

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan oleh Latycia Carin, Selvina, Vina Melissa, Nico Pratama, Hendri, dan Christoffer, (2019) “penggunaan teknologi dalam rangka mengembangkan usaha kuliner di Tiban Center”. Tujuan penelitian ini untuk menambah wawasan pengusaha kuliner dalam pengguna aplikasi GoBiz yang membantu pengusaha kuliner di Tiban Center untuk mendaftarkan usahanya menjadi mitra *Go-Food* membuat pengusaha kuliner di *Foodcourt* Tiban Center lebih peka terhadap perkembangan teknologi dan informasi yang ada. Dari kegiatan ini, dapat disimpulkan bahwa, para pelaku bisnis terutama UKM (Usaha Kecil Menengah) dapat mengambil kesempatan di era digital ini untuk memperluas jangkauan keuntungan yang didapat juga semakin banyak. Hambatan yang mereka hadapi terletak pada kurangnya ilmu pengetahuan akan teknologi yang sedang berkembang saat ini. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu menunjukan menambah wawasan pengusaha kuliner dalam pengguna aplikasi *GoBiz* yang membantu pengusaha kuliner di Tiban Center untuk mendaftarkan usahanya menjadi mitra *Go-Food* membuat pengusaha kuliner di *Foodcourt* Tiban Center lebih peka terhadap perkembangan teknologi dan informasi yang ada. Sedangkan penelitian ini menunjukan bahwa, pengembangan UKM melalui ekonomi digital dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing, pendapatan pada

Kripik Tempe Sari Rasa Sana Malang. Persamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian saat ini terletak pada fokusnya terhadap pemanfaatan teknologi digital oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk mengembangkan bisnis mereka. Keduanya menyoroti pentingnya aplikasi dan platform digital dalam membantu pelaku usaha meningkatkan visibilitas dan efisiensi operasional

Penelitian ini dilakukan oleh Ismah, Suhendri dan Wiwik Kusdaryani, (2020) “ pengembangan UKM melalui literasi digital pada Era 4.0 untuk meningkatkan minat berwirausaha”. Tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan UKM melalui *platfrom* digital yang pelaksanaanya berbasis literasi digital agar terwujud kelurahan kemijen yang edukatif dan kreatif. Pelaksanaan pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan dalam bentuk kegiatan seminar kepada ibu-ibu. Manfaat dari kegiatan ini adalah memberikan pengetahuan dan pemahaman angota UKM tentang bagiman mengembangkan sikap mandiri dan kolaboratif serta cara menumbuh kembangkan minat wirausaha. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu menunjukan mengembangkan UKM melalui *platfrom* digital yang pelaksanaanya berbasis literasi digital agar terwujud kelurahan kemijen yang edukatif dan kereatif. Sedangkan penelitian ini menunjukan bahwa, pengembangan UKM melalui ekonomi digital dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing, pendapatan pada Kripik Tempe Sari Rasa Sanan Malang. Persamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian saat ini adalah fokus pada pengembangan Usaha

Kecil dan Menengah (UKM) melalui pemanfaatan teknologi digital dan literasi digital untuk meningkatkan daya saing dan pendapatan.

Penelitian ini dilakukan oleh Emi Suwarni, Kistina Sedyastuti, dan A. Haidar Mirza, (2019) “peluang dan hambatan usaha kecil menengah pada era ekonomi digital”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis peluang dan hambatan usaha kecil menengah dalam mengembangkan usaha di era ekonomi digital. Objek yang digunakan pada penelitian adalah usaha usaha kecil menengah di kota Palembang. Hambatan terbesar yang harus dihadapi adalah meningkatkan aksesibilitas dan kapasitas usaha kecil menengah untuk go-digital sehingga dapat menghasilkan sehingga dapat menghasilkan produk yang mampu bersaing dengan produk-produk asing yang ada di *e-commerce* Indonesia. Hal tersebut sangat penting mengingat Sebagian besar usaha kecil menengah berada di daerah pedesaan dengan akses internet yang masih terbatas dan banyak yang belum *digital literacy*. Apabila pelaku usaha kecil menengah sudah mampu beradaptasi di era ekonomi digital, maka akan banyak peluang yang akan dicapai oleh pengusaha. Jika sebelumnya pelaku usaha kecil menengah kesulitan menetapkan produknya di pasar, kini pelaku tersebut lebih mudah memasarkan produknya melalui *e-commerce* dan *social media*. Jangkauanannya tidak hanya pasar domestik saja, melainkan juga pasar internasional atau setidaknya melintas ke pasar regional ASEAN. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis peluang dan

