

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan teori

1. Teori neo klasik

Teori neo klasik dipelopori oleh George H. Bort pada tahun 1960 yang dalam analisisnya mengutamakan kepada ekonomi neo klasik. Pada teori ini menjelaskan bahwa pertumbuhan ekonomi sebuah wilayah ditentukan oleh kemampuan wilayah tersebut dalam meningkatkan kegiatan produktifitasnya. Walaupun kegiatan produksi tidak hanya ditentukan dengan potensi daerah melainkan dengan mobilitas tenaga kerja dan mobilitas antar daerah (Suryono, 2001).

Dalam teori Neo klasik ini yang dikembangkan oleh Robert Solow terdapat tiga faktor yang mendukung pertumbuhan ekonomi yaitu modal, tenaga kerja dan teknologi. Dengan pertumbuhan yang cepat, jumlah modal yang digunakan usaha akan meningkat (Ayuningtyas *et al.*, 2024). Selain modal, jaman sekarang teknologi semakin canggih yang dapat memudahkan pelaku UMKM dalam memasarkan barang yang dijual ataupun diproduksi lewat sosial media seperti *gofood*, *shopee*, *facebook* ataupun *whatsapp* dengan dibantu teknologi dapat menambah pendapatan pelaku usaha. Dengan adanya teori ini sama dengan lokasi usaha juga akan meningkatkan pendapatan pelaku usaha, semakin strategis tempat usaha, mudah diakses dan dekat dengan keramaian maka akan membuat konsumen tertarik mendekat dan membeli produknya (Suryono, 2001).

2. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha sering disebut kewirausahaan. Menurut Peggy A. Lambing dan Charles R. Kuel dalam bukunya *entrepreneurship* kewirausahaan merupakan tindakan kreatif yang membangun suatu value dari sesuatu yang tidak ada. *Entrepreneurship* merupakan proses untuk menangkap dan mewujudkan suatu peluang terlepas dari sumber daya yang ada, serta

membutuhkan keberanian untuk mengambil risiko yang telah diperhitungkan (Khairunnisa *et al.*, 2022).

UMKM adalah usaha yang berorientasi pada laba dan fokus pada meningkatkan kesejahteraan Masyarakat melalui dengan menciptakan lapangan kerja (Munita, 2022). UMKM berperan sangat penting pada saat krisis moneter pada tahun 1998, usaha kecil ini mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar. UMKM ini umumnya memiliki keunggulan dalam bidang yang memanfaatkan sumber daya alam (Khairunnisa *et al.*, 2022). Berdasarkan Undang-undang No. 20 tahun 2008, Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah usaha kecil milik dan dikelola oleh seseorang atau beberapa orang dengan pendapatan dan kekayaan tertentu (Dewiwarman, Mahliyanti Adelia Warman, 2024). Menurut Khairunnisa *et al.* (2022) dilihat dari perspektif usaha, UMKM diklasifikasikan menjadi empat kelompok yaitu:

- 1) UMKM sektor informal contohnya adalah pedagang kaki lima
- 2) UMKM Mikro yaitu pelaku UMKM dengan kemampuan sifat pengrajin tetapi masih kurang dalam jiwa kewirausahaan untuk mengembangkan usahanya.
- 3) Usaha kecil dinamis adalah sebuah kelompok UMKM yang sudah mampu berwirausaha dengan menjalin kerjasama (menerima pekerjaan sub kontrak) dan ekspor.
- 4) *Fast Moving Enterprise* merupakan UMKM yang memiliki kewirausahaan yang cakap dan telah siap bertransformasi menjadi usaha besar.

Menurut pasal 6 Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM mengelompokan UMKM berdasarkan jumlah kekayaan bersih (kekayaan yang diluar tanah dan bangunan tempat usaha), sedangkan kriteria berdasarkan kekayaan bersih dan penjualan selama 1 tahun (Budiono, 2021).

