

**ANALISIS PERBANDINGAN PENDAPATAN ANTARA PEBISNIS
ONLINE SHOP DENGAN UPAH MINIMUM KOTA
(STUDI KASUS DI KOTA MAKASSAR)**

Diajukan Oleh

AINUN NISAH

4516013044



SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana EKONOMI**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BOSOWA**

MAKASSAR

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Perbandingan Antara Pendapatan Pebisnis
Online Shop Dengan Upah Minimum Regional Kota
(Studi Kasus Di Kota Makassar)

Nama Mahasiswa : Ainun Nisah

Stambuk/NIM : 4516013044

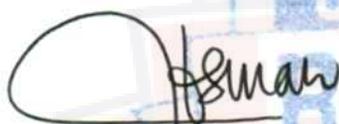
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Akuntansi

Telah Di Setujui:

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Firman Menne, SE., M.Si., Ak., CA

Adil Setiawan, AMd. Kom., SE., M.Si., Ak., CA

Mengetahui dan Mengesahkan:

Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi pada Universitas Bosowa Makassar

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bosowa

Ketua Program Studi
Akuntansi



Dr. H. A. Arifuddin Mane, SE., M.Si., SH., MH



Dr. Firman Menne, SE., M.Si., Ak., CA

Tanggal Pengesahan:

PERNYATAAN KEORISINALAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ainun Nisah

NIM : 4516013044

Jurusan : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul : Analisis Perbandingan Pendapatan Antara Pebisnis *Online Shop* Dengan Upah Minimum Kota Makassar

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan, asli dari saya adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan daftar pustaka.

Demikian pernyataan saya ini saya buat dalam keadaan sadar dan dapat tanpa paksaan sama sekali.

Makassar, 12 Agustus 2020



Ainun Nisah

**ANALISIS PERBANDINGAN PENDAPATAN ANTARA PEBISNIS
ONLINE SHOP DENGAN UPAH MINIMUM KOTA
(STUDI KASUS DI KOTA MAKASSAR)**

DISUSUN OLEH:

AINUN NISAH

Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bosowa

ABSTRAK

AINUN NISAH 2020, Skripsi. Analisis perbandingan pendapatan antara pebisnis *online shop* dengan upah minimum kota (studi kasus di kota Makassar) dibimbing oleh Dr. Firman Menne, SE., M.Si., Ak., CA dan Adil Setiawan, AMD. Kom., SE., M.Si., Ak, CA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendapatan pebisnis *online shop* berada diatas atau dibawah Upah Minimum Kota Makassar berdasarkan lampiran mengacu pada peraturan pemerintah 79 tahun 2018 tentang Pengupahan dengan mempertimbangkan Kebutuhan Hidup Layak. Selain itu juga menyesuaikan instruksi dari Surat Edaran Menteri Ketenagakerjaan Nomor B-m/308/HI.01.00/X/2019 tanggal 15 Oktober 2019 yang menetapkan kenaikan UMP/UKM sebesar 8,51 persen sebesar Rp.3.191.572,00. Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Data primer berupa data dari hasil wawancara singkat dan juga kuesioner yang telah diberikan. Data sekunder berupa publikasi pemerintah, *Website*, dan internet. Kuesioner diberikan kepada 40 pebisnis *online shop*. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif komparatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan bersih yang diterima pebisnis *online shop* berada di bawah Upah Minimum Kota yang berlaku di Kota Makassar.

Kata Kunci: Pendapatan, UMK, dekriptif, komparatif, pebisnis, *online shop*.

**ANALYSIS OF INCOME COMPARISON BETWEEN ONLINE SHOP
BUSINESSES WITH CITY MINIMUM WAGE (CASE STUDY IN
MAKASSAR CITY)**

ARRANGED BY:

AINUN NISAH

Accounting Department Faculty of Economics and Business

Bosowa University

ABSTRACT

AINUN NISAH 2020, Thesis. Analysis of income comparison between online shop business with city minimum wage (case study in Makassar city) supervised by Dr. Firman Menne, SE., M.Si., Ak, CA and Adil Setiawan, AMd. Kom., SE., M.Si., Ak, CA.

This study aims to determine the income of online shop businessmen who are above or below the Makassar city minimum wage based on the attachment referring to government regulations No.79 of 2018 concerning wages by considering decent living needs. In addition, it also adjusted the instructions from the Minister of Manpower Circular Number B-m/308/HI.01.00/X/2019 dated 15 October 2019 which stipulated an increase in UMP/UKM by 8,51 percent of Rp.3,191,572.00. This type of research is a case study. Primary data is in the form of data from the results of short interviews and questionnaires that have been given. Secondary data is in the form of government publications, websites and internet. The questionnaire was given to 40 online shop businessmen. The data analysis method used is descriptive comparative analysis method. The results showed that the net income received by online shop businesses was below the city minimum wage applicable in Makassar city.

Keywords: income, UMK, descriptive, comparative, businessman, online shop.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi yang berjudul “ANALISIS PERBANDINGAN PENDAPATAN ANTARA PEBISNIS ONLINE SHOP DENGAN UPAH MINIMUM KOTA (STUDI KASUS DI KOTA MAKASSAR)” ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa.

Perjalanan panjang telah penulis lalui dalam rangka perampungan penulisan skripsi ini. Banyak hambatan yang dihadapi dalam penyusunannya, namun berkat kehendak-Nyalah sehingga penulis berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, pada kesempatan ini patutlah kiranya penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua, ayahanda Abu Ubaedah dan ibunda tercinta A. Wahidah yang senantiasa memberikan kasih sayang dan dukungan kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Saleh Pallu, M.Eng selaku Rektor Universitas Bosowa.
3. Bapak Dr. H. A. Arifuddin Mane, SE., M.Si., SH., MH selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa.
4. Ibu Dr. HJ. Herminawati Abu Bakar SE, MM selaku Wakil dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa.

5. Kepada Bapak Dr. Firman Menne, SE., M.Si., Ak., CA selaku pembimbing I sekaligus Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa dan bapak Adil Setiawan, AMd. Kom., SE., M.Si., Ak, CA selaku pembimbing II. Terima kasih atas segala bimbingan, ajaran, dan ilmu-ilmu baru yang penulis dapatkan dari selama penyusunan skripsi ini. Dengan segala kesibukan masing-masing dalam pekerjaan maupun pendidikan, masih bersedia untuk membimbing dan menuntun penulis dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih dan mohon maaf bila ada kesalahan yang penulis telah lakukan.
6. Kepada seluruh Pebisnis *Online Shop* yang telah melancarkan penelitian. Terima kasih telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan membantu penulis selama penelitian.
7. Segenap dosen pengajar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Bosowa atas ilmu, pendidikan, dan pengetahuan yang telah diberikan kepada penulis selama duduk dibangku kuliah.
8. Segenap staf pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak membantu penulis selama ini.
9. Kepada teman- teman seperjuangan *Queendom Andin*, Nilam, Fira, Nisa, Ade, Ainun, Novi, dan Hikmah. Terima kasih atas dorongan semangat dan kebersamaan yang tidak terlupakan.
10. Kepada teman- temanku tercinta Nuzul, Rila, kakak Ananta, dan Erul yang telah menyemangati.