hambatan usaha kecil menengah dalam mengembangkakan usaha di era ekonomi digital. Objek yang digunakan pada penelitian adalah usaha usaha kecil menengah di kota Palembang. Sedangkan penelitian ini menunjukan bahwa, pengembangan UKM melalui ekonomi digital dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing, pendapatan pada Kripik Tempe Sari Rasa Sanan Malang. Persamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian saat ini terletak pada tujuan utama untuk mengeksplorasi bagaimana Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dapat memanfaatkan peluang dan mengatasi hambatan di era ekonomi digital.

Penelitian ini dilakukan oleh Adelina Veliti Mokolensang, Lyndon Jacob Pangemanan, dan Sherly Galdys Jocom, (2021) “ Analisis keuntungan penggunaan teknologi informasi terhadap usaha kuliner terhadap usah kuliner di kecamatan kauditan kabupaten minasah utara”. Penelitian bertujuan untuk menganalisis keuntungan teknologi informasi terhadap usaha kuliner di kecamatan kauditan kabupaten minasah utara. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu menunjukan keuntungan teknologi informasi terhadap usaha kuliner di kecamatan kauditan kabupaten minasah utara. Sedangkan penelitian ini menunjukan bahwa, pengembangan UKM melalui ekonomi digital dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing, pendapatan pada Kripik Tempe Sari Rasa Sanan Malang. Persamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian saat ini terletak pada analisis bagaimana teknologi informasi dapat memberikan keuntungan bagi pelaku usaha, khususnya di

sektor kuliner dan UKM. Kedua penelitian menyoroti peran penting teknologi digital dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan pendapatan bagi pelaku usaha.

Penelitian ini dilakukan oleh Muhamad Mirdaza, (2019) berdasarkan penelitian yang dilakukan, hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penerapan ekonomi digital pelaku usaha UMKM kuliner di kota bandung sudah mulai berkembang pesat dan memenuhi kebutuhan digitalisasi dalam berbisnis. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu menunjukan bahwa penerapan ekonomi digital pelaku usaha UMKM kuliner di kota bandung sudah mulai berkembang pesat dan memenuhi kebutuhan digitalisasi dalam berbisnis. Sedangkan penelitian ini menunjukan bahwa, pengembangan UKM melalui ekonomi digital dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing, pendapatan pada Kripik Tempe Sari Rasa Sanan Malang. Persamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian saat ini adalah keduanya menyoroti pentingnya penerapan ekonomi digital dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kedua penelitian mengamati bahwa adopsi teknologi digital menjadi faktor kunci dalam mendorong pertumbuhan bisnis UMKM, baik di sektor kuliner maupun lainnya.

