

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Mengikuti perkembangan zaman yang mana teknologi informasi dan komunikasi semakin berkembang dan semakin maju di berbagai belahan dunia khususnya di Indonesia yang menyebabkan banyak perubahan besar terhadap kehidupan, dimana semakin canggih teknologi maka aktivitas sehari-hari juga akan lebih mudah terkhusus dalam hal transaksi dan pemasaran. Seperti yang kita ketahui bahwa ada sebuah alat transaksi yang sifatnya digital, yang dapat membantu kita dalam bertransaksi non tunai yang disebut dengan *e-money* yang merupakan alat pembayaran dengan nilai uang yang sudah tersimpan secara elektronik pada suatu *server* ataupun dalam bentuk kartu (Y. A. L. Aritonang & Arisman, 2017, hlm. 1)

E-money pertama kali diizinkan terbit pada tahun 2009, melalui Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/08/PBI/2014 tentang perubahan atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang elektronik (*e-money*) (Sari, 2021, hlm. 2). Menjadi sebuah hal baru *e-money* sekarang banyak digunakan dalam hal transaksi di toko *online* maupun *offline*, dengan ini diperkirakan bahwa di masa yang akan datang *e-money* dapat menggeser peranan uang tunai dalam transaksi pembayaran yang bersifat retail (Y. A. L. Aritonang & Arisman, 2017, hlm. 1)

E-money merupakan suatu alat pembayaran yang sangat efisien dan mudah, dapat digunakan dalam pembayaran di dunia nyata dan dunia maya. Pada sebuah kegiatan ekonomi yang tidak terlepas dari transaksi dan interaksi antara penjual dan pembeli. Apabila dikaitkan dengan transaksi menggunakan *e-money* penjual dan pembeli bisa saja tidak bertemu secara langsung, karena transaksi dilakukan dengan

cara non-tunai. Dalam Al-Qur'an dijelaskan mengenai tata cara transaksi secara non-tunai, dalam firman Allah SWT pada surah Al-Baqarah ayat 282, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا
يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا
يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْءًا فَإِن كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ
وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِن لَّمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّن
تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَن تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا
وَلَا تَسْ ءَمُوا أَن تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلٍ ذَٰلِكُمْ أَفَسَطَ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ
أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تَجَرَّةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا
وَاسْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِن تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ
وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikit pun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu

orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). Jika tak ada dua orang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka yang seorang mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu”.

Ayat di atas menjelaskan mengenai tata cara dalam bertransaksi secara non-tunai. Dimana kita diperintahkan untuk menuliskan dengan tujuan untuk melindungi hak masing-masing dan untuk menghindari adanya perselisihan (Rismayadi, 2021, hlm. 3–5). Adanya alat pembayaran non tunai *e-money* yang memudahkan dalam transaksi pembayaran, yang mana alat tukar ini sangat berperan penting dalam pergerakan ekonomi. Dimana dalam Islam dan dalam pelajaran ekonomi Islam bahwa Islam sangat memperhatikan kehalalan tata

caranya. Seiring dengan perkembangan *E-money* hadir pula (pengaruh persepsi kemudahan, yosua arent) *e-commerce* yang berkembang pertama kali pada tahun 1995, dimana web digunakan untuk mengiklankan suatu produk. Akan tetapi hal ini berakhir pada tahun 2000 dimana pasar saham mengalami anjlok yang mengakibatkan banyak perusahaan yang menghilangkan (Hendarsyah, 2019, hlm. 173) yang mana sistem transaksi jual beli disini disetting secara *online* yang memudahkan pembeli untuk membeli suatu barang tanpa harus datang ke toko. Bentuk *e-commerce* disini adalah layanan pembelian suatu barang yang difasilitasi dengan toko yang disediakan secara *online* yang ada dalam sebuah aplikasi. *E-commerce* juga menjadi media promosi dari berbagai sektor usaha yang dapat mudah diakses oleh orang banyak. Pada era modern seperti sekarang ini *e-commerce* banyak memberikan pengaruh besar dalam meningkatkan pertumbuhan tata sosial dan ekonomi masyarakat, dalam hal ini *e-commerce* menjadi bagian yang sangat penting dalam dunia bisnis, karena dengan menggunakan *e-commerce* dapat mengurangi biaya operasional agar dapat bersaing serta berjuang dengan pelayanan dan permintaan yang semakin banyak dari konsumen yang mengharuskan pelayanan dilakukan dengan cepat secara akurat (Hanny dkk., 2020, hlm. 57). Selain menggunakan *e-commerce*, penjualan *online* tidak hanya dilakukan melalui shopee, tetapi juga melalui media sosial seperti Instagram, website, dan whatsapp.

