, dan sebagainya.

2.1.3.2. Faktor -faktor yang Memengaruhi Modal

a. Struktur Aktiva

Aset multiguna yang bisa digunakan oleh banyak perusahaan hanya digunakan untuk tujuan tertentu. Oleh karena itu perusahaan biasanya mempunyai manfaat yang tinggi sedangkan perusahaan yang beserta dalam penelitian teknologi tidak demikian.

b. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang memperkirakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan pendapatan pada tingkat penjualan, modal dan aktiva. Terdapat tiga dalam rasio probabilitas yaitu *profit margin*, *return on asset* (ROA) dan *return on equity* (ROE).

Profit margin mengatur suatu perusahaan dapat menghasilkan pendapatan bersih pada tingkat penjualan tertentu. *Rasio profit margin* rendah akan menunjukkan ketidakefisienan manajemen. ROA menunjukkan suatu perusahaan menghasilkan pendapatan dengan manfaat yang dihasilkan perusahaan bagi pemilik modal sedangkan ROE mengukur tingkat manfaat yang dihasilkan perusahaan bagi pemilik modal.

c. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang difokuskan pada total aset, jumlah penjualan dan rata-rata penjualan. besar kecilnya perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap struktur modal sehingga perusahaan tersebut lebih berani mengeluarkan modal baru.

d. Likuiditas

Rasio likuiditas merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar utang jangka pendek yang telah jatuh tempo. Maka semakin likuid suatu perusahaan, maka akan tinggi juga penggunaan utang.

e. *Growth*

Growth opportunity yaitu suatu perusahaan yang memiliki peluang untuk berkembang dan mendapatkan tingkat pertumbuhan untuk perusahaannya. Perusahaan yang mempunyai tingkat pertumbuhan biasanya memerlukan dana di masa depan terutama dana eksternal untuk memenuhi biaya pertumbuhan perusahaannya.

2.1.3.3. Indikator Modal

Menurut Nugraha (2013:9) indikator modal adalah sebagai berikut:

1. Struktur permodalan

Struktur modal perusahaan adalah salah satu faktor fundamental dalam operasi perusahaan. Struktur modal suatu perusahaan

ditentukan oleh kebijakan pembelanjaan dari manajer keuangan yang senantiasa dihadapkan pada pertimbangan baik kuantitatif maupun kualitatif.

2. Pemanfaatan modal tambahan

Adanya pemanfaatan modal tambahan untuk mempermudah pendirian perusahaan baru, membantu perkembangan perusahaan, meningkatkan investasi dan memperlancar alih teknologi.

3. Hambatan dalam mengakses modal internal

Berbagai faktor internal menjadi hambatan bagi berjalannya usaha kecil yang kita dirikan dan memengaruhi kelancaran usaha yang kita miliki.

4. Keadaan usaha setelah bertambahnya modal

Keadaan usaha setelah menambahnya modal terhadap pengembangan usaha bisnis yang dijadikan berjalan lebih baik dibandingkan dengan kondisi sebelumnya. Modal mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha, oleh karena itu diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukuran jumlah finansial atas usaha yang dilakukan. Sumber modal dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan pemerintah, lembaga keuangan baik bank maupun lembaga nonbank.

2.1.4.Lama Usaha

Polandos (2019) mengatakan bahwa semakin lama seseorang dalam menekuni pekerjaannya, maka Ia semakin berpengalaman, matang dan

mahir dalam pekerjaan yang dipertanggungjawabkan kepadanya. Lama usaha secara teoritik menunjukkan pengaruh yang positif terhadap peningkatan pendapatan. Asumsi dasar yang digunakan adalah semakin banyak lama usaha seseorang akan semakin tinggi pula produktifitas kerja seseorang dan menghasilkan produksi yang memuaskan. Karena lama usaha serta tingkat pengetahuan yang lebih banyak memungkinkan seseorang tersebut lebih produktif bila dibandingkan dengan yang relatif kurang lama usaha.