11. Seluruh teman-teman kelas Akuntansi B 2016. Terima kasih atas dukungan moral dari kalian semua.

Akhir kata, penulis mengharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat. Penulis pun berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan semoga Allah SWT memberi perlindungan bagi kita semua.

Makassar, 12 Agustus 2020

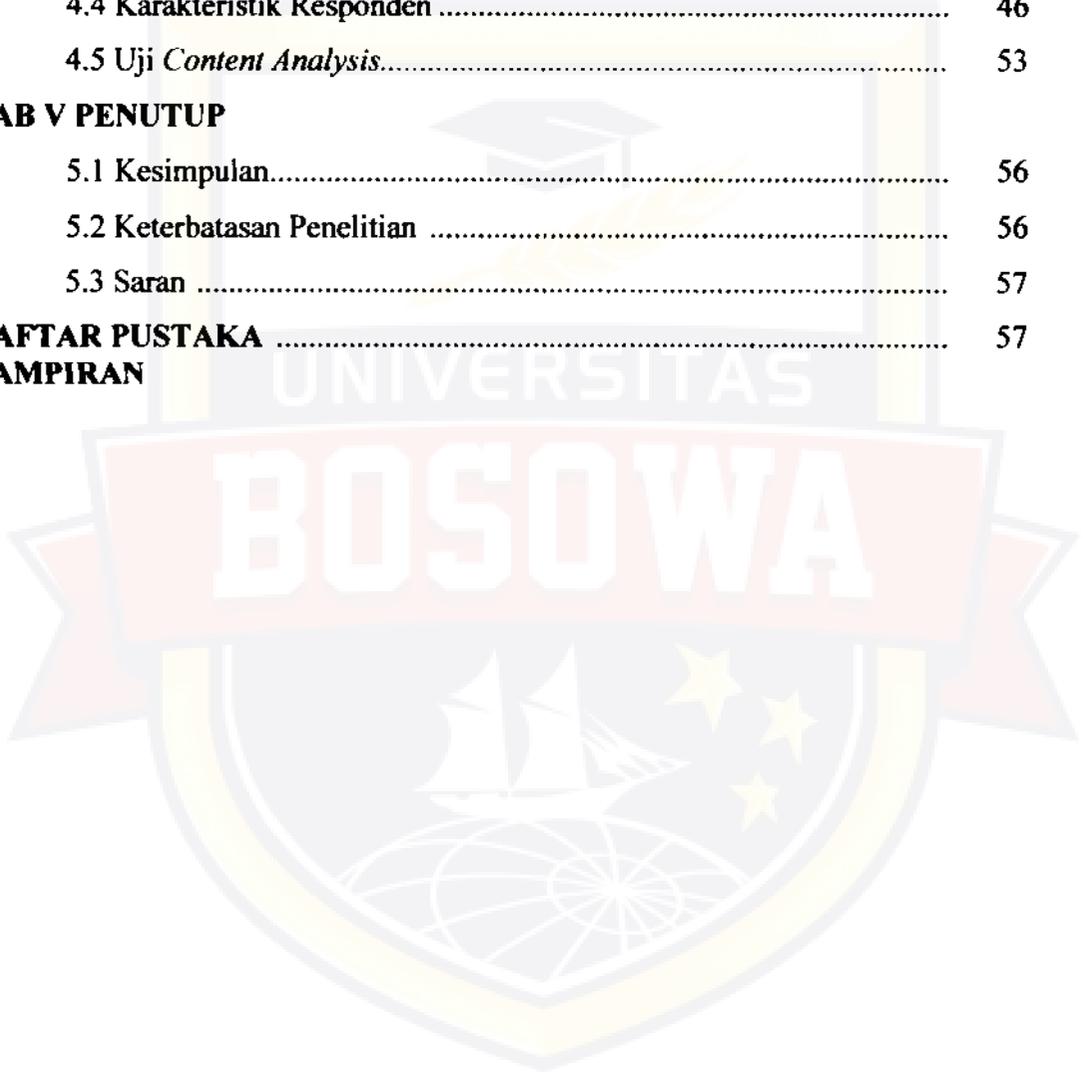
Ainun Nisah



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEORISINILAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kerangka Teori.....	9
2.1.1 Pengertian Pendapatan	9
2.1.2 Klasifikasi dan Karakteristik Pendapatan.....	13
2.1.3 <i>Online Shop</i>	15
2.1.4 Pengoperasian dalam <i>Online Shop</i>	16
2.1.5 Upah	20
2.1.6 Upah Minimum	25
2.1.7 Tinjauan Umum Mengenai Upah Minimum.....	29
2.1.8 Upah Minimum Propinsi/Kabupaten/Kota.....	32
2.2 Kerangka Pikir.....	33
2.3 Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	34
3.2 Jenis dan Sumber Data	34
3.3 Metode Pengumpulan Data	34
3.4 Teknik Analisis Data.....	36
3.5 Definisi Operasional.....	38

3.6 Jadwal Penelitian.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Sejarah <i>Online Shop</i>	40
4.2 Perkembangan <i>Online Shop</i> di Indonesia.....	41
4.3 Deskripsi Data.....	44
4.4 Karakteristik Responden.....	46
4.5 Uji <i>Content Analysis</i>	53
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	56
5.3 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Kategori Barang <i>Online Shop</i>	5
Tabel 3.1 Format perbandingan pendapatan bersih pebisnis online shop terhadap UMK.....	37
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian.....	39
Tabel 4.1 Daftar Akun <i>Online Shop</i>	45
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin	46
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Usia.....	46
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Pendidikan Formal Terakhir.....	47
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Pekerjaan Terakhir.....	47
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Lama Bekerja Sebagai <i>Pebisnis Online Shop</i>	48
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Penghasilan Per Hari	49
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Penghasilan Per Bulan.....	49
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Biaya Keperluan Toko.....	50
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Biaya Pulsa	50
Tabel 4.11 Perbandingan Pendapatan Pebisnis Online Shop dengan Upah Minimum Kota Makassar.....	51
Tabel 4.12 Output Uji Content Analysis.....	54
Tabel 4.13 Ringkasan Penelitian	55

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi yang semakin maju ini, suatu hal yang tidak asing jika kita mendengar tentang internet dimana semua orang di dunia mengetahui tentang internet. Mayoritas orang tahu tentang apa itu internet. Dengan adanya internet dapat menghubungkan banyak orang di dunia dari semua kalangan dan bukan hanya di tempat tertentu saja melainkan semua tempat yang ada di dunia. Dengan berkembangnya teknologi komunikasi serta informasi yang dari waktu ke waktu membantu semakin berkembangnya sebuah bisnis tanpa adanya batas. Dalam penggunaannya, internet tidak terbatas dalam memperoleh informasi saja, tetapi dapat digunakan untuk melakukan transaksi bisnis perdagangan dengan jaringan bisnis dan juga *market place* yang tidak akan dibatasi oleh tempat dan waktu.