Penjualan *online* dengan menggunakan *market place* atau media sosial tidak hanya dilakukan oleh toko-toko terkenal yang sudah memiliki brand, akan tetapi digunakan juga oleh UMKM-UMKM guna untuk memperluas pangsa pasar dan mempermudah informasi. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menjadi

bagian yang sangat penting di Indonesia, karena 99,99% bentuk usaha yang ada di Indonesia berupa UMKM. Diketahui bahwa pada kurun waktu belakangan ini UMKM berkembang dengan sangat cepat. Berbagai macam bentuk UMKM, kebanyakan yang tumbuh secara mandiri tanpa bimbingan dari sebuah lembaga, dikarenakan fasilitas dan ilmu untuk menjalankan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) bisa didapatkan dimana saja dengan berbagai sarana (Luckandi, 2018, hlm. 1)

UMKM merupakan suatu kegiatan ekonomi masyarakat yang produktif, dimana keberadaannya mendominasi hampir 99% pada struktur perekonomian nasional. Mengenal lebih dalam mengenai UMKM yang mana disatu sisi keberadaan UMKM dianggap dapat membantu untuk bertahan di masa krisis ekonomi yang menjadi harapan masyarakat, dimana keberadaan UMKM ini mampu menciptakan banyak kesempatan kerja yang dapat mengurangi kemiskinan, pengangguran serta sebagai arus urbanisasi dan menjadi penggerak pembangunan daerah maupun nasional (P. E. Prasetyo, 2008, vol. 2). UMKM terbagi atas beberapa macam yaitu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Kawasan yang cukup berpotensi dalam UMKM sasirangan adalah Kalimantan Selatan. Banjarmasin merupakan daerah dengan tingkat penyebaran yang cukup banyak dalam Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Salah satu UMKM yang terkenal dan banyak diminati oleh masyarakat yang tidak hanya berasal dari kota Banjarmasin tetapi juga dari beberapa kota bahkan dari berbagai negara luar yang berkunjung ke Indonesia dan mampir di kota Banjarmasin, UMKM tersebut

adalah UMKM sasirangan. Sasirangan merupakan kain adat suku Banjar yang diwariskan secara turun temurun yang ada di Kalimantan Selatan.

Hal yang menarik dari kain sasirangan adalah motifnya yang beraneka ragam yang dapat membuat mata siapa saja yang melihatnya akan tertarik. Kain sasirangan ini menggunakan bahan-bahan pewarna yang alami berasal dari jahe, air pohon pisang, pandan dan lain sebagainya. Dulunya kain ini digunakan sebagai pakaian pada saat melakukan adat. Akan tetapi seiring berkembangnya zaman kain ini tidak hanya dipakai pada saat upacara adat, tetapi sudah menjadi busana pria dan wanita yang bisa digunakan sehari-hari pada acara formal maupun nonformal. Kain sasirangan menjadi sandang khas Kalimantan Selatan. Makin kesini masyarakat semakin sadar bahwasanya ada potensi ekonomi pada kain sasirangan, hingga pada saat ini kain sasirangan menjadi produk terlaris yang dijual pada kalangan UMKM di Kalimantan Selatan (L. C. Aritonang, 2020, hlm. 8–9).

Berdasarkan data dari Dinas perindustrian dan Perdagangan (2021) menyatakan bahwa ada 66 Pelaku UMKM Sasirangan di Kota Banjarmasin. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, penggunaan *E-money* sudah banyak digunakan pada UMKM Sasirangan dengan metode card, tranfer, ovo, gopay dan lain-lain. Adanya Penggunaan *E-money* pada UMKM Sasirangan dapat memudahkan transaksi secara *online* dan *offline* tanpa harus menggunakan uang cash. Kemudian dihadapkannya penjualan *online* atau *market place* pada UMKM Sasirangan untuk mempermudah promosi dan pemasaran oleh pelaku usaha sehingga sasirangan dapat diketahui oleh banyak orang tidak hanya dalam negeri bahkan luar negeri pun mengetahui keberadaan akan sasirangan karena sistem

penjualan yang digunakan melalui media instagram, whatsapp, website dan market place (shopee, lazada, toko pedia). Melalui Penggunaan *E-money* dan penjualan *online* tersebut menjadikan UMKM sasirangan semakin maju.