Tabel 2. 1 Kriteria UMKM berdasarkan asset dan omset yang dimiliki

No	Uraian	Aset	Omset
1.	Usaha Mikro	Maksimum Rp 50 juta	Maksimum Rp 300 juta
2.	Usaha Kecil	>Rp 50 juta – Rp 500 juta	>Rp 300 juta – Rp 2,5 milyar
3.	Usaha menengah	>Rp 500 juta - Rp 1 milyar	>Rp 2,5 milyar -50 milyar

Sumber : (Budiono, 2021)

Kriteria UMKM juga dirumuskan oleh BPS berdasarkan jumlah tenaga kerja, dapat dilihat pada tabelberikut:

Tabel 2. 2 Kriteria UMKM berdasarkan jumlah tenaga kerja

No	Uraian	Jumlah tenaga kerja
1	Usaha Mikro	< 4 orang
2	Usaha Kecil	5 – 19 orang
3	Usaha menengah	20- 99 orang

Sumber: Manajemen UMKM dan koperasi

3. Pendapatan

Pendapatan merupakan nilai maksimum yang bisa dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharap keadaan yang sama pada akhir periode. Pendapatan merupakan penerimaan produsen dengan bentuk uang yang diperoleh dari hasil penjualan barang yang diproduksi. Menurut Keynes, pendapatan merupakan perubahan jumlah faktor produksi yang digunakan dan perubahan kemampuan setiap unit faktor

produksi tersebut dengan menghasilkan pendapatan (Helmalia & Afrinawati, 2018). Menurut IAI pendapatan merupakan keuntungan ekonomi yang dihasilkan suatu entitas selama periode akuntansi yang menunjukkan arus kas masuk dan naiknya asset, penurunan kewajiban yang harus dibayarkan, yang berdampak pada naiknya jumlah modal (Ervina *et al.*, 2022). Dalam ekonomi, pendapatan merupakan balas jasa atas penggunaan faktor produksi yang dimiliki oleh sektor rumah tangga dan sektor perusahaan yang berupa gaji/upah, sewa, bunga dan keuntungan (Hendrik, 2011).

Menurut Ervina *et al* (2022) sumber pendapatan perusahaan berasal dari:

1) Pendapatan operasional

Pendapatan yang dihasilkan dari kegiatan perusahaan, baik penjualan maupun penyerahan barang/jasa ke konsumen. Pendapatan ini dapat terjadi berulang-ulang selama Perusahaan tersebut beroperasi.

2) Pendapatan non operasional

Pendapatan yang berasal dari sumber lain di luar kegiatan usaha perusahaan yang disebut pendapatan lain-lain.

Menurut Ervina *et al* (2022) dilihat dari proses terjadinya, terdapat dua proses pendapatan yaitu:

1) Proses pembentukan pendapatan (*Earning Process*)

Sebuah proses pembentukan pendapatan yang asalnya dari kegiatan operasional perusahaan agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan yang meliputi dari kegiatan produksi, kegiatan pemasaran, kegiatan lainnya yang memberikan kontribusi hasil akhir pendapatan dengan dikurangi biaya yang dikeluarkan.

2) Proses realisasi pendapatan (*Realization Process*)

Sebuah proses pembentukan pendapatan yang asalnya dari kegiatan yang produknya sudah selesai dibuat dan dijual dalam suatu penjualan. Pendapatan ini terjadi ketika sudah di tahap akhir produksi dan produk

siap diberikan kepada konsumen. Jika kontrak penjualan sudah terjadi sebelum produk diterima dan pendapatan belum diterima, maka pendapatan belum diakui.

Menurut Ervina *et al* (2022) manfaat pendapatan yaitu:

1) Pengukur kinerja dan keberhasilan manajemen Perusahaan

Manfaat ini akan terlihat pada saat pendapatan yang dihasilkan oleh Perusahaan semakin tinggi disbanding dengan biaya yang dikeluarkan akan menunjukkan keberhasilan Perusahaan.

2) Alat pembandingan modal yang disetor dengan penghasilan yang didapat dari usaha

Manfaat ini akan membandingkan modal yang sudah disetor ke pemilik/owner dengan hasil usaha yang berasal dari operasional Perusahaan.

3) Alat pemprediksi besarnya deviden yang dibagikan kepada pemegang saham di masa akan datang

Memprediksi besarnya deviden bisa diketahui dari besar kecilnya pendapatan yang dihasilkan dari kegiatan operasional Perusahaan.