Globalisasi adalah saat yang tepat dan sangat baik untuk perkembangan semua komponen yang ada di dunia. Dengan globalisasi yang mengiringi dunia maka akan terjadi kemajuan pesat serta berbagai perkembangan di dalam dunia teknologi serta informasi di dunia saat ini. Majunya perkembangan komunikasi serta informasi dan juga teknologi di dunia adalah bukti bahwa globalisasi membuat perkembangan di dunia. Dengan majunya teknologi informasi dan komunikasi pada era globalisasi merupakan bukti nyata bahwa kondisi ini mengakibatkan kemajuan yang sangat signifikan bagi dunia sekarang ini. Dengan terdukungnya kemajuan dari teknologi informasi oleh tidak adanya gangguan ruang dan juga waktu tempuh serta terdapat banyak ciptaan atau kreasi dan juga



pemanfaatan berbagai alat teknologi informasi yang dapat membantu kebutuhan hidup sehari-hari.

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju membuat banyak pertumbuhan yang berpengaruh bagi pemakai internet. Masyarakat diharuskan untuk lebih cakap dalam memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi sesuai dengan fungsinya. Salah satu kebutuhan bagi sebagian masyarakat adalah internet, dimana internet ini adalah bentuk dari kemajuan teknologi saat ini.

Dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang makin lama makin maju memberikan sebuah bisnis dunia tanpa mengenal ruang dan waktu. Adanya pemanfaatan dari internet yang tidak terbatas ruang dan waktu yang dapat diakses dimana saja dan juga kapan saja akan memudahkan bisnis di dunia, salah satunya adalah bisnis dalam melakukan transaksi perdagangan. Dalam hal transaksi perdagangan terdapat peranan yang sangat penting yaitu produksi, konsumsi, dan juga distribusi dimana hal tersebut menunjukkan terjadi suatu kemajuan yang ada pada teknologi.

Menurut pendapat Munir (2011), terjadi sebuah revolusi dalam perkembangan teknologi yang berlangsung pada tiga gelombang. Yang mana tiga gelombang ini adalah adanya muncul teknologi serta pertanian, kemudian munculnya teknologi industri dan yang terakhir adalah munculnya teknologi informasi yang mendorong tumbuhnya komunikasi. Ketiga gelombang tersebut adalah langkah awal dari pengaruh kehidupan manusia, yang menyebabkan manusia yang gagap teknologi akan tertinggal dalam kesempatan untuk bergerak

maju dimana manusia sekarang sedang dalam tahap menuju kepada masyarakat ilmu pengetahuan.

Sedangkan menurut Ramadhan (2005) internet adalah cara atau bentuk dari sistem komunikasi dan informasi yang dapat menghubungkan seluruh jaringan komputer yang ada di dunia. Maka dengan internet ini, seluruh komputer yang ada di dunia dapat terhubung satu sama lain tanpa ada batas ruang dan waktu di manapun dan juga kapanpun dengan syarat komputer tersebut terhubung dengan jaringan internet. Keunggulan internet salah satunya adalah membuat penggunanya dapat dengan mudah untuk mengakses segala macam informasi yang diinginkan. Dengan internet, penggunanya dapat saling bertukar informasi seperti bertukar *file* di *e-mail* atau *google drive*, dapat saling mengetahui keadaan satu sama lain dengan saling berbincang dengan menggunakan aplikasi seperti *whatsapp*, atau langsung dengan IRC (*Internet Relay Chat*).

Pada laman Detikinet (2020), berdasarkan laporan terbaru *We Are Social*, terdapat 175,4 juta pengguna internet di tahun 2020 dengan perbandingan tahun sebelumnya yaitu 2019 terdapat lonjakan pengguna sebesar 17 persen atau setara dengan 25 juta pengguna di Indonesia.

Dengan total penduduk di Indonesia dengan jumlah mencapai 272,1 juta penduduk, terdapat 64 persen atau lebih dari setengah penduduk Indonesia sudah merasakan akses internet. Pertumbuhan dari *e-commerce* atau industri perdagangan digital di Indonesia semakin menjanjikan. Pertumbuhan belanja *e-commerce* di Tanah Air dengan peningkatan mencapai delapan kali lipat, dimana pada tahun 2017 yaitu US\$ 8 miliar dan pada tahun 2020 menjadi US\$ 55 miliar hingga US\$

65 miliar (sekitar Rp 910 triliun). Serta diprediksi bahwa penetrasi belanja *online* dari masyarakat di Indonesia akan meningkat sebesar 83 persen dari keseluruhan total pengguna internet, atau naik sekitar 9 persen dibanding penetrasi belanja *online* di tahun 2017.

Peningkatan bisnis transaksi perdagangan dalam hal transaksi berbelanja secara *online* berhubungan dengan banyaknya pengguna internet di Indonesia. Menurut Liao dan Cheung (2001) terhadap pengguna internet di Singapura menunjukkan bahwa semakin banyak pengguna internet di negara tersebut maka semakin banyak yang senang dalam melakukan pembelian melalui internet dengan sarana *market place*.

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2008: 36) pada zaman sekarang, internet adalah salah satu media paling banyak digunakan dalam melakukan suatu pemasaran produk secara *online* dengan memasarkan barang menggunakan gambar yang telah di *upload* oleh penjual. Dengan pemasaran melalui internet lewat sosial media akan mempermudah pembeli dan penjual karna jangkauannya lebih besar dan juga dibandingkan dengan jaringan lainnya.

Sari (2015: 03) dalam penjelasannya, pada transaksi belanja secara *online* dengan sarana *online shop* adalah suatu cara toko untuk menawarkan produknya melalui jaringan internet. Pembeli pun dapat melihat terlebih dahulu barang dan jasa sebelum membeli dengan berupa gambar maupun video.

Dengan transaksi secara *online* keputusan pembeli tidak akan serumit dengan transaksi secara *offline*. Dalam transaksi secara *online* dapat mengurangi waktu pembelanjaan, mengurangi biaya seperti biaya transportasi yang akan lebih

memudahkan kita daripada melakukan transaksi perdagangan secara *offline*, karena dengan transaksi secara *offline* kita harus mendatangi toko tersebut sebelum melakukan transaksi. Dalam proses pengambilan keputusan dalam melakukan transaksi pembelian terdapat beberapa fase dimulai dari mencari informasi, membandingkan produk yang satu dengan lainnya seperti bentuk dan harganya, pengambilan keputusan terhadap produk yang akan dibeli dan perilaku setelah melakukan pembelian (Kolter dan Keller, 2009: 208).