Menurut Danang Faisal Furqon (2018), lama usaha merupakan lamanya pedagang berkarya pada usaha perdagangan yang sedang dijalani saat ini. Lamanya suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha, dimana pengalaman dapat memengaruhi pengamatan seseorang dalam bertingkah laku. Lama pembukaan usaha dapat memengaruhi tingkat pendapatan, lama seorang pelaku bisnis menekuni bidangnya akan memengaruhi produktivitasnya (kemampuan profesionalnya/keahliannya), sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil dari pada hasil penjualan. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan makin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen.

2.1.4.1. Strategi Lama Usaha dalam Mempertahankan Pelanggan

Dalam bisnis yang sudah dilakukan sejak lama berjalan harus mampu mempertahankan pelanggan cara untuk mempertahankan pelanggan yaitu:

1. Memelihara atau mengelola tingkat kepuasan konsumen menyediakan pelayanan yang baik kepada konsumen, seperti membantu membawa barang belanjaan yang berat, melayani dengan sopan, memberikan kualitas barang yang berkualitas.
2. Menyederhanakan proses pembelian maksudnya seperti mengganti belanjaan yang mengalami kerusakan
3. Menambah daya tarik produk seperti menawarkan harga yang lebih murah dan memperbanyak barang dagangan lainnya.

2.1.4.2. Indikator Lama Usaha

1. Penempatan terhadap pekerjaan dan penempatan
Penempatan pekerjaan dan peralatan sebagai metode seorang pengusaha saat menjalankan pekerjaannya dengan memakai metode peralatan serta pekerjaan.
2. Masa kerja
Durasi yang dijalani suatu seseorang yang mengerti atas tugasnya melaksanakan usahanya dengan baik.
3. Ukuran wawasan dan kreativitas
Berdasarkan konsep yang dimiliki seorang pelaku usaha sangat penting dalam menentukan tingkat keterampilan dan pengetahuan untuk menjalankan suatu usaha.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian oleh beberapa peneliti sebelumnya. Dalam penelitian terdahulu berisi nama peneliti, judul

penelitian, persamaan variabel, perbedaan variabel, dan menjelaskan posisi penelitian yang dilakukan oleh penelitian.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti, Judul, Sumber	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Andi Afrizal, dkk, Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pendapatan Industri Kecil Tahu di Kecamatan Bonai Darussalam, Vol. 1, No. 2, 2019	Menggunakan lama usaha sebagai variabel X	Memakai pendapatan usaha tahu di Kecamatan Bonai Darussalam	Modal kerja, lama usaha, jam kerja berpengaruh positif dan signifikan
2	Ngurah Gede Dwiky Wirawan, Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja terhadap Produksi dan Pendapatan pada UKM Pie Susu di Denpasar, Vol. 8 No. 2, 2019	Menggunakan modal sebagai variabel X	Memakai tenaga kerja sebagai variabel X dan UKM pie susu sebagai variabel Y	Modal, tenaga kerja memberikan dampak positif dan signifikan
3	Wilda Sukmawati, dkk., Keberlanjutan Rantai Pasok terhadap Industri Kecil dan Menengah Alas Kaki di Kabupaten dan Kota Bogor, Vol. 30, No. 1, 2020	Pendapatan sebagai variabel Y	Memakai ekonomi, sosial, dan lingkungan pendapatan sebagai variabel X	Lingkungan berdampak positif dan signifikan
4	Gede Krisna Gunawan, Pengaruh Modal, Lama Usaha dan Teknologi terhadap Produksi dan Kesejahteraan Perajin Ukiran Kayu di Kecamatan Mengwi Kabupaten Bandung, Vol 10, No 12, 2021	Lama usaha sebagai variabel X	Memakai teknologi sebagai variabel X, produksi Y_1 dan kesejahteraan perajin kayu Y_2	Modal kerja dan teknologi berpengaruh positif dan signifikan
5	Winarti D. Purnomo, Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Daya Saing Usaha Mikro dan Menengah di Perkampungan Industri Kecil Pulogadung Jakarta Timur, Vol. 8, No. 2, 2019	Modal kerja sebagai variabel X	Memakai sumber daya manusia sebagai variabel independen	Modal, sumber daya manusia dan pemasaran produk dukungan pemerintah berpengaruh positif