2.2 Landasan Teori

1. Ekonomi Digital

Amir Hartman (dalam Nurhasanah : 2012) ekonomi digital adalah sebagai keberadaan yang ditandai dengan semakin maraknya perkembangan bisnis

dan transaksi perdagangan yang memanfaatkan internet sebagai medium komunikasi, kolaborasi, dan kooperasi antar perusahaan atau pun antar individu. Ekonomi digital juga merupakan sebuah tantangan untuk para pelaku bisnis dalam menghadapi era ME.A. Dengan demikian para pelaku bisnis sadar dan harus siap menghadapi tantangan untuk kedepannya. Hadirnya ekonomi digital merupakan strategi supaya tetap bertahan di era ekonomi digital dan dapat mengembangkan usaha. Ekonomi digital merupakan transaksi perdagangan yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi. Dengan begitu dapat menghemat biaya produksi yang dikeluarkan dalam bentuk promosi dan transportasi. Salah satu teknologi dinamis, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan dengan konsumen maupun komunitas tertentu melalui transaksi elektronik baik berupa perdagangan maupun jasa informasi dapat dilakukan melalui media elektronik.

2. Pendapatan

Hartono (2019) pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh suatu perusahaan dari suatu aktivitas yang dilakukannya, dan kebanyakan aktivitas tersebut adalah aktivitas penjualan produk atau penjualan jasa kepada konsumen. Kata pendapatan dalam dunia bisnis atau dalam perhitungan akuntansi tidaklah asing. Dalam perhitungan akuntansi pendapatan yang sudah dikurangi hutang, pengeluaran biaya-biaya lain dan pajak adalah suatu keuntungan atau laba bersih yang diterima.

Pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat di konsumsi oleh seorang dalam suatu periode dengan mengharap keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula.pada hakekatnya pendapatan adalah penerimaan atau balas jasa dari faktor produksi.

Menurut Keynes (2021) pendapatan yaitu perubahan pada jumlah faktor produksi yang digunakan dalam perubahan kemampuan setiap unit faktor produksi tersebut menghasilkan pendapatan. Pendapatan adalah hasil dari penjualan faktor produksi yang dimiliki sektor produksi.

3. UKM

Menurut Primiana (2012) menjelaskan bahwa Usaha Kecil Menengah (UKM) dapat meningkatkan upaya-upaya pemberdayaan pada masyarakat dalam kegiatan ekonomi yaitu dalam kegiatan usaha. Ukm juga merupakan sekelompok usaha yang dikelola oleh perorangan atau suatu badan usaha tertentu yang kriterianya ditetapkan berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008. Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia, menyumbang sekitar 60% dari Produk Domestik Beruto (PDB) yang menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022). Namun banyak pelaku UKM yang masih mengalami kesulitan mengakses pasar yang lebih luas, meningkatkan visibilitas produk, dan menjalankan operasional bisnis secara efisien, dan mempercepat proses transaksi.

4. Pelaku UKM

Pelaku UKM (Usaha Kecil dan Menengah) adalah individu atau kelompok yang mengelola usaha dengan skala kecil hingga menengah, yang memainkan peran krusial dalam perekonomian suatu negara. Mereka sering kali mengoperasikan bisnis di tingkat lokal, menawarkan beragam produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat setempat. Ciri khas pelaku UKM adalah inovasi dan fleksibilitas dalam menghadapi tantangan pasar, meskipun mereka sering memiliki keterbatasan dalam hal modal, sumber daya, dan akses teknologi. Pelaku UKM tidak hanya berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan daya saing industri. Namun, mereka menghadapi berbagai tantangan, seperti persaingan dengan perusahaan besar dan perubahan regulasi, yang dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha mereka. Dengan dukungan yang tepat, pelaku UKM dapat berperan lebih signifikan dalam pembangunan ekonomi secara keseluruhan.

5. Sumber dan jenis pendapatan

Pendapatan dapat timbul dari penjualan, proses produksi, pemberian jasa dan proses penyimpanan (*earning process*). Dalam perusahaan dagang, pendapatan timbul dari penjualan barang dagang. Pada perusahaan manufaktur, pendapatan diperoleh dari penjualan produk selesai.