4. Modal Usaha

Modal merupakan suatu materi atau non materi yang dibutuhkan pada saat membangun suatu usaha sehingga bisa memperoleh keuntungan usaha. Modal dalam bentuk materi misalnya, uang, bangunan, mesin, kendaraan, bahan baku dan lain-lain. Modal dalam bentuk non materi misalnya adalah keahlian/ketrampilan, relasi ataupun nama baik dan lain-lain. Semua bentuk modal ini akan menunjang keberlangsungan usaha (Budiono, 2018).

Modal berupa uang ini digunakan untuk membiayai investasi atau biaya tetap (fixed asset) maupun untuk membiayai modal kerja atau biaya tidak tetap (Variabel cost). Modal investasi merupakan modal yang digunakan untuk membiayai investasi yang berjangka panjang atau lebih dari satu tahun, misalnya adalah untuk membeli mesin pabrik, membiayai

Pembangunan kantor. Sedangkan modal untuk membiayai modal kerja adalah modal yang digunakan untuk membiayai jangka pendek atau tidak lebih dari setahun, misalnya adalah untuk membeli bahan baku, barang dagangan, membayar gaji karyawan, dan memberikan piutang dagang (Budiono, 2018).

Modal usaha dapat berasal dari modal sendiri ataupun modal dari luar. Modal sendiri merupakan modal yang berasal dari sendiri pemilik usaha tersebut sedangkan modal yang berasal dari luar adalah modal yang berasal dari luar pemilik usaha/pihak ketiga (Budiono, 2018).

1) Modal sendiri

Modal sendiri merupakan modal yang berasal dari diri pemilik perusahaan. Saat pertama atau awal membangun sebuah usaha seorang wirausaha dituntut supaya menggunakan uangnya sendiri sebagai modal usahanya. Agar tidak terlalu berharap ke modal luar/pinjaman bank karena bank menerapkan prinsip kehati-hatian yang biasanya disyaratkan minimal usaha sudah 2 tahun yang dapat dibiayai oleh bank, tergantung bank nya masing-masing.

2) Modal luar

Modal luar atau modal pinjaman merupakan modal yang biasanya digunakan untuk mengembangkan usaha yang telah berjalan dan memiliki keterbatasan modal maka dapat diperoleh melalui pinjaman ke bank. Namun dalam menggunakan modal pinjaman harus selektif dan berhati-hati karena modal ini wajib dikembalikan dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Keuntungan menggunakan modal pinjaman yaitu pelaku usaha dapat meningkatkan kapasitas usahanya daripada pesaing lainnya yang tidak menggunakan modal pinjaman, tetapi Ketika menggunakan modal pinjaman itu ada biaya, misalnya biaya bunga, biaya administrasi.

Indikator modal terbagi menjadi tiga menurut Rosadi (2019) sebagai berikut:

1) Modal sebagai syarat untuk usaha

Dalam memulai suatu usaha diperlukan syarat utamanya yaitu modal. Tanpa adanya modal maka usaha akan sulit untuk dijalankan. Oleh karena itu, modal sangat penting dalam menjalankan usaha.

3) Pemanfaatan modal tambahan

Modal tambahan dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kegiatan produksi suatu usaha, jadi harus mengelola modal tambahan tersebut dengan baik.

4) Besar modal

Faktor usaha yang harus dimiliki oleh Perusahaan sebelum melakukan kegiatan operasi adalah modal. Besar kecilnya suatu modal mempengaruhi besar kecilnya kegiatan operasional yang akan mempengaruhi juga pendapatan suatu Perusahaan.

5. Teknologi

Teknologi sangatlah dimanfaatkan oleh pemilik bisnis zaman sekarang. Menurut R. Zulki Zulkifli Noor dalam bukunya manajemen bisnis digital mengatakan bahwa teknologi digital merupakan suatu alat yang sudah tidak lagi menggunakan tenaga manusia secara manual, melainkan ke sistem yang pengoperasiannya otomatis dengan sistem komputerisasi atau format yang bisa dibaca oleh komputer (Noor, 2017). Salah satu teknologi yang sering digunakan oleh pemilik usaha *adalah e-commerce*. *E-commerce* atau perdagangan elektrik merupakan proses pembelian dan penjualan barang dagang dan layanan yang dilaksanakan secara daring dengan melalui situs web atau aplikasi. Pengguna e-commerce semakin meningkat dalam beberapa tahun terakhir, dengan banyaknya orang yang beralih ke internet dalam memenuhi kebutuhan belanjanya. Transaksi yang terjadi di *e-commerce* mencakup berbagai bentuk, yaitu

antara bisnis dengan konsumen (B2C), bisnis ke bisnis (B2B), konsumen ke konsumen (C2C), dan konsumen ke bisnis (C2B) (Rosadi, 2019).

