

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

Pada bab ini akan dijelaskan tinjauan pustaka yang menjadi dasar kerangka pemikiran dari pengajuan hipotesis. Pada bab ini akan disajikan beberapa hal yang terdiri dari beberapa konsep yang ditujukan untuk menjelaskan variabel yang akan diteliti dan juga pembahasan tentang penelitian terdahulu. Pada bab ini juga akan dijelaskan kerangka berpikir guna menjelaskan seperti apa model dan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Hipotesis yang diajukan peneliti merupakan bahasan terakhir dari bab ini.

2.1.1 Pendapatan

Pendapatan merupakan uang yang diterima oleh seseorang atau perusahaan dalam bentuk gaji (*salaries*), upah (*wages*), sewa (*rent*), bunga (*interest*), laba (*profit*), dan sebagainya. Dalam analisis mikro ekonomi, istilah pendapatan khususnya dipakai berkenaan dengan aliran penghasilan dalam suatu periode waktu yang berasal dari penyediaan faktor-faktor produksi (sumber daya alam, tenaga kerja, dan modal) masing masing dalam bentuk sewa, upah, bunga, dan laba secara berurutan (Jaya, 2011), dengan rumus pendapatan:

$$Y = r + w + i + p$$

Keterangan:

Y = Pendapatan

r = Sewa (*rent*)

w = Upah (*wages*)

i = Bunga (*interest*)

p = Laba (*profit*)

Pendapatan adalah bagian yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut (Sukirno, 2000). Pendapatan biasanya berupa nominal dari hasil penjualan barang atau jasa suatu usaha. Dapat dikatakan bahwa pendapatan menjadi suatu indikator perkembangan dari unit usaha, maka dari itu sebuah usaha harus berjalan sebaik mungkin untuk dapat memaksimalkan pendapatan usaha.

Menurut pernyataan Ikatan Akuntan Indonesia (2015), pada Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP), pendapatan merupakan penghasilan yang diperoleh dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang biasa dikenal dengan sebutan berbeda seperti penjualan, imbalan, bunga, dividen, royalti, dan sewa. Sejalan dengan itu pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh suatu perusahaan dari suatu aktivitas yang dilakukannya dan kebanyakan aktivitas tersebut adalah penjualan produk atau penjualan jasa kepada konsumen. Maka, pendapatan dapat dikatakan sebagai penghasilan yang diperoleh dari aktivitas sebuah perusahaan berupa hasil suatu penjualan barang, jasa, bunga, dividen, royalti, dan sewa dalam kurun waktu (periode) tertentu.

Macam-macam pendapatan menurut perolehannya dapat dibagi menjadi dua (Jaya dalam Siregar, 2019), antara lain:

- a. Pendapatan kotor adalah hasil penjualan barang dagangan atau jumlah omzet penjualan yang diperoleh sebelum dikurangi pengeluaran dan biaya lainnya.
- b. Pendapatan bersih adalah penerimaan hasil penjualan dikurangi pembelian bahan, biaya transportasi, retribusi, dan biaya makan atau pendapatan total dimana total dari penerimaan (*revenue*) dikurangi dengan total biaya (*cost*).

Dalam penelitian ini pendapatan yang dimaksud adalah pendapatan dari pelaku UMKM di Sentra Industri Kulit Sukaregang Kabupaten Garut berupa laba dari hasil penjualan. Pendapatan tersebut dapat digolongkan kedalam pendapatan bersih yaitu laba hasil penjualan atau hasil jumlah seluruh penerimaan (omzet penjualan) yang sudah dikurangi biaya pengeluaran operasional dan biaya lainnya atau pendapatan total dimana total dari penerimaan (*revenue*) dikurangi total biaya (*cost*).

