

**BAB II**  
**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Landasan Teori**

**2.1.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

**2.1.1.1 Pengertian UMKM**

Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM pasal 1 menyatakan bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan yang berdiri sendiri dan memenuhi kriteria sesuai Undang-Undang.

Kriteria UMKM berdasarkan UU No.20 Tahun 2008 pasal 6 adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. 1 Kriteria UMKM**

No	Jenis Usaha	Kriteria Aset	Kriteria Omzet
1.	Usaha Mikro	Maksimal Rp50.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan.	Omzet $\leq$ Rp300.000.000
2.	Usaha Kecil	Rp 50.000.000 < Aset $\leq$ Rp500.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan.	Rp300.000.000 < Omzet $\leq$ Rp2.500.000.000
3.	Usaha Menengah	Rp500.000.000 < Aset $\leq$ Rp2.500.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan.	Rp2.500.000.000 < Omzet $\leq$ Rp50.000.000.000

Sumber: UU No. 20 tahun 2008

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa usaha mikro merupakan usaha dengan kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00. Usaha kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 sampai paling banyak Rp500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan, atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp2.500.000.000. Sedangkan, Usaha Menengah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 sampai paling banyak Rp10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pengembangan ekonomi nasional. UMKM menjadi tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan yang ditujukan mengurangi masalah kesenjangan pendapatan, pengentasan kemiskinan, dan penyerapan tenaga kerja (Hermiyanty, Wandira Ayu Bertin, 2017).

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang dimiliki seseorang ataupun sekelompok orang dengan kriteria tertentu. UMKM sangat penting dalam

menunjang pengembangan ekonomi, untuk mengurangi masalah kesenjangan pendapatan, kemiskinan, dan juga untuk menyerap tenaga kerja.

### 2.1.1.2 Jenis-jenis UMKM

Menurut Purwanti (2018) Ada tiga jenis usaha yang bisa dilakukan oleh UMKM, yaitu:

- 1) Usaha Manufaktur yaitu usaha yang mengubah input dasar menjadi produk yang bisa dijual kepada konsumen. Misalnya konveksi yang menghasilkan pakaian jadi.
- 2) Usaha Dagang yaitu usaha dagang ialah usaha yang menjual produk kepada konsumen.
- 3) Usaha Jasa yaitu usaha jasa merupakan usaha yang menghasilkan jasa, bukan menghasilkan produk atau barang untuk konsumen.

Sarwono (2015) menyatakan bahwa terdapat tujuh sektor bisnis UMKM, yaitu:

- 1) Sektor perdagangan

Sektor perdagangan adalah sektor yang cukup penting dalam kegiatan perekonomian. Pengaruh sektor ini cukup kuat terhadap perkembangan serta pertumbuhan perekonomian di suatu wilayah (Sarwono, 2015). Perdagangan merupakan kegiatan menjual kembali suatu barang tanpa perubahan teknis dari barang tersebut. Adapun

rangkaian aktivitas dari bisnis perdagangan terdiri dari pembelian, penyimpanan, serta penjualan kembali. Aktivitas yang sederhana tersebut menyebabkan banyak pelaku usaha yang memilih menjalankan bisnis ini.

## 2) Sektor industri pengolahan

Industri pengolahan merupakan kegiatan mengubah bahan mentah, bahan setengah jadi, ataupun barang jadi menjadi suatu barang dengan nilai yang lebih tinggi. Beberapa contoh usaha yang termasuk pada sektor ini antara lain: industri anyaman, industri pengolahan makanan dan minuman, industri kerajinan, industri perabotan rumah tangga, dan lain-lain.

## 3) Sektor Pertanian

Pertanian adalah suatu kegiatan pemanfaatan sumber daya hayati untuk memperoleh bahan pangan, sumber energi, maupun bahan baku industri yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Sektor pertanian terdiri dari berbagai subsektor, seperti tanaman pangan dan hortikultura.

Usaha pertanian tergolong usaha dengan perputaran usaha yang cukup lama. Hal tersebut disebabkan sebagian besar tanaman pertanian merupakan tanaman musiman, dimana lama satu musim tergantung pada jenis tanaman serta

teknologi yang digunakan untuk menanam tanaman tersebut.

#### 4) Sektor Perkebunan

Perkebunan merupakan kegiatan mengelola tanaman tertentu pada tanah/media lain dalam lingkungan yang sesuai. Jenis tanaman perkebunan antara lain cengkeh, kopi, tebu, lada, karet. Rantai bisnis perkebunan meliputi penyediaan input awal, lalu diikuti dengan pendukung proses produksi, kemudian dilanjutkan dengan tahap proses budidaya.

#### 5) Sektor Peternakan

Peternakan merupakan kegiatan membudidayakan atau mengembangbiakan hewan ternak guna memperoleh hasil. Kebutuhan akan protein hewani masih sangat besar disbanding dengan ketersediaan daging di dalam negeri. Hal tersebut membuka kesempatan bagi para pelaku usaha untuk lebih mengembangkan usahanya atau memulai bisnis pada sektor ini.

#### 6) Sektor Perikanan

Bisnis perikanan merupakan semua usaha perorangan atau badan hukum untuk menangkap atau membudidayakan (usaha penetasan, pembibitan, pembesaran) ikan, termasuk kegiatan menyimpan, mendinginkan, pengeringan, atau

mengawetkan ikan dengan tujuan untuk menciptakan nilai tambah ekonomi bagi pelaku usaha (komersial/bisnis). Kegiatan bisnis sektor perikanan ini dapat dibagi menjadi dua kelompok, yaitu: Usaha perikanan budidaya serta usaha perikanan tangkap.

#### 7) Sektor Jasa

Usaha jasa merupakan kegiatan memberikan pelayanan jasa kepada konsumen. Saat ini perkembangan usaha jasa cukup pesat. Hal tersebut didorong karena adanya perubahan gaya hidup serta banyaknya kebutuhan manusia yang menuntut sesuatu yang praktis dan serba cepat.

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa sektor usaha UMKM terdiri dari sektor perdagangan, industri pengolahan, pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, dan jasa.