Menurut buku kewirausahaan dan UMKM di era digital 4.0 menyebutkan, *e-commerce* menjadi tempat komunikasi penjual dengan konsumen dengan melalui platform digital baik situs web ataupun aplikasi. Komunikasi ini mencakup beberapa aspek/bentuk seperti, pemasaran, penjualan, promosi, dan layanan untuk pelanggan (Wardhana *et al*, 2024). Beberapa aspek/bentuk komunikasi yang ada di *e-commerce* adalah sebagai berikut:

1) Pemasaran dan promosi

Dalam *e-commerce* memanfaatkan berbagai strategi pemasaran dan promosi untuk mencapai konsumen dan kesadaran merk. Bentuk pemasaran digital yang sering digunakan oleh *e-commerce* yaitu iklan online, pemasaran melalui email, dan media sosial lainnya.

2) Informasi produk

Dalam situs web *e-commerce* menyediakan berbagai informasi produk yang cukup lengkap, termasuk deskripsi produk, harga dan ulasan dari para pelanggan. Informasi ini akan membantu calon konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dan memperkuat citra merk.

3) Pelayanan pelanggan

Di dalam *e-commerce* konsumen berinteraksi dengan penjual secara langsung melalui layanan yang disediakan oleh platform digital, seperti obrolan online. Pelayanan ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merk dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

4) Pengiriman dan penanganan

Dalam komunikasi ini *e-commerce* juga memberikan pelayanan mengenai pengiriman dan penanganan pesanan. Konsumen akan menerima informasi terkait status pesanan dan pengiriman, serta nomor pelacakan.

6. Lokasi usaha

Lokasi usaha merupakan pemacu biaya yang signifikan, karena lokasi usaha memiliki kekuatan untuk membuat ataupun menghancurkan strategi bisnis sebuah usaha. Pada saat pemilik usaha memilih lokasi usaha dan melakukan kegiatan usaha di suatu lokasi, banyak biaya yang akan menjadi tetap dan sulit untuk dikurangi (Fu'ad, 2015). Pemilihan lokasi usaha harus mempertimbangkan strategi pemasaran dengan preferensi pemilik. Lokasi adalah kedudukan suatu obyek di muka bumi. Landasan sebuah lokasi adalah ruang, Dimana salah satu unsur ruang yaitu jarak. Jarak menjadi gangguan ketika manusia akan berinteraksi, berpergian dari satu tempat ke tempat lainnya. Hal ini dikarenakan jarak membutuhkan waktu, tenaga dan biaya yang harus dikorbankan.

Salah satu hal yang menjadi pembahasan dalam teori lokasi adalah pengaruh jarak terhadap intensitas orang berpergian dari satu lokasi ke lokasi lainnya (Darmawan, 2021). Menurut Budiono (2021) dalam bukunya Kewirausahaan II lokasi usaha merupakan daerah yang akan dijadikan tempat berdirinya suatu bangunan usaha baik bangunan toko, Gudang, mess karyawan dan pabrik. Calon wirausaha yang belum memiliki lokasi maka harus selektif dalam pemilihan lokasi, dengan mempertimbangkan jenis usaha. Selain mempertimbangkan jenis usaha pemilihan lokasi usaha juga harus mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut:

1) Mudah dijangkau oleh pelanggan atau konsumen

Lokasi yang mudah dijangkau oleh pelanggan atau konsumen sangat penting untuk jenis yang karakteristiknya usaha pasif seperti, usaha supermarket, mini market, toko warung makan, bengkel dan penginapan. Apabila lokasi usaha mudah dijangkau maka para pelanggan atau konsumen akan ramai pembeli. Konsumen tidak mau mendatangi lokasi usaha yang jauh dan sulit dijangkau. Lokasi usaha

sebaiknya dapat dijangkau oleh angkutan umum hal ini untuk memperluas segmen pasar tersebut.