2.1.1.1 Jenis-Jenis Pendapatan

Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia dalam Standar Akuntansi Keuangan Mikro, Kecil, Menengah (SAK EMKM) tahun 2020 jenis-jenis pendapatan dibagi menjadi:

1. Penjualan barang dan jasa

Jenis pendapatan ini berupa pendapatan yang timbul dari hasil penjualan barang yang biasanya telah dibeli terlebih dahulu

kemudian dijual kembali dengan penambahan harga sebagai lama bagi penjual dan pendapatan dari penjualan jasa yang timbul atas pelaksanaan tugas atau pekerjaan yang sudah disepakati dan dilakukan dalam waktu atau periode tertentu.

2. Jasa Konstruksi

Jenis pendapatan ini timbul karena adanya kontrak dan biaya kontrak yang berhubungan atas kontrak dari jasa konstruksi meliputi pendapatan dan beban yang nilainya sejumlah tagihan yang tertera.

3. Bunga dan dividen

Pendapatan bunga adalah hasil keuntungan dari penambahan nilai simpanan atau pinjaman nasabah bank ataupun lembaga keuangan lainnya sedangkan pendapatan dividen merupakan pembagian atas laba perusahaan bagi pemegang saham berdasarkan banyak lembar saham yang dimiliki. Pendapatan jenis ini dapat diakui jika pendapatan dalam waktu sebuah periode.

4. Sewa dan royalti

Pendapatan dari sewa merupakan penghasilan perusahaan atau perorangan berupa pemberian jasa berbentuk barang yang disewakan kepada pihak lain dan memberikan harga atas barang tersebut untuk kewajiban atas digunakannya barang sewa sedangkan pendapatan royalti merupakan sejumlah uang

yang wajib dibayarkan atas penggunaan properti, hak paten, hak cipta, dan sumber alam.

5. Hibah

Pendapatan yang diperoleh dari hibah merupakan sebuah penerimaan dalam bentuk uang, barang, jasa, ataupun bentuk surat berharga yang berasal dari pemberi hibah dan dapat dimanfaatkan secara langsung untuk mendukung sebuah kegiatan tugas atau fungsi dari sang penerima hibah atau dapat juga diteruskan kepada perusahaan atau lembaga di bawahnya.

2.1.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan dari kegiatan usaha (Diandrino, 2018) antara lain:

1. Modal

Modal merupakan suatu hal yang penting dan sebagai faktor yang berpengaruh terhadap pendapatan sebuah usaha. Setiap usaha membutuhkan operasional usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Dalam kegiatan penjualan semakin banyak produk maka akan menaikkan keuntungan. Untuk meningkatkan produk yang dijual suatu usaha harus membeli jumlah barang dagangan dalam jumlah besar. Untuk itu ditambahkan tambahan modal untuk membeli barang dagangan.

2. Pendidikan

Pendidikan mempengaruhi pendapatan dari sebuah usaha karena pendidikan tidak saja menambah pengetahuan akan tetapi meningkatkan keterampilan bekerja. Pendidikan dipandang sebagai investasi yang hasilnya akan diperoleh beberapa tahun kemudian dalam bentuk pertambahan hasil kerja.

3. Lama Usaha

Lama usaha berkaitan dengan waktu usaha berjalan, pelaku usaha yang telah menjalankan usahanya dengan waktu yang lama maka pengalaman seorang pengusaha pasti akan lebih dibandingkan usaha yang baru berjalan karena sudah lebih mengerti akan selera dan permintaan konsumen, selain itu mempunyai pengalaman yang akan mempengaruhi terhadap kualitas barang dan pelayanan, maka dari itu lama usaha dapat menjadi faktor yang mempengaruhi pendapatan.

Adapun faktor lain yang mempengaruhi pendapatan dari kegiatan usaha menurut Fitra (2020), yaitu *digital marketing*. *Digital marketing* merupakan pemanfaatan teknologi untuk membantu aktivitas pemasaran termasuk *branding* (pengenalan merek) dengan menggunakan berbagai media digital atau internet yang akan memudahkan bagi para pelaku usaha untuk melebarkan jangkauan pemasaran dan pertukaran informasi, serta menjangkau

konsumen lebih luas lagi. Dengan penerapan *digital marketing* yang tepat dapat mempengaruhi volume jumlah penjualan yang didapatkan sehingga dapat mempengaruhi pendapatan bagi pelaku usaha.

