

ANALISIS UJI BEDA PENDAPATAN UMKM KULINER (STUDI KASUS UMKM DAERAH MEDOKAN ASRI TIMUR KOTA SURABAYA TAHUN 2021)

by Mel Shannon Halim

Submission date: 05-Aug-2022 01:36PM (UTC+0700)

Submission ID: 1879050482

File name: Ekonomi_Bisnis_1231800112_Mel_Shannon_Halim.docx (390.35K)

Word count: 5050

Character count: 31942

ANALISIS UJI BEDA PENDAPATAN UMKM KULINER (STUDI KASUS UMKM DAERAH MEDOKAN ASRI TIMUR KOTA SURABAYA TAHUN 2021)

Mel Shannon Halim, 1231800112

Ekonomi Pembangunan, UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Semolowaru No.45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Surabaya

mel.shannon1998@gmail.com

Abstract— UMKM are micro, small and medium enterprises. Based on ("Law No. 20 of 2008 concerning Micro, Small, and Medium Enterprises [JDIH BPK RI]" n.d.), micro-enterprises are productive businesses owned by individuals or individual business entities with a maximum total asset of 0 to 50 million rupiah and a total turnover of 0 up to 300 million rupiah. In growing the economic growth of the people of Surabaya City, UMKM have a great contribution, especially in developing countries. Having a positive impact and/or influence that can move the wheels of the nation's economy open new job opportunities and of course also be able to absorb labor.

Online media comes to replace print media because many readers switch to using the internet as a tool for finding sources of information.

The results of this study prove that the use of online media has a positive and significant effect on income turnover in UMKM for PKK women in the Medokan Asri Timur area of Surabaya City. The results of hypothesis testing using the paired sample t test show that there are differences in income turnover when not using online media and after using online media.

1
Intisari— **UMKM merupakan usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Berdasarkan ("UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah [JDIH BPK RI]" n.d.), usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan ataupun badan usaha perorangan dengan jumlah aset maksimal 0 sampai 50 juta rupiah dan omzet total 0 sampai 300 juta rupiah. Dalam menumbuhkan pertumbuhan ekonomi**

masyarakat Kota Surabaya, UMKM memiliki kontribusi yang besar khususnya di negara-negara berkembang. Memiliki dampak dan atau pengaruh positif yang dapat menggerakkan roda perekonomian bangsa membuka lapangan kerja baru dan tentunya juga bisa menyerap tenaga kerja.

Media online hadir menggantikan media cetak karena banyak pembaca beralih menggunakan internet sebagai alat pencari sumber informasi.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa penggunaan media online berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap omzet pendapatan pada UMKM ibu PKK daerah Medokan Asri Timur Kota Surabaya. Hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji paired sample t test menunjukkan bahwa terdapat perbedaan omzet pendapatan ketika belum menggunakan media online dan setelah menggunakan media online.

Kata Kunci— UMKM, media online, omzet pendapatan

I. PENDAHULUAN

UMKM merupakan usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Berdasarkan ("UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah [JDIH BPK RI]" n.d.), **3** usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan ataupun badan usaha perorangan dengan jumlah aset maksimal 0 sampai 50 juta rupiah dan omzet total 0 sampai

300 juta rupiah. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh orang perorangan ataupun badan usaha akan tetapi bukan merupakan anak perusahaan, dengan jumlah asset lebih dari 50 juta hingga 500 juta rupiah dan omzet total 300 juta hingga 2,5 milyar rupiah. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh cabang orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan dengan jumlah kekayaan bersih lebih dari 500 juta hingga 10 milyar dan omzet total 2,5 milyar hingga 50 milyar rupiah.

Dalam menumbuhkan pertumbuhan ekonomi masyarakat Kota Surabaya, UMKM memiliki kontribusi yang besar khususnya di negara-negara berkembang. Memiliki dampak dan atau pengaruh positif yang dapat menggerakkan roda perekonomian bangsa membuka lapangan kerja baru dan tentunya juga bisa menyerap tenaga kerja.

Pengembangan dalam hal penciptaan kesempatan kerja langsung dalam bentuk kerja mandiri, usaha mikro, ataupun usaha kecil. Pernyataan ini diperkuat dengan pernyataan dari Sekretaris Kementerian Koperasi dan UKM Agus Muharam dalam Simposium Nasional Ekonomi Global yang diselenggarakan oleh PPK kosgoro 1957 dengan tema "Sistem Pertahanan Ekonomi Nasional Menyikapi Perubahan Kebijakan Global dalam konteks Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)", di Ruang Bamus DPR RI Jakarta dalam wawancara beliau berpendapat UMKM ini merupakan tulang punggung serta pondasi ekonomi kerakyatan, "sehingga jika terjadi krisis ekonomi, karena UMKM nya kuat maka perekonomian juga tetap akan kuat". Hal ini terlihat dari pemberian dana untuk UKM berasal dari LPDB (Lembaga Pinjaman Dana Bergulir) yang dianggarkan dari APBN sebesar Rp 7,2 triliun dengan 5000-an pelaku UKM. LPDB ini bertujuan untuk mengentaskan pengangguran, kemiskinan, permodalan bagi pelaku UKM dan menumbuhkan perekonomian nasional pemaparan dari Direktur Lembaga Pinjaman Dana Bergulir Kementerian Koperasi dan UKM Kemas Danial. Ini menunjukkan bahwa pemerintah mendukung penuh dalam hal peningkatan UMKM di daerah-daerah. Dimulainya MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) yang diberlakukan pada awal 2016