Berikut adalah kategori dari barang-barang yang biasanya dijual oleh *online shop*:

Tabel 1.1 Kategori Barang Online Shop

No	Kategori	Macam-Macam
1	Pakaian	Baju
		Celana
		Jeans
		Outwear
		Pakaian Dalam
		Dress
		Jumpsuit & Overall
		Batik
Rok		
2	Kecantikan	Alat Kecantikan
		Kosmetik Mata
		Kosmetik Wajah
		Kosmetik Bibir
		Perawatan Rambut
		Perawatan Wajah
Parfum		
3	Sepatu	Boots
		Formal
		Kasual
		Sneakers
		Sandal
		Hak

No	Kategori	Macam-Macam
		Wedges
		Flat
4	Tas	Punggung
		Tote
		Selempang
		Pinggang
		Laptop
		Olahraga
		Dompet
		Ransel
5	Makanan	Makanan Ringan
		Makanan Berat

Dalam Sophia (2014) mendeskripsikan tentang transaksi perdagangan secara *online* dapat memudahkan pembeli dalam melakukan transaksi serta kegiatan pembelian. Para pembeli hanya perlu mengunjungi *online shop* atau situs tertentu yang mengantarkan pembeli untuk memilih barang ataupun jasa yang di butuhkan tanpa harus pergi mengunjungi toko secara langsung. Dengan *online shopping* juga dapat meningkatkan minat dari pembeli karna pembeli dapat menemukan berbagai variasi baik dari segi warna, suara, gambar, bentuk, maupun pelayanan, serta ketersediaan yang dicari dengan teknologi yang sangat berkembang dan akhirnya akan membuat pembeli ingin membeli produk dari *online shop* atau situs tersebut.

Disamping itu, kehadiran *online shop* ini dapat membantu dalam mensejahterahkan perekonomian masyarakat. Para pebisnis *online shop* dapat memiliki penghasilan tambahan dengan memanfaatkan ponsel pintar dalam menerima pesanannya. Semakin meningkatnya persaingan dalam mendapatkan pekerjaan, menjadikan pebisnis *online shop* dapat menjadi alternatif pekerjaan terhadap seseorang yang tidak memiliki pekerjaan. Dengan menekuni profesi

pebisnis *online shop* maka orang tersebut tidak akan terikat oleh jumlah pendapatan dan juga jam kerjanya karna semuanya tergantung oleh pesanan dari pembeli.

Melakukan pekerjaan tanpa dibatasi waktu inilah yang membuat banyak orang ingin menjadi pebisnis *online shop*. Para pegawai tetap mungkin akan beralih pekerjaan menjadi pebisnis *online shop* dengan potensi pendapatan yang dapat lebih tinggi daripada pendapatan mereka sebelumnya. Pendapatan sebulan menjadi pebisnis *online shop* mungkin saja dapat melebihi Upah Minimum Kota (UMK), instruksi dari Surat Edaran Menteri Ketenagakerjaan Nomor B-m/308/HL.01.00/X/2019 tanggal 15 Oktober 2019 yang menetapkan kenaikan UMP/UKM sebesar 8,51 persen.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka permasalahan yang dapat dirumuskan: “Apakah Pendapatan Pebisnis *Online Shop* lebih besar jika dibandingkan dengan Upah Minimum Kota (UMK)? Ataukah dibawah besarnya Upah Minimum Kota (UMK)?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pendapatan pebisnis *Online Shop* berada di atas atau dibawah besarnya UMK (Upah Minimum Kota).

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan melakukan penelitian, penulis berharap agar penelitian ini memberi manfaat:



1. Bagi pebisnis *Online Shop*

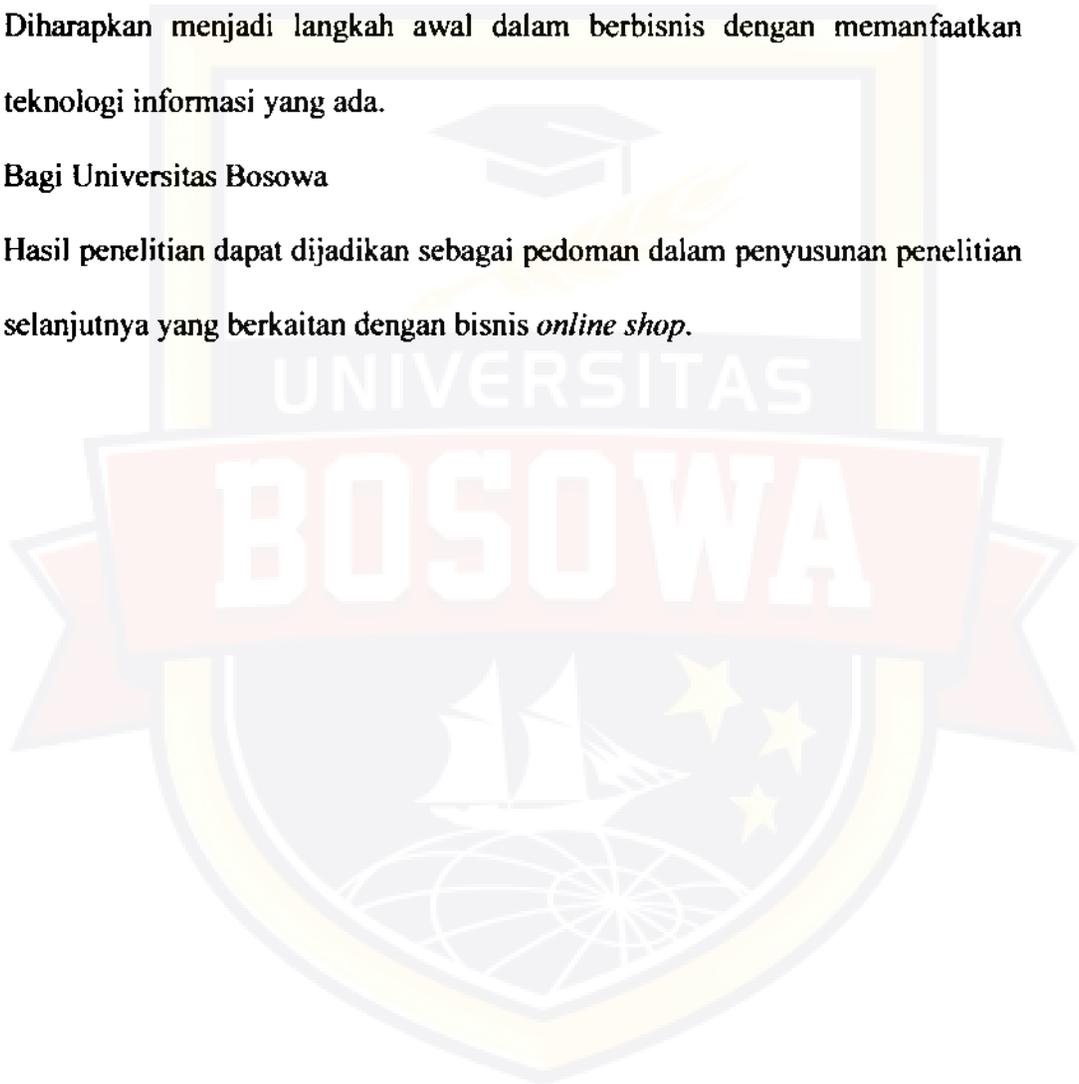
Dengan adanya penelitian ini diharapkan para pebisnis *online shop* semakin terpacu dalam mengembangkan bisnisnya.

2. Bagi penulis

Diharapkan menjadi langkah awal dalam berbisnis dengan memanfaatkan teknologi informasi yang ada.