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Prisilia Monika, dkk, Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha dan Jumlah Tenaga Kerja terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Langowan Timur, Vol 19, No. 4, 2019	Terdapat variabel yang sama yaitu modal, lama usaha sebagai variabel independen dan pendapatan sebagai variabel dependen	Perbedaan pada satu variabel independen yaitu jumlah tenaga kerja	Modal adalah faktor yang paling berpengaruh
7	Siti Turyani Marfuah, Sri Hartiyah, Pengaruh Modal Sendiri, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Teknologi, Lama Usaha dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Usaha (Studi Kasus pada UMKM di Kabupaten Wonosobo), Vol. 1, No. 1, 2019	Menggunakan alat analisis yang sama, yaitu analisis regresi linier berganda	Perbedaan pada variabel teknologi, lokasi usaha dan KUR sebagai variabel independen	KUR, teknologi, lama usaha dan lokasi usaha sangat berpengaruh positif
8	Budi Prihatminingtyas, Pengaruh Modal, Lama usaha, Jam Kerja dan Alokasi Usaha terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Landungsari, Vol. 7, No. 2, 2019, ISSN: 2548-6152	Terdapat variabel yang sama, yaitu lama usaha dan pendapatan	Perbedaan dalam variabel metode penjualan	Lama usaha berpengaruh negatif sedangkan modal, jam kerja dan alokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan
9	Miftahul Huda, Analisis Peranan Usaha Kecil dan Menengah terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Kabupaten Kebumen, Vol. 18, No. 1, 2019	Terdapat variabel yang sama yaitu modal kerja	Perbedaan dalam identifikasi masalah	Modal, volume penjualan, jenis usaha dan lama usaha berpengaruh positif
10	Ayu Fadhlani, Pengaruh Modal Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Monza di Pasar Simalingkar Medan, Vol. 6, No. 2, 2017	Terdapat variabel yang sama yaitu modal kerja	Perbedaan dalam variabel yaitu lokasi usaha	Variabel modal kerja dan lokasi usaha berpengaruh positif

2.3. Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2013: 60) kerangka berpikir merupakan kemampuan menyusun kembali komponen-komponen tentang hubungan antar variabel yang kemudian disusun berdasarkan teori yang telah dideskripsikan, kemudian dianalisis secara sistematis dan kritis sehingga menghasilkan pemahaman atau struktur baru tentang hubungan antar variabel yang diteliti. Hasil dari kerangka berpikir tersebut selanjutnya digunakan sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis.

Kerangka berpikir yang baik merupakan kerangka berpikir yang di dalamnya menjelaskan tentang hubungan antar variabel yang diteliti secara teoritis. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen. Pada penelitian ini pendapatan industri kecil dan menengah alas kaki di Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya dianalisis sebagai variabel dependen, di sisi lain, metode penjualan, modal kerja, dan lama usaha dianalisis sebagai variabel independennya.

2.3.1. Pengaruh Metode Penjualan terhadap Pendapatan

Faktor penting yang memengaruhi pendapatan adalah penjualan. Pendapatan dapat diperoleh dari hasil penjualan suatu produk-produk yang dihasilkan suatu perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari tingkat penjualannya yang diperoleh suatu perusahaan itu sendiri karena tujuan utama perusahaan adalah mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Asep Mulyana membuktikan metode penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

