

## PENGARUH JUAL BELI OFFLINE DAN ONLINE TERHADAP PENDAPATAN UMKM DI KOTA JAYAPURA

BOSTA SIHOMBING<sup>1</sup>, SRI VIDI ASTUTI<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Akuntansi  
Universitas Sains dan Teknologi Jayapura  
E-mail: [sihombing.bosta@gmail.com](mailto:sihombing.bosta@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebelum, setelah dan secara bersamaan dalam melakukan penjualan secara offline dan online di kota Jayapura. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah diperoleh melalui penyebaran data kuesioner. Metode pengumpulan data yang dilakukan melalui pemberian atau penyebaran seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Setelah itu dilakukan metode observasi, yang berupa sebuah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap kondisi yang sebenarnya terjadi di lingkungan objek penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan uji Partial t dengan nilai sebesar  $0,005 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,867 > t$  tabel 1,894, sehingga apa yang dilakukan oleh UMKM di kota Jayapura dengan berjualan menggunakan media online sangat baik untuk meningkatkan pendapatan. Selain itu untuk pengujian hasil kuisisioner yang disebar dan diolah menggunakan uji Partial t dengan hasil  $0,256 > 0,05$  dan nilai t hitung  $1,143 < t$  tabel 1,984 ditemukan bahwa berjualan secara offline juga tidak berpengaruh terhadap pendapatan. Sedangkan untuk pengaruh jual beli online dan offline terhadap pendapatan penjualan memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa perlu adanya kesabaran dan kemauan dari para pedagang untuk selalu belajar menggunakan media social, dan untuk dapat melakukan transaksi jual beli melalui media social tersebut. Selain itu hasil ini juga menunjukkan bahwa pemerintah harus mengambil peran yang lebih dalam mengedukasi para pedagang dalam cara bertransaksi jual beli menggunakan media sosial.

**Kata Kunci:** Jual Beli, Penjualan, Online, offline, Pendapatan, UMKM

### ABSTRACT

This study aims to determine how much Micro Small and Medium Enterprises (MSME) income before selling offline and online in the city of Jayapura. In addition, this research is also to determine the effect of MSME income after selling offline and online together. The data analysis technique used in this study was obtained through the distribution of questionnaire data. The method of data collection is done through giving or distributing a set of questions or written questions to respondents to answer. After that, the observation method is carried out, in the form of a data collection activity by making direct observations of the conditions that actually occur in the research object environment. The results of this study indicate that by using the Partial t-test with a value of  $0.005 < 0.05$  and at a count value of  $2.867 > t$  table 1.894 so that what is done by MSMEs in the city of Jayapura by selling using online media is very good to increase income. In addition to testing the results of the questionnaires distributed and processed using the Partial t-test with the results of  $0.256 > 0.05$  and the t value of  $1.143 < t$  table of 1.984 it was found that selling offline also had no effect on income for the effect of buying. Meanwhile, the effect of

*buying, selling online, and offline on sales revenue has a significant effect. These results indicate that there is a need for patience and willingness from traders to always learn to use social media and to be able to make buying and selling transactions through social media. In addition, these results also show that the government must take a more role in educating traders on how to make buying and selling transactions using social media.*

**Keywords: Buying, Selling, Online, offline, Revenue, MSME.**

## 1. PENDAHULUAN

Sebelum memasuki era digital, para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki cara dalam melakukan transaksi penjualan yang sangat tradisional. Mereka memasarkan produk dagang mereka secara manual bahkan tidak sedikit dari mereka yang membawa barang dagangannya untuk dipasarkan secara langsung dengan cara berkeliling dari satu tempat ke tempat yang lain dengan tujuan agar mereka dapat langsung bertemu dan bertransaksi dengan para pembeli [1].

Akan tetapi di lain pihak, penggunaan metode seperti ini memiliki banyak kelemahan di mana barang dagangannya berpotensi untuk rusak karena terkena sinar matahari atau menjadi basah karena terkena air hujan. Di lain pihak, sebelum berkembangnya media sosial yang digunakan sebagai sarana bisnis saat ini, Indonesia telah mengalami krisis ekonomi yang menyebabkan jatuhnya perekonomian nasional. Pada tahun 1998 banyak perusahaan-perusahaan berskala besar yang tersebar pada berbagai sektor termasuk sektor industri, perdagangan, dan jasa yang mengalami stagnasi bahkan sampai terhenti total aktifitasnya. Namun hal yang berbeda terjadi pada sector UMKM, di mana para pengusaha yang bergerak dalam sektor usaha mikro, kecil dan menengah dapat bertahan dari keterpurukan. Akan tetapi, masalah utama yang dihadapi UMKM adalah pemasaran produk dengan metode konvensional memerlukan biaya tinggi [2].

