

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini dibutuhkan teori-teori yang relevan terkait dengan dampak *e-commerce* terhadap Industri Mikro Kecil (IMK).

2.1.1 Teori Ekonomi Industri

Definisi Industri adalah perusahaan yang menjalankan kegiatan ekonomi yang tergolong dalam sektor sekunder. Kegiatan itu antara lain adalah pabrik tekstil, pabrik perakitan dan pabrik pembuatan rokok. Industri merupakan suatu kegiatan ekonomi yang mengolah barang mentah, bahan baku, barang setengah jadi atau barang jadi untuk dijadikan barang yang lebih tinggi kegunaannya (Sadono Sukirno 1993).

Pada intinya industri merupakan kegiatan pengolahan dari bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi bahan baku atau bahan baku jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan, termasuk aktivitas penelitian dan pembangunan industri.

Menurut Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian. Industri merupakan kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan/atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih, termasuk jasa industri.

Industri di Indonesia dapat digolongkan kedalam beberapa kelompok. industri berdasarkan banyaknya tenaga kerja dapat dibedakan menjadi 4 golongan, yaitu:

1. Industri besar, memiliki jumlah tenaga kerja sekitar 100 orang atau lebih
2. Industri sedang, memiliki jumlah tenaga kerja antara 20-99 orang
3. Industri kecil, memiliki jumlah tenaga kerja antara 5-19 orang
4. Industri rumah tangga/mikro, memiliki jumlah tenaga kerja antara 1-4 orang.

Industri mikro dan kecil (IMK), merupakan jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak sebesar Rp. 500.000.000 namun tidak termasuk dengan harta tetap (tanah dan bangunan) atau usaha yang memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak sekitar Rp. 300.000.000. Menurut UU No. 20 tahun 2008 menjelaskan bahwa usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang dapat berdiri sendiri, dimana dapat dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang tidak langsung dari usaha kecil. Industri kecil merupakan jenis usaha informal, yang bukan termasuk badan hukum.

Pendirian badan usaha ini tidak memerlukan izin dan tata cara tertentu serta bebas untuk membuat bisnis personal atau pribadi tanpa adanya batasan untuk mendirikannya. Namun pada umumnya usaha ini memiliki modal yang kecil, serta jenis dan jumlah produksinya terbatas, memiliki tenaga kerja atau buruh yang sedikit dan masih menggunakan alat produksi yang sederhana.

2.1.2 Konsep Kinerja Industri

Kinerja industri merupakan penjumlahan keseluruhan dari kinerja masing-masing perusahaan yang ada di industri. Industri yang terkonsentrasi dapat mendorong kinerja yang tinggi bagi perusahaan-perusahaan dominan tetapi memiliki dampak yang buruk bagi efisiensi pasar. Struktur industri dapat menentukan perilaku perusahaan yang akhirnya akan mempengaruhi efisiensi dan keuntungan perusahaan itu sendiri. Kinerja perusahaan berhubungan dengan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan selain tujuan efisien sebagai bagian dari alasan suatu perusahaan itu berdiri. Setiawan *et al.* (2012a, 2012b) dan Setiawan (2019) menjabarkan beberapa ukuran kinerja perusahaan dan industri, sebagai berikut:

1. Keuntungan dan Profitabilitas

Keuntungan dan profitabilitas sering dijadikan ukuran kinerja dalam suatu perusahaan karena menunjukkan kelebihan hasil yang diterima perusahaan dari investasi dan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Dalam konsep ekonomi industri atau organisasi industri, ukuran yang sering digunakan untuk menunjukkan kinerja perusahaan adalah *price-cost margin* (PCM). PCM digunakan sebagai indikasi *markup* perusahaan di pasar. Dasar dari perhitungan *price-cost margin* adalah formula *Lerner Index*, sebagai berikut:

$$\text{PCM} = \frac{\text{Price} - \text{MC}}{\text{Price}}$$

Dari rumus PCM tersebut, terdapat modifikasi perhitungan PCM karena *marginal cost* (MC) yang sulit dihitung. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, PCM

dihitung menggunakan rumus seperti dibuat oleh Prince dan Thurik (1992), Setiawan *et al.* (2013), Setiawan *et al.* (2012) dan Setiawan (2019), sebagai berikut:

$$PCM = \frac{\textit{Value Added} - \textit{Cost of Labor} + \Delta\textit{Inventories}}{\textit{Sales} + \Delta\textit{Inventories}}$$

Dimana *value added* merupakan nilai tambah, *Sales* merupakan nilai penjualan, *Cost of Labor* merupakan biaya tenaga kerja, dan $\Delta\textit{Inventories}$ merupakan perubahan stok persediaan output dari awal hingga pada akhir tahun.