Hasil observasi awal terdapat beberapa pelaku UMKM sasirangan yang ada di Banjarmasin antara lain, Ibu Aisyah selaku pemilik Brand Asya Sasirangan, Bapak Emed selaku pemilik brand Tuhlabu Sasirangan, Bapak Muhammad Madani selaku pemilik Butik Badangsanak Sasirangan, Ibu Masnita Indah sari selaku pemilik Brand Katuju sasirangan, Ibu Gusti Jamiatul Aulia selaku pemilik Brand Aya Sasirangan Banjarmasin, dan Ibu Yulida Maskurah selaku pemilik Brand Ida Sasirangan Banjarmasin, mereka menyatakan bahwa penggunaan *E-money* dan penjualan *online* dapat meningkatkan pendapatan usaha mereka.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul :

“PENGARUH PENGGUNAAN E-MONEY DAN PENJUALAN ONLINE TERHADAP OMSET PENJUALAN UMKM SASIRANGAN DI KOTA BANJARMASIN”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pokok pikiran yang dituangkan dalam latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang akan diteliti adalah:

1. Apakah penggunaan *E-money* dan penjualan *online* berpengaruh secara simultan terhadap omset penjualan UMKM Sasirangan di Kota Banjarmasin?

2. Apakah penggunaan *E-money* dan penjualan *online* berpengaruh secara parsial terhadap omset penjualan UMKM Sasirangan di Kota Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh penggunaan *E-money* dan penjualan *online* secara simultan terhadap omset penjualan UMKM Sasirangan di Kota Banjarmasin.
2. Menganalisis pengaruh penggunaan *E-money* dan penjualan *online* secara parsial terhadap omset penjualan UMKM Sasirangan di Kota Banjarmasin

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar sarjana, dan menambah wawasan pengetahuan serta pengaplikasian ilmu yang sudah didapat dalam perkuliahan.

2. Bagi Pemerintah Daerah

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi, bahan evaluasi dan masukan untuk memajukan UMKM khususnya di kota Banjarmasin.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi, pengetahuan kepada masyarakat mengenai penggunaan *E-money* dan penjualan *online*.

4. Bagi Pengusaha

Penelitian ini diharapkan dapat membuka pikiran para pengusaha khususnya pelaku UMKM agar menggunakan *E-money* dan penjualan *online* guna meningkatkan pendapatan.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan suatu kontrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional di sini menjelaskan bagaimana cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran kontrak yang lebih baik. Secara umumnya definisi operasional adalah suatu uraian tentang batasan variabel yang dimaksud, atau tentang apa yang diukur oleh variabel yang bersangkutan.

1. *E-money* (X_1)

E-money merupakan salah satu alat transaksi pembayaran. Transaksi ini memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. *E-money* adalah alat pembayaran yang sangat efisien dan mudah, karena dapat digunakan sebagai alat pembayaran di dunia nyata maupun maya.

Berdasarkan pemaparan di atas *e-money* merupakan alat transaksi yang mampu membantu dan memudahkan transaksi pada proses jual-beli kain sasirangan pada UMKM Sasirangan. *E-money* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah alat pembayaran berupa barcode yang dapat di scan oleh pembeli untuk melakukan

transaksi pembayaran. Transaksi pembayaran ini bisa dilakukan melalui berbagai macam e-money, misalnya seperti dana, brimo, BNI mobile banking, dan shopeepay.

2. Penjualan *Online* (X_2)

Penjualan *online* merupakan suatu aktivitas dari penjual untuk mencari pembeli dengan cara menawarkan produk atau barang yang dilakukan melalui media sosial dengan menggunakan *gadget* serta didukung dengan jaringan internet (Destiani dkk., 2020)

Penjualan *online* adalah salah satu aktivitas pelaku usaha sasirangan dalam mempromosikan ataupun menawarkan produk sasirangan melalui *market place*, peluang untuk pembeli melihat secara tidak langsung produk yang kita jual lebih besar. Dengan *market place* pelaku usaha sasirangan dapat memberikan gambaran produk secara rinci dengan kalimat penawaran yang dapat mengundang banyak konsumen untuk membeli. Penjualan *online* disini tidak hanya dilakukan melalui *market place* berupa shopee, instagram, website, dan whatsapp.