Adapun jenis-jenis pendapatan dari suatu kegiatan perusahaan adalah sebagai berikut :

a. Pendapatan operasional Menurut Dyckman, Dukes dan Davis,(2001) terdapat pada buku akuntansi menengah pada dasarnya pada dasarnya pendapatan operasional timbul dari berbagai cara yaitu :

1. Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha yang dilaksanakan sendiri oleh perusahaan tersebut tanpa penyerahan jasa yang telah selesaiakan diproduksi.
2. Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha dengan adanya hubungan yang telah disetujui, misalnya penjualan konsinyasi.
3. Pendapatan dari kegiatan usaha yang dilakukan melalui kerja sama dengan investor.

b. Pendapatan non operasional (pendapatan lain-lain)

Pendapatan yang diperoleh dari sumber lain diluar kegiatan utama perusahaan digolongkan sebagai pendapatan non operasional yang sering juga disebut sebagai pendapatan lain-lain.

6. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi pendapatan

a. Modal

Untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha diperlukan sejumlah modal (uang) dan tenaga (keahlian). Modal dalam bentuk uang di perlukan untuk membiaya segala keperluan usaha, mulai dari biaya prainvestasi, pengurusan izi-izin, biaya investasi untuk pembelian aktiva tetap sampe dengan modal kerja.

Modal Menurut Tambunan (2002), modal adalah salah satu faktor yang paling penting bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah, maupun besar. Maka dari itu modal adalah salah satu elemen penting yang harus mendapat perhatian oleh pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya karena perannya dalam menunjang kegiatan usaha. Menurut Sukirno (2008), modal dibedakan menjadi 2 macam, yaitu: Modal tetap, merupakan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi yang tidak habis dalam proses produksi tersebut. Modal tidak tetap, merupakan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dan habis dalam satu kali proses produksi tersebut.

b. Pengalaman

Ada beberapa hal juga untuk menentukan berpengalaman tidaknya seorang karyawan yang sekaligus sebagai indikator pengalaman kerja yaitu : Lama waktu/ masa kerja ukuran tentang lama atau waktu masa kerja yang telah ditempuh seseorang dapat memahami tugas-tugas suatu pekerjaan dan telah melaksanakan dengan baik. Tingkat pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki. Pengetahuan merujuk pada konsep, prinsip, prosedur, kebijakan atau informasi lain yang dibutuhkan karyawan. Pengetahuan juga mencakup kemampuan untuk memahami dan menerapkan informasi pada tanggung jawab pekerjaan. Penguasaan terhadap

pekerjaan dan peralatan Tingkat penguasaan seseorang dalam pelaksana aspek-aspek teknik peralatan dan teknik pekerjaan.

c. Pendidikan

Pendidikan berkenaan dengan pengembangan pengetahuan serta keahlian dan keterampilan dari manusia maupun tenaga kerja dalam proses Pembangunan.

d. Keberlanjutan usaha

Pertumbuhan bisnis dan cara mengukurnya biasanya didefinisikan dan diukur dengan menggunakan *absolute* atau *relative*, perubahan dalam penjualan, asset, kerja, produktifitas, keuntungan.

7. Konsep Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

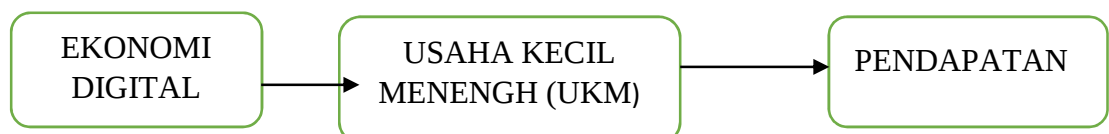
Pengertian usaha kecil dan menengah (UKM)

Menurut UU Nomor 99 tahun 1998, Usaha kecil dan menengah (UKM) adalah kegiatan ekonomi rakyat yang bersekala kecil dengan bidang usaha yang mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan yang tidak sehat .

2.3 Kerangka Konseptual

Menurut Sugiyono(2022) bahwa kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting.

Gambar 2.1 Kerangka Kosneptual



Sumber : diolah 2024