3. Bagi Universitas Bosowa

Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai pedoman dalam penyusunan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan bisnis *online shop*.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Pengertian Pendapatan

Pendapatan terjadi karena adanya penjualan, penghasilan jasa, royalti, sewa, dividen, bunga, dan penjualan yang merupakan suatu penghasilan dari pelaksanaan aktivitas entitas yang normal. Pendapatan merupakan hal yang penting karena pendapatan adalah objek dari aktivitas suatu perusahaan. Pendapatan dapat memiliki pengertian yang bermacam-macam tergantung dari sisi mana untuk meninjau pengertian pendapatan tersebut. Terdapat banyak sekali pengertian pendapatan menurut para ahli.

Menurut Suroto (2000) pendapatan itu adalah semua penerimaan berupa uang maupun berupa barang yang asalnya dari pihak lain ataupun hasil dari industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup seseorang baik secara langsung dan tidak langsung karena merupakan sumber penghasilan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Untuk memahami arti dari pendapatan, maka dapat diuraikan pengertian dari pendapatan tersebut. Dalam buku Standart Akuntansi Keuangan tahun 2009 dari pendapat IAI atau Ikatan Akuntansi Indonesia, menyebutkan bahwa pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama satu periode, bila arus masuk itu mengakibatkan terjadinya kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal”.

Sedangkan menurut Tuanakotta (1984:153) dalam buku Teori Akuntansi pengertian pendapatan adalah sebagai *inflow of aset* atau arus masuk aset dimana aset ini masuk kedalam perusahaan sebagai akibat penjualan barang dan jasa.

Menurut pendapat Antonio (2001: 204) pendapatan merupakan kenaikan kotor dalam aset atau penurunan dalam liabilitas atau gabungan dari keduanya selama periode yang dipilih oleh pernyataan pendapatan yang berakibat dari investasi yang halal, keuntungan, seperti manajemen rekening investasi terbatas.

Sedangkan yang dikemukakan oleh Harahap (2009:113) menurut FASB (*Financial Accounting Standard Board*), "Pendapatan adalah arus masuk atau peningkatan nilai dari suatu entitas atau penyelesaian kewajiban dari entitas atau gabungan keduanya aset selama periode tertentu yang berasal dari penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa atas pelaksana kegiatan lainnya yang merupakan kegiatan utama perusahaan yang sedang berjalan.

Menurut Belkaoui (2006:278) Pendapatan telah diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Arus masuk aktiva bersih yang dihasilkan dari penjualan barang atau jasa.
2. Arus keluar barang atau jasa dari perusahaan kepelanggannya.
3. Produk perusahaan yang dihasilkan dari penciptaan barang atau jasa oleh usaha selama periode waktu tertentu.

Menurut Kieso et al (2007:516) pendapatan adalah aliran kas masuk dimana terjadi kenaikan aktiva perusahaan atau terjadinya penurunan kewajiban atau keduanya dimana aliran masuk aktiva dan penyelesaian kewajiban terjadi akibat adanya penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa atau kegiatan menghasilkan laba lainnya yang membentuk operasi utama atau inti perusahaan yang berkelanjutan selama suatu periode.

Pengertian penghasilan (*income*) sering sekali disama artikan dengan pendapatan (*revenue*), tetapi sebenarnya keduanya memiliki pengertian yang berbeda. Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (2010) perbedaan dari penghasilan dan pendapatan ini yaitu penghasilan didefinisikan sebagai peningkatan manfaat ekonomi selama periode akuntansi dalam bentuk arus masuk atau peningkatan aset atau penurunan kewajiban (*liabilities*) yang mengakibatkan kenaikan ekuitas (*equity*), yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal. Penghasilan (*income*) meliputi pendapatan (*revenue*) maupun keuntungan (*gain*).

Pendapatan benar-benar berpengaruh bagi kelangsungan suatu usaha, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan suatu usaha untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan – kegiatan yang akan dilakukan. Menurut pendapat lain Samuelson dan Nordhaus (2003), kondisi seseorang dapat diukur dengan menggunakan konsep pendapatan yang menunjukkan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu.

Menurut Sukirno (2002), terdapat tiga cara dalam menghitung pendapatan, yaitu:

1. Cara pengeluaran, cara ini pendapatan dihitung dengan menjumlahkan nilai pengeluaran/perbelanjaan ke atas barang – barang dan jasa.
2. Cara produksi, cara ini pendapatan dihitung dengan menjumlahkan nilai barang dan jasa yang dihasilkan.
3. Cara pendapatan, dalam perhitungan ini pendapatan diperoleh dengan cara menjumlahkan seluruh pendapatan yang diterima.

Menurut Wild (2003;311) secara garis besar pendapatan dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu:

1. Pendapatan Menurut Ilmu Ekonomi

Di dalam ilmu ekonomi, arti dari pendapatan tersebut mengakhiri kemungkinan perubahan lebih dari total harta kekayaan badan usaha pada awal periode dan menekankan pada jumlah nilai statis pada akhir periode. Dengan kata lain, pendapatan adalah jumlah dari kenaikan harta kekayaan karena perubahan penilaian yang bukan diakibatkan perubahan modal dan hutang.

2. Pendapatan Menurut Ilmu Akuntansi

Pandangan akuntansi memiliki keanekaragaman dalam memberikan pengertian pendapatan. Ilmu akuntansi memandang pendapatan sebagai sesuatu yang spesifik dan memiliki pengertian yang lebih mendalam dan juga lebih terarah.

Menurut ilmu akuntansi pendapatan dapat ditelusuri dari dua sudut pandang, yaitu:

- a. Pandangan dari kegiatan operasional perusahaan pendekatan yang memusatkan perhatian kepada arus masuk atau *inflow* yang menekankan pada pertumbuhan atau peningkatan jumlah aktiva yang timbul sebagai hasil. Menurut *Statement of Financial Accounting Concepts (SFAC) No.6*, menekankan pengertian pendapatan pada arus masuk atau peningkatan-peningkatan lainnya atas aktiva suatu entitas atau penyelesaian kewajiban-kewajibannya atau kombinasi keduanya yang berasal dari pengiriman atau produksi barang, penyelenggara jasa, pelaksanaan aktivitas-aktivitas

lainnya yang merupakan kegiatan operasi utama entitas tersebut yang berlangsung terus-menerus.

- b. Pandangan yang menekankan kepada penciptaan barang dan jasa oleh perusahaan serta penyerahan barang dan jasa atau *outflow*.

Dari definisi tersebut dapat terlihat perbedaan antara pendapatan dan penghasilan, dimana penghasilan mencakup pendapatan dan keuntungan, sedangkan pendapatan merupakan arus kas bruto yang berasal dari aktivitas usaha yang berarti sebelum dikurangi biaya-biaya yang ada hubungannya dengan pendapatan tersebut.