2. Efisien Teknis dan Efisiensi Alokatif

Ukuran efisiensi teknis dan efisiensi alokatif dapat digunakan juga sebagai indikator kinerja perusahaan karena ukuran tersebut dapat menunjukkan bagaimana alokasi sumber daya dilakukan. Efisiensi teknis dapat menunjukkan bagaimana optimalisasi transformasi input menjadi output atau terkait dengan minimalisasi input pada tingkat output tertentu atau maksimalisasi output pada input tertentu. Efisiensi alokatif dapat menunjukkan maksimalisasi surplus ekonomi (*social*) pada kondisi keseimbangan pasar dimana perusahaan memiliki kemampuan untuk meminimalisasi biaya input pada tingkat penggunaan input yang optimal.

3. Pertumbuhan Perusahaan

Ukuran pertumbuhan perusahaan dapat dijadikan ukuran kinerja perusahaan karena perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan maksimum namun juga fokus terhadap pertumbuhan dari ukuran perusahaan. Perusahaan yang mengejar pertumbuhan akan terus memperbesar penjualannya walaupun dari segi keuntungan tidak besar atau sama dengan biaya rata-rata atau biaya marjinal. Indikator kinerja ini biasanya digunakan untuk meningkatkan valuasi nilai saham perusahaan.

4. Kualitas Produk

Ukuran kualitas produk dapat menjadi salah satu indikator kinerja perusahaan karena perusahaan yang beroperasi pada persaingan yang tinggi akan berusaha untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi agar bisa memenangkan persaingan di pasar. Produk yang berkualitas akan menjamin kinerja yang berkelanjutan bagi perusahaan.

5. Progres Teknologi

Progress teknologi akan mempengaruhi kinerja produksi dan efisiensi perusahaan karena dengan progres teknologi, hambatan teknis produksi dan operasional perusahaan akan teratasi. Industri-industri dengan penggunaan teknologi tinggi akan cenderung didominasi oleh sebagian kecil perusahaan karena investasi yang mahal di bidang teknologi.

2.1.3 Teori Pendapatan

Dalam ilmu ekonomi, pendapatan (*revenue*) adalah pernyataan yang berhubungan dengan uang atau keuangan dari keseluruhan hasil usaha pokok atau jasa-jasa yang telah dilakukan oleh suatu perusahaan dalam satu periode tertentu. Secara sederhana pendapatan merupakan jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari hasil penjualan produk (barang atau jasa) dan tidak berasal dari penanaman modal. Secara umum *income* disebut sebagai pendapatan. Namun dalam ilmu akuntansi pengertian *income* berbeda dengan *revenue*. Pada dasarnya *income* bisa diperoleh dari kelebihan *revenue* atas biaya-biaya yang tidak dapat digunakan lagi untuk mendapatkan keuntungan (*expired cost*). Dengan demikian, penghasilan (*income*) dapat diartikan sebagai laba bersih dari hasil usaha setelah dikurangi beban biaya, sedangkan pendapatan (*revenue*) dapat diartikan sebagai

laba kotor dari usaha yang belum dikurangi dengan beban biaya. Pendapatan (*revenue*) dapat disebut sebagai profit penjualan.

Menurut Hicks (1993), pendapatan merupakan jumlah yang dapat dibelanjakan seseorang atau rumah tangga dalam jangka waktu tertentu, sementara nilai kekayaannya tetap utuh. Dalam melakukan pengukuran, nilai konsumsi ditambah perubahan nilai kekayaan sama dengan jumlah yang diterima, keuntungan dari penjualan aktiva, nilai tunjangan dan produksi untuk konsumsi keluarga dan sewa yang diperoleh.