3. Omset Penjualan (Y)

Omset penjualan merupakan keseluruhan jumlah pendapatan yang didapatkan dari hasil penjualan suatu orang atau jasa dalam kurun waktu tertentu yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh selama penjualan. Omset penjualan pada UMKM Sasirangan yaitu seberapa banyak jumlah pendapatan yang dihasilkan dari penjualan kain sasirangan pada setiap bulannya selama masa penjualan.

4. UMKM

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM merupakan suatu kegiatan usaha berskala kecil yang dapat memperluas lapangan pekerjaan dan sangat berperan penting dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat pada daerah tertentu.

F. Penelitian Terdahulu

Setelah melakukan kajian pustaka ditemukan beberapa penelitian yang relevan dengan peran dari Penggunaan *e-money* dan Penjualan *online* terhadap omset penjualan UMKM. Diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Diardo Luckandi, S.Kom (15917107) Mahasiswa Universitas Islam Indonesia Fakultas Teknologi Industri 2018, dengan skripsi berjudul Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan *pintech* Pada UMKM di Indonesia . Penelitian tersebut dilatar belakangi oleh perkembangan UMKM yang sangat cepat dalam kurun waktu yang singkat. Sangat penting bagi UMKM untuk memanfaatkan teknologi guna untuk mempermudah setiap transaksi. Salah satu teknologi yang dapat digunakan adalah *fintech*. Metode penelitian ini yaitu secara kualitatif, yang digunakan agar hasil pada setiap strukturasi dapat menjadi bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan. Penelitian tersebut merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu gambaran tentang bagaimana pengelolaan retribusi pasar dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Banjarmasin dan kendala apa

saja yang dihadapi oleh dinas pengelolaan pasar. Data diperoleh dengan menggunakan 2 cara yaitu wawancara dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para pelaku UMKM tidak serta merta pada awal membuka bisnis langsung menggunakan *fintech* pada usahanya. Karena ada beberapa konsekuensi yang perlu diperhatikan pada saat menerapkan teknologi ini. Dari penerapan teknologi ini memang dapat memudahkan akan tetapi akan ada konsekuensinya perihal pembiayaan yang akan muncul dari penggunaan fitur tersebut. Pada setiap teknologi yang akan diterapkan pada suatu bisnis pastinya akan dilihat terlebih dahulu faktor pendukung dan penghambatnya, di mana kenyamanan, keamanan, kesesuaian transaksi, kemudahan dan bisnis menjadi faktor pendukungnya, sedangkan implementasi teknologi, kesiapan infrastruktur, dan biaya yang menjadi faktor penghambatnya. Kesamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan saya teliti adalah sama-sama meneliti penggunaan *e-money*, hanya saja penelitian terdahulu lebih berfokus kepada satu alat pembayaran sedangkan penelitian saya berfokus pada seluruh alat pembayaran non tunai (*e-money*) seperti, gopay, via transfer, ovo, dana dan lain sebagainya.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Khairun Najmi(1601160409) Mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin 2020, dengan skripsi yang berjudul Efektivitas *Electronic Payment* Terhadap Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Revolusi Industri 4.0. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui efektivitas *electronic payment*

terhadap pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di era revolusi industri 4.0 dan untuk mengetahui keuntungan serta kendala pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam pelaksanaan *electronic payment*. Data yang digunakan bersumber dari informan yaitu yang menjadi pelaku atau manajer UMKM. Penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, di mana peneliti bermaksud untuk menggambarkan kejadian atau fenomena sesuai dengan yang terjadi di lapangan, serta data-data yang tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati berkaitan dengan efektivitas *electronic payment* terhadap pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di era revolusi industri 4.0 pada beberapa UMKM di Banjarmasin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) menyatakan efektif pada semua tolak ukur efektivitas yang digunakan untuk mengukur efektivitas *electronic payment* terhadap pelaku UMKM di kota Banjarmasin. Di mana ketepatan sasaran, tujuan program, sosialisasi program, dan pemantauan (monitoring) dan evaluasi yang dilakukan oleh pihak perbankan yang menjadikan sistem *electronic payment* semakin berkembang serta mempermudah pelaku UMKM dalam bertransaksi. Adapun persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saya sekarang adalah pada objek yang sama yaitu UMKM di Banjarmasin, akan tetapi penelitian terdahulu ini mengambil penelitian secara luas sedangkan saya secara lebih sempit lagi yaitu UMKM Sasirangan di Kota Banjarmasin. Penelitian

terdahulu menggunakan teknik pengambilan data menggunakan metode kualitatif sedangkan penelitian saya menggunakan metode kuantitatif.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Walia Nabila Sa'ad (1351010095) Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung 2016/2017, dengan skripsi yang berjudul Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandar Lampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar tingkat pendapatan yang diperoleh oleh Sentra Keripik Pisang setelah menggunakan sistem penjualan *e-commerce*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer dan data sekunder yang berasal dari riset lapangan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelaku usaha di sentra industri keripik pisang Badar Lampung. Jenis penelitian pada penelitian ini adalah jenis data kuantitatif dan kualitatif. Berdasarkan hasil uji penelitian dengan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana, secara parsial dari hasil uji signifikan parametrik individual (uji t) pada variabel *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,06$, yang mana berarti bahwa kurang lebih 95% variabel *electronic money* (*e-commerce*) mempengaruhi Peningkatan Pendapatan. Adapun persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang saya lakukan adalah sama-sama mencari jawaban atas rumusan masalah mengenai pengaruh *e-commerce* terhadap tingkat pendapatan UMKM dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif, hanya saja pada penelitian

terdahulu hanya membuat satu subjek sedangkan saya menggunakan dua subjek pada penelitian.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Helmalia dan Afrinawati mahasiswi Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang dengan judul penelitian Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. Subjek dari penelitian ini adalah UMKM di Rumah Kreatif BUMN BNI di Kota Padang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Adapun metode analisisnya yaitu menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa variabel *e-commerce* (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan (Y) UMKM binaan RKB BNI Kota Padang. Dengan dibuktikan bahwa nilai signifikan *e-commerce* secara pasial dari uji signifikan parametik individual (uji t) sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$. Sementara dari hasil analisis diketahui nilai t_{hitung} yaitu sebesar $4,050 > t_{tabel} 2,009$. Adapun persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saya sekarang adalah objeknya yaitu pendapatan UMKM, yang berfokus pada UMKM di Rumah Kreatif BUMN BNI di kota padang. Hanya saja pada penelitian terdahulu ini, hanya terdapat satu subjek yaitu *e-commerce* sedangkan pada penelitian saya menggunakan dua subjek yaitu penggunaan *E-money* dan penjualan *online (e-commerce)*.
5. Penelitian ini dilakukan oleh dini Setyorini, Ety Nurhayaty dan Rosmita mahasiswi Universitas Bina Sara Informatika dengan judul Pengaruh

Transaksi (*e-commerce*) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan transaksi *online* (*e-commerce*) terhadap laba atau keuntungan perusahaan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Adapun teknik pengumpulan data penelitian ini bersumber dari data primer dan sekunder. Penelitian ini berhasil menemukan jawaban dimana berdasarkan hasil perhitungan nilai signifikan *e-commerce* $0,000 < \alpha = 0,05$ dan diketahui nilai $t_{hitung} 4,54 > \text{dari } t_{tabel} 2,446$, maka *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM pengolahan besi di Ciampea Jawa Barat. Adapun persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saya sekarang adalah sama-sama berusaha mencari jawaban apakah hubungan antara transaksi *online* dengan peningkatan pendapatan, hanya saja pada penelitian terdahulu ini melakukan analisis data menggunakan *microsoft excel* sedangkan pada penelitian saya menggunakan *views* atau SPSS.