Di sisi lain, beberapa keuntungan jual beli online bagi para penjual diantaranya adalah sebagai berikut: penjual tidak perlu menyewa tempat khusus untuk memasarkan dagangannya karena cara pemasaran dari para penjual ini hanya melalui media sosial saja, oleh karena itu para penjual dapat menekan harga jual barang menjadi lebih murah karena harga jual barang tidak dipengaruhi oleh biaya yang lain seperti pajak bangunan tempat usaha, pajak kebersihan, keamanan dan lain-lain [3].

Namun di sisi lain terdapat juga beberapa kekurangan atau kelemahan dari metode jual beli online bagi para penjual. Dan dari hasil pengamatan di lapangan, ditemukan beberapa hal, antara lain: para penjual tidak dapat bekerja atau mempromosikan barang dagangan mereka tanpa adanya koneksi internet.

Selain itu, ditemukan juga bahwa dalam melakukan proses transaksi barang dagangannya, para penjual ini diperhadapkan dengan hal-hal yang kurang baik seperti rawan penipuan atau pembeli tidak memberikan konfirmasi mengenai barang yang siap untuk dikirim. Hal ini sangat mempengaruhi kelancaran proses jual beli, sehingga menyebabkan para penjual harus sabar dalam melayani calon pembeli online. Selain itu, beberapa hal lain yang sering terjadi adalah terkadang pembeli hanya bertanya harga barang, di mana hal ini bertujuan untuk dibandingkan dengan harga barang yang sama yang dijual oleh penjual lainnya [4].

Namun dalam proses jual beli online selain ada kelebihan dan kekurangan dalam proses jual beli online bagi penjual, maka di lain pihak terdapat juga proses jual beli online yang memiliki kelebihan dan juga kekurangan bagi para pembeli, yang pertama adalah kelebihan jual beli online bagi pembeli.

Hal ini sangat memungkinkan karena para pembeli dapat menghemat waktu dan tenaga karena mereka dapat berbelanja dan melakukan transaksi keuangan dari rumah. Selain itu pembeli juga dapat membandingkan harga barang yang akan dibeli di internet antara penjual online satu dengan penjual yang lainnya, sehingga para pembeli dapat disesuaikan dengan kondisi keuangan yang ada, hal ini memberi dampak yang sangat signifikan karena pembeli bisa belanja kapan saja dan dimana saja hanya dengan melihat media social, sehingga menghemat banyak waktu dan proses pembelian menjadi lebih praktis [5].

Sedangkan kelemahan dalam proses jual beli online bagi para pembeli yaitu para pembeli tidak

dapat melihat langsung barang yang akan dibeli sehingga terkadang barang yang sampai tidak sesuai dengan barang yang ada pada gambar saat promosi oleh penjual. Selain itu barang yang dibeli terkadang tidak langsung sampai sesuai perjanjian karena terkendala oleh ekspedisi atau jasa pengiriman, bahkan pembeli dikenakan biaya tambahan karena adanya jasa pengiriman, terkadang pembeli tertipu oleh penjual online yang meminta ditransfer uang terlebih dahulu tetapi setelah itu penjual tidak bisa dihubungi lagi oleh pembeli [6].

Selain itu, media sosial tradisional seperti TV, koran dan radio hanya memiliki dan memfasilitasi komunikasi satu arah, sedangkan media sosial sekarang memfasilitasi dua arah dengan mengizinkan setiap orang atau para pembeli dan penjual untuk mempublikasikan dan berkontribusi melalui percakapan dan komunikasi online [7].

Di sisi lain, jual beli online merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik .

Media sosial sekarang sangat diminati oleh para pengusaha di sektor UMKM, di mana mereka menggunakannya sebagai media pemasaran produk dan bertransaksi jual beli. Dengan pemanfaatan media social mala masyarakat lebih cepat mengetahui informasi melalui internet, dan hal inilah yang dimanfaatkan oleh pelaku usaha UMKM untuk memasarkan produknya. Hal ini sangat positif karena internet memiliki jaringan yang sangat luas, tidak ada batasan waktu dan mudah untuk mengakses serta lebih efisien dalam hal biaya [8].

Dari hasil pengamatan di lapangan, ditemukan bahwa di wilayah jayapura pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) kebanyakan dari mereka masih melakukan jual beli tanpa dibantu media sosial sebagai sarana pemasaran produk. Ditemukan bahwa mereka hanya berjualan di kios atau lapak-lapak. Dan hal ini menjadi lebih sulit karena di masa pandemic Covid-19 pemerintah kota Jayapura melakukan program pencegahan penyebaran Covid-19 dengan cara melakukan pembatasan sosial berskala besar (PSSB) atau pembatasan mikro kecil dan menengah (PMKM), sehingga hal ini menyebabkan masyarakat dituntut untuk mengurangi aktifitasnya di luar rumah dan lebih banyak beraktifitas di rumah, dan diperbolehkan keluar jika ada urusan atau keperluan yang penting dan sangat mendesak [9].

Di sisi lain, kondisi seperti ini seharusnya menjadi peluang besar bagi para pelaku usaha mikro kecil dan menengah dalam memasarkan produknya baik barang dagang maupun jasa. Di mana dengan memanfaatkan koneksi jaringan internet maka proses penjualan dapat dilakukan melalui media sosial yang ada, dan hal ini sangat efektif dan efisien karena media sosial mampu menghadirkan sebuah jalur dan konektivitas yang cepat serta memiliki jangkauan yang luas sehingga proses dan peluang untuk menarik minat konsumen menjadi lebih besar [10].

Di wilayah Jayapura sendiri berdasarkan apa yang peneliti ketahui, kebanyakan dari para penjual online memasarkan barang dagang mereka melalui media sosial facebook.

Para pedagang online memiliki inisiatif memasarkan dagangan mereka dengan membuat grup jual beli online di media sosial facebook. Adapun grup jual beli online di wilayah kota Jayapura ini yang peneliti ketahui adalah sebagai berikut: Grup Jual Beli Online Jayapura, Grup OLX Jayapura, Grup Jual Beli Barang Bekas Jayapura, Grup Jual Beli Online Jayapura, Tokopedia Jayapura, Grup Jual/Beli Khusus Sentani, dan Jayapura Niaga. Dari hasil pengamatan ditemukan bahwa nama-nama grup tersebut dapat terus bertahan sampai saat ini karena proses promosi yang sangat aktif dalam memasarkan barang dagangan mereka yang diperjual belikan.

Selain itu, dari hasil pengamatan lainnya ditemukan juga bahwa dalam proses jual beli online di Jayapura ini sekaligus berpotensi membuka lapangan kerja baru yaitu jasa pengiriman barang atau disebut jasa kurir. Dalam proses jual beli ini para penjual online yang mayoritas memberlakukan biaya kirim bagi barang yang akan dibeli sesuai jarak yang ada. Dengan adanya pilihan transaksi melalui jual beli online di Jayapura ini maka harga barang dagang bisa sedikit ditekan. Hal ini sangat memungkinkan dan beralasan karena banyak penjual yang menjual barang dagangan yang sama dan bersaing dengan penjual online lainnya sehingga bisa menjadi keuntungan sendiri bagi para pembeli seperti yang dialami oleh peneliti.

Akan tetapi peneliti juga menemukan bahwa terdapat dkekurangan atau kelemahan dari proses jual beli online di Jayapura yaitu barang yang dipasarkan di media sosial Facebook itu penjual yang memilihkan barang tersebut sehingga pembeli hanya bisa menerima tanpa ada kepuasan memilih barang yang dibeli seperti yang

dialami oleh peneliti ketika membeli cabai, yang diterima memang cabai tetapi sudah tidak sebugas yang tampak di foto atau banyak cabai yang busuk. Hal ini tentunya sangat merugikan para pembeli dan sangat berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan dari para pembeli kepada para penjual. Oleh karena itu hal ini dapat menyebabkan para pembeli berpotensi untuk beralih ke metode jual beli secara offline. Dari latar belakang di atas terlihat bahwa proses jual beli offline dan online memiliki dinamika dan keuntungan serta kelebihan bagi para pembeli maupun penjual. Oleh karena itu melalui penelitian ini, diharapkan menghasilkan sebuah informasi ilmiah baru tentang pengaruh proses transaksi atau jual beli offline dan online di kota Jayapura.