Pendapatan menurut Niswonger (1999:45), ia telah memberikan penekanan pada konsep pengaruh terhadap ekuitas pemilik, yaitu “pendapatan (*revenue*) adalah peningkatan ekuitas pemilik yang diakibatkan oleh proses penjualan barang dan jasa kepada pembeli. Adanya penafsiran yang berlainan terhadap pengertian pendapatan bagi pihak yang berkompeten disebabkan karena latar belakang disiplin yang berbeda dengan penyusunan konsep pendapatan bagi pihak tertentu.

Menurut John J. Wild (2003:311) Pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode pada keadaan semula. Sedangkan pendapatan menurut ilmu akuntansi dapat dilihat dari pendapatan sebagai sesuatu yang sangat spesifik dalam pengertian yang mendalam dan lebih terarah.

Kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh pendapatan adalah hal yang penting bagi perusahaan untuk keberlangsungan perusahaan. Setiap perusahaan berjuang untuk tumbuh dan semakin berkembang. Kaitannya dengan

operasi perusahaan pada umumnya sumber dan jenis pendapatan yang diperoleh perusahaan dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. Pendapatan Operasional

Pendapatan nasional merupakan pendapatan yang timbul akibat dari penjualan barang dagang, produk atau jasa dalam periode tertentu dalam rangka kegiatan utama atau yang menjadi tujuan utama perusahaan yang bersangkutan. Pendapatan ini sifatnya normal sesuai dengan tujuan usaha perusahaan dan terjadinya berulang-ulang selama perusahaan melangsungkan kegiatannya.

Pendapatan operasional untuk setiap perusahaan berbeda-beda sesuai dengan jenis usaha yang dikelola perusahaan. Salah satu jenis pendapatan operasional perusahaan adalah pendapatan yang bersumber dari penjualan. Penjualan ini dapat berupa penjualan barang dan penjualan jasa yang menjadi objek maupun sasaran utama dari usaha pokok perusahaan. Penjualan ini dapat dibedakan dalam bentuk:

a. Penjualan Kotor

Penjualan kotor merupakan keseluruhan dari hasil atau penjualan barang-barang maupun jasa sebelum dikurangi dengan potongan atau pengurangan lainnya untuk dibebankan kepada langganan atau yang membutuhkannya.

b. Penjualan Bersih

Penjualan bersih merupakan semua hasil penjualan yang sudah diperhitungkan atau dikurang dengan potongan yang menjadi hak pihak pembeli.

2. Pendapatan Non Operasional

Pendapatan non operasional merupakan pendapatan yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu, namun bukan diperoleh dari kegiatan operasional utama perusahaan.

Penerimaan Total (*Total Revenue*/TR) merupakan pendapatan yang telah diperoleh dari hasil penjualan produk. Untuk pasar persaingan sempurna kurva TR yang merupakan garis lurus naik yang dimulai dari titik nol, berkaitan dengan asumsi bahwa pembelian dan penjualan di pasar persaingan sempurna merupakan pengikut harga (*price takers*). Harga ditentukan oleh kekuatan pasar, sementara penjual dan pembeli tidak dapat mempengaruhi harga pasar. Penjual dan pembeli menjadi *quantity setters*, juga sebagai *price takers*. Secara matematis penerimaan total dapat ditulis sebagai berikut:

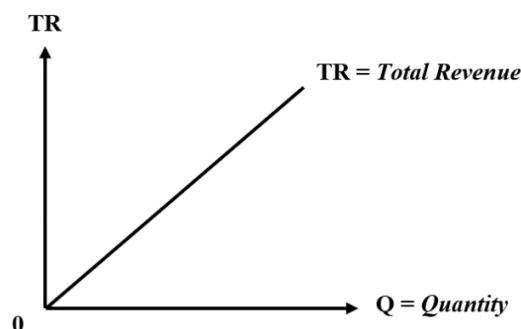
$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

TR = Total pendapatan yang akan diperoleh seorang produsen apabila memproduksi sejumlah unit barang tertentu

P = *Price* / Harga yang dihasilkan

Q = *Quantity* / Jumlah Barang yang dihasilkan



Gambar 2.1. Kurva Total Revenue

2.1.5 Teori Laba (*profit*)

Tujuan didirikannya perusahaan adalah untuk memaksimalkan laba. Dalam kondisi tersebut produsen akan berusaha untuk memilih kombinasi input terbaik dan tingkat output yang menghasilkan keuntungan. Menurut Wild, Subramanyam, dan Hasley (2005: 120) mengungkapkan bahwa laba kotor merupakan pendapatan dikurangi harga pokok penjualan. Apabila hasil penjualan barang dan jasa tidak dapat menutupi beban yang langsung terkait dengan barang dan jasa tersebut atau harga pokok penjualan, maka akan sulit bagi perusahaan tersebut untuk bertahan. Laba sebelum pajak menurut Wild, Subramanyam, dan Hasley (2005:25) merupakan laba dari operasi berjalan sebelum cadangan untuk pajak penghasilan. Laba bersih adalah laba dari perusahaan yang sedang berjalan setelah bunga dan pajak.