#### **2.1.1.3 Tujuan UMKM**

Berdasarkan UU No.20 Tahun 2008 pasal 4 disebutkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Menurut Sumodiningrat & Wulandari (2015) Pembangunan ekonomi seharusnya bertitik tolak dari pembangunan individu atau pribadi. Kesadaran bahwa setiap orang harus berusaha untuk hidup sejahtera perlu dimiliki oleh setiap orang. Dengan begitu orang akan dapat berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kesejahteraan hidupnya.

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa UMKM merupakan salah satu alat untuk menumbuhkan dan membangun perekonomian nasional dengan melibatkan sebanyak mungkin pelaku ekonomi berdasarkan potensi yang dimiliki atas dasar keadilan bagi semua pemangku kepentingan (Wilantara & Indrawan, 2016).

## **2.1.2. Modal Usaha**

### **2.1.2.1 Pengertian Modal Usaha**

Modal usaha merupakan sesuatu yang digunakan untuk mendirikan atau menjalankan usaha. Setiap usaha baik besar maupun kecil, baik baru dirintis maupun sudah berjalan pasti membutuhkan modal usaha. Modal usaha ini dapat berupa uang, tenaga (keahlian), ataupun aktiva dalam bentuk lainnya (Putra & Yuliasuti, 2019).

Modal memiliki peran yang penting dalam perkembangan suatu usaha. Modal diperlukan pelaku usaha untuk membangun usaha atau memperluas suatu usaha, tanpa modal yang cukup

akan berpengaruh terhadap kelancaran suatu usaha dan pendapatan usaha tersebut (Utari & Dewi, 2014).

Menurut Furqon (2017) modal merupakan salah satu input atau faktor produksi yang dapat mempengaruhi pendapatan namun bukan satu-satunya faktor yang dapat meningkatkan pendapatan. Suatu usaha akan membutuhkan modal secara terus-menerus untuk mengembangkan usaha yang menjadi penghubung alat, bahan, dan jasa yang digunakan dalam produksi untuk memperoleh hasil penjualan.

Dari penjabaran tersebut dapat disimpulkan bahwa modal usaha adalah segala sesuatu baik berupa uang, barang, maupun keahlian yang digunakan pelaku usaha untuk membangun usaha dan menjalankan kegiatan operasional usaha. Modal usaha sangat penting bagi kelangsungan suatu usaha. Modal usaha yang ada dapat digunakan oleh pelaku usaha untuk mengembangkan dan memperluas usaha sehingga pendapatan usaha juga meningkat.

#### **2.1.2.2 Jenis-jenis Modal Usaha**

Menurut Safanah (2018) Modal menurut fungsinya dibedakan menjadi 2 yaitu:

##### **1. Modal Tetap (Fixed Capital)**

Modal tetap (Fixed Capital) adalah modal yang tidak habis dalam satu kali proses produksi atau dapat dipakai berkali-

kali dalam proses produksi. Modal tetap bukan berarti tidak pernah habis.

## 2. Modal Tidak Tetap (Modal Lancar/Usaha)

Modal tidak tetap adalah Modal yang habis satu kali proses produksi. Jadi setiap kali proses produksi modal variabel perlu disediakan atau ditambahkan modal variabel ini. Dalam usaha makanan ringan contohnya : Tepung, peralatan dan bahan baku dll.

Menurut Safitri & Khasan Setiaji (2018) secara keseluruhan modal usaha terbagi menjadi tiga yaitu:

1. Modal investasi yaitu jenis modal usaha yang harus dikeluarkan yang biasanya dipakai dalam jangka panjang. Modal usaha untuk investasi nilainya cukup besar karena dipakai untuk jangka panjang, namun modal investasi akan menyusut dari tahun ke tahun bahkan bisa dari bulan ke bulan.
2. Modal kerja yaitu modal yang harus dikeluarkan untuk membuat atau membeli barang dagangan. Modal kerja ini dikeluarkan tiap bulan atau pada waktu-waktu tertentu.
3. Modal operasional yaitu modal usaha yang harus dikeluarkan untuk membayar biaya operasi bulanan misalnya pembayaran gaji pegawai, listrik dan sebagainya.

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa modal usaha merupakan hal yang sangat penting dalam suatu usaha. Secara keseluruhan modal usaha dibagi menjadi 3, yaitu modal investasi, modal kerja, dan modal operasional. Berdasarkan fungsinya modal usaha dapat dibedakan menjadi dua yaitu modal lancar dan modal tetap. Modal lancar digunakan untuk memenuhi kegiatan operasional usaha, sedangkan modal tetap digunakan untuk pengadaan aktiva.

### **2.1.2.3 Indikator Modal Usaha**

Menurut Lestari (2020) indikator modal usaha terdiri dari:

#### **1. Sumber modal usaha**

Menurut sumber asalnya modal dibagi menjadi dua macam, yaitu:

##### **a) Modal Asing/ pinjaman**

Modal asing atau disebut juga modal pinjaman merupakan modal yang berasal dari pihak luar perusahaan. Kekurangan dari penggunaan modal pinjaman ialah adanya beban biaya serta kewajiban untuk mengembalikan modal tersebut. Kelebihan dari modal pinjaman ini adalah tersedia dalam jumlah yang relatif banyak, selain itu penggunaan modal pinjaman juga dapat menambah motivasi pelaku usaha untuk sungguh-sungguh dalam mengelola usahanya karena

memiliki tanggung jawab untuk memenuhi kewajibannya.

b) Modal Sendiri

Modal sendiri merupakan modal yang diperoleh dari pemilik perusahaan. Keuntungan dari penggunaan modal sendiri adalah tidak adanya beban bunga pinjaman ataupun kewajiban membayar kembali seperti pada modal pinjaman. Namun selain kelebihan diatas, ada beberapa kelemahan yang dari modal sendiri yaitu jumlah yang dibutuhkan sangat terbatas jika dibanding dengan menggunakan utang dari luar, kurangnya dorongan kerja karena tidak ada beban yang ditanggung oleh usaha.

2. Pengaruh modal terhadap pendapatan dan kelancaran usaha

Modal adalah faktor yang mempunyai peran cukup penting dalam usaha. Modal diperlukan ketika pelaku usaha hendak mendirikan perusahaan baru atau untuk memperluas usaha yang sudah ada. Dengan modal usaha yang cukup maka akan berpengaruh terhadap kelancaran usaha, sehingga dapat mempengaruhi pendapatan yang diperoleh (Utari & Dewi, 2014). Sebaliknya jika modal usaha tidak mencukupi maka pelaku usaha akan kesulitan memenuhi permintaan serta mengembangkan dan memajukan usahanya.

## 2.1.3 Promosi

### 2.1.3.1 Pengertian Promosi

Promosi merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Promosi merupakan kegiatan terpenting yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahu dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut (Munawarah, 2018).

Promosi berfungsi untuk merangsang konsumen agar melakukan pembelian sehingga dapat meningkatkan penjualan dan akhirnya akan meningkatkan pendapatan (Tinneke et al., 2021). Sebaiknya promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha mengikuti zaman sehingga dapat bertahan dan maju seiring perkembangan teknologi (Alyza, 2019).

Dari penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi merupakan kegiatan untuk memperkenalkan suatu produk ke konsumen agar konsumen melakukan pembelian sehingga dapat meningkatkan penjualan dan pendapatannya.

### 2.1.3.2 Tujuan Promosi

Menurut (Lestari, 2007), promosi merupakan kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk memperkenalkan produk yang

dihasilkan dan untuk mengimbangi persaingan pasar sejenis dan meningkatkan volume penjualan. Hal ini dilandasi suatu pertimbangan bahwa meskipun suatu produk penting bagi konsumen dan mempunyai kualitas yang baik, tetapi jika tidak dikenalkan kepada konsumen melalui kegiatan promosi, maka produk tersebut tidak dikenal oleh konsumen, sehingga masyarakat tidak mengkonsumsinya.

Menurut Swastha dan Irawan (2001), tujuan utama dilakukannya promosi ialah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi

Promosi dapat menambah nilai suatu barang dengan memberikan informasi kepada konsumen. Promosi dapat memberikan informasi baik tentang suatu barang, harganya, ataupun informasi lain yang mempunyai kegunaan untuk konsumen. Dengan demikian promosi merupakan suatu alat bagi penjual dan pembeli untuk memberitahu kepada pihak lain tentang kebutuhan dan keinginan mereka, sehingga kebutuhan dan keinginan tersebut dapat dipengaruhi dengan mengadakan pertukaran yang memuaskan.

2. Mempengaruhi atau membujuk

Promosi selain bersifat memberitahukan juga bersifat untuk membujuk konsumen agar terpengaruh untuk membeli atau menggunakan produk tersebut.

### 3. Menciptakan Kesan (Image)

Promosi dapat memberikan kesan tersendiri bagi calon konsumen untuk produk yang diiklankan, sehingga pemasar menciptakan promosi sebaik-baiknya misalnya untuk promosi advertising dengan menggunakan warna, ilustrasi, bentuk dan lay out yang menarik.

### 4. Promosi merupakan suatu alat mencapai tujuan.

Promosi dapat digunakan untuk mencapai tujuan, yaitu untuk menciptakan pertukaran yang efisien melalui komunikasi, sehingga keinginan mereka dapat terpenuhi dengan cara yang efisien dan efektif. Dalam hal ini komunikasi dapat menunjukkan cara-cara untuk mengadakan pertukaran yang saling memuaskan.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa tujuan utama dari promosi adalah modifikasi tingkah laku konsumen, menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk serta mengingatkan konsumen sasaran tentang perusahaan dan produk atau jasa yang dijualnya untuk meningkatkan volume penjualan dan pendapatannya.

### 2.1.3.3 Indikator Promosi

Menurut Munawarah (2018) indikator promosi terdiri dari yaitu:

1. Penentuan harga

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya (Swastha dan Irawan, 2005). Penentuan harga merupakan hal yang sangat penting dalam suatu usaha. Hal tersebut dikarenakan tingkat harga yang ditetapkan akan mempengaruhi perputaran barang yang dijual serta pendapatan suatu usaha.

2. Penentuan pasar

Penentuan pasar merupakan kegiatan menilai dan memilih segmen pasar yang akan dimasuki oleh usaha tersebut. Segmen pasar merupakan kelompok target pelanggan dengan faktor pengelompokan tertentu.

3. Promosi yang dijalankan

Menurut (Darmawan dkk., 2019) terdapat empat strategi pemasaran (promosi) yang sangat berguna dalam dunia usaha, yaitu:

a. Pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*)

Salah satu strategi pemasaran yang cukup efektif dan berbiaya murah adalah strategi pemasaran dari mulut ke mulut atau *word of mouth*. Walaupun dianggap sebagai strategi pemasaran kuno, namun cara ini banyak digunakan dan mampu untuk meyakinkan para konsumen.

b. Pemasaran pintu ke pintu (*door to door*)

Pemasaran *door to door* merupakan sebuah upaya pemasaran dan promosi sebuah produk atau jasa langsung menuju kepada calon pembeli/ pengguna/ atau konsumen satu persatu.

c. Pemasaran jemput bola

Pemasaran jemput bola adalah sebuah upaya promosi sebuah produk atau jasa langsung menuju kepada calon pembeli / pengguna / atau konsumen, misalnya layanan pesan antar, menawarkan produk melalui telpon atau sms, terjun langsung ke lapangan untuk menjaring konsumen.

d. Pemasaran online

Strategi pemasaran online tengah naik daun dengan hadirnya berbagai media sosial serta marketplace yang membantu untuk meningkatkan penjualan serta

jangkauan produk-produk UMKM. Pemasaran online bisa dilakukan via aplikasi chat seperti Whatsapp, platform seperti Facebook, Instagram, dan berbagai online marketplace seperti Bukalapak, Tokopedia, dan Shopee. Strategi ini meningkatkan jangkauan produk kepada calon pembeli dan pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan dan laba bersih.

## **2.1.4 Teknologi**

### **2.1.4.1 Pengertian Teknologi**

Menurut Apriwiyanti (2019) teknologi merupakan alat, ilmu, atau cara-cara yang dapat digunakan manusia untuk memudahkan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Adanya teknologi memberikan kemudahan pada pelaku UMKM untuk lebih inovatif dan kreatif serta dapat menghasilkan produk-produk dengan kualitas yang lebih baik sehingga dapat bersaing dipasar global.

Teknologi adalah segenap keterampilan manusia menggunakan sumber-sumber daya alam untuk memecahkan masalah-masalah yang dihadapinya dalam kehidupan. Secara lebih umum dapat dikatakan bahwa teknologi merupakan suatu sistem penggunaan berbagai sarana yang tersedia untuk mencapai tujuan-tujuan praktis yang ditentukan (Malihah, 2010).

Menurut pengertian tersebut, dapat dimaknai bahwa teknologi merupakan keseluruhan sarana yang digunakan untuk mempermudah manusia dalam menyediakan kebutuhan hidupnya.

#### 2.1.4.2 Penggolongan Teknologi

Menurut (Apriwiyanti, 2019) teknologi dapat digolongkan menjadi beberapa macam, yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan sifatnya

Berdasarkan sifatnya teknologi terdiri dari 2 komponen yaitu:

- a. *Tangible* atau nyata, teknologi ini berkaitan dengan hardware seperti teknologi bahan, barang, atau peralatan lainnya.
- b. *Intangible* atau tidak nyata, ini berkaitan dengan software seperti pengetahuan, sistem pengendalian, dan lain sebagainya.

2. Berdasarkan Tekniknya

- a. Teknologi padat modal merupakan teknologi lebih mengandalkan modal dari pada tenaga kerja manusia.
- b. Teknologi padat karya merupakan tenaga kerja yang lebih mengandalkan tenaga kerja.

### 3. Berdasarkan Penerapannya

#### a. Teknologi Tinggi (*hi-tech*)

Teknologi ini berkembang dari ilmu pengetahuan terbaru dan lebih canggih atau maju. Adapun ciri-ciri teknologi ini ialah:

- 1) Lebih cenderung ke padat modal disbanding padat karya
- 2) Operator yang mengoperasikannya memiliki ketrampilan tinggi
- 3) Mempunyai fasilitas pendukung seperti fasilitas riset dan pengembangan
- 4) Tidak digunakan oleh masyarakat luas melainkan orang-orang tertentu saja.

#### b. Teknologi madya

Teknologi madya merupakan teknologi yang dapat dikembangkan oleh masyarakat. Teknologi ini lebih sederhana serta dapat digunakan dengan biaya yang relative murah. Teknologi ini biasanya digunakan pada industri. Ciri-ciri teknologi madya ialah:

- 1) Modal yang digunakan tidak terlalu besar
- 2) Tidak memerlukan pengetahuan baru, karena teknologi ini sudah banyak/rutin digunakan

- 3) Teknologi ini bersifat campuran antara padat modal dan padat karya.
- 4) Operatornya memiliki keterampilan yang tidak terlalu tinggi karena teknologi ini bersifat rutin.

c. Teknologi tepat guna

Teknologi tepat guna adalah teknologi yang memiliki skala modal sangat kecil, serta biasanya teknologi ini digunakan dinegara-negara berkembang karena dapat membantu perekonomian pedesaan, serta dapat mengurangi urbanisasi dan dapat menciptakan tradisi teknologi. Ciri-ciri teknologi tepat guna ialah:

- 1) Menggunakan skala modal yang lebih kecil dibanding teknologi madya
- 2) Peralatan lebih sederhana, teknologi ini biasanya digunakan oleh UMKM
- 3) Dalam pelaksanaannya teknologi ini lebih bersifat padat karya.

4. Berdasarkan Sektornya

Kemajuan teknologi telah menyentuh berbagai macam sektor, antara lain:

a. Teknologi dalam bidang ekonomi

Kemajuan teknologi di bidang ekonomi ini misalnya berupa perkembangan sistem keuangan yang digunakan,

seperti penggunaan e-money, atau transaksi jual-beli secara online.

b. Teknologi pangan

Teknologi ini berkaitan dengan bidang pangan, seperti teknologi pertanian mulai dari pembibitan hingga proses dan teknik menanam.

c. Teknologi Informasi

Teknologi ini berkaitan dengan semakin mudahnya masyarakat memperoleh atau memberikan informasi melalui berbagai teknologi yang ada.

d. Teknologi komunikasi

Kemajuan komunikasi ini ditandai dengan mudahnya seseorang untuk berkomunikasi dengan orang lain, walau jarak mereka cukup jauh.

e. Teknologi transportasi

Kemajuan dalam bidang transportasi ini adalah adanya berbagai macam alat transportasi modern.

f. Teknologi medis

Salah satu kemajuan dalam dunia medis ini adalah ditemukannya berbagai macam vaksin guna mencegah berbagai macam penyakit berbahaya.

g. Teknologi pendidikan

Berkembangnya teknologi yang ada mendorong perkembangan sistem pendidikan menjadi lebih baik.

Dengan demikian teknologi dapat digolongkan berdasarkan sifat, teknik, penerapan serta sektornya. Berdasarkan sifatnya teknologi dibagi menjadi tangible dan intangible. Berdasarkan tekniknya, teknologi terdiri dari teknologi padat modal dan padat karya. Berdasarkan penerapannya teknologi dibagi menjadi teknologi tinggi, madya, dan tepat guna. Berdasarkan sektornya teknologi terbagi menjadi teknologi dalam bidang ekonomi, pangan, informasi, komunikasi, transportasi, medis dan pendidikan.

#### **2.1.4.3 Peran Teknologi dalam Usaha**

Teknologi merupakan suatu alat yang digunakan untuk mempercepat produktivitas dalam suatu usaha. Teknologi memudahkan para tenaga kerja untuk menghasilkan barang dan meningkatkan produktivitas usaha serta jaringan pemasarannya sehingga pada akhirnya akan mempengaruhi tingkat pendapatan usaha (Utari & Dewi, 2014).

Adanya teknologi juga memberikan kemudahan pada pelaku usaha atau perusahaan untuk lebih inovatif dan kreatif serta dapat menghasilkan produk-produk dengan kualitas yang lebih baik (Apriwiyanti, 2019). Dengan melakukan inovasi, itu artinya

pelaku usaha mampu bereaksi terhadap perubahan pasar yang dinamis sehingga dapat bersaing dipasar global.

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa teknologi dalam sebuah usaha berperan untuk mempercepat produktivitas dan memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk lebih inovatif dan kreatif.

#### **2.1.4.4 Indikator Teknologi**

Menurut Devi (2019) indikator untuk variabel teknologi terdiri dari 2, yaitu:

##### **1. Teknologi Tradisional**

Teknologi tradisional merupakan teknologi yang masih menggunakan alat-alat sederhana. Menurut Malihah (2010) teknologi tradisional memiliki ciri-ciri:

- a. Bersifat padat karya (banyak menyerap tenaga kerja)
- b. Menggunakan keterampilan setempat
- c. Menggunakan alat setempat
- d. Menggunakan bahan setempat
- e. Berdasarkan kebiasaan atau pengamatan.

##### **2. Teknologi Modern**

Teknologi modern merupakan sarana ataupun ilmu yang menggunakan peralatan yang lebih canggih. Menurut Malihah (2010) teknologi modern memiliki ciri-ciri:

- a. Padat modal
- b. Mekanis listrik
- c. Menggunakan bahan import
- d. Berdasarkan penelitian mutakhir dan lain-lain.

## 2.1.5 Tingkat Pendidikan

### 2.1.5.1 Pengertian Tingkat Pendidikan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pendidikan merupakan proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau sekelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Pendidikan membuat seseorang memperoleh ilmu pengetahuan, wawasan, serta pengalaman yang berguna untuk kehidupannya.

Berdasarkan UU No.20 Tahun 2003, pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

Menurut Imtihan Dan Nazaruddin (2017) pendidikan akan membawa dampak positif terhadap kemampuan para pelaku UMKM dalam upaya pengembangan usahanya. Menurut Kusuma & Lutfiany, (2018) pendidikan berpengaruh terhadap

peningkatan kemampuan seseorang atau pelaku usaha untuk menyerap pengetahuan baru, oleh karena itu keberhasilan seorang pemilik usaha juga tergantung pada pendidikan dan kemampuan belajarnya dalam lingkungan usaha tersebut. Pemilik usaha dituntut untuk mengerti akan apa yang karyawan kerjakan, maka dari itu pendidikan dianggap penting.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa pendidikan merupakan sebuah proses pembelajaran baik sikap maupun tata laku seseorang untuk mengembangkan potensi yang dimilikinya.

#### **2.1.5.2 Fungsi pendidikan**

Berdasarkan Undang-undang Sisdiknas Pasal 33 No. 20 tahun 2003 memaparkan pendidikan nasional memiliki fungsi sebagai pembentuk kemampuan watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi manusia yang berilmu, kreatif, mandiri, serta menjadi warga Negara yang demokratis serta bertanggung jawab.

Menurut Hariandja (2002) pendidikan merupakan proses mengubah sikap seorang atau sekelompok orang dalam usaha mendewasakan pola berfikir melalui upaya sebuah pengajaran dan pelatihan yang sesuai prosedur. Dimana dalam sebuah usaha

tingkat pendidikan seseorang baik pemilik dan juga karyawan dapat menentukan perbaikan kinerja perusahaan dan peningkatan daya saingnya.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pendidikan berfungsi sebagai pembentuk kemampuan, mengubah sikap seseorang, serta mendewasakan pola berfikir seseorang. Hal tersebut sangat berguna dalam sebuah usaha untuk menentukan perbaikan kinerja serta meningkatkan daya saing usahanya.

### **2.1.5.3 Indikator Tingkat Pendidikan**

Indikator dari tingkat pendidikan terdiri dari :

#### **1. Jenjang pendidikan**

Menurut UU SISDIKNAS No.20 tahun 2003 Jenjang pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai, dan kemampuan yang dikembangkan. Fiddnilla (2017) menyebutkan klasifikasi dan jenjang pendidikan dapat dibedakan menjadi:

##### **a) Pendidikan Formal**

Pendidikan formal merupakan pendidikan yang sistematis dan mempunyai jenjang dan dibagi dalam kurun waktu tertentu. Tingkatan pendidikan tersebut terdiri dari:

(1) Sekolah Dasar (SD), merupakan jenjang atau tingkatan paling dasar pendidikan formal di Indonesia dan ditempuh dalam waktu 6 tahun.

(2) Sekolah Menengah Pertama (SMP), adalah jenjang pendidikan dasar yang ditempuh setelah menyelesaikan Sekolah Dasar / sederajat, dan ditempuh dalam waktu 3 tahun.

(3) Sekolah Menengah Atas (SMA), merupakan jenjang pendidikan menengah pada pendidikan formal di Indonesia setelah lulus Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan ditempuh selama 3 tahun.

(4) Perguruan Tinggi (Sarjana/ Pascasarjana), merupakan tahap akhir pendidikan formal. Perguruan tinggi dapat ditempuh ataupun tidak (bersifat opsional).

b) Pendidikan Informal

Pendidikan informal merupakan pendidikan yang diperoleh seseorang dari pengalaman sehari-hari baik secara sadar maupun tidak sadar. Pendidikan ini dapat berlangsung di tengah keluarga maupun masyarakat. Pendidikan informal dapat memberikan pengaruh kuat terhadap pribadi seseorang.

c) Pendidikan Nonformal

Pendidikan Nonformal adalah pendidikan yang diselenggarakan secara sengaja, tertib, terarah, dan berencana diluar kegiatan persekolahan.

2. Kesesuaian Jurusan

Peran sektor pendidikan baik formal maupun informal bukan hanya mencetak manusia – manusia yang berpendidikan saja, tetapi secara lebih luas lagi, sektor pendidikan harus mampu menciptakan manusia-manusia yang mandiri (Estiningsih dan Zaenal, 2014). Pendidikan dipercaya sangat berpengaruh terhadap kecakapan, tingkah laku dan sikap seseorang (Malik dkk., 2017). Dengan pendidikan tersebut seseorang dapat memanfaatkan kemampuan, kecakapan, dan wawasan yang dimiliki untuk berusaha meningkatkan taraf hidupnya. Jurusan yang sesuai dengan usaha yang dijalankan akan membuat pelaku usaha memiliki pengetahuan yang lebih besar terkait usahanya. Secara rata-rata semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin memungkinkan orang tersebut memperoleh pendapatan yang lebih tinggi (Taringan, 2006).