2) Terdapat usaha sejenis dengan usaha yang akan dibuat

Dalam pemilihan lokasi usaha yang terdapat usaha sejenis dengan usaha yang akan didirikan sepintas akan terlihat merugikan karena akan ada pesaing disekitar usaha yang akan dibuat. Namun apabila dicermati usaha yang dibuka akan mudah dilihat atau diketahui oleh konsumen yang sebelumnya sering datang ke lokasi tersebut. Apabila memilih lokasi usaha yang banyak usaha sejenis maka harus memperhatikan syarat keunggulan kompetitif, yaitu harus memiliki kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau serta melibatkan pelayanan.

3) Lokasi usaha diperoleh dengan biaya yang efektif dan efisien

Lokasi usaha yang semakin strategis maka harganya semakin mahal dibandingkan dengan lokasi usaha yang tidak strategis. Disini calon wirausaha harus bisa mengelola keuangan sebaik mungkin, karena harus menyisakan buat modal kerja secukupnya. Dalam memperoleh lokasi usaha sebaiknya mengeluarkan biaya yang efisien dan efektif, efisien artinya mudah dan efektif berarti tepat sasaran. Hal ini harus mencari informasi harga perolehan yang wajar ataupun harga sewa yang wajar lokasi tersebut.

4) Lokasi usaha tidak bermasalah

Pemilihan lokasi harus dilakukan secara selektif karena apabila tergesa-gesa atau ditawari harga murah terkadang calon wirausaha pemula tidak mengecek status lokasi usaha yang akan digunakan. Apabila lokasi usaha berada dalam masalah misalnya lokasi usaha tersebut dalam sengketa atau pemilik sedang meminjamkan di bank dan pinjamannya dalam keadaan macet maka apabila calon wirausaha menyewa tempat tersebut akan terancam diusir dan dipindahkan.

- 5) Lokasi usaha dekat dengan sumber daya yang dibutuhkan serta sarana dan prasarana penunjang lainnya

Sebuah usaha manufaktur atau usaha yang memproduksi barang dalam jumlah besar seperti pabrik dan industri pengolahan, pemilihan tempat usaha dikaitkan dengan tersediannya sumber daya seperti, sumber daya manusia, sumber daya alam (ketersediaan bahan baku), air, sarana pelabuhan untuk mengirimkan barang, sarana prasarana lainnya seperti listrik dan air.

2.2 Penelitian terdahulu

Berikut beberapa hasil penelitian terdahulu yang topiknya hampir sama :

Tabel 2. 3 Penelitian terdahulu

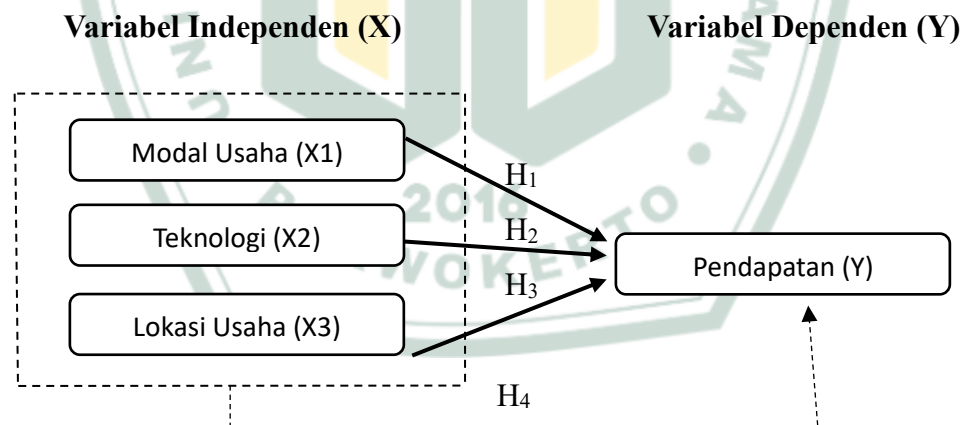
No	Nama	Hasil	Perbedaan
1.	Penelitian oleh (Siskawati A. Zakaria, Muhammad Amir Arham, Ronald S. Badu, 2024) "Pengaruh Modal Usaha terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Makanan dan Minuman di Kota Gorontalo"	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) makanan dan minuman di Kota Gorontalo (Zakaria <i>et al.</i> , 2024).	• Menambah variabel baru yaitu teknologi dan Lokasi usaha • Objek penelitian UMKM di Kecamatan Cilongok
2.	Penelitian oleh (Kristiana Munita, 2022) "pengaruh modal, tingkat pendidikan, teknologi, dan lokasi usaha terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (umkm)."	Hasil penelitian ini yaitu modal, tingkat pendidikan, teknologi dan lokasi usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan. Sedangkan secara silmutan variabel modal, tingkat pendidikan, teknologi, dan lokasi usaha sama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel pendapatan (Munita, 2022).	• Objek penelitian UMKM di Kecamatan Cilongok
3.	Penelitian oleh (Hibatun Wafiroh, Ika Nur Lailatul, Ainayyah Evhin, 2023) "Analisis Pengaruh Modal Dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM"	Hasil penelitian ini yaitu modal sama sekali tidak berpengaruh pada pendapatan sedangkan pada biaya dapat berpengaruh pada pendapatan (Wafiroh <i>et al.</i> , 2023).	• Menambah variabel baru teknologi dan Lokasi usaha • Objek penelitian umkm di