2.1.2 Modal

Menurut ahli ekonomi modal adalah kekayaan perusahaan yang dapat digunakan untuk kegiatan produksi selanjutnya, sedangkan menurut Prawirosentono Suyadi (2002), modal adalah nilai buku dari surat berharga. Modal merupakan kekayaan perusahaan yang dapat menghasilkan keuntungan pada waktu yang akan datang dan dinyatakan dalam nilai uang.

Modal adalah sebagai kolektivitas dari barang-barang modal yang terdapat dalam neraca sebelah debet, yang dimaksud dengan barang-barang modal adalah semua barang yang ada dalam rumah tangga perusahaan dalam fungsi produktivitasnya untuk membentuk pendapatan (Riyanto, 2001). Dengan demikian modal diperlukan untuk aktivitas operasional sehari-hari. Tanpa adanya modal, maka perusahaan tidak dapat menjalankan aktivitas usahanya.

Menurut Atmaja (2002), Modal merupakan dana yang digunakan untuk membiayai pengadaan aktiva dan kegiatan operasi perusahaan. Dari beberapa pengertian modal yang dikemukakan di atas, maka dapat diasumsikan bahwa modal adalah suatu dana yang digunakan atau

dikeluarkan oleh suatu perusahaan dalam membiayai kegiatan operasional perusahaan dalam jangka waktu tertentu.

2.1.2.1 Modal Menurut Sumbernya

Modal menurut sumber asalnya dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Modal Sendiri

Sumber ini berasal dari para pemilik perusahaan atau bersumber dari dalam perusahaan, misalnya penjualan saham, simpanan anggota pada bentuk usaha koperasi cadangan. Kekayaan sendiri ini memiliki ciri yaitu terikat secara permanen dalam perusahaan.

2. Modal asing

Sumber ini berasal dari pihak luar perusahaan, yaitu berupa pinjaman jangka panjang atau pendek. Pinjaman jangka pendek yaitu pinjaman yang jangka waktunya maksimum satu tahun sedangkan pinjaman yang jangka waktunya lebih dari satu tahun disebut kredit jangka panjang. Ciri dari kekayaan asing ini adalah tidak terikat secara permanen atau hanya terikat sementara yang sewaktu-waktu akan dikembalikan lagi kepada yang meminjamkan.

2.1.2.2 Modal Menurut Fungsinya

1. Modal Tetap

Modal tetap digunakan untuk jangka panjang dan digunakan berulang-ulang. Umumnya berumur lebih dari satu tahun. Penggunaan modal ini adalah untuk membeli aktiva tetap seperti, bangunan, mesin, peralatan, kendaraan serta inventaris lainnya. Modal tetap merupakan bagian terbesar komponen pembiayaan suatu usaha dan biasanya dikeluarkan pertama kali saat perusahaan didirikan.

2. Modal Kerja

Modal kerja merupakan kekayaan atau aktiva yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk membiayai kegiatan sehari-hari atau untuk membelanjakan biaya operasional perusahaan yang diharapkan akan kembali dalam jangka waktu pendek melalui penjualan barang-barang, maka uang tersebut akan terus menerus berputar setiap periodenya selama hidup perusahaan. Misalnya membeli bahan baku, perawatan, pemeliharaan, dan pembayaran lainnya.