Melalui pendekatan tersebut produsen akan memperoleh keuntungan pada saat titik *Marginal Cost* (MC) sama dengan titik *Marginal Revenue* (MR). Jika sepanjang laba marjinal (MR) positif, maka produsen diperbolehkan untuk memproduksi lebih banyak output, dan dapat menggunakan lebih banyak input. Namun bila laba marjinal tersebut telah mencapai titik 0 sebaiknya produsen berhenti untuk menambah produksi. Jika masih melakukan proses penambahan produksi ini maka tidak akan membawa keuntungan bagi produsen. Menurut definisi, keuntungan total sama dengan pendapatan total minus biaya total dapat disimbolkan sebagai berikut:

$$TP = TR - TC = (P \times Q) - TC$$

Dimana TP adalah pendapatan bersih, TR (*total revenue*) adalah total penerimaan dari perusahaan yang diperoleh dari perkalian jumlah barang yang terjual dengan harga barang tersebut.

$$TR = P \cdot Q$$

TC (*total cost*) merupakan biaya total yang dikeluarkan oleh produsen dalam menghasilkan output. Untuk memperoleh biaya total adalah dengan menghitung biaya tetap ditambah dengan biaya variabel.

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan:

TC = *Total Cost* (Biaya Total)

TFC = *Total Fixed Cost* (Biaya Tetap)

TVC = *Total Variabel Cost* (Biaya Variabel)

Untuk mencapai tujuan perusahaan guna meningkatkan *total revenue* (TR) dan mengontrol biaya total atau efisiensi biaya. Profit suatu perusahaan terbagi menjadi tiga kategori yaitu:

1. *Profit Positive*

Profit Positive merupakan keadaan dimana suatu usaha yang total penerimaannya lebih besar. Keuntungan tersebut merupakan tujuan utama suatu perusahaan.

2. *Profit Negative*

Profit Negative merupakan keadaan dimana suatu perusahaan keuntungannya lebih kecil dibandingkan dengan biaya total atau rugi.

3. *Profit Nol*

Profit Nol merupakan keadaan suatu perusahaan total penerimaannya sama dengan biaya total atau dapat disebut juga *break event point* (BEP).

2.1.6 **Tenaga Kerja**

Tenaga kerja merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi output suatu negara. Jumlah angkatan kerja yang cukup besar akan terbentuk dari jumlah penduduk yang besar. Namun pertumbuhan penduduk dikhawatirkan akan menimbulkan efek yang buruk terhadap pertumbuhan ekonomi. Semakin besar angkatan kerja, maka laju pertumbuhan penduduk akan semakin tinggi maka hal tersebut dapat mendorong pertumbuhan ekonomi (Todaro, 2006). Masalah kependudukan yang timbul bukan berasal dari banyaknya jumlah anggota keluarga, melainkan karena mereka terkonsentrasi pada daerah perkotaan saja sebagai salah satu akibat dari cepatnya laju migrasi dari desa ke kota.

Lewis pun mengemukakan teorinya mengenai ketenagakerjaan, yaitu kelebihan pekerja merupakan kesempatan dan bukan masalah. Kelebihan pekerja pada suatu sektor akan memberikan andil terhadap pertumbuhan *output* dan penyediaan pekerjaan di sektor lain. Selanjutnya ia mengatakan bahwa ada dua sektor di dalam suatu perekonomian negara sedang berkembang, yaitu sektor modern dan sektor tradisional. Sektor tradisional bukan hanya berupa sektor pertanian di pedesaan, melainkan juga termasuk sektor informal di perkotaan, yaitu pedagang kaki lima, pengecer. Sektor informal mampu menyerap kelebihan tenaga kerja yang ada selama berlangsungnya proses industrialisasi. Sehingga disebut sebagai katup pengaman ketenagakerjaan.