			kecamatan cilongok
4.	Penelitian oleh (Indra Ibnu Nugroho, 2024) “Pengaruh Teknologi Digital terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Dusun Serut”	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Wilayah Dusun Serut (Nugroho, 2024).	• Menambah variabel baru modal usaha dan lokasi usaha • Objek penelitian umkm di kecamatan cilongok
5.	Penelitian oleh (Ulfa et al., 2024) “pengaruh perkembangan teknologi, media sosial, harga, dan lokasi terhadap pendapatan umkm di kota langsa: mengeksplorasi dinamika sukses bisnis di era digital.”	Hasil penelitian ini adalah variabel Media Sosial dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM di Kota Langsa, untuk variabel Perkembangan Teknologi dan Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan UMKM di Kota Langsa (Ulfa et al., 2024).	• Menambah variabel baru yaitu modal usaha • Objek penelitian umkm di kecamatan cilongok
6.	Penelitian oleh (Jarul Mustajirin & Nia Rifanda Putri 2023) “Pengaruh Modal, Jam Kerja, Dan Lokasi Terhadap Pendapatan Umkm Di Kecamatan Demak”	Hasil penelitian menunjukan modal dan lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan dan jam kerja tidak berpengaruh positif (Mustajirin & Nia, 2023).	• Menambahkan variabel teknologi • Objek penelitian di UMKM Kecamatan Cilongok
7.	Penelitian oleh (Habiana Dalimunthe, 2025) “Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce), Modal Terhadap Pendapatan Umkm Di Kecamatan Batang Kuis”	Hasil penelitian ini menunjukan bahwasannya transaksi online, modal memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di kecamatan Batang Kuis (Dalimunthe, 2025).	• Menambahkan variabel lokasi usaha • Objek penelitian di UMKM Kecamatan Cilongok
8.	Penelitian oleh (Sharen Laurencia, 2022) “Analisis Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, Bahan Baku, Lama Usaha Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Umkm Di Sektor Industri Makanan Dan Minuman (Studi Kasus Industri Rumah Tangga Binaan)”	Hasil penelitian ini menunjukan adanya pengaruh positif dan signifikan modal, tenaga kerja, bahan baku, lama usaha, dan lokasi terhadap pendapatan pelaku UMKM. Modal merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap pendapatan (Laurencia, 2022).	• Menambahkan variabel teknologi usaha • Objek penelitian di UMKM Kecamatan Cilongok

9.	Penelitian oleh (Mochamad Syafii, Dziyl Waslatiyl Jamilah dan Rusdiyanto, 2024) “Pengaruh Modal Sendiri Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh)”	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal sendiri tidak mempengaruhi pendapatan UMKM. Sementara itu, lokasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Gresik (Syafii <i>et al.</i> , 2024).	• Menambahkan variabel teknologi usaha • Objek penelitian di UMKM Kecamatan Cilongok
10.	Penelitian oleh (Danri T. Siboro, Audrey M. Siahaan, Ardin Doloksaribu, Andreas Sebastian Sitompul, 2025) “Pengaruh Modal, Biaya Produksi, Lama Usaha, Dan Teknologi Terhadap Pendapatan”	Hasil penelitian ini enunjukkan bahwa semua variabel tersebut Berpengaruh signifikan terhadap pendapatan (Siboro <i>et al.</i> , 2025).	• Menambahkan variabel lokasi usaha • Objek penelitian di UMKM Kecamatan Cilongok