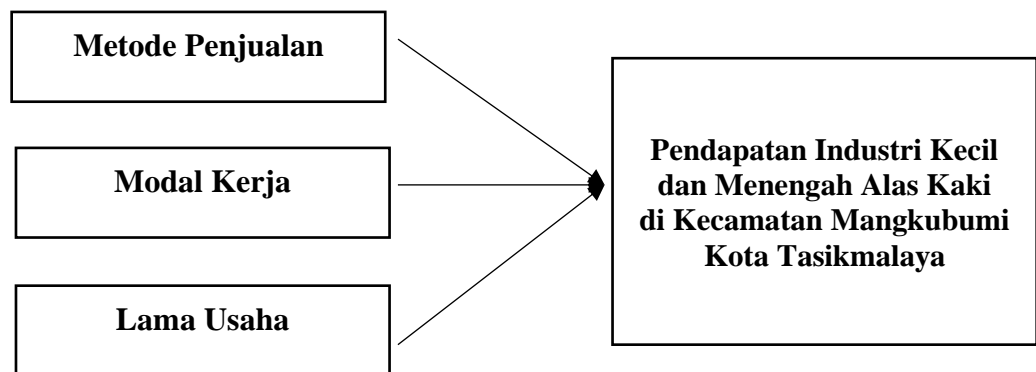
pendapatan. Ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wayat Cipta (2016) bahwa penjualan berpengaruh positif terhadap pendapatan UD Aneka Jaya Motor di Singaraja periode 2012-2014.

2.3.2. Pengaruh Modal Kerja terhadap Pendapatan

Semakin besar modal yang digunakan maka akan semakin besar juga pendapatan yang diperoleh suatu perusahaan. Modal dan pendapatan memiliki hubungan yang sangat erat sehingga apabila terjadi guncangan pada modal maka akan menimbulkan dampak susulan yang lebih hebat pada pendapatan. Penurunan modal akan menyebabkan penurunan pendapatan di bawah kapasitas. Peranan modal terhadap kapasitas produksi memang sangat besar karena modal merupakan salah satu faktor produksi yang sangat penting. Masalah kekurangan modal dapat ditinjau dari dua aspek, yaitu kekurangan dana modal yang terdapat dalam masyarakat dan kekurangan dana modal untuk membiayai pembentukan modal baru. Terbatasnya alat-alat modal perekonomian dapat dilihat dari terbatasnya jumlah prasarana dan terbatasnya mesin-mesin modern yang tersedia. Keadaan ini menimbulkan implikasi yang sangat serius pada perekonomian, yang nantinya akan menyebabkan sebagian kegiatan ekonomi produktivitasnya rendah sehingga pendapatan yang diperoleh juga rendah. Hasil penelitian yang dilakukan Prisia Monica Polandos menunjukkan bahwa modal kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pengusaha UMKM di Kecamatan Langowan Timur.

2.3.3. Pengaruh Lama Usaha terhadap Pendapatan

Lama usaha adalah lama waktu yang telah dijalani oleh pelaku usaha dalam menjalankan usahanya (Poniwatie, 2008). Semakin lama seseorang pelaku usaha dalam menekuni bidang usahanya maka akan memengaruhi produktivitasnya (kemampuan profesionalnya/keahliannya), sehingga hal tersebut akan meningkatkan pendapatan usaha. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ni Luh Made Ayu Danni Lastina dan Made Kembar Sri Buddhi (2016) membuktikan lama usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan. Penelitian ini juga didukung oleh Husaini dan Ayu Fadhlani (2017) yang membuktikan bahwa lama usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4. Hipotesis

Setelah melakukan tinjauan pustaka dan kajian terhadap penelitian terdahulu tentang pembangunan ekonomi, maka dalam penelitian ini penulis akan mengajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga metode penjualan, lama usaha, dan modal kerja berpengaruh positif secara parsial terhadap pendapatan perajin alas kaki di Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya.
2. Diduga metode penjualan, modal kerja, dan lama usaha berpengaruh secara bersama-sama terhadap pendapatan perajin alas kaki di Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya.