

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Teori Aplikasi Pesan Antar**

###### **a. Pengertian Aplikasi Pesan Antar**

Aplikasi pesan antar adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk memesan makanan dari restoran atau bisnis makanan lain dan mengantarkannya ke Alamat yang ditentukan. Aplikasi ini umumnya diakses melalui perangkat seluler dan menyediakan layanan pemesanan yang cepat, praktis, serta dapat dilakukan kapan dan dimana saja. Aplikasi ini termasuk dalam kategori e-commerce berbasis layanan yang menghubungkan konsumen dengan penyedia layanan melalui platform digital.<sup>7</sup>

Aplikasi pesan antar termasuk dalam model bisnis on-demand, yaitu layanan berbasis permintaan real-time yang memungkinkan konsumen mendapatkan produk atau jasa dengan cepat dan efisien melalui platform digital.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Laudon, Kenneth C., dan Jane P. Laudon. *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*. Edisi ke -16. Pearson, 2020.

<sup>8</sup> Sangeet Paul Choudary, *Skala Platform: Bagaimana Model Bisnis yang Muncul Membantu startup Membangun Kerajaan Besar dengan Investasi Minimum* (Singapura: Platform Thinking Labs, 2015).

Beberapa contoh aplikasi pesan antar yang populer atau sering digunakan di Indonesia meliputi GoFood, GrabFood, ShoppeFood, serta berbagai aplikasi local atau buatan daerah.<sup>9</sup>

#### **b. Fitur Utama Aplikasi Pesan Antar**

##### **1. Pemesanan online**

Konsumen dapat memesan makanan secara langsung dari berbagai pilihan mitra UMKM.

##### **2. Pembayaran digital**

Transaksi dilakukan melalui wallet, transfer bank, kartu debit/kredit atau tunai.

##### **3. Layanan pengantaran**

Makanan dikirim ke alamat pembeli oleh mitra kurir.

##### **4. Ulasan dan rating**

Konsumen bisa memberikan review yang membantu pelaku usaha memperbaiki layanan.

##### **5. Promo dan diskon**

Tersedia fitur untuk menampilkan harga diskon, cashback dan potongan ongkos kirim..<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Prasetyo, M. A., & Hidayatullah, A. R. (2021). " Perkembangan Aplikasi Pesan Antar dan Pengaruhnya terhadap Perilaku Konsumen." *Jurnal Ilmu Komputer dan teknologi Informasi*, 10 (1), 45-52.

<sup>10</sup> Hidayat, R., & Pratama, A. (2021). *Analisis Pengaruh Fitur Aplikasi Gofood terhadap Loyalitas konsumen di Kota Surabaya*.

### c. Manfaat Aplikasi Pesan Antar

Manfaat utama dari aplikasi pesan antar antara lain:

1) Memperluas Jangkauan Pasar

UMKM dapat menjangkau pelanggan di luar wilayah fisik tempat usaha, sehingga meningkatkan potensi penjualan.

2) Meningkatkan Visibilitas Usaha

Dengan masuk dalam platform digital, UMKM dapat lebih dikenal masyarakat luas.

3) Meningkatkan Pendapatan

Jika dikelola dengan baik, aplikasi ini dapat meningkatkan volume transaksi harian UMKM.

4) Efisiensi Operasional

Pengantaran diatur oleh aplikasi, sehingga pelaku usaha dapat fokus pada produksi makanan.<sup>11</sup>

5) Data Penjualan Real-TimePelaku

UMKM bisa melihat performa penjualan, jam ramai, dan menu favorit berdasarkan laporan aplikasi.

---

<sup>11</sup> Fibriana, N., & Cahyadi, A. (2022). "Analisis Manfaat dan Risiko Layanan Pesan Antar Makanan Secara Online." *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 10 (3), 125-134.

#### **d. Penerapan Aplikasi Pesan Antar**

Penerapan konsep Aplikasi Pesan Antar pada ekonomi adalah sebagai berikut:

##### **1) Transformasi Model Bisnis**

Aplikasi pesan antar mendigitalisasikan proses transaksi antara produsen dan konsumen, sehingga mempercepat laju ekonomi digital. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), restoran local, dan toko ritel kini dapat menjangkau pelanggan lebih luas tanpa harus memiliki tempat fisik yang besar. Menurut World Bank (2021), digitalisasi layanan seperti pesan antar membantu meningkatkan inklusi ekonomi.

##### **2) Mendorong Ekonomi Kreatif dan UMKM**

Aplikasi pesan antar memudahkan pelaku UMKM dalam menjual produk mereka tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk pemasaran dan distribusi. Banyak UMKM makanan, kerajinan, dan layanan local yang berkembang karena bisa langsung terkoneksi dengan pelanggan melalui aplikasi.

##### **3) Peluang Kerja Baru**

Aplikasi pesan antar juga membuka lapangan kerja baru, seperti kurir, driver, customer support, dan pengelola digital. Munculnya pekerjaan berbasis platform ini berkontribusi pada pengurangan

pengangguran, meskipun masih menjadi bahan perdebatan terkait sistem kerja freelance dan perlindungan tenaga kerja.<sup>12</sup>

**e. Indikator Aplikasi Pesan Antar**

1) Fitur Layanan

Aplikasi yang menawarkan berbagai fitur, seperti notifikasi, pilihan pembayaran, dan pelacakan pesanan, akan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengguna.

2) Kepuasan Pelanggan

Indikator ini mencerminkan tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi secara keseluruhan, termasuk kualitas layanan, fitur, dan kecepatan pengiriman.

3) Loyalitas Pelanggan

Pelanggan yang loyal akan Kembali menggunakan aplikasi secara berkala. Ini menunjukkan bahwa aplikasi telah berhasil memberikan pengalaman yang positif.<sup>13</sup>

**f. Tantangan bagi UMKM dalam Menggunakan Aplikasi Pesan Antar**

1) Biaya komisi tinggi

Komisi bisa mencapai 20-30% dari harga jual makanan.

2) Persaingan yang ketat

---

<sup>12</sup> Latifah, & Adam, M. (2021). *Aplikasi Sistem Layanan Pesan Antar Online Berbasis Web Pada Sebuah Rumah Makan Eatlt*. Jurnal Ilmiah Komputasi, 20(2), 269-274.

<sup>13</sup> Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2 (2).

Banyak usaha serupa bersaing di satu aplikasi, sehingga harus pintar menyusun strategi promosi.

3) Ketergantungan pada aplikasi

Beberapa UMKM menjadi sangat tergantung pada traffic aplikasi dan kurang membangun pelanggan tetap sendiri.

4) Keterbatasan teknologi

UMKM yang belum melek digital sering kesulitan menggunakan mengelola pesanan yang masuk.

5) Kualitas produk dan layanan

Tantangan menjaga kualitas makanan saat pengantaran agar tidak mengecewakan konsumen.<sup>14</sup>

**g. Aplikasi Pesan Antar sebagai Inovasi digital**

Aplikasi pesan antar merupakan bagian dari inovasi digital yang berkembang pesat dalam dekade terakhir. Dengan mengintegrasikan teknologi informasi ke dalam proses jual beli, aplikasi ini memungkinkan konsumen untuk memesan produk tanpa harus datang langsung ke tempat usaha. Bagi pelaku UMKM, inovasi ini membuka peluang baru dalam menjangkau konsumen yang lebih luas, memperluas cakupan pemasaran, dan meningkatkan efisiensi operasional.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Mulyani, S. (2021). Digitalisasi UMKM: Peluang dan Tantangan di Era Ekonomi Platform. Jakarta: Gramedia.

<sup>15</sup> Putra, K. A.D., Hidayatullah, F., & Farida, N. (2020). *Mediatisasi layanan pesan antar makanan di Indonesia melalui aplikasi Gofood*. Islamic Communication Journal, 5(1), 114-124.

Peran aplikasi pesan antar juga semakin penting di era pascapandemi, dimana konsumen cenderung memilih layanan berbasis digital. Dengan adanya aplikasi ini, UMKM dapat mengurangi biaya promosi dan distribusi, serta mempercepat proses transaksi. Lebih jauh lagi, data yang terkumpul dari aplikasi juga dapat digunakan oleh pelaku usaha untuk menganalisis preferensi konsumen dan mengatur strategi bisnis yang lebih tepat.

## **2. Teori Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

### **a. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usah produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi. Pada saat ini UMKM berperan dalam memperluas lapangan kerja dan memberikan berbagai pelayanan ekonomi kepada Masyarakat serta dapat meningkatkan pendapatan. UMKM memiliki peranan penting dalam perekonomian suatu negara karena menjadi tulang punggung dalam menciptakan lapangan kerja dan pemerataan kesejahteraan masyarakat.<sup>16</sup>

Selain itu UMKM juga mampu menciptakan kreatifitas dan inovasi yang sejalan dengan usaha dalam mempertahankan dan mengembangkan produk yang dihasilkan. UMKM menjadi salah satu penopang utama perekonomian nasional dan harus mendapat kesempatan, dukungan,

---

<sup>16</sup> Henri Slat, Harga Pokok, and Henri Slat Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Sam ratulangi Manado, "Analisis Harga Pokok Produk Dengan Metode Full Costing Dan Penentuan Harga Jual."

perlindungan, dan pengembangan dalam bentuk keterkaitan yang tetap dengan kelompok usaha ekonomi nasional.<sup>17</sup>

Menurut UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang dimaksud dengan:

- 1) Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah swasta dan usaha produktif yang dimiliki oleh badan ekonomi perseorangan dan yang memenuhi kriteria UMKM yang ditetapkan dalam undang-undang ini.
- 2) Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan ekonomi produktif mandiri yang dilakukan oleh perseorangan atau badan hukum yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau sebagian secara langsung atau secara tidak langsung. Perusahaan besar yang memenuhi kriteria usaha kecil yang ditentukan dalam undang-undang ini.
- 3) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan orang perseorangan atau perusahaan komersial yang tidak dimiliki langsung atau tidak langsung dikendalikan oleh anak perusahaan yang dimiliki, dikendalikan atau anak perusahaan dari perusahaan besar dengan jumlah kekayaan bersih atau pendapatan penjualan tahunan menurut undang-undang ini.
- 4) Usaha besar adalah kegiatan ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha yang kekayaan bersih atau pendapatan penjualannya

---

<sup>17</sup>Silitonga and Salman, "Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Sayuran Organik Di Pasar Modern Kota Pekanbaru."

melebihi usaha menengah, termasuk badan usaha milik negara atau swasta usaha patungan dan kegiatan ekonomi Indonesia.

- 5) Dunia usaha adalah usaha mikro kecil dan menengah yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berlokasi di Indonesia.<sup>18</sup>

Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah merupakan usaha yang dapat memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat. Dalam hal ini secara keseluruhan dapat berperan dan berproses pemerataan dan pertumbuhan ekonomi, mempromosikan dan berpartisipasi dalam mencapai stabilitas nasional

Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional yang harus diberi peluang, dukungan, perlindungan dan pengembangan sebaik mungkin sebagai bentuk kelompok ekonomi masyarakat tanpa melupakan peranan usaha besar dan perusahaan milik negara (BUMN). Dalam rangka meningkatkan keterampilan dan peranan serta kelembagaan UMKM dalam perekonomian nasional otoritas harus dilakukan oleh Badan Eksekutif, pemerintah daerah, komunitas bisnis dan masyarakat secara keseluruhan, komperensif, sinergis dan berkelanjutan.

---

<sup>18</sup> Miftahul - Jannah, "E-Commerce Based Sales Application To Increase Profit During Covid19 in Furniture Stores," *Journal of Informatics and Telecommunication Engineering* 5, no. 2 (2022): 276–85, <https://doi.org/10.31289/jite.v5i2.6042>

Ada beberapa usaha kuliner yang sangat bervariasi karena kekayaan budaya, bahan pangan lokal, dan preferensi konsumen yang terus berkembang. Berikut beberapa variasi usaha kuliner yang berkembang:

1) Kulineran Tradisional

Usaha ini mencakup berbagai jenis makanan khas daerah yang memiliki cita rasa unik dan kearifan local. Warung makan tradisional, salah satu menyajikan makanan khas dari berbagai daerah diantaranya gudeg dari Yogyakarta, rendang dari Padang, rawon dari Surabaya dan coto dari Makassar.

2) Kuliner Modern

Selain kuliner tradisional, perkembangan dunia kuliner juga mencakup kategori kuliner modern yang kini semakin menjamur, khususnya di kota-kota besar. Kuliner modern biasanya hadir dengan konsep yang lebih kekinian dan menyasar generasi muda. Salah satunya adalah kafe dan coffe shop yang lengkap dengan menu kopi susu kekinian dan dessert khas Korea yang digemari banyak kalangan.

3) Kuliner Jalanan

Kuliner jalanan atau street food tetap memiliki tempat khusus dihati masyarakat. Makanan yang diujakan melalui gerobak atau kaki lima seperti nasi goreng, sate, bakso, siomay, dan tahu gejrot masih menjadi favorit banyak orang. Bahkan, kini banyak pelaku usaha kuliner jalanan yang berinovasi dengan menghadirkan sistem kemasan yang menarik agar tampak lebih modern dan professional.

#### 4) Kuliner Rumahan

Kuliner rumahan menjadi salah satu bentuk usaha kuliner yang terus berkembang di tengah masyarakat. Usaha ini umumnya memproduksi makanan ringan salah satunya keripik, sambal kemasan, kue kering, hingga frozen food buatan rumahan yang dipasarkan secara online. Modal usaha ini sangat diminati karena bisa dijalankan dari rumah dengan modal relatif kecil namun memiliki potensi pasar yang luas. Banyak pelaku UMKM kuliner yang memanfaatkan media social dan marketplace untuk menjangkau konsumen secara lebih efektif dan efisien.

#### 5) Kuliner Berbasis Online

Seiring perkembangan teknologi, hadir pula kuliner berbasis online yang mengandalkan sistem pemesanan digital melalui aplikasi salah satunya GoFood dan ShoppeFood. Diantara bentuknya adalah dapur bersama, dimana para pelaku usaha bisa memproduksi makanan tanpa harus memiliki tempat makan fisik. Model ini sangat efektif untuk menekan biaya operasional, karena fokus utama berada pada produksi dan distribusi makanan melalui platform digital. Kemudahan akses dan efisiensi biaya menjadikan kuliner berbasis online semakin populer, khususnya di kalangan generasi muda.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Suyana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.

### **b. Tujuan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Dalam Bab II Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berusaha untuk tumbuh dan mengembangkan usahanya dan membangun ekonomi berbasis demokrasi ekonomi. Tujuan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah:

- 1) Terwujudnya sebuah keseimbangan struktur perekonomian nasional, perekonomian berkembang dan perekonomian yang adil.
- 2) Membangkitkan dan mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk menjadi usaha yang kuat dan berdiri sendiri.
- 3) Memperkuat peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam membangun daerah, membangun lapangan pekerjaan, kesetaraan pendapatan, pertumbuhan pada ekonomi dan membantu mengatasi kemiskinan.<sup>20</sup>

### **c. Kriteria Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah (UMKM)**

Menurut Pasal 6 UU No.20 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM dalam bentuk permodalan adalah sebagai berikut:

- 1) Kriteria Usaha Mikro adalah memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan

---

<sup>20</sup> Fadhilah, "Analisis E-Commerce Sebagai Ekonomi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Kota Medan Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Umkm Di Kota Medan)."

bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

- 2) Kriteria Usaha Kecil adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- 3) Kriteria Usaha Menengah adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).<sup>21</sup>

Kriteria usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) berdasarkan pengembangan, pengelompokan UMKM dengan beberapa kriteria, yaitu :

- a) Livelihood Activities (Aktivitas mata pencaharian), adalah usaha kecil dan menengah yang digunakan sebagai kesempatan untuk mencari mata pencaharian, lebih dikenal dengan sektor informal.

---

<sup>21</sup> H. Saragih, "Analisis Strategi Penetapan Harga Dan Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Nutricia Indonesesia Sejahtera Medan," *Jurnal Ilmiah Methonomi* 1, no. 2 (2015): 197048.

- b) Micro Enterprise (Perusahaan Mikro), adalah usaha kecil dan menengah yang memiliki sifat seorang pengrajin, tetapi belum memiliki kualitas seorang pengrajin kewiraswastaan.
- c) Small Dynamic (Dinamis Kecil), adalah usaha kecil yang sudah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- d) Fast Moving Enterprise (Perusahaan yang bergerak Cepat), adalah Usaha Kecil Menengah yang sudah memiliki jiwa wirausaha dan berniat melakukannya menjadi perusahaan besar.<sup>22</sup>

**d. Peran UMKM dalam Perekonomian**

UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi nasional, antara lain:

1. Menyerap tenaga kerja UMKM menyerap lebih dari 90% tenaga kerja di Indonesia dan menjadi sumber mata pencarian utama bagi masyarakat.
2. Meningkatkan pendapatan masyarakat UMKM membantu distribusi pendapatan masyarakat melalui kegiatan ekonomi lokal.
3. Menumbuhkan kewirausahaan Mendorong masyarakat untuk memulai usaha secara mandiri, khususnya di sektor informal.
4. Penggerak ekonomi daerah UMKM berkembang hampir seluruh wilayah Indonesia dan menjadi penggerak ekonomi lokal, termasuk kecamatan dan desa.

---

<sup>22</sup> Maryama, "Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha."

5. Fleksibel terhadap perubahan ekonomiUMKM dinilai lebih tangguh saat terjadi krisis karena bersifat fleksibel dan cepat beradaptasi.<sup>23</sup>

**e. Kelebihan Usaha Mikro Kecil Menengah**

- 1) Mudah mulai salah satu kelemahan usaha berskala besar adalah membutuhkan modal besar, namun usaha kecil dan menengah tidak demikian.
- 2) Lebih cepat untuk melakukan inovasi sistem Usaha Kecil dan menengah memang lebih cenderung sangat mudah, terutama operasionalnya dengan begitu para pelaku Usaha Kecil Menengah bahkan lebih cepat untuk memikirkan dan membuat sebuah ide-ide baru.
- 3) Lebih fokus Usaha Kecil Menengah lebih bebas berkreasi dan berproduksi sebisa pelaku atau pelaku inginkan jika perusahaan besar, tentu mereka akan lebih bergantung pada permintaan pasar atas barang apa yang akan diproduksi.
- 4) Lebih flexible soal operasional yang sering kali hanya dikelola oleh sedikit orang sehingga dalam pengambilan Keputusan terkait usaha yang dijalankan sering kali dapat diambil dengan cepat.
- 5) Mencetak lapangan kerja lebih banyak oleh karena sistem operasional yang lebih mudah dilakukan, membuat UMKM berkembang lebih cepat disbanding jenis usaha lain.

---

<sup>23</sup> Tambanun, T.H. (2019). *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.

**f. Kekurangan Usaha Mikro Kecil Menengah**

- 1) Jumlah dana anggaran serta pembiayaan yang cenderung kecil kelemahan UMKM terletak pada ketersediaan dana berikut anggaran dan pembiayaan yang cenderung kecil.
- 2) Sering kali rentan tekanan dari luar yang harus dirasakan pemilik UMKM. Ada beberapa tekanan dari luar yang biasa mengganggu UMKM sehingga tidak bisa berkembang dengan maksimal.
- 3) Minim tenaga ahli UMKM selain dijalankan oleh sedikit orang juga beberapa diantaranya masih minim tenaga ahli. Hal ini menyebabkan hasil kerja produksi oleh UMKM sendiri kadang menjadi kurang profesional.
- 4) Kapasitas produksi sedikit biasanya tidak sebanyak usaha besar karena tenaga produksi yang terbatas.

**g. Indikator Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

- 1) Jumlah Pesanan  
Frekuensi atau volume pesanan yang masuk melalui aplikasi, yang mencerminkan peningkatan aktivitas penjualan.
- 2) Perluasan basis pelanggan  
Penambahan jumlah pelanggan, khususnya dari wilayah baru atau pelanggan yang sebelumnya tidak terjangkau tanpa aplikasi.

3) Penambahan jam operasional atau produksi

Tanda bahwa usaha mengalami pertumbuhan permintaan, sehingga pemilik memperpanjang waktu buka atau menambah waktu produksi.<sup>24</sup>

**h. Kemitraan Usaha Mikro Kecil Menengah**

- 1) Pemerintah daerah, dunia usaha masyarakat, memfasilitasi, mendukung dan menstimulasi kegiatan kemitraan, yang saling membutuhkan, mempercayai, memperkuat dan menguntungkan.
- 2) Kemitraan Usaha Mikro Kecil Menengah dan kemitraan antara Usaha Mikro Kecil Menengah dengan usaha besar mencakup proses alih keterampilan dibidang produksi dan pengolahan, pemasaran, permodalan sumber daya manusia dan teknologi.
- 3) Menteri-menteri teknis mengatur pemberian insentif kepada Usaha Besar yang melakukan kemitraan dengan Usaha Mikro Kecil Menengah melalui inivasi dan pengembangan produk berorientasi ekspor, penyerapan tenaga kerja, penggunaan teknologi tepat guna dan ramah lingkungan, serta menyelenggarakan Pendidikan dan pelatihan.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Tambanun, Tulus. (2012). *"Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting"*. Jakarta: LP3ES.

<sup>25</sup> Tambanun . (2017). *"Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting"*. Jakarta: LP3ES.

### **i. Tantangan Usaha Mikro Kecil Menengah**

#### **1) Akses pembiayaan terbatas**

Banyaknya UMKM yang belum memiliki akses ke pinjaman perbankan karena kurangnya jaminan dan dokumen formal.

#### **2) Keterbatasan SDM dan Teknologi**

Minimnya pelatihan dan literasi digital membuat UMKM sulit beradaptasi dengan perubahan teknologi.

#### **3) Persaingan pasar yang ketat**

UMKM harus bersaing dengan usaha skala besar maupun produk impor.

#### **4) Kurangnya inovasi produk dan promosi**

Banyak UMKM yang belum maksimal dalam memanfaatkan media social untuk promosi.<sup>26</sup>

### **j. Faktor-Faktor Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

#### **1) Faktor internal**

a) Kurangnya permodalan-permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha.

b) Sumber daya manusia yang terbatas, keterbatasan SDM usaha kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan

---

<sup>26</sup> Tambunan, Tulus. (2012). *“Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting”*.

keterampilannya sangat berpengaruh pada pengolahan manajemen pengelolaan usahanya.

- c) Lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi usaha kecil, jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi rendah maka produk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif.

## 2) Faktor eskternal

- a) Iklim usaha belum sepenuhnya kondusif dengan kebijaksanaan pemerintah menumbuh kembangkan usaha kecil dan menengah.
- b) Terbatasnya sarana dan prasarana usaha, kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki juga tidak cepat berkembang dan kurang mendukung kemajuan usaha.
- c) Terbatasnya akses pasar, akan menyebabkan produk yang dihasilkan tidak dapat dipasarkan secara kompetitif baik pasar nasional maupun internasional.

## 3. Teori Pendapatan

### a. Definisi, Konsep, karakteristik dan Jenis Pendapatan

#### 1) Definisi Pendapatan

Pendapatan merupakan faktor penting bagi setiap manusia di dunia ini, pendapatan sangat berpengaruh bagi keseluruhan hidup suatu usaha. Kemampuan suatu usaha untuk sangat berpengaruh dengan seberapa besar pendapatan usaha tersebut diperoleh. Dalam kamus besar bahasa

Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya). Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos, dan laba.<sup>27</sup>

Menurut Abdullah (2019) pendapatan dibagi menjadi dua yaitu pendapatan perorangan dibedakan atas pendapatan asli dan pendapatan turunan. Pendapatan asli adalah pendapatan yang diterima oleh setiap orang yang langsung turut serta dalam proses produksi barang. Sedangkan pendapatan turunan adalah pendapatan dari golongan penduduk lainnya yang tidak langsung turut serta dalam proses produksi. Pendapatan (income) menurut Reksoprayitni merupakan total uang yang diterima seseorang atau Perusahaan dalam bentuk gaji, upah, sewa bunga dan laba, termasuk juga beragam tunjangan.

John Wild (2017) menjelaskan pendapatan menurut ilmu ekonomi sebagai nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Menurut Zaki Baridwan (2019) dalam buku *Intermediate Accounting*, pendapatan adalah aliran masuk atau kenaikan lain aktiva suatu badan usaha atau pelunasan utang (atau kombinasi dari keduanya) selama suatu periode yang berasal dari

---

<sup>27</sup> Anawati et al., "Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah."

penyerahan atau pembuatan barang, penyerahan jasa, atau dari kegiatan lain yang merupakan kegiatan utama badan usaha.

Sedangkan menurut Boediono, pendapatan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya: <sup>28</sup>

- 1) Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada, hasil-hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian.
- 2) Harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi.
- 3) Hasil kegiatan anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan.

## 2) Konsep Pendapatan

Pendapatan merupakan unsur terpenting dalam sebuah perusahaan karena pendapatan akan menentukan maju mundurnya sebuah perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh pendapatan yang diharapkan karena menggunakan sumber yang ada dalam perusahaan dengan mungkin. Pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. <sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Boediono, Pengantar Ekonomi, (Jakarta: Erlangga, 2002), hal 150

<sup>29</sup> I Ghozali, "Structural Equation Modelling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)," Edisi 4 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014).

Pendapatan adalah suatu yang sangat penting dalam setiap perusahaan. Tanpa adanya pendapatan mustahil akan didapat penghasilan atau earnings. Pendapatan adalah hasil yang timbul dari aktivitas perusahaan yang biasa dikenal atau disebut penjualan, penghasilan jasa (fees), bunga deviden, loyalty dan sewa. Pendapatan selain itu juga dapat didefinisikan sebagai penghasilan dari usaha pokok perusahaan atau penjualan barang atas jasa diikuti biaya-biaya sehingga diperoleh laba kotor.

### **3) Karakteristik Pendapatan**

Setiap jenis pendapatan yang dimiliki Perusahaan berbeda-beda, akan tetapi dari sudut akuntansi seluruh pendapatan tersebut mulai dari kelompok pendapatan yang berasal dari penjualan suatu barang jadi hingga pendapatan dari penjualan jasa memiliki karakteristik yang sama dengan pencatatannya. Karakteristik pendapatan memiliki dua karakteristik sebagai berikut:

- a) Jika bertambah saldo, dicatat pada bagian kredit. Setiap pencatatan dibagian kredit berarti akan menambahkan saldo pendapatan.
- b) Jika berkurang saldo, dicatat pada bagian debit. Setiap pencatatan dibagian debit berarti akan berkurang saldo pendapatan.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Ibid

Karakteristik pendapatan sebagai berikut:

- 1) Pendapatan akan muncul dari berbagai kegiatan pokok pada perusahaan dalam mencari laba.
- 2) Pendapatan memiliki sifat berulang kegiatan pokok tersebut pada dasarnya berada dibawah kendali manajemen.<sup>31</sup>

#### 4) Jenis-Jenis Pendapatan

Menurut Afzalur Rahman bahwa pendapatan masyarakat dapat digolongkan menjadi dua yaitu :

##### a) Pendapatan Permanen

Pendapatan permanen yaitu pendapatan yang selalu diterima pada periode tertentu dan dapat diperkirakan sebelumnya. Pendapatan permanen dapat disebut juga pendapatan yang diperoleh dari semua faktor yang menentukan kelayakan.

##### b) Gaji dan Upah

Gaji atau upah merupakan imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu, atau satu bulan. Sedangkan dalam islam upah merupakan sejumlah uang yang dibayar oleh orang yang memberi pekerjaan kepada seorang pekerja atas jasanya sesuai perjanjian.<sup>32</sup>

<sup>31</sup> Hery dan Widyawati Lekok. Akuntansi Keuangan Menengah. Jakarta: Bumi Aksara

<sup>32</sup> Deli Deli and Hendro Hendro, "Analisis Efektivitas Video Dokumenter Sebagai Meda Promosi Terhadap Generasi Z Di Batam: Studi Kasus Playstation,"

c) Pendapatan dari Usaha Sendiri

Merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dari biaya-biaya yang dibayar dan usaha ini milik sendiri atau keluarga sendiri, nilai sewa capital milik sendiri dan semua biaya biasanya tidak diperhitungkan.

d) Pendapatan Sementara

Pendapatan sementara merupakan pendapatan yang tidak dapat diperkirakan sebelumnya. Yang termasuk dalam katageri pendapatan ini adalah dana sumbangan, hibah dan lain sebagainya.<sup>33</sup>

**b. Unsur-Unsur Pendapatan**

Didalam unsur-unsur pendapatan yang dimaksudkan adalah asal dari pada pendapatan itu diperoleh, dimana unsur-unsur tersebut meliputi:

- 1) Pendapatan hasil produksi barang atau jasa.
- 2) Imbalan yang diterima atas penggunaan aktiva sumber-sumber ekonomis perusahaan oleh pihak lain.
- 3) Penjualan aktiva diluar barang dagangan merupakan unsur- unsur pandapatan lain-lain suatu pendapatan.<sup>34</sup>

---

*INTECOMS: Journal of Information Technology and Computer Science* 6, no. 1 (2023): 200–213, <https://doi.org/10.31539/intecom.v6i1.5754>.

<sup>33</sup> Shelin Kezia Handoko and Paulina Tjandrawibawa, "Perancangan Aktivasi Iora Creation Untuk Meningkatkan Kesadaran Merek Dan Penjualan," *Jurnal VICIDI* 12, no. 2 (2022): 151–65, <https://doi.org/10.37715/vicidi.v12i2.3383>.

<sup>34</sup> Ni Luh Gde Sari Dewi Astuti, I Gde Dirga Surya Arya Widhyadanta, and Retno Juwita Sari, "Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online," *E-*

### c. Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan

Dalam suatu perkembangan proses usaha, selalu diikuti dengan pendapatan yang akan diperoleh. sehingga terdapat faktor-faktor yang memberikan pengaruh terhadap pendapatan usaha adalah:

#### 1) Modal

Modal adalah semua bentuk kekayaan yang didapat digunakan langsung dalam proses produksi untuk menambah pendapatan. Modal terdiri dari uang atau barang yang bersama faktor produksi tanah dan tenaga kerja yang menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa baru. Modal merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan tinggi rendahnya pendapatan, namun bukan merupakan faktor satu-satunya yang dapat meningkatkan pendapatan. Di dalam usaha modal memiliki hubungan yang sangat kuat dengan berhasilnya tidak suatu usaha yang telah didirikan. Modal dapat dibagi menjadi 2 yaitu:

1. Modal tetap adalah modal yang memberikan jasa untuk proses produksi dan tidak terpengaruh oleh besar kecilnya jumlah produksi.
2. Modal Lancar adalah modal yang hanya memberikan jasa sekali saja dalam proses produksi, bisa dalam bentuk bahan baku dan kebutuhan lainnya sebagai penunjang usaha tersebut.<sup>35</sup>

---

*Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 10, no. 10 (2021): 897, <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p07>.

<sup>35</sup> T Suryani, "Perilaku Konsumen Di Era Internet: Implikasinya Pada Strategi Pemasaran"

## 2) Lama Usaha

Lama usaha menimbulkan suatu pengalaman berusaha, lama usaha merupakan ukuran tentang lama atau masa kerja telah ditempuh seseorang dapat memahami tugas suatu pekerjaan dan melaksanakannya dengan baik. Lamanya seorang pelaku usaha menekuni bidang usahanya akan memberikan pengaruh terhadap kemanapun prosionalnya. Semakin lama seseorang menekuni usahanya maka semakin meningkat pengetahuan tentang selera atau perilaku konsumen.

## 3) Jam Kerja

Jam kerja erat kaitannya dengan pendapatan seseorang. Pada pedagang sektor informal ditentukan dengan kualitas barang dan jasa dagangan yang terjual. Hubungan jam kerja dengan pendapatan didasari dengan teori utilitas yaitu bekerja atau tidak bekerja untuk menikmati waktu luangnya. Bekerja berarti akan menghasilkan upah yang selanjutnya akan menghasilkan pendapatan.

## 4) Jenis Kelamin

Jenis kelamin dapat meningkatkan pendapatan, jenis kelamin didalam usaha berkaitan dengan ketahanan fisik, komunikasi. Laki-laki yang telah menikah produktifitasnya terhadap pekerjaan lebih meningkat, sementara perempuan yang sudah menikah kebanyakan sebagian wilayah dicurahkan untuk mengurus keluarga dirumah. Jenis

kelamin usaha juga berkaitan dengan kelincahan dalam menawarkan maupun berkomunikasi kepada konsumen laki-laki cenderung pasif dari pada perempuan dalam berkomunikasi dengan konsumen.<sup>36</sup>

#### **d. Indikator Pendapatan**

Becker menyatakan bahwa pendapatan sebagian dari keterampilan, pengetahuan, dan pelatihan yang dimiliki seseorang, termasuk akumulasi investasi meliputi aktivitas Pendidikan, training dan lain-lain. Jacobsen menyatakan bahwa dengan meningkatnya pengalaman dan hari kerja akan meningkatkan permintaan dimasa yang akan datang. Menurut Wetik jam kerja meliputi: lamanya seseorang mampu bekerja secara baik, hubungan antara waktu kerja dengan waktu istirahat, jam kerja sehari meliputi: pagi, siang, sore dan malam.

Lamanya seseorang mampu bekerja secara baik pada umumnya 6 sampai 8 jam, sisanya 16-18 jam digunakan untuk keluarga, masyarakat, untuk istirahat dan lain-lain. Jadi satu minggu seseorang bias bekerja biasanya tidak efisien. Akhirnya produktivitas menurun, serta cenderung timbul kelelahan yang tentunya akan berpengaruh dengan hasil pendapatan yang akan didapatnya. Menurut Samuelson, indikator yang dapat memaksimumkan penerimaan pendapatan suatu usaha adalah :

---

<sup>36</sup> D.A Aaker, "Manajemen Ekuitas Merek" (Jakarta: Penerbit Prenhallindo, 1997).

a) Pertumbuhan Omset

Kenaikan total pendapatan kotor yang diperoleh UMKM dalam periode (harian, mingguan, atau bulanan) setelah menggunakan aplikasi pesan antar.

b) Peningkatan Laba Bersih

Kenaikan keuntungan usaha setelah dikurangi biaya operasional, termasuk biaya komisi aplikasi dan biaya promosi.

c) Volume Produksi yang Meningkat

Jumlah barang atau jasa yang diproduksi meningkat karena permintaan yang bertambah, khususnya dari platform pesan antar.<sup>37</sup>

**e. Sumber-Sumber Pendapatan**

Pendapatan merupakan hasil dari aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh individu atau kelompok, baik secara langsung melalui kegiatan usaha maupun secara tidak langsung melalui pemanfaatan aset atau modal yang dimiliki. Dalam konteks pedagang pasar tradisional, sumber pendapatan sangat erat kaitannya dengan kegiatan perdagangan, kepemilikan aset, serta pemanfaatan modal secara produktif.

---

<sup>37</sup> Marietta Marlina Telaumbanua and Mutiara Nugraheni, "Peran Ibu Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga," *Sosio Informa* 4, no. 2 (2018): 418–36, <https://doi.org/10.33007/inf.v4i2.1474>.