## 2.1.6 Pendapatan Usaha

### 2.1.6.1 Pengertian Pendapatan Usaha

Menurut Sukirno (2017) pendapatan merupakan hasil, baik berupa uang ataupun materi lain yang diperoleh dengan menggunakan faktor-faktor produksi yang dimiliki. Pendapatan tersebut dapat diperoleh dari penjualan barang atau jasa, bunga dan dividen yang diterima, serta sewa dan gaji yang diterima.

Menurut Mulyati (2017) secara umum 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.

Menurut Lestari (2020) dalam dunia usaha, pendapatan diperoleh dalam bentuk nominal uang. Selanjutnya uang tersebut bisa digunakan sebagai alat ukur sejauh mana pendapatan perusahaan dalam memperoleh pendapatan dari hasil penjualan dengan mengharap keuntungan sesuai dengan tujuan yang telah diinginkan. Pendapatan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan suatu usaha. Pendapatan yang tinggi memungkinkan suatu usaha untuk melanjutkan dan mengembangkan usahanya. Hal tersebut dikarenakan dengan pendapatan yang tinggi, suatu usaha dapat membiayai pengeluaran-pengeluaran usahanya.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan hasil yang diperoleh pelaku usaha dari kegiatan usaha yang dilakukan dengan menggunakan faktor-faktor produksi yang dimiliki. Pendapatan sangat penting dalam suatu usaha. Pendapatan usaha yang tinggi memungkinkan suatu usaha melanjutkan dan mengembangkan usahanya.

### **2.1.6.2 Macam-macam Pendapatan Usaha**

Menurut Bardaini (2006) macam-macam pendapatan ditinjau dari bentuknya ada tiga, yaitu:

1. Pendapatan berupa uang adalah segala penghasilan berupa uang yang biasanya diterima sebagai balas jasa prestasi sumber-sumber utama yaitu berupa gaji dan upah.
2. Pendapatan berupa barang adalah segala penghasilan yang bersifat regular dan biasa, tetapi tidak selalu berbentuk balas jasa dan diterimakan dalam bentuk barang, misalnya dapat berupa gaji yang diwujudkan dalam bentuk beras, pengobatan, perumahan.
3. Pendapatan selain dalam bentuk uang dan barang adalah segala penerimaan yang bersifat transfer redistribusi dan biasanya membawa perubahan dalam keuangan rumah tangga, misalnya penjualan barang-barang yang dipakai pinjaman uang, hasil undian, warisan, penagihan hutang.

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa macam pendapatan terdiri dari tiga yaitu pendapatan dalam bentuk uang, pendapatan dalam bentuk barang, serta pendapatan selain dalam bentuk uang dan barang.

### 2.1.6.3 Indikator Pendapatan Usaha

Menurut Lestari (2020) indikator untuk variabel pendapatan terdiri dari 2, yaitu:

#### 1. Unsur-unsur pendapatan

Menurut Ham dkk (2018), Unsur-unsur pendapatan yang dimaksud adalah asal dari pada pendapatan itu diperoleh, dimana unsur-unsur tersebut meliputi:

- b) Pendapatan hasil produksi barang atau jasa.
- c) Imbalan yang diterima atas penggunaan aktiva atau sumber-sumber ekonomis perusahaan oleh pihak lain.
- d) Penjualan aktiva diluar barang dagangan merupakan unsur-unsur pendapatan lain-lain suatu perusahaan.

#### 2. Sumber-sumber pendapatan

Menurut Ham dkk (2018), sumber pendapatan dapat dibedakan menjadi 3, yaitu:

##### a) Pendapatan operasional

Pendapatan operasional merupakan pendapatan yang berasal dari kegiatan utama usaha, seperti penjualan barang dagang, produk, maupun jasa.

b) Pendapatan non operasional

Pendapatan non operasional merupakan pendapatan yang diperoleh bukan dari kegiatan utama usaha.

c) Pendapatan luar biasa (*extra ordinary*)

Pendapatan luar biasa merupakan pendapatan yang tak terduga dimana pendapatan ini tidak sering terjadi dan biasanya diharapkan tidak terulang lagi dimasa yang akan datang.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan variabel-variabel yang berpengaruh terhadap pendapatan antara lain, sebagai berikut:

**Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu**

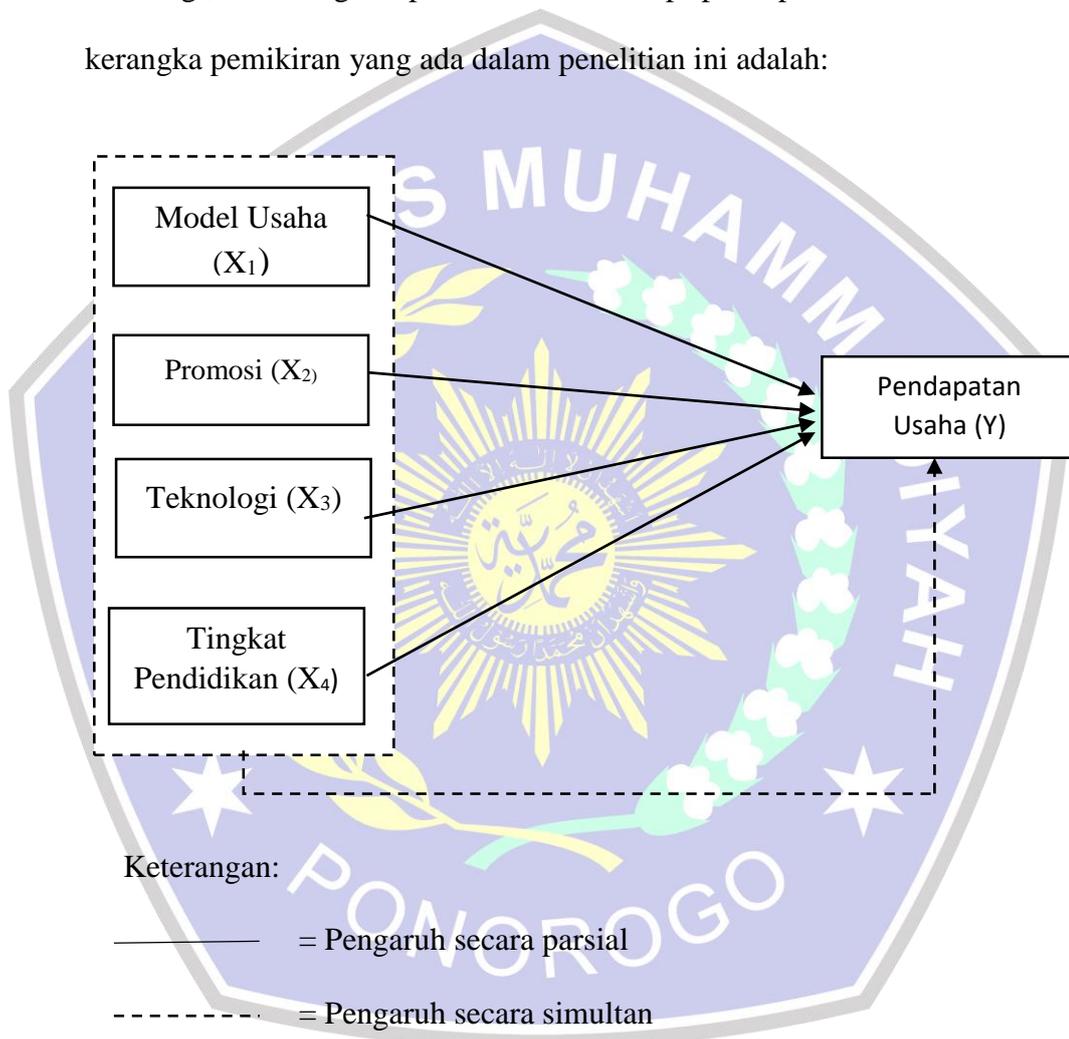
No	Nama Peneliti/ Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Utari & Dewi (2014)	Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan dan Teknologi terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat	Modal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat. Tingkat pendidikan dan teknologi juga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap pendapatan UMKM di kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat. Secara simultan modal, tingkat pendidikan dan teknologi juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM

2	Butarbutar et al., (2017)	analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha industri makanan khas di kota tebing tinggi	Adanya hubungan yang positif dan signifikan antara penggunaan modal, tenaga kerja dan lama usaha secara bersama-sama dalam mempengaruhi pendapatan usaha industri makanan khas lemang di Kota Tebing Tinggi.
3	Marfuah, Siti T. dan Sri Haryani. (2019).	Pengaruh Modal Sendiri, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Teknologi, Lama Usaha dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Usaha (Studi Kasus Pada UMKM Di Kabupaten Wonosobo)	Modal sendiri, kredit usaha rakyat (kur), teknologi, lama usaha, dan lokasi usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha.
4	Hasanah, Riyan L., Desiana N.K., Doni P.A. (2020).	Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan dan Teknologi terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Purbalingga	Modal dan teknologi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha, sedangkan tingkat pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha.
5	Tinneke dkk. (2020)	faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha mikro kecil (UMK) di Kota Manado	Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Pelatihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan para pelaku usaha mikro kecil (UMK) di Kota Manado

Sumber: Penelitian terdahulu, diolah September 2020

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka penelitian yaitu penjelasan sementara mengenai fenomena yang terjadi atau masalah yang ada dalam sebuah penelitian. Berdasarkan kajian teori diatas yang menjelaskan terkait pengaruh modal usaha, promosi, teknologi, dan tingkat pendidikan terhadap pendapatan UMKM. Maka kerangka pemikiran yang ada dalam penelitian ini adalah:



**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Berpikir**

Berdasarkan kerangka pikir diatas, dapat dijelaskan bahwa penelitian ini memiliki empat variabel independen atau variabel yang mempengaruhi yaitu modal usaha ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ), teknologi ( $X_3$ ), dan tingkat pendidikan

(X<sub>4</sub>). Sedangkan untuk variabel dependen atau variabel yang dipengaruhi dalam penelitian ini adalah pendapatan usaha (Y).

Modal usaha menjadi salah satu faktor penting dalam sebuah usaha. Modal usaha digunakan untuk mendirikan atau mengembangkan sebuah usaha. Dengan modal usaha yang cukup maka akan berpengaruh terhadap kelancaran suatu usaha dan peningkatan pendapatannya. Begitu pula dengan promosi, promosi sangat penting dilaksanakan oleh pelaku usaha. Dengan melakukan promosi, pelaku usaha dapat menarik konsumen dan meningkatkan penjualannya yang akan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan usaha.

Faktor lain yang cukup penting dalam sebuah usaha ialah teknologi. Dengan adanya teknologi produktivitas akan meningkat sehingga mendorong kelancaran dan kemajuan usaha yang akan berujung pada peningkatan pendapatan usahanya. Faktor selanjutnya ialah tingkat pendidikan. Dengan pendidikan seseorang dapat meningkatkan kemampuan dan wawasan yang dimilikinya. Kemampuan tersebut dapat digunakan untuk mengelola dan meningkatkan pendapatan usahanya.

## **2.4 Hipotesis Penelitian**

Hipotesis yaitu jawaban sementara dari sebuah masalah penelitian yang ada (Sugiyono,2015). Hipotesis yang ada dalam penelitian ini adalah

### **2.4.1 Pengaruh Modal Usaha Terhadap Pendapatan UMKM**

Modal usaha merupakan sesuatu yang digunakan untuk mendirikan atau menjalankan usaha yang dapat berupa uang dan tenaga (keahlian)

(Putra dan Yuliasuti, 2019). Modal dapat berupa uang, tenaga (keahlian), maupun asset yang dimiliki oleh pelaku usaha. Modal usaha dapat bersumber dari modal sendiri maupun modal pinjaman (modal asing).

Modal adalah faktor yang mempunyai peran cukup penting dalam usaha. Modal diperlukan ketika pelaku usaha hendak mendirikan perusahaan baru atau untuk memperluas usaha yang sudah ada. Dengan modal usaha yang cukup maka akan meningkatkan kelancaran usaha, sehingga dapat mempengaruhi pendapatan yang diperoleh (Utari & Dewi, 2014). Semakin besar modal usaha yang dimiliki maka semakin banyak alternatif barang atau jasa yang diperdagangkan sehingga pengembangan usaha juga bisa ditingkatkan dan pada akhirnya akan meningkatkan kemampuan usaha dalam memperoleh pendapatan (Putra dan Yuliasuti, 2019).

Penelitian yang dilakukan Hasanah dkk (2020) serta Marfuah & Hartiah (2019), menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Sedangkan, penelitian Herawaty dan Yustein (2019) memperoleh hasil yang berbeda yang yaitu modal usaha tidak memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>0</sub> = Modal usaha tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM**

**H<sub>a</sub> = Modal usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM**

### 2.4.2 Pengaruh Promosi Terhadap Pendapatan UMKM

Promosi merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Promosi merupakan kegiatan terpenting yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahu dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut (Munawarah, 2018).

Promosi merupakan salah satu variabel di dalam marketing mix yang sangat penting dilaksanakan oleh pelaku usaha dalam pemasaran produk atau jasanya (Munawarah, 2018). Promosi dapat menarik konsumen dan meningkatkan penjualan barang/jasa. Peningkatan penjualan tentu akan berdampak terhadap peningkatan pendapatan usaha.

Berdasarkan penelitian dari Tinneke dkk (2020) menunjukkan hasil bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan para pelaku usaha mikro kecil (UMK) di Kota Manado. Penelitian dari Munawarah (2018) juga memperoleh hasil yang sama bahwa promosi berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H<sub>0</sub> = Promosi tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM**

**H<sub>a</sub> = Promosi berpengaruh terhadap pendapatan UMKM**

### 2.4.3 Pengaruh Teknologi Terhadap Pendapatan UMKM

Teknologi merupakan alat, ilmu atau cara-cara yang dapat digunakan manusia untuk memudahkan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya

(Apriwiyani, 2019). Teknologi ada berbagai macam, diantaranya: teknologi informasi, teknologi industri, teknologi transportasi, dan lain-lain. Teknologi yang digunakan oleh setiap pelaku usaha berbeda-beda sesuai dengan jenis usaha yang dilakukan.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat, menuntut pelaku usaha mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Hal tersebut dikarenakan teknologi merupakan faktor yang cukup penting dalam setiap usaha. Teknologi dapat mendorong kelancaran dan kemajuan usaha yang nantinya akan berujung pada peningkatan pendapatan usahanya.

Penelitian dari Hasanah dkk (2020), menunjukkan bahwa teknologi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha. Penelitian dari Utari & Dewi (2014) menunjukkan bahwa teknologi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H<sub>03</sub> = Teknologi tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM**

**H<sub>a3</sub> = Teknologi berpengaruh terhadap pendapatan UMKM**

#### **2.4.4 Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan UMKM**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pendidikan merupakan proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau sekelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Pendidikan dapat dibagi menjadi 3 yaitu pendidikan formal, pendidikan informal, dan pendidikan nonformal. Pendidikan berperan

menciptakan manusia-manusia yang mandiri (Estiningsih dan Zaenal, 2014).

Pendidikan dipercaya sangat berpengaruh terhadap kecakapan, tingkah laku dan sikap seseorang (Malik dkk., 2017). Dengan pendidikan tersebut seseorang dapat memanfaatkan kemampuan, kecakapan, dan wawasan yang dimiliki untuk berusaha meningkatkan taraf hidupnya. Secara rata-rata semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin memungkinkan orang tersebut memperoleh pendapatan yang lebih tinggi (Taringan, 2006).

Berdasarkan penelitian Hasanah, dkk (2020) diketahui bahwa tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap pendapatan usaha. Penelitian yang dilakukan Nainggolan (2016) juga menunjukkan hasil yang sama bahwa tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap penghasilan UMKM. Penelitian dari Utari & Dewi (2014) menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan maka semakin tinggi tingkat pendapatan yang diterima oleh UMKM. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis dalam penelitian ini, dirumuskan sebagai berikut:

**H<sub>04</sub> = Tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM**

**Ha<sub>4</sub> = Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap pendapatan UMKM**

#### **2.4.5 Pengaruh Modal Usaha, Promosi, Teknologi, dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan UMKM**

Keterbatasan modal usaha, lemahnya pemasaran (promosi), keterbatasan penggunaan teknologi, serta rendahnya Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan beberapa faktor yang menghambat UMKM untuk berkembang memajukan usahanya (Sumodiningrat dan Wulandari, 2015). Hambatan-hambatan tersebut dialami hampir semua UMKM di Indonesia. Padahal faktor-faktor tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan usaha.

Pelaku usaha harus mampu menyadari resiko serta hambatan-hambatan yang ada serta mencari solusi untuk menghadapinya. Hal tersebut dikarenakan hambatan-hambatan yang ada dapat menyebabkan UMKM sulit berkembang dan memajukan usahanya, serta memperluas pemasarannya. Hal itu tentu dapat mempengaruhi pendapatan usaha.

Berdasarkan penelitian Utari & Dewi (2014) menunjukkan bahwa tingkat pendidikan dan teknologi berpengaruh secara serempak terhadap pendapatan UMKM. Berdasarkan penelitian Hermiyanty, Wandira Ayu Bertin (2017) menunjukkan bahwa modal kerja, pendidikan, teknologi secara simultan berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang dirumuskan pada penelitian ini, adalah:

**H<sub>05</sub> = Modal usaha, promosi, teknologi, dan tingkat pendidikan secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM**

**H<sub>a5</sub> = Modal usaha, promosi, teknologi, dan tingkat pendidikan secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan UMKM**