Terdapat beberapa jenis modal kerja menurut James C. Van Horne (2005), sebagai berikut:

1. Modal kerja permanen (*permanent working capital*) adalah jumlah aktiva lancar yang dibutuhkan untuk memenuhi

kebutuhan minimum jangka panjang perusahaan. Modal kerja ini terdiri dari:

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

2.1.3 Lama Usaha

Lama usaha adalah lamanya pengusaha berkarya pada usaha yang sedang dijalankan saat ini (Asmie P, 2008). Lamanya suatu usaha berjalan dapat melahirkan pengalaman berusaha, dimana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertingkah laku (Sukirno, 2000). Lama usaha menentukan pengalaman, semakin lama usaha maka semakin baik kualitas usaha tersebut. Sejalan dengan itu lamanya usaha seorang pedagang menekuni usahanya maka akan meningkat pola pengetahuannya dan akan berpengaruh pada tingkat pendapatannya (Wicaksono, 2011).

Dari pengertian-pengertian di atas dapat diartikan bahwa semakin lamanya seseorang melakukan usaha dan menekuni bidang usaha perdagangan, maka akan semakin meningkat pula pengetahuan mengenai perilaku konsumen atau perilaku pasar.

2.1.4 Pendidikan

Todaro dan Smith (2011), menyatakan bahwa pendidikan berperan penting dalam mengadopsi teknologi modern dan mengembangkan kapasitas untuk menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan. Pendidikan pada dasarnya adalah usaha sadar manusia dalam mengembangkan kepribadian di dalam maupun di luar sekolah dan berlangsung seumur hidup.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Pendidikan menyatakan pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik dapat mengembangkan potensi dirinya secara aktif agar memiliki kekuatan pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat bangsa dan negara. Pendidikan tersebut dibagi menjadi jalur pendidikan formal dan nonformal. Jalur formal terdiri atas tiga angkatan yaitu pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi.

Kamus Webster's New World Dictionary dalam Julianto (2019), menyatakan pendidikan merupakan sebuah proses pengembangan dan latihan yang mencakup aspek pengetahuan (*knowledge*), keterampilan

(*skill*), dan kepribadian (*character*), terutama yang dilakukan dalam suatu bentuk formula (sekolah) kegiatan pendidikan mencakup proses dalam menghasilkan dan transfer ilmu pengetahuan yang dilakukan oleh individu atau organisasi belajar seperti lembaga-lembaga pemerintah atau swasta, tingkat dasar, menengah, dan pendidikan tinggi.

Pendidikan juga dapat diinterpretasikan sebagai kepentingan peningkatan kualitas fisik dan nonfisik. Secara hipotetik, hubungan ini akan menghasilkan pembahasan perilaku, baik perilaku kesehatan dan habitat lingkungan maupun perilaku bekerja yang dapat meningkatkan produktivitas (Julianto & Utari, 2019).

Menurut undang-undang dan pendapat ahli tersebut, maka dapat dikatakan pendidikan merupakan usaha sadar yang berlangsung seumur hidup dan akan membawa dampak positif terhadap kemampuan para pengusaha UMKM dalam upaya pengembangan usahanya. Pendidikan akan berkaitan dengan pendapatan individu, peningkatan pendidikan menghasilkan tingkat pendapatan yang lebih tinggi di kemudian hari.

2.1.5 Digital Marketing

Digital marketing merupakan segala usaha yang melakukan pemasaran produk atau jasa melalui atau menggunakan media internet. Internet adalah salah satu teknologi yang sangat menguntungkan semua manusia di seluruh dunia karena dapat memberikan informasi dan berkomunikasi, termasuk berbagi informasi produk atau jasa yang dijual.

Morissan A. M. (2008), menyatakan *digital marketing* adalah bagian dari konten promosi, di mana dalam mempromosikan suatu produk atau jasa, produsen memulai kegiatannya dengan membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual, serta memperkenalkan suatu gagasan dari suatu produk yang ingin dipasarkan.

Digital marketing mempunyai arti yang hampir sama dengan pemasaran elektronik (*e-marketing*) dari keduanya memberikan gambaran manajemen dan pelaksanaan pemasaran menggunakan media elektronik, jadi yang dimaksud *digital marketing* yaitu sebuah *channel online* untuk melakukan pemasaran ke pasar (*website*, email, *database*, digital TV, dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk di dalamnya blog, *feed*, *podcast*, dan jejaring sosial) yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mencapai keuntungan serta membangun hubungan dengan pelanggan, dan mengembangkan suatu pendekatan yang terencana untuk meningkatkan pengetahuan tentang konsumen terhadap perusahaan seperti perilaku, nilai, dan tingkat loyalitas terhadap merek produknya, selain itu dapat menyatukan komunikasi yang ditargetkan dengan pelayanan *online* sesuai kebutuhan masing-masing individu atau pelanggan yang spesifik (Nasrulloh, 2020). Maka, *digital marketing* ialah suatu usaha dalam pemanfaatan teknologi dalam membantu suatu aktivitas pemasaran suatu produk atau jasa melalui berbagai inovasi media seperti *website*, email, *database*, digital TV, blog, *feed*, *podcast*, dan jejaring sosial yang bertujuan untuk meningkatkan dan

menciptakan komunikasi sehingga dapat memberikan pengetahuan dan informasi produk atau jasa yang dijual kepada konsumen.

2.1.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah hasil dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang berhubungan dengan permasalahan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Tujuan dari diperlihatkannya penelitian terdahulu adalah untuk membandingkan dan memperkuat atas hasil analisis yang akan dilakukan. Ringkasan penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dapat dilihat pada tabel 2.1 di bawah ini:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul/Penelitian	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1.	Nurlaila Hanum (2017), Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang.	Modal, Lama Usaha, Pendapatan	Jam Kerja	Modal, jam kerja, dan lama usaha memberikan pengaruh positif terhadap pendapatan pedagang kaki lima di Kota Kuala Simpang.	Jurnal Samudra Ekonomika E-ISSN: 2549-4104 P-ISSN: 2685-4287
2.	Rasya Hasna S, Bagus Kusuma A (2021), Pengaruh Modal, Lama Usaha, dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Mijen Semarang.	Modal, Lama Usaha, Pendapatan	Lokasi	Modal, lama usaha, dan lokasi usaha memberikan pengaruh positif terhadap pendapatan pedagang.	Jurnal Dharma Ekonomi ISSN: 0853-5205
3.	Anak Agung R, Ida Bagus D (2017), Pengaruh Modal,	Modal, Lama Usaha	Tenaga Kerja, Industri	Modal, tenaga kerja, dan lama usaha berpengaruh positif	E-Jurnal Ekonomi Pembangunan

No.	Judul/Penelitian	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Tenaga Kerja, dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Pengrajin Industri Kerajinan Anyaman di Desa Bona Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar.		Kerajinan anyaman	dan signifikan secara simultan maupun parsial terhadap pendapatan sedangkan tenaga kerja tidak berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap pendapatan.	an Universitas Udayana ISSN: 2303-0178
4.	Risma Dyah A, M. Faisal A (2021), Pengaruh Modal, Upah Tenaga Kerja, dan Bahan Baku terhadap Pendapatan Industri Kerupuk.	Modal, Pendapatan	Upah Tenaga Kerja, Bahan Baku, Industri kerupuk	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel modal, upah tenaga kerja, dan bahan baku terhadap pendapatan industri kerupuk di Kecamatan Ngantru Kabupaten Tulungagung.	Jurnal Ilmu Ekonomi ISSN: 2716-4799
5.	Danang Faizal F (2018), Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, dan Sikap Kewirausahaan terhadap Pendapatan Pengusaha Lanting di Lemah Duwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen.	Modal, Lama Usaha	Sikap Kewirausahaan	Secara parsial dan simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel modal, lama usaha, dan sikap kewirausahaan terhadap pendapatan pengusaha lanting.	Jurnal Pendidikan dan Ekonomi ISSN: 2549-5771
6.	Yuniarum Fatin Laili, Achma Hendra Setiawan (2020), Analisis	Pendapatan, Modal, Pendidikan	Tenaga Kerja, Jam Kerja	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel modal,	Diponegoro <i>Journal of economics</i>