Menurut Purwanto, sumber-sumber pendapatan dapat dikategorikan menjadi tiga bentuk utama, yaitu pendapatan dari usaha sendiri, pendapatan dari sewa atau aset, dan pendapatan dari investasi.<sup>38</sup>

Pendapatan dari Usaha Sendiri Pendapatan ini merupakan pendapatan yang diperoleh langsung oleh pedagang dari aktivitas usaha atau perdagangan yang dijalankan secara mandiri. Sumber ini merupakan bentuk pendapatan aktif, karena melibatkan keterlibatan langsung pedagang dalam kegiatan jual beli, penyediaan barang dagangan, pelayanan kepada konsumen, serta pengelolaan modal kerja. Pendapatan dari usaha sendiri menjadi sumber utama pendapatan bagi sebagian besar pelaku usaha kecil di pasar tradisional.<sup>39</sup>

- a) Pendapatan dari Sewa atau Aset Selain pendapatan dari usaha, pedagang juga dapat memperoleh penghasilan dari pemanfaatan aset tetap yang dimiliki, seperti menyewakan kios, lapak, atau peralatan dagang kepada pihak lain. Sumber ini merupakan bentuk pendapatan pasif karena pedagang tidak perlu terlibat secara langsung dalam proses mendapatkan penghasilan tersebut.<sup>40</sup>
- b) Pendapatan dari Investasi atau Modal Pendapatan dari investasi biasanya diperoleh dalam bentuk bunga tabungan, hasil dari penanaman

---

<sup>38</sup> Purwanto, *Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, dan Jam Kerja terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional* (Yogyakarta: STIE Pembangunan, 2018), hlm. 15.

<sup>39</sup> Ibid., hlm. 16.

<sup>40</sup> Ibid., hlm. 16–17.

modal, atau keuntungan dari kerjasama usaha. Pendapatan jenis ini memerlukan akumulasi modal yang cukup, serta pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola investasi. Meskipun tidak umum dimiliki oleh semua pedagang tradisional, sumber ini menjadi penting bagi pedagang yang sudah mapan dan memiliki surplus modal.<sup>41</sup>

#### **f. Pendapatan Dalam Pandangan Islam**

Pendapatan dalam islam adalah penghasilan yang diperoleh dari usaha yang halal, pendapatan akan membawa keberkahan dari Allah SWT. Harta yang didapat dari kegiatan yang tidak halal. Seperti mencuri korupsi dan perdagangan barang haram bukan hanya mendatangkan bencana atau siksa di dunia namun juga di siksa di akhirat kelak. Harta yang diperoleh secara halal akan membawa keberkahan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam (Q.s. An-Nahl Ayat 114) yang Artinya: Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-nya saja menyembah.

Dalam islam pendapatan masyarakat adalah perolehan barang uang yang diterima atau dihasilkan oleh masyarakat berdasarkan aturan-aturan yang bersumber dari syari'at islam. Pendapatan masyarakat yang merata, sebagai suatu sasaran merupakan masalah yang sulit dicapai, namun berkurangnya kesenjangan adalah salah satu tolak ukur berhasilnya

---

<sup>41</sup> Ibid., hlm. 17.

pembangunan. Bekerja dalam membuat seseorang memperoleh pendapatan atau upah atas pekerjaan yang dilakukannya.

Setiap kepala keluarga mempunyai ketergantungan hidup terhadap pendapatan yang diterima untuk memenuhi kebutuhan hidup, mulai kebutuhan sandang, pangan, papan dan beragam kebutuhan lainnya. Istilah pendapatan dan keuntungan adalah sinonim dengan istilah laba dalam bahasa indonesia, provit dalam bahasa inggris dan ribh dalam bahasa arab. Menurut ulama malikiyah pendapatan bersih atau laba dibagi menjadi 3 macam yaitu :

- a. Ar-Ribh At-Tijari (laba usaha), Ribh tijari dapat diartikan sebagai pertambahan pada harta yang telah dikhususkan untuk perdagangan sebagai hasil proses barter dan perjalanan bisnis. Dalam hal ini termasuk laba hakiki sebab laba itu muncul karena proses jual beli.
- b. Al-Ghallahi, yaitu pertambahan pada barang dagangan sebelum penjualan.
- c. Al-Faidah, yaitu pertambahan pada barang milik yang ditandai dengan perbedaan antara harga, waktu pembelian dan penjualan, yaitu sesuatu yang baru berkembang dari barang-barang yang dimiliki.

## B. Study literatur

Penelitian Prasetyo, M. A., & Hidayatullah, A. R. yang berjudul “Implementasi Aplikasi Pesan Antar Online dalam Meningkatkan Pelayanan Pelanggan pada UMKM Kuliner”. Menyatakan bahwa pemanfaatan aplikasi pesan antar secara signifikan mendukung UMKM dalam memperluas jaringan konsumen, meningkatkan jumlah transaksi harian dan memperkuat daya saing usaha di era digital.

Penelitian Annisa Yuliana Safitri yang berjudul “Pemanfaatan Digital Marketing Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha”. Hasil dari penelitian ini bahwa penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan datanya dengan cara observasi dilakukan melalui sesuatu pengamatan dan disertai pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran tersebut. Wawancara salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian, terutama pada penelitian kualitatif. Dokumentasi catatan peristiwa yang sudah berlalu bisa berbentuk tulisan atau gambar. Uji Keabsahan data dalam penelitian kualitatif dilakukan untuk membuktikan bahwa penelitian yang dilakukan benar penelitian ilmiah yang sekaligus untuk menguji data penelitian yang sudah diperoleh.

Penelitian Rendy Wandra yang berjudul “Pengaruh Digital Marketing Terhadap pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Ekonomi Islam”. Hasil dari penelitian ini bahwa penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan datanya ada observasi, kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Melakukan beberapa uji: uji validitas

digunakan untuk mengukur salah atau tidak adanya suatu kuesioner. Uji reabilitas sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data Penelitian sudah dapat dikatakan reliabel atau tidak. Uji prasarat analisis data digunakan sebagai uji hipotesis. Uji normalitas pengujian tentang norma atau tidaknya distribusi data. Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji hipotesis sebagai pengambilan suatu keputusan yang didasarkan dari hasil analisis data.