menuntut para pelaku UMKM agar bisa bersaing dengan para pengusaha dari negara ASEAN. Oleh karena itu dukungan penuh dari pemerintah, pelaku usaha besar dan masyarakat sangat diperlukan untuk mendorong pertumbuhan UMKM supaya tidak sampai ada penurunan ataupun kebangkrutan. "Pemberian KUR 9% dan akan menjadi 7% di tahun depannya" jelas Agus Muharam merupakan kesempatan yang baik untuk masyarakat dalam hal menggali potensi usaha mereka. Selain itu semakin dipermudahkannya dalam hal usaha adalah berita yang baik untuk masyarakat agar semakin semangat memperbaiki ekonomi mereka dan berdampak positif bagi perekonomian nasional. Pada realitanya, kondisi yang terjadi di lapangan tidak seperti harapan, beberapa UMKM ada yang berangsur-angsur mengalami penurunan dari segi kualitas produk maupun jumlah usahanya. Kenyataan ini tentu berbanding terbalik dengan program pemerintah yang berusaha mengangkat UMKM agar terus berkembang agar terus menyokong ekonomi Negara.

Media online hadir menggantikan media cetak karena banyak pembaca beralih menggunakan internet sebagai pencari sumber informasi. Kehadiran media online sebagai platform untuk mendapatkan berita. Media online yang bersifat gratis, cepat, dan mudah di akses serta dapat menjangkau seluruh wilayah merupakan kelebihan sehingga masyarakat lebih tertarik untuk membaca di media online. Pertumbuhan media online yang pesat menjadikan media cetak dan elektronik semakin berat untuk bertahan.

E-commerce merupakan sebuah media online yang digunakan untuk aktifitas yang berkaitan dengan penjualan, pembelian, dan pemasaran barang atau jasa (Sulistiyawati and Nursiam n.d.). E-commerce melibatkan kegiatan teknologi internet lainnya seperti transaksi dana elektronik atau yang biasa disebut dengan m-banking, pertukaran data elektronik, sistem pengumpulan data otomatis, dan sistem inventori otomatis (Setyoparwati 2019). Semakin banyak masyarakat yang menggunakan internet, masyarakat akan semakin senang melakukan pembelian melalui e-commerce, yang artinya dengan meningkatnya pengguna internet maka seharusnya meningkat juga kegiatan jual beli secara online.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh media

online untuk meningkatkan omzet pendapatan serta dituangkan dengan judul “Analisis Pengaruh Penggunaan Media Online Untuk Meningkatkan Omzet Pendapatan Studi Kasus UMKM ibu PKK Daerah Medokan Asri Timur Kota Surabaya Tahun 2021.

Berdasarkan berbagai uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan secara umum beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan media online berpengaruh pada omzet pendapatan UMKM (studi kasus UMKM Daerah Medokan Asri Timur Kota Surabaya Tahun 2021) ?.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan media online terhadap omzet pendapatan UMKM (studi kasus UMKM Daerah Medokan Asri Timur Kota Surabaya Tahun 2021).

Beberapa manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi omzet pendapatan. Hasil penelitian ini diharapkan akan memperkaya penelitian, khususnya tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi meningkatnya omzet pendapatan di UMKM ibu PKK daerah Medokan Asri Timur Kota Surabaya tahun 2021, serta dapat dipergunakan sebagai pembandingan untuk penelitian selanjutnya, baik dalam model, cara analisis maupun hasilnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Instansi

Dapat menjadi tambahan masukan dalam melengkapi bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan pembangunan sektor perdagangan dalam memecahkan masalah dan memberikan saran yang bermanfaat bagi Instansi, serta memberikan informasi dan gambaran kepada masyarakat maupun peneliti lain sebagai penelitian lebih lanjut.

b. Bagi Pengusaha

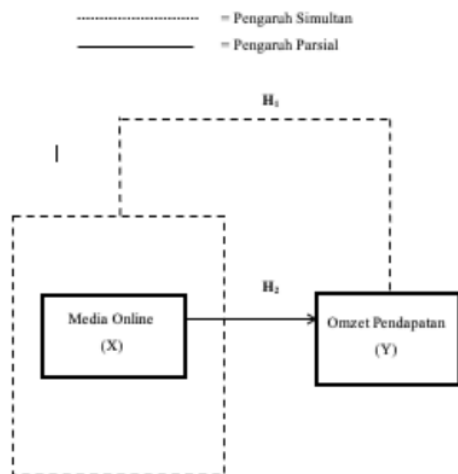
Sumbangan pemikiran dan masukan serta tambahan informasi dalam upaya meningkatkan omzet pendapatan dalam menjalankan bisnis UMKM. Dapat memberikan tambahan wawasan dalam berwirausaha.