Dengan terserapnya kelebihan tenaga kerja pada sektor industri (sektor modern) oleh sektor informal, maka suatu saat tingkat upah di pedesaan akan semakin meningkat. Peningkatan upah ini dapat mengurangi perbedaan tingkat pendapatan antara pedesaan dan perkotaan, sehingga kelebihan penawaran pekerja tidak akan menimbulkan masalah pada pertumbuhan ekonomi. Sebaliknya kelebihan pekerja justru merupakan modal untuk mengakumulasi pendapatan, dengan asumsi perpindahan tenaga kerja dari sektor tradisional ke sektor modern berjalan lancar dan perpindahan tersebut tidak pernah menjadi terlalu banyak (Todaro, 2004).

2.1.7 Internet dan Pemasaran

Internet merupakan media yang paling dominan pada masa modernisasi, dimana setiap aktifitas masyarakat erat kaitannya dengan penggunaan internet. Pada sektor perdagangan industri mikro kecil pun tak luput dari penggunaan internet guna memudahkan masyarakat dan produsen dalam membeli ataupun memasarkan produknya. Menurut Flew (2005:4), *“The Internet represents the newest, most widely discussed, and perhaps most significant manifestation of new media”*. Internet dapat dirasakan oleh masyarakat di Indonesia pada awal tahun 1990-an dimana pada saat itu jaringan internet di Indonesia lebih dikenal dengan istilah paguyuban *network*. Semakin hari perkembangan internet di Indonesia menjadi sangat luas, bahkan saat ini penggunaan internet menjadi salah satu prioritas utama bagi masyarakat. Internet dapat di akses oleh berbagai kalangan masyarakat mulai dari anak-anak hingga orang tua dapat mengakses internet dengan mudah. Internet dapat dimanfaatkan sebagai alat komunikasi, pemasaran,

penjualan, pembelajaran, dan lain sebagainya. Dalam industri mikro kecil internet digunakan sebagai alat pemasaran untuk memperkenalkan produk mereka ke ranah yang lebih luas, bahkan IMK dapat memasarkan produknya ke luar negeri hanya dengan bermodalkan gambar yang dikirimkan ke *website* penjualan mereka.

2.1.8 Teori Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Ekonomi

Saat ini kita hidup berdampingan dengan teknologi informasi dan komunikasi dimana hal tersebut telah mempengaruhi kemajuan di setiap bidang kehidupan, termasuk di bidang ekonomi. Kegiatan ekonomi yang luas bahkan dapat dengan mudahnya kita temui di manapun. Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), merupakan terminologi yang mencakup seluruh peralatan teknis untuk memproses dan menyebarkan informasi. Menurut Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008, Teknologi Informasi meliputi segala hal yang berkaitan dengan proses, penggunaan sebagai alat bantu, manipulasi, dan pengelolaan informasi. Sedangkan teknologi komunikasi adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan penggunaan alat bantu untuk memproses dan mentransfer data dari perangkat yang satu ke perangkat lainnya. Oleh karena itu, teknologi informasi dan teknologi komunikasi adalah dua konsep yang saling terikat.

Teknologi berfungsi sebagai salah satu alat bantu bagi penjual dalam menawarkan produknya secara lebih luas, cepat, dan hemat. Selain sebagai alat bantu promosi teknologi juga berguna dalam mengembangkan usaha dan memudahkan system pembayaran dari berbagai wilayah termasuk dari luar negeri. Peran teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam bidang ekonomi bisa dijabarkan sebagai berikut:

A. E-Banking

Saat ini perbankan telah meningkatkan pelayanan yang dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi melalui layanan operasional yang sangat beragam, salah satunya adalah *e-banking*. *E-banking (Electronic Banking)* saat ini telah dimiliki oleh hampir semua Bank Umum yang ada, *e-banking* merupakan layanan yang dapat memudahkan nasabah dalam melakukan komunikasi, memperoleh informasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik seperti *Automatic Teller Machine (ATM)*, *Electronic Data Capture (EDC)* atau *Point of Sales (POS)*, *Internet Banking*, *SMS Banking*, *Mobile Banking*, *E-Commerce*, *Phone Banking*, dan *Video Banking*. *E-Banking* memiliki banyak manfaat yang dapat diperoleh nasabah, bank, dan otoritas, yaitu:

1. Bagi Nasabah / Pengusaha:

E-banking dapat memberikan kemudahan bertransaksi terutama dalam hal menghemat waktu, biaya, dan tempat. Dalam hal ini nasabah tidak perlu mengantri ke kantor bank untuk memperoleh informasi atau melakukan transaksi perbankan. Bahkan ada banyak produk *e-banking* yang dapat digunakan selama 24 jam dengan menggunakan alat elektronik yang tersedia seperti *laptop*, *handphone*, tablet, dan lain sebagainya. Hal tersebut dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi dimana pun dan kapanpun.

2. Bagi Bank:

E-Banking dapat meningkatkan pendapatan berbasis komisi (*fee based income*) dan juga dapat mengurangi biaya operasional jika dibandingkan dengan

pelayanan transaksi melalui kantor cabang yang relatif besar untuk membayar karyawan, sewa gedung, keamanan, listrik, perawatan, dan lain sebagainya.

3. Bagi Otoritas:

Penggunaan *e-banking* telah mendorong masyarakat *less cash society*. *Less cash society* merupakan gaya hidup dengan menggunakan uang elektronik dalam bertransaksi sehingga tidak perlu lagi membawa uang fisik. *Less cash society* juga dapat meningkatkan sistem pembayaran yang lebih cepat, aman, dan efisien. Untuk mempercepat perputaran aktivitas ekonomi dan stabilitas sistem keuangan, juga dapat mencegah tindak pidana pencucian uang maupun tindak pidana kriminal.

B. Electronic Commerce (E-Commerce)

E-Commerce atau dapat disebut sebagai perdagangan elektronik merupakan penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran barang dan jasa yang dilakukan melalui sistem elektronik seperti internet dan televisi. Melalui *e-commerce*, pembeli dan penjual dapat melakukan transaksi secara online.

Jenis-jenis *e-commerce*, yaitu:

1. *E-commerce* yang menggunakan media sosial atau forum untuk berjualan, namun transaksi tidak diselesaikan melalui *website* tersebut tetapi biasanya akan melakukan komunikasi lebih lanjut secara langsung untuk melakukan transaksi.
2. *E-commerce* yang proses jual belinya dilakukan melalui *website* penjual.
3. *E-commerce* yang proses jual belinya dilakukan secara *online*. Dalam hal ini penjual bukanlah penyedia *website*, melainkan pengguna atau anggota yang mendaftar sebagai penjual di lapak *online* yang telah tersedia. Setiap transaksi

yang terjadi pada lapak tersebut, pengelola lapak akan menjadi pihak ketiga yang menerima pembayaran dan menjamin barang yang diterima oleh pembeli, lalu uang pembayaran akan diteruskan ke pihak penjual yang telah melakukan transaksi dengan si pembeli.

2.2 Penelitian Terdahulu

Untuk memperkaya perspektif penelitian ini, maka selain dari kajian teori yang telah dijabarkan di atas, penulis juga melakukan review terhadap beberapa penelitian terdahulu. Penelitian ini berdasarkan atas kesamaan pembahasan tentang dampak transformasi digital dan perkembangan industri mikro kecil (IMK).

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Lies Maria Hamzah dan Devi Agustien: (2019) “Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia”	Untuk menganalisis pengaruh pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap pendapatan nasional sektor UMKM di Indonesia.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tenaga kerja UMKM dan investasi UMKM berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan nasional sektor UMKM di Indonesia. Sedangkan untuk jumlah unit UMKM tidak mempengaruhi pendapatan nasional sektor UMKM di Indonesia.
2.	Ratna Purwaningsih dan Pajar Damar Kusuma (2015); “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja UKM dengan metode <i>Structural</i>	Mengidentifikasi mengenai faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi kinerja UKM di Kota Semarang	Hasil dari penelitian tersebut, yaitu pengaruh faktor eksternal terhadap kinerja UKM lebih besar disbanding faktor internal. Pada UKM berbasis industri kreatif ini faktor internal berupa teknologi

No.	Nama dan Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>Equation Modeling</i> (studi kasus UKM berbasis Industri Kreatif Kota Semarang)”		memberi pengaruh kecil karena teknologi proses produksi masih sederhana, Sebagian besar proses produksi merupakan kerajinan buatan tangan.
3.	Satish Nabisan, Mike Wright, dan Maryann Feldman (2019); “2019 <i>The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes</i> ”	Pemahaman transformasi digital ekonomi yang memerlukan gabungan berbagai analisis dan level	Peran teknologi digital dalam men-transformasi organisasi dan hubungan sosial. Tema yang merupakan bawaan dari teknologi digital dapat berfungsi sebagai platform konseptual umum yang memungkinkan hubungan antara isu-isu di berbagai tingkat serta integrasi ide dari berbagai disiplin ilmu / bidang.
4.	Nuray Terzia (2011); “2011 <i>The Impact of E-Commerce on International Trade and Employment</i> ”	Dampak <i>e-commerce</i> pada perdagangan dan ketenagakerjaan internasional	Internet akan mempromosikan perdagangan internasional seperti halnya mengangkat hambatan perdagangan lainnya. <i>E-commerce</i> juga dapat berdampak signifikan pada perdagangan jasa. Juga diharapkan secara langsung maupun tidak langsung dapat menciptakan lapangan kerja baru serta mengurangi tingkat pengangguran.
5.	Syifa Fauziah, Amzul Rifin, Andriyono	Untuk mengetahui bagaimana	Variabel kemitraan, pengalaman usaha, tingkat

No.	Nama dan Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
	Kilat Adhi (2021); “Pengaruh Kemitraan dan Variabel Lainnya Terhadap Keuntungan UMK Industri Makanan di Indonesia”	karakteristik para pelaku UMK khususnya di industri makanan dan faktor apa saja yang mempengaruhi keuntungan UMK industri makanan di Indonesia.	pendidikan, jumlah pekerja, biaya, jumlah jam kerja per hari dan usia pengusaha serta <i>dummy</i> sektor industri makanan mempengaruhi keuntungan terhadap usaha UMK industri makanan di Indonesia.
6.	Muhammad Nur Hidayatullah (2013); “Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja Usaha Pengrajin Batik Tulis Klasik Terhadap Tingkat Produksi”	Untuk menentukan akibat dari modal dan tenaga kerja pada usaha kecil menengah dari pengusaha batik klasik industri batik klasik pada Desa Margorejo, Kecamatan Kerek, Tuban.	Hasilnya koefisien regresi menunjukkan pengaruh tenaga kerja (X1) dan modal (X2) terhadap produksi batik per bulan (Y). Variabel dari produksi batik bulanan (Y) dipengaruhi faktor dari sejumlah tenaga kerja (X1) dan modal (X2). Sementara sisanya 7.9% ditentukan oleh faktor lain selain variabel yang diteliti.
7.	Finny Redjeki, Haris Fauzi, Sidik Priadana (2021); Implementation of Appropriate Marketing and Sales Strategies in Improving Company Performance and Profits.	Mengidentifikasi Implementasi Pemasaran yang Sesuai dan Strategi Penjualan dalam Meningkatkan Kinerja dan Keuntungan Perusahaan.	Koordinasi antara perusahaan fungsi sebagai upaya, misalnya, untuk berbagi informasi tentang pelanggan dan pesaing dengan semua tugas yang lebih baik untuk menghadapi persaingan yang berkembang dari waktu ke waktu

No.	Nama dan Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
8.	Tita Yulia Iriani, SE Endang Rostiana: 2018 Analisis Dampak Layanan Go-Food Terhadap Omzet Penjualan Rumah Makan Di Kota Bandung	Untuk mengetahui dampak Layanan Go-Food terhadap jumlah pelanggan, omzet penjualan, dan biaya operasional rumah makan di Kota Bandung	Dari hasil pengujian statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan positif terhadap jumlah pelanggan, omzet penjualan, dan biaya operasional rumah makan setelah bergabung dengan layanan Go-Food dibandingkan sebelum bergabung dengan layanan Go-Food.

2.3 Kerangka Pemikiran

Variabel kinerja IMK menjadi variabel terikat yaitu yang diukur dengan profit penjualan IMK pada setiap provinsi di Indonesia. Pada umumnya kinerja dapat digambarkan sebagai hasil atau tingkat keberhasilan yang telah diraih oleh pelaku IMK dalam menjalankan usahanya.

2.3.1 Faktor Internal

Tenaga kerja memiliki pengaruh positif terhadap profit usaha, juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai produktivitas dari tenaga kerja yang dapat terjadi dalam hitungan waktu. Produktivitas tenaga kerja merupakan jumlah penghasilan yang dihasilkan dari produksi barang tertentu selama satu waktu untuk dipasarkan. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa apabila nilai produktivitas tenaga kerja mengalami kenaikan maka usaha industri mikro kecil akan meningkat, nilai ekspansi usaha pun akan meningkat, jadi apabila nilai tenaga kerja meningkat maka profit akan naik.

Pendapatan meliputi pendapatan utama, pendapatan dari jasa industri (maklun), pendapatan dari kegiatan lain, dan pendapatan lainnya. Pendapatan dari produksi dan pendapatan dari jasa maklun merupakan nilai barang/jasa yang dihasilkan oleh suatu industri, baik produksi utama, sampingan maupun ikutan. Pendapatan dari kegiatan lain yang berhubungan dengan usaha adalah pendapatan yang diperoleh perusahaan dari bukan kegiatan utama tapi masih merupakan satu kesatuan usaha dengan kegiatan utama. Pendapatan lainnya merupakan pendapatan dari kegiatan lain seperti menyewakan barang modal milik perusahaan, penjualan limbah/sampah produksi, pendapatan dari sewa alat/mesin/bangunan milik usaha.

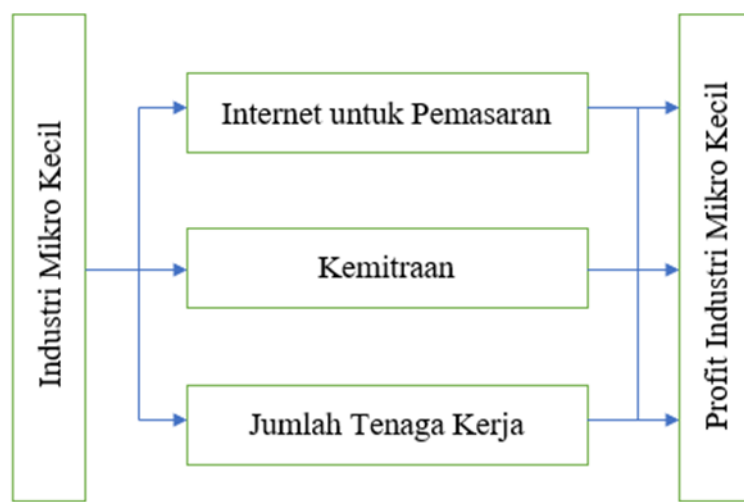
2.3.2 Faktor Eksternal

Penggunaan internet pada dunia usaha menjadi sesuatu yang tidak bisa dipisahkan dari operasional usaha, terlebih lagi saat ini telah memasuki era industri 4.0 yang didominasi konektivitas. Tidak heran jika segala sesuatu bisa dilakukan secara *online* dengan bantuan internet. Terdapat banyak pihak yang memanfaatkan internet untuk melakukan kegiatan termasuk di dalam dunia usaha. Internet akan sangat berguna bagi pelaku usaha untuk memperoleh dan berbagi informasi apapun yang dapat menunjang aktivitas bisnisnya.

Kemitraan merupakan salah satu upaya mengentaskan dan mengangkat usaha kecil agar dapat tumbuh dan berkembang menjadi usaha kecil yang tangguh dan menjadi usaha skala menengah dan besar dengan dilaksanakannya program kemitraan oleh perusahaan-perusahaan besar baik dari BUMN ataupun swasta.

Sejauh ini perkembangan industri mikro kecil di Indonesia semakin berkembang dengan didorongnya peningkatan inovasi dan teknologi yang

mumpuni dan berbagai faktor yang dapat menyebabkan perkembangan industri mikro kecil tumbuh di Indonesia. Melalui teori yang relevan serta induksi dari berbagai penelitian sejenis, secara garis besar kerangka berfikir yang digunakan dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam skema berikut:



Gambar 2. 2. Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis yang digunakan merupakan dugaan sementara atau jawaban sementara dan masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Diduga penggunaan internet dalam usaha memiliki pengaruh positif terhadap profit IMK.
2. Diduga kemitraan memiliki pengaruh positif terhadap profit IMK.
3. Diduga jumlah tenaga kerja pada sektor IMK memiliki pengaruh positif terhadap profit IMK.