No.	Judul/Penelitian	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Sentra Batik di Kota Pekalongan.			tenaga kerja, pendidikan, dan jam kerja terhadap pendapatan sentra UMKM batik di Kota Pekalongan. Variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi pendapatan UMKM sentra batik di Kota Pekalongan	ISSN: 2337-3814
7.	Syifa Budi Pratiwi (2019), Pengaruh Pinjaman Modal, Lokasi Usaha, dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Usaha Mikro (Studi Kasus Kawasan Kelurahan Bangka Jakarta Selatan).	Lama Usaha, Pendapatan	Pinjaman Modal, Lokasi Usaha	Menunjukkan variabel pinjaman modal, lokasi usaha, dan lama usaha secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan usaha mikro di Kawasan Kelurahan Bangka, Jakarta Selatan.	Repository Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
8.	Ni Putu Ria Sasmitha, A. A Ketut Ayuningsasi (2017), Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pengrajin pada Industri Kerajinan Bambu di Desa Belega Kabupaten Gianyar.	Pendapatan, Modal	Jenis Kelamin, Usia,	Jam kerja, jenis kelamin, usia, dan modal berpengaruh signifikan secara parsial jam kerja dan modal berpengaruh positif dan signifikan. Secara parsial jenis kelamin memiliki pengaruh terhadap pendapatan. Sementara itu, secara parsial usia berpengaruh negatif dan signifikan	E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana ISSN: 2303-0178

No.	Judul/Penelitian	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
				terhadap pendapatan pengrajin pada industri kerajinan bambu di Desa Belega Kabupaten Gianyar. Ada perbedaan pendapatan yang diperoleh oleh pekerja laki-laki dan perempuan.	
9.	Tri Utari, Putu Martini Dewi (2014), Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan dan Teknologi terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat.	Modal, Pendapatan, Tingkat Pendidikan	Teknologi	Modal, tingkat pendidikan, dan teknologi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap pendapatan UMKM di kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat.	E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana ISSN: 2303-0178
10.	Rendy Wandra (2022), Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada UMKM di Kecamatan Pesisir Tengah Kabupaten Pesisir Barat)	<i>Digital Marketing</i> , Pendapatan		<i>Digital marketing</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kecamatan Pesisir Tengah Kabupaten Pesisir Barat secara langsung.	Repository Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
11.	Adella Putri, Muhammad Arif (2023), Pengaruh	<i>Digital Marketing</i>	Inovasi Produk	<i>Digital marketing</i> dan inovasi produk secara simultan	Jurnal Ekonomi dan

No.	Judul/Penelitian	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	<i>Digital Marketing</i> dan Inovasi Produk terhadap Pendapatan			memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan.	Ekonomi Syariah E-ISSN: 2599-3410 P-ISSN: 2614-3259

2.2 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono, (2016) menyatakan bahwa kerangka berpikir adalah model konseptual mengenai bagaimana teori hubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Menurut Nurdin, (2019) menyatakan bahwa kerangka berpikir atau kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi, dan kajian kepustakaan. Oleh karena itu kerangka berpikir berisikan teori, dalil atau konsep-konsep yang akan dijadikan dasar penelitian.

Dapat disimpulkan kerangka ini adalah konsep untuk mengungkapkan dan menentukan persepsi dan ketertarikan antar variabel yang akan diteliti dengan teori yang ada. Merujuk pada teori yang ada, maka garis besar dari penelitian ini adalah melihat pengaruh antara modal, lama usaha, pendidikan, dan *digital marketing* terhadap pendapatan pelaku UMKM di Sentra Industri Kulit Sukaregang Kabupaten Garut.