2.1.2 Klasifikasi dan Karakteristik Pendapatan

Pendapatan dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian, yaitu:

1. Pendapatan operasional, pendapatan operasional adalah pendapatan dalam suatu periode tertentu yang muncul dari penjualan barang dagangan, produk, atau jasa dalam rangka kegiatan utama atau yang menjadi tujuan perusahaan yang berhubungan langsung dengan usaha (operasi) pokok perusahaan yang bersangkutan. Pendapatan bersifat normal dan sesuai dengan tujuan dan usaha perusahaan dan terjadinya berulang-ulang selama perusahaan melangsungkan kegiatannya. Pendapatan operasional untuk setiap perusahaan berbeda-beda sesuai dengan jenis usaha yang dikelola perusahaan. Pendapatan operasional perusahaan adalah jenis pendapatan yang bersumber dari penjualan. Penjualan ini berupa penjualan barang dan jasa yang menjadi objek maupun sasaran utama dari usaha pokok perusahaan. Penjualan ini dapat dibedakan dalam bentuk:

- a. Penjualan kotor adalah hasil atau penjualan barang dan juga jasa sebelum dikurangi dengan berbagai pengurangan atau potongan lainnya yang dibebankan kepada langganan atau yang membutuhkannya.
- b. Penjualan bersih adalah hasil penjualan yang sudah diperhitungkan atau dikurangkan dengan berbagai potongan-potongan yang menjadi hak pihak pembeli.

Jenis pendapatan operasional timbul dari berbagai cara, yaitu:

- a. Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha yang dilaksanakan sendiri oleh perusahaan tersebut.
- b. Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha dengan adanya hubungan yang telah disetujui, misalnya penjualan konsinyasi.
- c. Pendapatan dari kegiatan usaha yang dilaksanakan melalui kerjasama dengan para investor.

Pendapatan ini juga dapat dibedakan sebagai berikut:

- a. Penjualan Barang dalam hal ini meliputi barang yang diproduksi perusahaan untuk dijual dan barang yang dibeli untuk dijual kembali seperti barang dagangan yang dibeli pengecer atau tanah dan property lain yang dibeli untuk dijual kembali.
 - b. Penjualan Jasa, biasanya menyangkut pelaksanaan tugas yang secara kontraktual telah disepakati untuk dilaksanakan.
2. Pendapatan non operasional adalah pendapatan yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu, akan tetapi bukan diperoleh dari kegiatan operasional utama perusahaan. Adapun jenis dari pendapatan ini dapat dibedakan sebagai berikut:

- a. Pendapatan yang diperoleh dari penggunaan aktiva atau sumber ekonomi perusahaan oleh pihak lain. Contohnya pendapatan bunga, sewa, royalti, dan lain-lain.
- b. Pendapatan yang diperoleh dari penjualan aktiva diluar barang dagangan atau hasil produksi. Contohnya, penjualan surat-surat berharga, penjualan aktiva tak berwujud.

Pendapatan sewa, bunga, royalti, laba, investasi jangka panjang dan penjualan aktiva tetap, dividen merupakan pendapatan diluar usaha bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur dan perdagangan. Pendapatan yang diperoleh dari peningkatan ekuitas (*equity*) dari transaksi-transaksi yang bukan kegiatan utama dari suatu unit usaha atau entitas dan dari transaksi-transaksi atau kejadian-kejadian lainnya serta keadaan-keadaan yang mempengaruhi suatu unit usaha atau entitas selain yang dihasilkan dari investasi pemilik biasa juga disebut dengan keuntungan.

Penyajian untuk pendapatan yang demikian dalam perhitungan laba rugi ditempatkan pada bagian atau kelompok tersendiri yang terletak pada pendapatan dan laba diluar usaha atau pendapatan lain-lain.

2.1.3 *Online Shop*

Secara mudah *online shop* bisa di pahami sebagai proses dimana konsumen secara langsung membeli barang-barang maupun jasa dan lain lain dari seorang penjual secara interaktif dan *real-time* dengan suatu media perantara melalui Internet. Dengan melakukan belanja memakai penggunaan internet seorang pembeli dapat melihat terlebih dahulu barang maupun jasa yang akan



dengan memeriksa *web* atau akun *online shop* yang telah dipromosikan penjual atau pebisnis *online shop*.

Dalam melakukan kegiatan belanja *online* dapat dilakukan secara terpisah dari berbagai tempat ke seluruh dunia dengan tidak memerlukan kegiatan tatap muka atau transaksi secara langsung yang dapat dilakukan melalui media *notebook*, komputer, ataupun ponsel yang tersambung dengan layanan jaringan akses internet. *Online shop* atau bisnis *online* saat ini bukan lagi menjadi sesuatu yang asing bagi masyarakat Indonesia, baik yang dalam kesehariannya menggunakan internet ataupun tidak.

Adapun definisi *online shop*, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual barang atau jasa melalui internet dimana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu atau melakukan kontak secara fisik yang dimana barang yang diperjualbelikan ditawarkan melalui *display* dengan gambar yang ada di suatu *website* atau toko maya. Setelah itu pembeli dapat memilih barang yang diinginkan untuk kemudian melakukan pembayaran kepada penjual melalui rekening bank yang bersangkutan. Setelah proses pembayaran di terima, kewajiban penjual adalah mengirim barang pesanan pembeli ke alamat tujuan.

2.1.4 Pengoperasian dalam *Online Shop*

Online shop memiliki tingkatan-tingkatan dalam pengoperasiannya, yaitu:

1. *Supplier*

Supplier adalah pihak yang menyediakan, menyalurkan dan memasarkan suatu produk tertentu.

2. Reseller

Reseller adalah pihak atau orang yang menjual kembali produk penjual atau *supplier* dimana *reseller* bukan pegawai si *supplier* dimana ia berdiri sendiri.

3. Dropshipper

Dropshipper tidak melakukan *stock* barang, mereka hanya memamerkan atau memajang gambar/foto kepada calon pembeli. Bila ada yang ingin membelinya, maka barang dikirim oleh *supplier* ke konsumen secara langsung, tetapi atas nama *dropshipper*. Beberapa keuntungan *dropshipper*, yaitu:

- 1) *Dropshipper* mendapat untung atau *fee* atas jasanya memasarkan barang milik.
- 2) Tidak membutuhkan modal besar untuk menjalankan sistem ini.
- 3) Sebagai *dropshipper*, tidak perlu menyediakan kantor dan gudang barang.
- 4) Dapat terbebas dari beban pengemasan dan distribusi produk.

Salah satu faktor penting dalam pengoperasian *online shop* adalah faktor etika saat memilih produk yang akan dijual. Beberapa kategori produk yang dapat dijual dan memiliki penjualan retail terbanyak, yaitu (Prasetio, 2012: 22): Barang kebutuhan sehari-hari, pakaian, barang elektronik, kebutuhan kantor, aksesories, buku/CD/VCD, peralatan rumah tangga, produk *handmade*, makanan, produk kesehatan, perhiasan, alat olah raga.

Riset yang telah dilakukan Veritrans dan Daily Social menunjukkan bahwa di Indonesia memiliki banyak kemiripan mengenai produk-produk favorit yang dijual

melalui internet di Indonesia, berikut daftar produknya yang paling populer (Prasetio, 2012: 22): *fashion, travel, booking, music, video, game, elektronik, buku.*

Ada beberapa cara untuk menerima pembayaran pemesanan secara *online*, yaitu (Prasetio, 2012: 32):

1. Transfer Bank

Transfer adalah kegiatan jasa bank untuk memindahkan sejumlah dana dengan jumlah tertentu dari perintah si pemilik rekening untuk seseorang yang ditunjuk sebagai penerima transfer.