## 2. METODE PENELITIAN

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. Di mana metode yang digunakan untuk meneliti pada suatu populasi atau sampel tertentu yang pengumpulan datanya menggunakan instrument penelitian yang bersifat kuantitatif [9].

Selain itu dalam penelitian ini juga menggunakan metode observasi langsung di lapangan. Di mana hal ini dilakukan sehingga memungkinkan untuk mendapatkan informasi langsung dan akurat di lapangan. Lokasi yang digunakan untuk penelitian kali ini adalah para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di kota Jayapura yang berjualan melalui sosial media Facebook, Instagram, dan WhatsApp, serta juga secara offline dimana ditemukan bahwa media sosial ini banyak digunakan sebagai sarana jual beli online oleh para pedagang di wilayah kota Jayapura.

Populasi yang diambil adalah data dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di wilayah kota Jayapura. Selain itu Peneliti juga mendapatkan informasi mengenai jual beli online yang ada di wilayah Jayapura dari Grup-grup jual beli online yang disediakan atau sengaja dibuat sebagai sarana jual beli online di media sosial facebook yang ada di wilayah kota Jayapura.

Selain itu dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup populasi atau objek penelitian yaitu dengan cara mempersempit banyaknya jumlah populasi dari para pedagang atau para penjual online yaitu jumlah seluruh

pelaku usaha UMKM yang sebanyak 100 orang dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin [9]. Adapun proses pengolahan data hasil kuisioner penelitian kali ini menggunakan rumus Slovin. Penggunaan persamaan ini sangat beralasan karena dalam tahapan penarikan sampel, jumlah sampelnya harus representatif sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Oleh karena itu proses perhitungannya menjadi lebih sederhana. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden  
N = Ukuran Populasi  
e = Margin of error

Dengan ketentuan jika nilai e sebesar 0,1 atau sekitar 10% maka berlaku untuk populasi dalam jumlah besar. Sedangkan nilai e yang berkisar 0,2 atau sekitar 20% maka berlaku untuk populasi dalam jumlah kecil jadi rentang yang dapat di ambil dari teknik Slovia adalah antara 10-20% dari populasi penelitian.

Jumlah populasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebanyak 305 orang pelaku dagang sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{305}{1+305(0.1)^2}$$

$$n = \frac{305}{4.05}$$

$$n = 75$$

Berdasarkan perhitungan di atas terlihat bahwa sampel yang mejadi responden dalam penelitian ini disesuaikan menjadi sebanyak 75 orang dari 305 UMKM yang terdaftar pada Dinas Koperasi

dan UMKM di kota Jayapura. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik. Sampel yang diambil berdasarkan teknik *probability sampling; simple random sampling*, dimana peneliti memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi (pelaku UMKM) untuk dipilih menjadi sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata atau tingkat social yang berada di dalam populasi itu sendiri.

Pengambilan sampel ini dilakukan dengan teknik *insidental*, seperti yang dikemukakan Sugiyono (2011:85) [9], bahwa *sampling insidental* adalah penentuan sampel berdasarkan suatu kondisi yang tidak direncanakan sebelumnya, yaitu secara kebetulan. Di mana melalui penentuan sampel seperti ini maka siapa saja yang secara kebetulan *insidental* bertemu dengan peneliti maka berpotensi untuk dapat digunakan untuk diwawancarai atau digunakan sebagai sampel penelitian, dan hal ini dapat berlanjut menjadi sebuah proses penelitian jika dipandang bahwa orang yang kebetulan ditemui itu adalah orang yang tepat, informative, dan ramah sehingga berpotensi besar dan cocok dipakai sebagai sumber data atau sampel uji.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Pengaruh Jual Beli Online Terhadap Pendapatan Penjualan**

Jual beli online saat ini lebih digemari oleh masyarakat yang ingin berebelanja keperluan sehari-hari maupun keperluan sekunder. Hal ini sangat memungkinkan karena dari hasil penelitian ditemukan bahwa selain mudah diakses tanpa keluar rumah juga tersedia banyak platform jual beli online yang memudahkan pembeli, dan aman serta terpercaya ketika digunakan. Hal ini menyebabkan masyarakat lebih memilih berbelanja secara online dibandingkan harus keluar rumah dan berkeliling dipasar.