2.3 Kerangka berpikir

Dengan adanya tujuan penelitian dan teori diatas, berikut akan dijelaskan kerangka berpikir mengenai pengaruh modal usaha, teknologi dan lokasi usaha terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Cilongok, sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka berpikir

Keterangan :

- > : Pengaruh secara parsial
 - - - - -> : Pengaruh secara simultan

2.4 Hipotesis

1. Pengaruh modal usaha terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Teori neo klasik mengatakan bahwa pertumbuhan suatu wilayah ditentukan oleh kemampuan wilayah tersebut dalam meningkatkan aktifitas produktifitasnya. Dalam teori klasik terdapat beberapa faktor pengaruh pertumbuhan ekonomi yaitu modal, tenaga kerja dan teknologi (Suryono, 2001). Dengan begitu modal menjadi faktor pendukung usaha dalam meningkatkan pendapatan usaha. Variabel pengaruh modal usaha ini berkaitan dengan teori neo klasik.

Modal usaha merupakan unsur penting bagi pelaku UMKM yang akan mendirikan sebuah usaha dan untuk meningkatkan pendapatannya. Ketika pelaku UMKM menggunakan modal yang terbatas maka akan memperoleh keuntungan yang terbatas tetapi apabila menggunakan modal yang cukup besar maka keuntungannya juga akan cukup besar. Dengan adanya teori tersebut sama hal nya dengan modal yang kecil akan menjadi penghambat hasil produksi UMKM yang dapat menyebabkan pendapatannya sedikit dan ketika mengalami keterbatasan modal usaha akan menghambat pertumbuhan usaha. Berbeda dengan apabila memiliki modal yang besar maka hasil produksi dan pendapatannya meningkat, petumbuhannya usahanya juga akan meningkat.

Penjelasan tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Mustajirin & Putri (2023) dan Dalimunthe (2025) menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Modal usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM

2. Pengaruh teknologi terhadap pendapatan pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Teori neo klasik menjelaskan bahwa faktor pengaruh pertumbuhan ekonomi yaitu modal, tenaga kerja dan teknologi (Suryono, 2001). Hal ini berarti tanpa memanfaatkan teknologi modern yang saat ini sudah berkembang, pertumbuhan itu tidak akan memberikan hasil yang positif terhadap pendapatan ekonomi secara nasional. Pengaruh teknologi ini berkaitan dengan teori neo klasik yang analisisnya mengutamakan ekonomi neo klasik.

Teknologi ini sangat bermanfaat bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan pendapatannya dengan membantu mempromosikan dan memasarkan usahanya secara online di media sosial (*e-commerce*). *E-commerce* merupakan aplikasi yang sudah disediakan oleh platform digital untuk menjual dan memasarkan produk usaha dengan harapan meningkatkan pendapatan usaha. Dapat diartikan bahwa UMKM apabila dalam menjalankan usahanya mampu memanfaatkan teknologi dengan *e-commerce* maka bisa mempermudah dan memperluas pasar baik dalam promosi ataupun penjualan. Dengan adanya teknologi maka dapat meningkatkan pendapatan usaha.

Penelitian ini didukung dengan penelitian oleh Nugroho (2024) dan Dalimunthe (2025) yang menyatakan bahwa teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Hal ini berarti ketika memanfaatkan teknologi dengan baik maka pendapatan UMKM akan meningkat. Berdasarkan uraian diatas maka diatas hipotesis sebagai berikut:

H2: Teknologi berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM

3. Pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Dalam menjalankan aktifitas usaha maka diperlukan lokasi usaha. Lokasi usaha merupakan tempat yang dipilih oleh pelaku usaha yang diharapkan untuk mendapatkan pendapatan dengan mempertimbangkan kemudahan akses, kesesuaian segmentasi konsumen dan fasilitas untuk mudah mengembangkan usaha. Pengaruh lokasi usaha berkaitan dengan teori neo klasik yang menerangkan bahwa pertumbuhan ekonomi suatu wilayah akan sangat ditentukan oleh kemampuan wilayah tersebut untuk meningkatkan aktifitas produksinya (Suryono, 2001).