II. LANDASAN TEORI

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam (“UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah [JDIH BPK RI]” n.d.) tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Pada dasarnya setiap informasi memerlukan saluran agar dapat sampai kepada penerima, saluran inilah yang biasanya disebut dengan media. Menurut Indah Suryawati dalam bukunya *Jurnalistik Suatu Penganter: Teori dan Praktik*, menyatakan bahwa media massa adalah alat atau sarana yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber (komunikator) kepada khalayak (komunikan/penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, radio, televisi, film, dan internet (Suryawati 2011).

Dalam penelitian ini kerangka berpikir yang tersusun dibawah ini dapat dijelaskan Pengaruh Media Online (X) merupakan variabel independent atau bisa dikatakan sebagai variabel tidak terikat, sedangkan Omzet Pendapatan (Y) merupakan variabel dependent atau bisa dikatakan sebagai variabel terikat. Sehingga kerangka berpikir dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

Gambar kerangka berpikir diatas menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel bebas yaitu Pengaruh Media Online (X) secara masing-masing (parsial) atau secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu Omzet Pendapatan (Y).

Berdasarkan identifikasi masalah, tinjauan pustaka dan landasan teori yang telah dikemukakan, hipotesis penelitian ini adalah :

1. Ada perbedaan antara jumlah transaksi pada UMKM yang menggunakan media online dengan jumlah transaksi pada UMKM yang tidak menggunakan media online.
2. Ada perbedaan pendapatan pada UMKM yang menggunakan media online dengan UMKM yang tidak menggunakan media online.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Menurut Sugiono dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan-15 tahun 2013, Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan secara kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (Field Research), yaitu penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit sosial baik individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat. Alasan dipilihnya jenis penelitian lapangan ini salah satunya adalah mencakup belajar tentang, memahami, atau menggambarkan interaksi. Penelitian ini menggali data yang bersumber dari instansi yang terkait yaitu Dinas Perindustrian Kota Surabaya.

Peneliti juga menggunakan penelitian kepustakaan (library reseach). Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literatur (kepustakaan) yaitu penelitian yang bertujuan mendapatkan data sekunder dengan cara melakukan penelaahan terhadap beberapa buku yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian kepustakaan juga digunakan agar lebih memastikan kebenaran data atau informasi yang disajikan dalam tugas akhir ini. Sehingga semakin memperkuat argument atau data atau informasi yang tertuang di dalam tugas akhir ini.

Menurut (H. Moh. Pabundu Tika 2006), dilihat dari sifatnya penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan apa-apa yang sedang berlaku, di dalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis, dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sekarang ini terjadi atau ada.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini telah mengambil tempat untuk penelitian yang berada di Jl. Medokan Asri Timur, Kecamatan Rungkut, Kelurahan Kalirungkut, Kota Surabaya. Dan waktu yang dilaksanakan dalam penelitian ini sekitar bulan Januari - Februari 2021.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Dalam usaha untuk mencari kebenarannya, penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif merupakan data yan penyajiannya dalam bentuk angka yang baik secara langsung digali dari hasil penelitian maupun hasil pengolahan data kualitatif menjadi kuantitatif,

sementara data kualitatif merupakan serangkaian informasi yang digali dari hasil penelitian masih merupakan fakta-fakta verbal, atau berupa keterangan-keterangan saja. Data ini dapat menjadi data kuantitatif setelah dilakukan pengelompokan sedemikian rupa dan dinyatakan dalam satuan angka (Muhammad Teguh 1999).

3.3.2 Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan penulis adalah data primer dan data sekunder:

a. Data Primer

Menurut (Arikunto Suharsimi 1998), sumber data dalam penelitian adalah “subjek dari mana data dapat diperoleh”. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian (Nur Indriantoro and Bambang Supomo 2016).

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti literatur, artikel dari surat kabar, tulisan ilmiah, keterangan-keterangan atau publikasi dari internet yang dapat memberikan informasi bagi penelitian yang diperoleh dari penelitian kepustakaan atau literature yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Apabila peneliti ingin meneliti semua elemen yang ada di wilayah penelitian, maka penelitiannya dinamakan penelitian populasi. Studi atau penelitiannya disebut stude populasi atau studi sensus, menurut Arikunto S dalam bukunya yang berjudul Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Prakti. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM yang didirikan dan dikelola oleh kelompok ibu-ibu PKK yang berada di daerah Medokan Asri Timur Kota Surabaya sebanyak 20 pemilik.

3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2017:81) mengidentifikasi sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dalam penentuan jumlah sampel yang akan diolah dari jumlah populasi, Dalam penentuan jumlah sampel yang akan diolah dari jumlah populasi, maka harus dilakukan dengan teknik pengambilan sampel yang tepat.

Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokan menjadi dua, yaitu probability sampling dan non probability sampling. Teknik sampling yang digunakan oleh penulis adalah non probability sampling.

Menurut (Sugiyono, 2017:84) definisi non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Jenis non probability sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh atau sering disebut juga sensus. Menurut (Sugiyono, 2017:85) pengertian dari sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sampel, hal ini dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 30, atau penelitian ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua populasi dijadikan sampel.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh dari populasi yang diambil, yaitu seluruh pemilik UMKM yang berjumlah 20 pemilik.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Metode Kuisisioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup ataupun terbuka. Teknik ini dilaksanakan dengan menggunakan daftar pertanyaan bentuk tertutup untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data. Survey dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden pelanggan / pembeli di UMKM yang ada di Surabaya.

Adapun skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi

seseorang ataupun sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini fenomena sosial yang ditatpkan oleh peneliti secara spesifik yang disebut dengan variabel penelitian. Dengan skala ini maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel dan indikator dari variabel akan menjadi titik tolak instrument item-item yang berupa pertanyaan ataupun pernyataan.

Pada skala likert dilakukan dengan menghitung respon kesetujuan atau ketidak setujuan terhadap objek tertentu. Artinya pertanyaan yang disusun peneliti memiliki kategori positif atau negatif, menurut Kasmadi dan Nia Siti Sumariah dalam buku Panduan Modern Penelitian Kuantitatif. Metode ini merupakan suatu cara untuk mendapatkan atau mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan, laporan keuangan, transkrip, buku-buku, surat kabar, majalah dan sebagainya yang berhubungan dengan sistem e-commerce yang ada di UMKM kota Surabaya.

3.6 Definisi Variable dan Definisi Operasional

3.6.1 Definisi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini digolongkan menjadi dua variabel diantaranya yaitu variabel dependent dan variabel independent.

1. Media Online (X)

Media online (online media) adalah media masa yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Media online disebut juga dengan digital media adalah media yang tersaji secara online di internet. Pengertian media online dibagi menjadi dua pengertian yaitu secara umum dan khusus.

Pengertian media online secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa di akses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Dalam pengertian umum ini media online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online. Dengan pengertian media online secara umum ini, maka email, mailing list (milis), website, blog, whatsapp, dan media sosial (sosial media) masuk dalam kategori media online. Pengertian media online secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Media adalah singkatan dari media komunikasi massa dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti

publisitas dan periodisitas. Media online adalah sebutan umum untuk sebua bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia. Di dalamnya terdapat portal, website (situs web), radio-online, tv-online, pers-online, mail-online, dll, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan user untuk memanfaatkannya. Salah satu desain media online yang paling umum diaplikasikan dalam praktik jurnalistik modern dewasa ini adalah berupa situs berita. Situs berita atau portal informasi sesuai dengan namanya merupakan pintu gerbang informasi yang memungkinkan pengakses informasi memperoleh aneka fitur fasilitas teknologionline dan berita di dalamnya. Kontennya merupakan perpaduan layanan interaktif yang terkait informasi yang secara langsung, misalnya tanggapan langsung, pencarian artikel, forum diskusi, dll. Atau yang tidak terhubung sama sekali dengannya, misalnya games, chat, kuis, dll.

2. Omzet Pendapatan (Y)

Omzet merupakan jumlah uang hasil penjualan barang (dagangan) tertentu selama suatu masa jual. Uang yang Anda dapatkan tersebut belum dikurangi HPP dan biaya (listrik, air, gaji, perlengkapan dsb). Dapat dikatakan omzet adalah laba kotor atau pendapatan kotor yang dihasilkan usaha anda.

Pendapatan atau penghasilan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah "hasil kerja atau usaha". Menurut Nasution dalam istilah umum pendapatan (income) adalah arus uang atau barang yang menguntungkan bagi seseorang, kelompok individu, sebuah perusahaan atau perekonomian selama beberapa waktu.

3.6.2 Definisi Operasional

Menurut (Sugiyono, 2019) definisi operasional adalah penjelasan karakteristik atau atribut dari individua tau organisasi yang dapat diukur atau diobservasi yang bervariasi antara orang dan organisasi yang diteliti.

3.7 Proses Pengolahan Data

Pengolahan data adalah suatu proses dalam memperoleh data ringkasan atau angka ringkasan dengan menggunakan cara-cara atau rumus-rumus tertentu. Pengolahan data

bertujuan mengubah data mentah dari hasil pengukuran menjadi data yang lebih halus sehingga memberikan arah untuk pengkajian lebih lanjut.

Ada tiga cara untuk proses pengolahan data yaitu sebagai berikut :

1. Editing (Pemeriksaan)

Editing atau pemeriksaan adalah pengecekan atau pengoreksian data yang telah terkumpul, tujuannya untuk menghilangkan kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pencatatan dilapangan dan bersifat koreksi guna untuk dikaji lebih lanjut.