Selain itu ditemukan juga bahwa sebagian besar masyarakat kota Jayapura yang menggunakan smart phone menjadikan bisnis jual beli online menjadi alternatif pertama dalam melakukan pembelian. Kondisi ini menyebabkan perkembangan transaksi jual beli online semakin pesat kemajuannya. Hal ini menyebabkan para pengusaha termotivasi dan turut serta berlomba untuk bagaimana dapat menguasai teknik penjualan online menggunakan media sederhana seperti facebook, instagram maupun Whatsap yang menyediakan fitur penjualan online. Hal ini yang dimanfaatkan oleh para pengusaha

sehingga hasil dari penelitian ini terlihat bahwa kenaikan yang signifikan terjadi pada pendapatan penjualan online.

Selain itu, ditemukan juga bahwa pengaruh proses jual beli online terhadap pendapatan penjualan berpengaruh signifikan di lakukan dengan menggunakan Uji Partial t dengan nilai  $Sebesar 0,005 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,867 > t$  tabel 1,894, sehingga apa yang dilakukan oleh UMKM di kota jayapura dengan penjualan menggunakan media online sangat baik untuk meningkatkan pendapatan. Masyarakat kota jayapura yang memiliki UMKM haruslah mampu bersaing, membuat strategi pemasaran yang kreatif dan juga mampu menguasai beberapa media yang menyediakan fitur penjualan seperti facebook, Instagram, Tiktok dan Lain” sehingga dalam melakukan promosi dan bertransaksi dengan konsumen menjadi lebih mudah [5].

#### **3.2 Pengaruh Jual Beli Offline Terhadap Pendapatan Penjualan**

Selain itu, penjualan dengan membuka toko dan menunggu pembeli untuk datang dan melihat-lihat dagangan yang dijual adalah teknik penjualan yang tradisional dan sudah lama diterapkan oleh banyak pedagang. Hasil pengamatan di lapangan ditemukan bahwa teknik penjualan yang seperti itu sudah tidak lagi efektif dilakukan karena mengingat bahwa sebagian masyarakat banyak menggunakan teknologi canggih yang dapat mengakses berbagai macam konten termasuk memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti makan atau penjualan secara offline tidak terlalu signifikan dilakukan.

Dalam penelitian yang dilakukan kepada 75 orang responden menunjukkan bahwa jual beli offline di kota jayapura masih digemari tetapi tidak signifikan dibandingkan dengan penjualan secara online. Hal ini mengingatkan para pengusaha bahwasannya harus memikirkan cara penjualan yang kreatif dan menarik di sosial media. Pengaruh Jual beli offline terhadap pendapatan penjualan tidak berpengaruh di lihat dari pengujian hasil kuisioner yang di sebar dan diolah menggunakan uji Partial t dengan hasil  $0,256 > 0,05$  dan nilai t hitung  $1,143 < t$  tabel 1,984 yang artinya bahwa penjualan secara offline juga tidak berpengaruh terhadap pendapatan. Sehingga masyarakat yang memiliki UMKM di kota jayapura harus mengetahui atau edukasi terhadap para pengusaha UMKM ini penting bahwasannya ada cara yang lebih mudah dalam melakukan

transaksi atau berdagang tanpa harus menunggu orang datang, dan juga menggunakan sosial media dalam berdagang lebih tepat sasaran pada konsumen yang ingin dituju.

### 3.3 Pengaruh Jual Beli Online dan Offline Terhadap Pendapatan Penjualan

Di sisi lain, hasil penelitian juga menemukan bahwa dengan menggunakan teknik pemasaran dengan dua cara dalam hal menarik konsumen menjadi solusi yang baik untuk meningkatkan pendapatan, selain menunggu pembeli untuk datang para pemilik usaha juga bisa melakukan pemasaran menggunakan media online dengan mengunggah foto-foto dagangan semenarik mungkin disertai kata-kata yang menarik untuk membuat konsumen tertarik membeli.

Hasil penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pendapatan jual beli online dan offline secara simultan mendapatkan pengaruh yang sangat signifikan dan teknik berjualan ini dapat efektif di lakukan dikota jayapura, karna sebagian masyarakat kota jayapura sudah menggunakan smart phone sehingga dapat mengakses situs-situs jual beli online dan ketika ingin lebih puas dalam berbelanja konsumen dapat langsung mengunjungi toko-toko yang telah disediakan. Selain itu pengaruh jual beli Online dan Offline secara simultan terhadap pendapatan penjualan berpengaruh signifikan.

Hal ini dapat dilihat dari tabel uji F, dimana besarnya nilai F-hitung sekitar 1282,020, di mana hasil ini lebih besar dari nilai F-tabel 2,70 dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05 atau sekitar (5%) yakni sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa proses penjualan jual beli Online dan Offline secara simultan menghasilkan tahapan transaksi yang sangat efisien dan sangat efektif dilakukan oleh pengusaha khususnya di kota Jayapura untuk berjualan offline dan online secara bersamaan.

### 4. KESIMPULAN

Penelitian kualitatif terhadap pengaruh proses jual beli offline dan online di kota Jayapura telah dilakukan. Berdasarkan hasil dari analisis jual beli online dan jual beli offline yang telah dilakukan terhadap pendapatan penjualan pada usaha UMKM yang berada di Kota Jayapura maka dapat disimpulkan beberapa hal penting, antara lain:

1. Metode transaksi jual beli online mempunyai pengaruh terhadap Pendapatan penjualan. Di mana hal ini dapat dilihat dari analisis uji-t, di

mana nilai signifikan variabel Jual beli online adalah sebesar  $0,000 < 0,05$ , dan nilai t hitung sebesar  $8,040 > t$  tabel sebesar 1,984. Hal ini menunjukkan bahwa Jual beli online signifikan terhadap Pendapatan penjualan.

2. Jual beli offline tidak berpengaruh terhadap perilaku Pendapatan penjualan jika dilihat dari analisis uji-t yang adalah nilai signifikan variabel Jual beli offline. Di mana nilainya adalah sebesar  $0,256 > 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $1,143 < t$  table yaitu sebesar 1,984. Hasil ini menunjukkan bahwa metode Jual beli offline tidak berpengaruh terhadap Pendapatan penjualan.
3. Pengaruh jual beli online dan offline secara simultan terhadap pendapatan dan penjualan memiliki pengaruh yang cukup signifikan. Hal ini sangat beralasan karean dapat dilihat dari tabel uji F. Diketahui bahwa besarnya nilai F-hitung yaitu sekitar 1282,020 yang lebih besar dari nilai F-tabel yaitu sekitar 2,70 dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05 atau sebesar 5% yaitu sebesar 0,000.

### 5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andriyanto, Arif, (2018). "Analisis penggunaan media sosial dalam pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di desa kemas kecamatan sawit kabupaten Boyolali". IAIN Surakarta.
- [2] Anggraeni, Imam H., Ainul H. "Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan menengah melalui fasilitasi Pihak Eksternal dan potensi Internal (Studi kasus pada kelompok usaha "Emping Jagung" di Kelurahan pandanwangi, Kecamatan Belimbing, Kota Malang". Vol.01 N0.06 Halaman 1286-1295. Dinas Koperasi dan UMKM Kota Jayapura (2020).
- [3] Akhmad, K.A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta). *Duta.com ISSN: 2086-9436 Volume 9 Nomor 1 September 2015*.
- [4] Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

- [5] Handaruwati, I. (2017). Pengaruh Media Sosial terhadap Penjualan Produk Camilan Lokal Secara Online. *Buletin Bisnis & Manajemen Volume 03, No 01, Februari 2017*.
- [6] Helmalia, Afrinawati, (2018).” Pengaruh E-commerce terhadap Peningkatan Pendapatan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang”. Vol.3 No.2 Juli-Desember 2018.
- [7] Hidayat, Enang. 2015. *Fiqih Jual Beli*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [8] Kacamata Media Sosial, “*Sosmed kini.wordpress.com* “Contoh Media Sosial” berbagi informasi masa kini”.
- [9] Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [10] Lexy J. Moleong. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.