2.2.1 Hubungan antara Modal dengan Pendapatan

Modal dibutuhkan oleh setiap usaha untuk menjalankan usahanya, tanpa adanya modal kebutuhan operasional usaha tidak dapat terpenuhi sehingga berpengaruh terhadap kelancaran suatu usaha dan akan mempengaruhi pendapatan yang akan di dapat. Menurut Agyapong (2010), Modal mempengaruhi peningkatan jumlah barang atau produk yang dihasilkan sehingga akan meningkatkan pendapatan. Besar kecilnya modal yang dimiliki oleh pelaku usaha dapat mempengaruhi pendapatan yang diterima, semakin besar modal yang dimiliki akan membuka peluang bagi para pelaku usaha UMKM untuk meningkatkan produk usahanya serta memperbesar skala usahanya sehingga akan meningkatkan pendapatan yang diperoleh.

Hal tersebut didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan (Wicaksono, 2011), yang menyatakan bahwa faktor modal memberikan pengaruh yang signifikan terhadap suatu usaha. Sejalan dengan penelitian (Hanum, 2017), menyatakan bahwa modal berpengaruh positif terhadap pendapatan. Dengan demikian modal memiliki hubungan positif terhadap pendapatan.

2.2.2 Hubungan antara Lama Usaha dengan Pendapatan

Lama usaha dapat diartikan sebagai lamanya waktu yang telah dijalani perusahaan dalam mengelola usahanya. Jangka waktu yang lama akan memberikan jam terbang bagi pengusaha dalam melakukan usahanya, dengan demikian pengusaha akan mendapatkan pengetahuan,

pengalaman, dan relasi dalam berwirausaha sehingga dapat mempengaruhi pendapatan. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Asmie (2008) dan Firdausa (2013), menunjukkan bahwa lama usaha memiliki pengaruh besar terhadap pendapatan pedagang. Semakin lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya, maka akan mempengaruhi produktivitasnya (kemampuan profesionalitas atau keahliannya).

Faktor lama usaha juga mempengaruhi pendapatan karena semakin lama seseorang menjalankan usahanya maka akan semakin matang dan memiliki strategi yang tepat dalam mengelola, memproduksi, dan memasarkan produknya karena pelaku usaha memiliki pengalaman, pengetahuan sehingga mampu membuat keputusan di berbagai kondisi dan keadaan. Selain itu seseorang yang sudah lama berbisnis akan memiliki relasi atau pelanggan tetap yang akan menambah penjualan sehingga meningkatnya pendapatan. Hal ini didukung dengan penelitian (Artianto, 2010) yang menyatakan bahwa lama usaha mempunyai pengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang, sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Narizki & Ardi, 2021), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan lama usaha terhadap pendapatan. Dengan demikian lama usaha memiliki hubungan positif terhadap pendapatan.

2.2.3 Hubungan antara Pendidikan dengan Pendapatan

Pendidikan pelaku usaha akan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan dengan asumsi dasar *human capital* yang dikatakan oleh Simanunjak (2001), menyatakan bahwa seseorang dapat meningkatkan penghasilan melalui peningkatan pendidikan. Dengan semakin tinggi tingkat pendidikan maka akan semakin meningkat juga penghasilannya yang bisa dilihat dari kemampuan menghasilkan barang dan jasa. Oleh karena itu modal manusia yaitu berupa pengetahuan tidak akan timbul dengan sendirinya tanpa adanya suatu proses kegiatan investasi di dalam pendidikan baik secara formal maupun nonformal. Melalui pendidikan, pelaku UMKM dapat mengembangkan potensi minat wirausaha yang mereka miliki.