6. Penelitian ini dilakukan oleh dini Setyorini, Ety Nurhayaty dan Rosmita mahasiswi Universitas Bina Sara Informatika dengan judul Pengaruh Transaksi (*e-commerce*) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan transaksi *online* (*e-commerce*) terhadap laba atau keuntungan perusahaan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Adapun teknik pengumpulan data penelitian ini bersumber dari data primer dan sekunder. Penelitian ini

berhasil menemukan jawaban dimana berdasarkan hasil perhitungan nilai signifikan *e-commerce* $0,000 < \alpha = 0,05$ dan diketahui nilai t_{hitung} 4,54 $>$ dari t_{tabel} 2,446, maka *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM pengolahan besi di Ciampea Jawa Barat. Adapun persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saya sekarang adalah sama-sama berusaha mencari jawaban apakah hubungan antara transaksi online dengan peningkatan pendapatan, hanya saja pada penelitian terdahulu ini melakukan analisis data menggunakan *microsoft excel* sedangkan pada penelitian saya menggunakan *views* atau *spss*.

7. Penelitian ini dilakukan oleh M. Yusuf mahasiswa STIE Indonesia dengan judul Pengaruh *Electronic Commerce (E-Commerce)* terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kecamatan Bekasi Utara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Bekasi Utara. Objek penelitian ini adalah UMKM di Kecamatan Bekasi Utara, Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang diukur menggunakan metoda berbasis regresi linier sederhana dengan SPSS 24. Populasi dari penelitian ini adalah para pelaku UMKM yang berkolasi di Kecamatan Bekasi Utara pada tahun 2021. Sampel ditentukan menggunakan metode random sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 100 pelaku UMKM. Data yang digunakan menggunakan data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pengujian hipotesis menggunakan uji t. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *e-commerce*

berpengaruh signifikan positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Bekasi Utara. Hal dilihat dari segi omzet penjualan, jumlah pelanggan, dan jumlah pendapatan sebagai sarana untuk melakukan pemasaran produk dan kegiatan transaksi jual beli setelah memanfaatkan *e-commerce* untuk kegiatan usaha bagi pelaku UMKM. Adapun persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saya sekarang adalah sama-sama berusaha mencari jawaban apakah hubungan antara transaksi *online* dengan peningkatan pendapatan pada UMKM.

8. Penelitian ini dilakukan oleh Siti Almurni, Arista Safitri dan Maya Mustika, mahasiswi STIE Indonesia. Penelitian ini bertujuan menguji bagaimana pengaruh *Electronic Banking dan Electronic Money* terhadap Kinerja Keuangan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan variabel kontrol Likuiditas, Permodalan, dan Risiko Kredit periode 2018-2022. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif pendekatan kuantitatif, diukur dengan menggunakan metode berbasis regresi data panel dengan Eviews versi 12. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018 sampai dengan tahun 2022. Sampel ditentukan berdasarkan metode purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 27 perusahaan sehingga total observasi dalam penelitian ini sebanyak 135 obeservasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi melalui situs: www.idx.co.id, www.ojk.go.id, www.bi.go.id dan website

pribadi perbankan. Pengujian hipotesis menggunakan uji t. Hasil penelitian membuktikan bahwa Electronic Banking berpengaruh terhadap kinerja keuangan dan Electronic Money tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan.

G. Sistematika Penulisan

Penyusunan laporan penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I, Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah yang memaparkan tentang kerangka dasar pemikiran yang melatar belakangi permasalahan yang akan diteliti. Permasalahan yang telah dijabarkan dalam latar belakang masalah akan diteliti dengan merumuskannya dalam rumusan masalah. Setelah rumusan masalah, maka ditetapkanlah tujuan penelitian yang merupakan yang diinginkan oleh peneliti. Agar tujuan penelitian tidak keluar dari tujuan yang ingin dicapai, maka penulis membuat definisi operasional. Untuk memudahkan penulisan laporan ini maka penulis juga membuat kajian pustaka, serta terdapat sistematika penulisan.

BAB II Landasan teori yang menjelaskan, menerangkan masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori dari buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan juga sumber informasi lainnya.

BAB III Metode penelitian, pada bab ini disajikan informasi secara deskriptif tentang bagaimana penelitian dilaksanakan, variabel penelitian dan metode analisis.

BAB IV Hasil dari penelitian Pengaruh Penggunaan *E-money* dan Penjualan *Online* Terhadap Omset Penjualan UMKM Sasirangan di Kota Banjarmasin.

BAB V Penutup, yang terdiri dari kesimpulan dari keseluruhan pembahasan dan saran rekomendasi dari hasil kesimpulan tersebut.