Penelitian Gojek. (2021) “Laporan Dampak Sosial Gojek: Pemanfaatan Aplikasi GoFood oleh Pelaku UMKM.” Menunjukkan bahwa 94% mitra GoFood di berbagai daerah Indonesia mengalami peningkatan pendapatan sejak bergabung ke dalam platform. Hal ini menunjukkan bahwa platform digital bukan sekedar alat bantu, melainkan saluran utama distribusi dan pemasaran produk UMKM.

Penelitian Mohammad Trio dan Debby A “Pemanfaatan Digital Marketing pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Era Masyarakat Ekonomi Asia.” Analisis yang digunakan deskriptif. Seluruh pelaku UMKM menyatakan bahwa pemanfaatan digital marketing telah membantu komunikasi langsung kepada konsumen. Karena pelaku UMK menggunakan pemasaran digital untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan kesadaran konsumen, pelaku UMK secara teratur memperbarui informasi produk dan meningkatkan penjualan setiap hari, dan beberapa UKM bekerja sama dengan sejumlah pasar,

termasuk Shopee dan Tokopedia. Dan minumanbekerja sama dengan GoFood untuk memudahkan konsumen dalam membeli produknya.

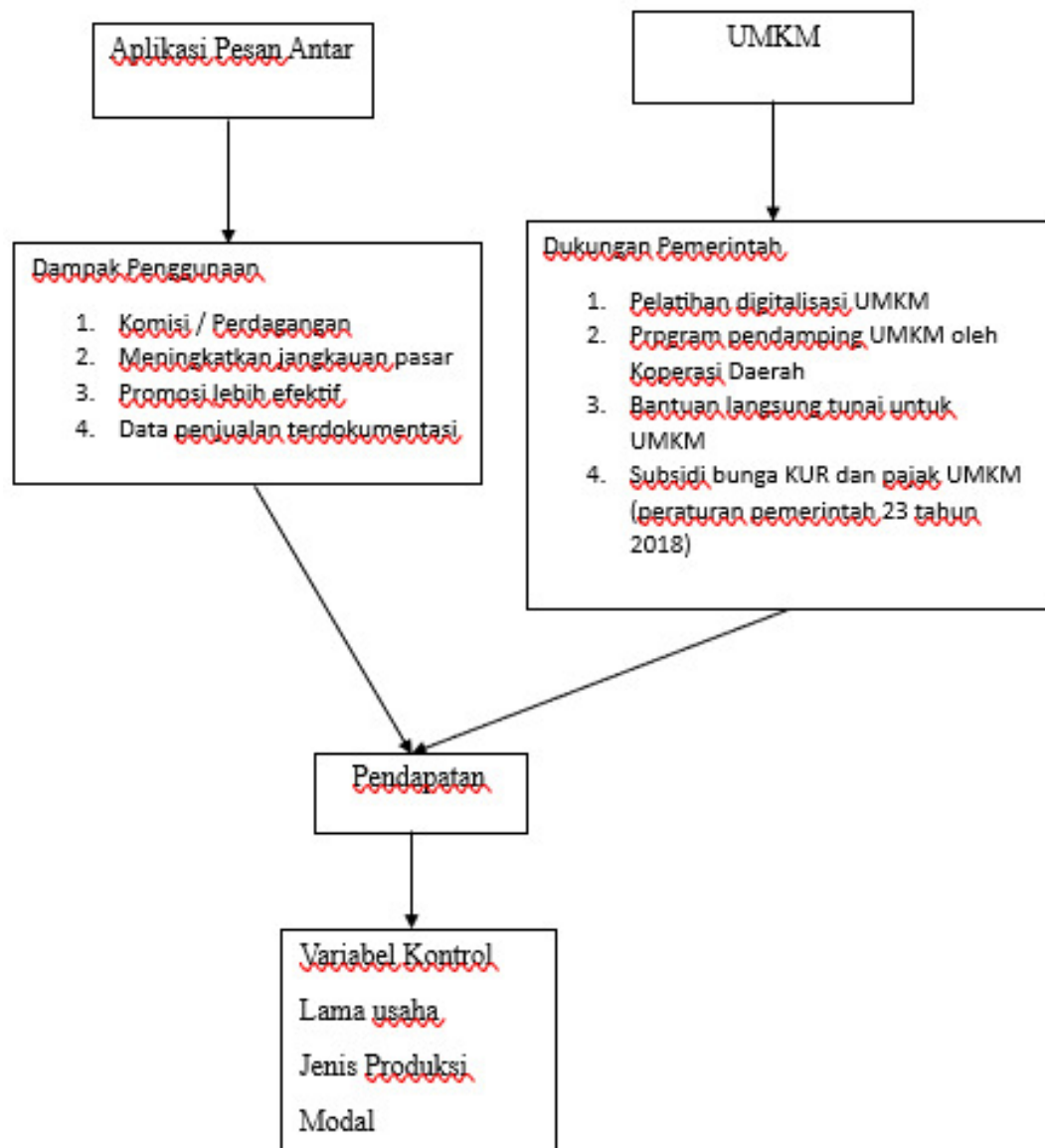
Penelitian Dedi Purwana ES, Rahmi dan Shandy Aditya “Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit”. Hasil penelitian ini yaitu penggunaan teknologi digital telah memengaruhi semua aspek kegiatan manusia, termasuk pemasaran. Pemasaran berbasis digital digunakan untuk memperoleh konsumen, membangun preferensi mereka, promosi merek, memelihara konsumen, serta meningkatkan penjualan yang pada akhirnya meningkatkan profit.

Penelitian Helmalia, Afrinawati “Pengaruh E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro,Kecil dan Menengah di Kota Padang”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa e-commerce berpengaruh signifikan terhadap pendapatan.

UIN IMAM BONJOL  
PADANG

### C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah struktur yang digunakan dalam penelitian untuk menjelaskan alur dan proses penelitian dari perencanaan hingga penyelesaian



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

**D. Pengembangan Hipotesis**

- a. H0: UMKM yang menggunakan aplikasi pesan antar cenderung tidak mengalami peningkatan pendapatan yang lebih signifikan.
- b. H1: UMKM yang menggunakan aplikasi pesan antar cenderung mengalami peningkatan pendapatan yang lebih signifikan.