2. Jasa pengiriman uang secara *online*

Maksudnya adalah jasa pengiriman uang/penerimaan kiriman uang secara cepat yang dilakukan lintas Negara atau dalam satu negara. Dalam hal ini pengirim uang membayarkan transfer ke penerima transfer dengan mata uang yang disepakati.

3. Rekening bersama

Rekber atau rekening bersama adalah suatu instansi yang berperan sebagai perantara dalam terjadinya transaksi secara *online*.

4. COD (*Cash on Delivery*)

Yang dimaksud dengan COD (*Cash on Delivery*) adalah kegiatan penjualan secara *online* namun secara tatap muka langsung dimana penjual dan pembeli bertemu ditempat yang telah disepakati oleh kedua belah pihak dimana ditempat yang disepakati diadakan transaksi secara langsung dengan penjual membawa barang yang dipesan konsumen dan konsumen membayar barang

Pada umumnya transaksi yang sering terjadi di Indonesia adalah dengan melakukan transfer bank. Transfer bank adalah metode pembayaran *e-commerce*, hal ini ditunjukkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Veritrans dan Dailysocial (Prasetio, 2012: 32).

Transaksi melalui internet selain memiliki kelebihan memudahkan para konsumen untuk bertransaksi dimana saja dan kapan saja ternyata juga mempunyai kekurangan dimana pembeli tidak bisa bertemu secara langsung dengan penjual. Hal ini membuat tingkat kepercayaan pembeli rendah untuk melakukan transaksi via internet. Tetapi keberadaan *brand* dan kepercayaan yang baik dari pelanggan membuat mereka para konsumen bersedia membayar dengan harga lebih untuk barang atau produk yang sama.

Menurut Granito (2008) terdapat cara agar pemilik *online shop* dapat menghindari rendahnya tingkat kepercayaan konsumen sebagai berikut:

1. Info Produk

Perlu ada informasi tentang barang yang jelas dan cukup rinci, karena calon konsumen tidak bisa langsung memegang dan melihat secara langsung barang yang akan dibeli. Informasi ini mencakup foto produk, pilihan warna dengan menggunakan foto, info ukuran produk, info bahan dan info pengecekan jumlah barang yang tersedia.

2. Harga yang kompetitif

Konsumen *online shop* dapat dengan mudah membandingkan harga di suatu *online shop* dengan *online shop* lainnya maupun toko *offline*.

3. Jasa pengiriman

Jasa pengiriman atau ekspedisi seperti POS INDONESIA, JNE, TIKI, termasuk beberapa jasa pengiriman barang yang sudah terpercaya dan direkomendasikan, dimana calon pembeli dapat mengecek sendiri ongkos kirim, cek keberadaan barang ada dimana dengan menggunakan nomor pengiriman atau nomor resi dan estimasi waktu kapan barang sampai ke konsumen lewat *website* yang disediakan oleh ekspedisi. Dan dengan itu dapat meningkatkan kepercayaan pembeli.

4. Membuat jasa kurir sendiri.

5. Alternatif lain adalah membuat jasa kurir sendiri untuk melayani pengiriman lokal, misalnya hanya dikota tertentu saja.

2.1.5 Upah

Upah merupakan balas jasa atau imbalan atas kerja seorang. Tenaga kerja, namun mengingkat kebutuhan utama yang ingin terpuaskan dari mereka adalah memang mendapatkan upah untuk hidup mereka, upah tidak dapat berfungsi sebagai salah satu cara untuk meningkatkan prestasi kerja dengan memberikan kepuasan kerja dari penghasilan.

Manfaat lain yang diperoleh dari upah juga merupakan alat untuk mengingkat serta membentuk loyalitas tenaga: kerja untuk bekerja. Pada perusahaan yang bersangkutan yang mendasari untuk bekerja pada perusahaan yang ingin mendapatkan suatu penghasilan untuk membiayai hidupnya dengan upah tersebut, sebagai alat perusahaan untuk meningkatkan kinerja karyawan.

Upah dibayarkan kepada karyawan berdasarkan waktu kerja, jumlah barang yang dikerjakan, jumlah barang yang dihasilkan, tidak seperti gaji yang jumlahnya tetap yang jumlahnya dapat berubah-ubah yang merupakan imbalan finansial langsung yang dibayarkan kepada karyawan.

Upah merupakan hak pekerja/buruh yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang sebagai imbalan dari pengusaha atau pemberi kerja kepada pekerja/buruh yang ditetapkan dan dibayarkan menurut suatu perjanjian kerja, kesepakatan, atau peraturan perundang-undangan, termasuk tunjangan bagi pekerja/buruh dan keluarganya atas suatu pekerjaan dan/atau jasa yang telah atau akan dilakukan (Pasal 1 ayat 30 UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan).

Menurut Rivai (2005: 375) "Upah adalah sebagai balas jasa yang adil dan layak diberikan kepada para pekerja atas jasa-jasanya dalam mencapai tujuan organisasi". Upah merupakan imbalan finansial langsung yang dibayarkan kepada karyawan berdasarkan jam kerja, jumlah barang yang dihasilkan atau banyaknya pelayanan yang di berikan. Jadi tidak seperti gaji yang jumlahnya relatif tetap, upah dapat berubah-ubah. Konsep upah biasanya dihubungkan tenaga proses pembayaran bagi tenaga kerja lepas.

Ada beberapa pendapat atau defisi yang berkaitan dengan upah, antara lain:

1. Dalam undang-undang kecelakaan tahun 1974 No. 33 pasal 7 ayat a dan b, yang dimaksud upah adalah:
 - 1) Tiap pembayaran berupa uang yang di terima oleh buruh sebagai ganti bekerja.

- 2) Perumusan makan dan bahan makan serta pakaian dan perumahan yang nilainya di taksir menurut umum ditempat itu, (Ranupandojo dan Husni, 1994: 32).
2. Upah adalah harga yang harus dibayarkan untuk mereka yang menyelenggarakan jasa-jasa yang biasanya dibayarkan per jam, perhari, per minggu, dalam ilmu ekonomi semua jenis kompensansi untuk jasa-jasa merupakan wages (Winardi, 1986: 501).
3. Upah diartikan sebagai pembayaran dalam bentuk secara tunai. (Nawawi, 1998: 316) Berbagai definisi di atas meskipun berbeda-beda artinya tetapi mempunyai maksud yang sama, yang dapat di ambil kesimpulan bahwa upah merupakan pengganti jasa yang telah di serahkan oleh seseorang kepada orang lain yang telah melaksanakan pekerjaannya.

Syarat-syarat bagi suatu rencana dan sistem upah yang baik Nitiscmito,1997:

90) antara lain:

1. Adil bagi pekerja dan pemimpin perusahaan, artinya karyawan jangan sampai dijadikan alat pemerasan dalam dalam mengejar angka-angka produksi karyawan.
2. Sistem upah sebaiknya bisa mempunyai potensi untuk mendorong semangat kerja karyawan dalam produktivitas kerja.
3. Upah perangsang merupakan upah lain selain upah dasar sebagai imbalan tenaga kerja yang dikeluarkan oleh karyawan.
4. Sistem upah sebaiknya harus mudah dimengerti agar tidak berbelit-belit sehingga karyawan akan mudah memahaminya.