Lokasi usaha sangat penting terhadap pendapatan suatu usaha, maka perlu pertimbangan untuk memilih lokasi usaha karena hal ini dapat menentukan seberapa besar pendapatan suatu usaha. Dengan Lokasi yang strategis maka dapat menentukan tingkat pendapatan suatu usaha. Pemilihan lokasi usaha harus mempertimbangkan strategi pemasaran dengan preferensi pemilik. Lokasi adalah kedudukan suatu obyek di muka bumi. Landasan sebuah lokasi adalah ruang, Dimana salah satu unsur ruang yaitu jarak. Jarak menjadi gangguan ketika manusia akan berinteraksi, berpergian dari satu tempat ke tempat lainnya. Hal ini dikarenakan jarak membutuhkan waktu, tenaga dan biaya yang harus dikorbankan. Dengan adanya teori tersebut sama hal nya dengan apabila lokasi usaha yang strategis maka dapat meningkatkan pendapatan.

Penelitian ini didukung dengan penelitian oleh Laurencia (2022) dan Syafii *et al* (2024) yang hasil penelitian yaitu lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha, Dengan hal ini maka, diajukan dipotesis sebagai berikut :

H3: Lokasi usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM

4. Pengaruh modal usaha, teknologi dan lokasi usaha terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Diperlukan pemahaman secara komprehensif mengenai konsep-konsep secara terpisah sebelum mengetahui interaksi variabel diatas secara bersama untuk dapat memahami pengaruh modal usaha, teknologi dan lokasi usaha. Pertama modal usaha merujuk banyaknya modal untuk meningkatkan pendapatan suatu usaha. Modal yang semakin banyak memungkinkan akan meningkatkan pendapatan berbeda dengan modal yang sedikit akan menghambat pendapatan suatu usaha.

Menurut R. Zulki Zulkifli Noor dalam bukunya manajemen bisnis digital mengatakan bahwa teknologi digital merupakan suatu alat yang sudah tidak lagi menggunakan tenaga manusia secara manual, melainkan ke sistem yang pengoperasiannya otomatis dengan sistem komputerisasi atau format yang bisa dibaca oleh komputer. Salah satu teknologi yang sering digunakan oleh pemilik usaha adalah e-commerce. Dengan menggunakan teknologi akan memudahkan pelaku usaha menjual dan memsarkan barang usahanya yang akan meningkatkan pendapatan usaha.

Sedangkan lokasi usaha merujuk pada strategisnya tempat usaha, semakin strategis lokasi usaha akan menjadikan ketertarikan calon konsumen untuk melihat, mengunjungi dan membeli barang yang dijual dan menambah pendapatan usaha tersebut. Jadi, pelaku UMKM dalam memilih lokasi usaha harus berhati-hati karena dengan lokasi yang strategis akan dapat meningkatkan pendapatan UMKM.

Jika semua faktor tersebut digabungkan, pengaruhnya terhadap pendapatan suatu usaha terutama pelaku UMKM. Dengan demikian, pemahaman pelaku usaha terkait modal usaha, teknologi dan lokasi usaha serta dampaknya terhadap pendapatan usaha dapat menjadikan pelaku usaha memperhatikan faktor tersebut dalam menjalankan usahanya.

Penelitian ini didukung dengan penelitian oleh Husniah (2025) yang hasil penelitiannya menunjukan modal usaha, lokasi usaha, dan

lama usaha berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap tingkat pendapatan, Selain itu, penelitian oleh Soleman & Abdulhak (2024) dengan hasil penelitian yang menunjukkan variabel modal usaha dan teknologi informasi sebelum dan sesudah di tambahkan variabel kontrol tingkat pendidikan hasilnya berpengaruh positif dan signifikan. Dengan penjelasan tersebut, diajukan hipotesis sebagai berikut :

H4: Modal usaha, teknologi dan lokasi usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