2. Coding (Pengkodean)

Coding adalah pemberian kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama atau untuk penerjemahan persyaratan logika dari pseudocode (diagram alur) ke dalam suatu bahasa. Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka atau huruf yang memberikan petunjuk atau informasi atau data yang akan dianalisis.

3. Tabulasi

Tabulasi adalah pembuatan tabel-tabel yang identitas pada suatu yang merupakan salah ini digolongkan dalam berisi data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Dalam melakukan tabulasi diperlukan ketelitian agar tidak terjadi kesalahan dalam pengamatan. Tabel hasil Tabulasi dapat berbentuk :

1. Tabel pemindahan, yaitu tabel tempat memindahkan kode-kode dari kuesioner atau pencatatan pengamatan. Tabel ini berfungsi sebagai arsip

2. Tabel biasa, adalah tabel yang disusun berdasar sifat responden tertentu dan tujuan tertentu

3. Tabel analisis, tabel yang memuat suatu jenis informasi yang telah dianalisa.

3.8 Metode Analisis Data

Setelah Penelitian menggunakan metode kuantitatif, yaitu akan dilakukan pengujian hipotesis dengan uji beda berpasangan pada preferensi belanja impor barang kiriman sebelum dan setelah perubahan batas pembebasan bea masuk dan pajak. Berdasarkan waktunya, penelitian ini mengambil data satu bulan sebelum menggunakan media online dan satu bulan setelah media online digunakan pada beberapa

responden. Pada penelitian ini, digunakan software microsoft excel untuk menganalisis.

3.9 Teknik Pengujian Hipotesis

3.9.1 Uji beda

Dalam Variabel independen kualitatif dalam penelitian ini memiliki dua kategori. Oleh sebab itu, dilakukan pengujian dengan metode uji beda rata-rata untuk dua sampel berpasangan (paired sample t-test). Model uji beda ini digunakan untuk menganalisis model penelitian pre-post atau sebelum dan sesudah. Uji beda digunakan untuk mengevaluasi perlakuan (treatment) tertentu pada satu sampel yang sama pada dua periode pengamatan yang berbeda (Pramana, 2012). Paired sample t-test digunakan apabila data berdistribusi normal. Menurut Widiyanto (2013), paired sample t-test merupakan salah satu metode pengujian yang digunakan untuk mengkaji keefektifan perlakuan, ditandai adanya perbedaan rata-rata sebelum dan ratarata sesudah diberikan perlakuan. Dasar pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak H_0 pada uji ini adalah sebagai berikut:

1) Jika $t \text{ hitung} \neq t \text{ tabel}$ dan probabilitas (Asymp.Sig) $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

2) Jika $t \text{ hitung} = t \text{ tabel}$ dan probabilitas (Asymp.Sig) $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Dengan:

H_0 = Tidak ada perbedaan antara sebelum menggunakan media online dan setelah menggunakan media online.

H_a = Terdapat perbedaan antara sebelum menggunakan media online dan sesudah menggunakan media online.

Untuk mengintepretasikan Paired sample t-test terlebih dahulu harus

ditentukan:

- Nilai α
- df (degree of freedom) = $N-k$

Untuk paired sample t-test $df = N-1$

- Bandingkan nilai t-hitung dengan nilai t-tabel

Dimana,

$$s_{X_1X_2} = \sqrt{\frac{1}{2}(s_{X_1}^2 + s_{X_2}^2)}$$

$s_{X_1X_2}$ disebut juga pool standar deviasi yang merupakan penggabungan dua standar deviasi. pada t-hitung ini menggunakan degree of freedom dengan rumus $2n-2$.

Varians populasi tidak diketahui, Ukuran sampel berbeda dan varians diasumsikan sama. Walaupun varians homogen tapi ukuran sampel yang digunakan berbeda maka rumus di atas tidak dapat digunakan. sehingga perlu menggunakan t-hitung yang baru sebagai berikut:

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{s_{X_1X_2} \cdot \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

t = Nilai t hitung

N = Jumlah sampel

Dimana,

$$s_{X_1X_2} = \sqrt{\frac{(n_1 - 1)s_{X_1}^2 + (n_2 - 1)s_{X_2}^2}{n_1 + n_2 - 2}}$$

Selain itu degree of freedom pun berubah. degree of freedom untuk kasus ini yaitu n_1+n_2-2

Varians populasi tidak diketahui, Ukuran sampel sama/beda, Varians diasumsikan berbeda. Tes ini juga disebut dengan welch's test dan hanya digunakan apabila varians diasumsikan berbeda (baik ukuran sampel sama atau berbeda). berikut cara menghitung t statistic.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

UMKM merupakan usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Berdasarkan ("UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah [JDIH BPK RI]" n.d.), usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan ataupun badan usaha perorangan dengan jumlah aset maksimal 0 sampai 50 juta rupiah dan omzet total 0 sampai 300 juta rupiah. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh orang perorangan

ataupun badan usaha akan tetapi bukan merupakan anak perusahaan, dengan jumlah aset lebih dari 50 juta hingga 500 juta rupiah dan omzet total 300 juta hingga 2,5 milyar rupiah. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh cabang orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan dengan jumlah kekayaan bersih lebih dari 500 juta hingga 10 milyar dan omzet total 2,5 milyar hingga 50 milyar rupiah.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

UMKM IBU PKK adalah UMKM yang didirikan dan dikelola oleh kelompok ibu-ibu PKK yang berada di daerah Medokan Asri Timur Kota Surabaya. Seiring berjalannya waktu, UMKM ini melakukan berbagai hal atau cara untuk terus meningkatkan omzet pendapatannya. Oleh karena itu, fokus penelitian ini adalah menganalisis perbedaan omzet pendapatan sebelum menggunakan media online dan sesudah menggunakan media online. Periode yang digunakan untuk pengujian ini antara rentang waktu januari 2021 hingga februari 2021.

Terdapat beberapa media online yang digunakan oleh UMKM ibu PKK dalam menjalankan kegiatan jual beli sehari – hari. Berikut adalah beberapa media online yang digunakan:

- 1) WhatsApp business, media online ini adalah media online dari perusahaan meta (yang sebelumnya bernama facebook). Dalam whatsapp business ini, terdapat fitur status atau story, sehingga UMKM ini bisa mengupload story atau status yang bisa meningkatkan omzet pendapatan dan selanjutnya bisa menarik minat masyarakat untuk membeli.
- 2) Facebook, awalnya media online ini berfokus pada individu atau perseorangan. Tapi, seiring berjalannya waktu terdapat fitur facebook marketplace, yang mana fitur ini bisa digunakan oleh UMKM untuk mempromosikan produk / jualan.
- 3) Twitter, awalnya media online ini sama seperti facebook. UMKM menggunakan media online ini tidak lain adalah karena bisa mempromosikan produk dan juga meningkatkan minat pembeli.
- 4) Instagram, media online ini adalah media social yang kontennya focus pada gambar, video.

	A	B	C
1	Responden	Sebelum	Sesudah
2	Ibu Diana	500.0000	600.0000
3	Ibu Dendhi	450.0000	650.0000
4	Ibu Widiya	400.0000	800.0000
5	Ibu Indah	475.0000	900.0000
6	Ibu Nia	400.0000	1.200.000
7	Ibu Lis	450.0000	1.500.000
8	Ibu Eka	400.0000	450.0000
9	Ibu Jarwo	300.0000	400.0000
10	Ibu Indri	500.0000	600.0000
11	Ibu Sari	300.0000	350.0000
12	Ibu Jaya	600.0000	700.0000
13	Ibu Adi	550.0000	650.0000
14	Ibu Naryo	750.0000	900.0000
15	Ibu Lida	600.0000	750.0000
16	Ibu Eni	450.0000	550.0000
17	Ibu Seto	500.0000	700.0000

Untuk data yang digunakan dalam proses Analisa, adalah data pendapatan bersih per bulan. Pembagian data pendapatan bersih ini terbagi dalam 2 kelompok, yakni:

- 1) Sebelum penggunaan media online.
- 2) Sesudah penggunaan media online.

Untuk data pendapatan yang lebih rinci, bisa dilihat pada table berikut:

Tabel 4. 2 Data primer 2022 (data diolah)

RESPONDEN	SEBELUM	SESUDAH
Ibu Diana	500.000	600.000
Ibu Dendhi	450.000	650.000
Ibu Widiya	400.000	800.000
Ibu Indah	475.000	900.000
Ibu Nia	400.000	1.200.000
Ibu Lis	450.000	1.500.000
Ibu Eka	400.000	450.000
Ibu Jarwo	300.000	400.000
Ibu Indri	500.000	600.000
Ibu Sari	300.000	350.000
Ibu Jaya	600.000	700.000
Ibu Adi	550.000	650.000
Ibu Naryo	750.000	900.000
Ibu Lida	600.000	750.000
Ibu Eni	450.000	550.000
Ibu Seto	500.000	700.000
Ibu Suni	800.000	1.000.000
Ibu Yus	750.000	950.000

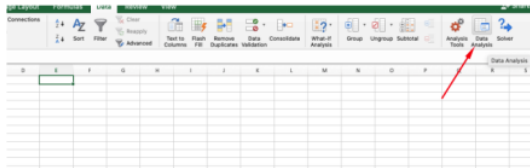
Untuk proses perhitungan uji beda berpasangan (paired t test) menggunakan microsoft excel, terdapat beberapa langkah sebagai berikut:

1. Buka Microsoft excel anda
2. Input data yang ada di table 1 ke dalam microsoft excel. Maka akan terlihat seperti gambar berikut :

Gambar 4. 1 Data primer 2022 (data diolah)

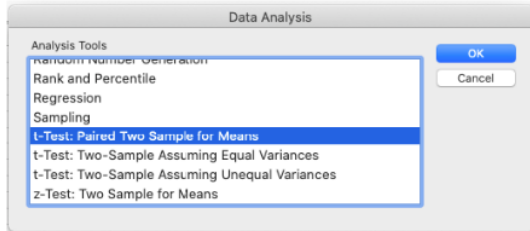
Pada gambar 4.1 ditunjukkan data hasil pendapatan pada kolom sebelum, karena pada periode januari 2021 UMKM belum menggunakan media online dalam kegiatan jual beli nya. Kemudian, periode february 2021 diletakkan pada kolom sesudah. Karena pada periode february 2021 UMKM ini sudah menggunakan media online dalam kegiatan jual beli nya.

3. Buka tab “Data”, dan selanjutnya pilih “Data analysis”.



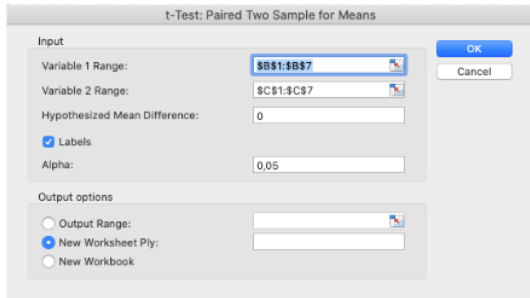
Gambar 4. 2 Opsi Data analysis

4. Setelah itu, akan muncul pop-up / jendela seperti gambar berikut. Kemudian pilih “t-Test : Paired Two Samples for Means”, kemudian klik tombol ok.



Gambar 4. 3 T-Test Paired two sample for means

5. Selanjutnya, akan muncul popup atau jendela baru seperti gambar berikut



Gambar 4. 4 Penyesuaian input

Pada gambar 4.4, terdapat penyesuaian input dengan kolom value yang ada di microsoft excel.

- Variable 1 Range : adalah semua cell / value yang ada di kolom sebelum. Termasuk header sebelum.
- Variable 2 Range : adalah semua cell / value yang ada di kolom sesudah. Termasuk header sesudah.
- Alpha : nilai alpha
- Hypothesized Mead Difference : isi 0
- Output options : sesuaikan dengan keinginan anda, jika ingin menuliskan hasil ke dalam sheet yang sama dan berbeda cells, maka pilih dan isi output Range. Jika ingin output nya berada pada sheet baru, maka pilih new worksheet

ply. Jika ingin hasilnya tampil pada file excel yang baru, maka pilih opsi New Workbook.

6. Hasil akhir atau outputnya akan seperti ini.

	A	B	C
1	t-Test: Paired Two Sample for Means		
2			
3		sebelum	sesudah
4	Mean	533750	777500
5	Variance	24360197368	77230263158
6	Observations	20	20
7	Pearson Correlation	0,415824911	
8	Hypothesized Mean Difference	0	
9	df	19	
10	t Stat	-4,258719155	
11	P(T<=t) one-tail	0,000212246	
12	t Critical one-tail	1,729132812	
13	P(T<=t) two-tail	0,000424492	
14	t Critical two-tail	2,093024054	

Gambar 4. 5 Hasil pengolahan uji beda berpasangan

Pada tabel 1 ditunjukkan atau disajikan tabel pendapatan bersih per bulan dan dibagi kedalam 2 kelompok atau periode (periode sebelum dan sesudah menggunakan media online). Data yang ada di dalam tabel 1 akan digunakan sebagai input dalam uji beda berpasangan (paired t test).

Untuk hasil dari perhitungan uji beda berpasangan (paired t test) menggunakan microsoft excel, dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 3 Hasil pengolahan / perhitungan uji beda berpasangan menggunakan Microsoft excel

	sebelum	Sesudah
Mean	533750	777500
Variance	24360197368	77230263158
Observations	20	20
Pearson Correlation	0,415824911	
Hypothesized Mean Difference	0	
Df	19	
t Stat	-4,258719155	
P(T<=t) one-tail	0,000212246	
t Critical one-tail	1,729132812	
P(T<=t) two-tail	0,000424492	
t Critical two-tail	2,093024054	

Berdasarkan hasil pengolahan atau perhitungan uji beda sampel berpasangan menggunakan Microsoft excel yang ditunjukkan pada table 2 dapat disimpulkan beberapa poin:

1. Rata-rata, Ketika sebelum menggunakan media online yaitu sebanyak 533.750. Sedangkan, setelah

menggunakan media online yaitu sebanyak 777.500. Sehingga ada peningkatan secara deskriptif.

2. Hipotesis yang digunakan yaitu hipotesis dua arah sehingga menggunakan two tail. hasilnya t tabel yaitu 2,09 dengan p value sebesar 0.000424492. oleh karena p value lebih kecil dari alfa 5% atau dengan melihat $|t_{hitung}| > t_{tabel}$ maka keputusannya Tolak H_0

3. H_0 diterima dan H_a ditolak. sehingga disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara sebelum menggunakan media online dan setelah menggunakan media online.

V. KESIMPULAN

[1] Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya mengenai pengaruh promosi media sosial terhadap loyalitas konsumen, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan media online berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap omzet pendapatan pada UMKM ibu PKK daerah Medokan Asri Timur Kota Surabaya.

2. Penggunaan media online secara maksimal dan terkonsep dengan baik akan meningkatkan omzet pendapatan secara maksimal.

[2] Saran

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan diatas, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya Promosi produk UMKM melalui media online harus lebih dimaksimalkan, sehingga akan berpengaruh terhadap manajemen usaha bagi produsen serta pemilik usaha, diharapkan dapat mempertimbangkan penggunaan media online dalam menjalankan usahanya. Penggunaan media online dapat membuat usaha kecil menjadi lebih efektif dalam memasarkan produk sehingga volume penjual akan semakin meningkat dan tentunya akan berpengaruh baik pada omzet pendapatan.

2. Memaksimalkan proses pemasaran dan bagi pelaku usaha mikro kecil menengah untuk meningkatkan kemampuan promosi dalam media online, misalnya

membuat brosur produk dengan lebih kreatif dan mengunggah hasil review konsumen terhadap produk agar kedepan dapat menarik lebih banyak calon konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

3. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambah jumlah variabel lain selain media online. Hal ini dimaksudkan agar dapat diketahui lebih banyak lagi faktor-faktor yang mempengaruhi omzet pendapatan pada usaha kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arikunto Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Penekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [2] Asep Syamsul M. Romli. 2012. *Jurnalistik Online : Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Edited by Irwan Kurniawan. Irwan Kurniawan. Vol. 127. Bandung: Nuansa Cendekia.
- [3] Asri, Marwan. 1986. *Marketing*. BPFE.
- [4] Basu Swastha DH. 2002. *Manajemen Penjualan*. 3rd ed. Yogyakarta: BPFE.
- [5] Basu Swastha, and Irawan. 2005. *Asas-Asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- [6] Chairul Marom. 2002. "Sistem Akuntansi Perusahaan Dagang," 77-77.
- [7] H. Moh. Pabundu Tika. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Vol. 164. Jakarta: Bumi Aksara.
- [8] Henry Simamora. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gramedia.
- [9] "KEPPRES No. 99 Tahun 1998 Tentang Bidang/Jenis Usaha Yang Dicapangkan Untuk Usaha Kecil Dan Bidang/Jenis Usaha Yang Terbuka Untuk Usaha Menengah Atau Usaha Besar Dengan Syarat Kemitraan [JDIH BPK RI]." n.d. Accessed May 14, 2022. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/59247/keppres-no-99-tahun-1998>.
- [10] "Keputusan Menteri Keuangan 316/KMK.016/1994 | JDIH Kementerian Keuangan." n.d. Accessed May 14, 2022. <https://jdih.kemenkeu.go.id/in/dokumen/peraturan/89e00c2b-8b18-4e96-982a-16eb6d9d8b82>.

- [11]“KEPUTUSAN MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA.” n.d. Accessed May 14, 2022.
<https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1996/60~kmk.016~1996kep.htm>. Accessed May 14, 2022.
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>.
- [12]MARTIN S, and COLLERAN G. 2006. *Sold! Bagaimana Memudahkan Konsumen Membeli Dari Anda*. Jakarta: Erlangga.
- [13]“Media Online Adalah: Pengertian, Ciri-Ciri, Fungsi, Jenis Media Online.” n.d. Accessed May 16, 2022.
[https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-media-online.html#jenis-jenis-jenis-media-online-dan-contohnya](https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-media-online.html#jenis-jenis-media-online-dan-contohnya).
- [14]Muhammad Teguh. 1999. *Metodologi Penelitian Ekonomi : Teori Dan Aplikasi*. Vol. 257. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- [15]Mulyadi. 2008. “Sistem Akuntansi.” Jakarta: Salemba Empat.
- [16]Nur Indriantoro, and Bambang Supomo. 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis : Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. Vol. 276. Yogyakarta: BPFE.
- [17]Philip Kotler, and Gary Armstrong. 2012. “Principles of Marketing.”
- [18]Setyoparwati, Indirasari Cynthia. 2019. “PENGARUH DIMENSI KEPERCAYAAN (TRUST) KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA E-COMMERCE DI INDONESIA.” In .
- [19]Sulistiyawati, Dian Tri, and Dan Nursiam. n.d. “Seminar Nasional & Call For Paper Seminar Bisnis Magister Manajemen.” Accessed May 14, 2022.
- [20]Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalistik : Suatu Pengantar Teori Dan Praktek*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- [21]Swasta Basu, and Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- [22]Taufik. 2008. *Panduan Membuat Toko Online Dengan OSCommerce*. Jakarta: Mediakita.
- [23]“UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah [JDIH BPK RI].” n.d.

ANALISIS UJI BEDA PENDAPATAN UMKM KULINER (STUDI KASUS UMKM DAERAH MEDOKAN ASRI TIMUR KOTA SURABAYA TAHUN 2021)

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

21%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

16%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

eprints.ums.ac.id

Internet Source

6%

2

media.neliti.com

Internet Source

5%

3

Submitted to IAIN Purwokerto

Student Paper

5%

Exclude quotes On

Exclude matches < 197 words

Exclude bibliography On