Jika seorang pengusaha memiliki pendidikan yang cukup maka seseorang tersebut akan memiliki strategi yang baik dalam mencari target pasar, selain itu dapat memiliki cara untuk mengembangkan suatu inovasi agar lebih kreatif dalam penyediaan produknya sehingga semakin banyak inovasi yang dikembangkan maka akan semakin banyak menghasilkan produk yang lebih kreatif dan berkualitas. Hal tersebut membuat pendidikan tidak hanya memberikan pengetahuan dalam pelaksanaan kerja, akan tetapi sebagai landasan untuk dapat mengelola pendapatan usaha dengan efektif dan efisien.

Hal tersebut dikuatkan oleh penelitian Imtihan & Nazaruddin (2018), yang menyatakan bahwa pendidikan memberikan kontribusi signifikan

terhadap pendapatan UMKM, sejalan dengan penelitian D. Julianto & Utari (2019), menyatakan bahwa pendidikan berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM. Dengan demikian pendidikan memiliki hubungan positif terhadap pendapatan.

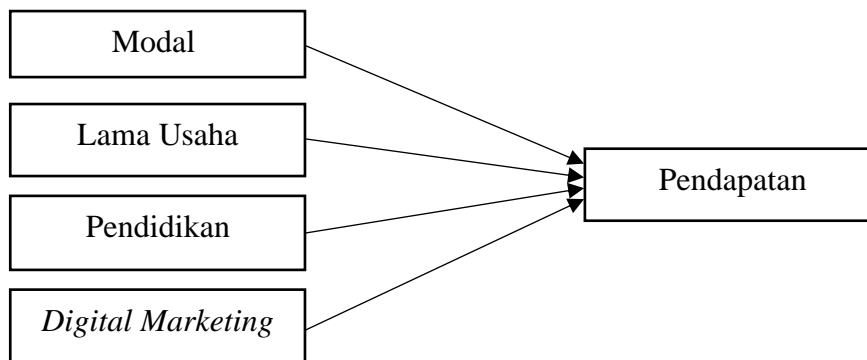
2.2.4 Hubungan antara *Digital Marketing* dengan Pendapatan

Digital Marketing adalah pemanfaatan teknologi digital dalam dunia usaha khususnya pada bidang pemasaran dan promosi. Seperti yang dikemukakan oleh Rendy (2022), yang menyatakan bahwa *digital marketing* merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk pemasaran dengan menggunakan perangkat yang terhubung dengan internet dengan beragam strategi dan media digital sehingga dapat berkomunikasi dengan calon konsumen melalui saluran komunikasi *online*.

Penelitian yang dilakukan oleh Gumilang (2019), menunjukkan hasil bahwa *digital marketing* berpengaruh signifikan dan menyatakan *digital marketing* sebagai media yang paling baik sebagai sarana promosi yang paling efektif dan efisien. Serta diperkuat dengan penelitian Jasri et al., (2022), menyatakan bahwa *digital marketing* memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM

Dengan melakukan *digital marketing* diharapkan dapat menjangkau konsumen lebih luas lagi tanpa adanya batasan dan mampu menghemat biaya pemasaran serta tenaga kerja sehingga mampu mengurangi biaya operasional dan meningkatkan pendapatan usahanya. Dengan demikian *digital marketing* memiliki hubungan positif terhadap pendapatan.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian tentang “pengaruh modal, lama usaha, pendidikan, dan *digital marketing* terhadap pendapatan pelaku UMKM di Sentra Industri Kulit Sukaregang Kabupaten Garut”, digambarkan dengan gambar skema berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2016).

Setelah melihat secara teori dan penelitian hasil sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis:

- 1 Diduga secara parsial modal, lama usaha, pendidikan, dan *digital marketing* berpengaruh positif terhadap pendapatan pelaku UMKM di Sentra Industri Kulit Sukaregang Kabupaten Garut.
- 2 Diduga secara bersama-sama modal, lama usaha, pendidikan, dan *digital marketing* berpengaruh terhadap pendapatan pelaku UMKM di Sentra Industri Kulit Sukaregang Kabupaten Garut.