Terdapat 3 (tiga) dasar penentuan upah antara lain:

1. Kompensasi berdasarkan waktu

Pada umumnya karyawan diberi upah atas dasar waktu pelaksanaan pekerjaannya. Contohnya karyawan pabrik atau buruh biasanya atas dasar upah menurut jam atau harian hal ini sering disebut kerja harian, sedangkan karyawan yang digaji yaitu manajer profesional dan administrasi memperoleh upah atas dasar seperangkat periode waktu, biasanya dalam mingguan atau bulanan.

2. Upah borongan

Berkaitan dengan kompensasi secara langsung dengan jumlah produksi yang dihasilkan karyawan.

3. Lini staf kompensasi

Departemen personalia dan supervisor memiliki peranan penting dalam proses kompensasi perusahaan yaitu dengan menyusun kebijaksanaan kompensasi, melaksanakan survei upah, melaksanakan proses evaluasi kerja, memiliki paket kesejahteraan karyawan perusahaan.

Faktor yang mempengaruhi tingkat besar kecilnya upah antara lain sebagai berikut:

1. Penawaran dan permintaan tenaga kerja.

2. Meskipun hukum ekonomi tidaklah bisa ditetapkan secara mutlak dalam tenaga kerja tetapi tidak bisa dipungkiri bahwa hukum permintaan dan penawaran tetap mempengaruhi upah. apabila satu pekerjaan membutuhkan keterampilan yang tinggi dan jumlah tenaga kerja yang langka, maka tingkat upah cenderung tinggi, sedangkan untuk jabatan penawaran tenaga kerjanya cukup tinggi maka upah

cenderung menurun. Ada tidaknya organisasi buruh, akan berpengaruh terbentuknya tingkat andai kata serikat buruh yang kuat, demikian sebaliknya.

3. Kemampuan untuk Membayar

Pemberian upah akan tergantung juga pada kemampuan membayar dari perusahaan. Bagi perusahaan upah merupakan suatu komponen biaya produksi dan akhirnya akan mempengaruhi keuntungan.

4. Produktivitas

Upah sebenarnya merupakan imbalan jasa atas prestasi tenaga kerja, semakin tinggi prestasinya, seharusnya semakin besar pula upah yang akan di terima, prestasi kerja dapat di tunjukkan dengan produktivitas kerja.

5. Biaya Hidup

Faktor yang dapat mempengaruhi tingkat upah dan perlu dipertimbangkan oleh perusahaan adalah biaya hidup. Biaya hidupnya cukup berbeda, apabila semakin tinggi biaya hidupnya maka tingkat upahnya juga semakin besar.

6. Pemerintah

Pemerintah dengan peraturannya akan mempengaruhi tinggi rendahnya upah. Peraturan upah minimum regional merupakan batas dari tingkat upah yang harus dapat dipenuhi oleh semua perusahaan dalam memberikan upahnya kepada karyawan.

7. Keadilan dan Kelayakan Upah

Didalam memberikan upah kita harus selalu memperhatikan prinsip keadilan, keadilan ini bukan berarti bahwa segala sesuatu mesti dibagi rata, tetapi

keadilan yang harus dihubungkan antara pengorbanan (*input*) dengan penghasilan (*output*). Disamping masalah keadilan maka dalam sistem pengupahan perlu memperhatikan pula unsur kelayakan. Kelayakan sistem pengupahan dapat dilihat dengan membandingkan sistem pengupahan perusahaan lain.

Indikator upah (As'ad, 1998: 94) antara lain:

1. Sistem pengupahan.
2. Sistem upah menurut produksi.
3. Sistem upah menurut senioritas.
4. Sistem upah menurut kebutuhan.

2.1.6 Upah Minimum

Seperti yang telah diterangkan bahwa pendapatan yang dihasilkan para pekerja/buruh dalam suatu perusahaan sangat berperan dalam hubungan perburuhan. Bertitik tolak dari hubungan formal ini haruslah tidak dilupakan bahwa seorang pekerja/buruh adalah seorang manusia dan dilihat dari segi kemanusiaan, sewajarnya jika pekerja/buruh itu mendapatkan penghargaan yang wajar dan perlindungan yang wajar. Dalam hal ini upah minimum sebaiknya dapat mencukupi kebutuhan hidup pekerja/buruh itu beserta keluarganya.

Upah minimum diarahkan kepada pencapaian kebutuhan hidup layak yaitu setiap penetapan upah minimum harus disesuaikan dengan tahapan pencapaian perbandingan upah minimum dengan kebutuhan hidup layak yang ditetapkan oleh Menaker. Kebutuhan hidup minimum ditentukan oleh tingkat kemampuan dunia



usaha dimana pencapaian kebutuhan pencapaian kebutuhan hidup layak akan dilakukan secara bertahap.

Berdasarkan peraturan menteri tenaga kerja dan transmigrasi nomor 07 tahun 2013 tentang upah minimum pasal 1 ayat 1 menjelaskan bahwa upah minimum adalah upah bulanan terendah yang terdiri atas upah pokok dan juga tunjangan tetap yang telah ditetapkan oleh gubernur sebagai jaring pengaman.

Dasar dan wewenang penetapan upah minimum sebagaimana dijelaskan dalam peraturan menteri tenaga kerja dan transmigrasi nomor 07 tahun 2013 tentang upah minimum pasal 3 adalah:

- 1) Penetapan upah minimum didasarkan pada kebutuhan hidup layak (KHL) dengan memperhatikan produktifitas dan pertumbuhan ekonomi.
- 2) Upah minimum sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diarahkan pada pencapaian kebutuhan hidup layak (KHL).
- 3) Pencapaian kebutuhan hidup layak (KHL) sebagaimana dimaksud pada ayat (2) merupakan perbandingan besarnya upah minimum terhadap nilai KHL pada periode yang sama.
- 4) Untuk pencapaian kebutuhan hidup layak (KHL) sebagaimana dimaksud pada ayat (2), gubernur menetapkan tahapan pencapaian kebutuhan hidup layak (KHL) dalam bentuk peta jalan pencapaian kebutuhan hidup layak (KHL) bagi perusahaan industry padat karya tertentu dan bagi perusahaan lainnya dengan mempertimbangkan kondisi kemampuan dunia usaha.

Pemerintah akan menetapkan upah minimum kota/provinsi berdasarkan kebutuhan hidup layak dengan memperhatikan produktifitas dan pertumbuhan ekonomi. Beberapa jenis upah minimum sebagai berikut:

- 1) Upah minimum sub sektoral regional, upah minimum yang berlaku untuk semua perusahaan pada sub sector tertentu dalam daerah tertentu.
- 2) Upah minimum sektoral regional, upah minimum yang berlaku untuk semua perusahaan pada sector tertentu dalam daerah tertentu.
- 3) Upah minimum regional/upah minimum provinsi, upah minimum yang berlaku untuk semua perusahaan dalam daerah tertentu. Upah minimum regional (UMR)/UMP ditiap-tiap daerah besarnya berbeda-beda. Besarnya upah minimum regional atau upah minimum provinsi didasarkan pada kebutuhan fisik minimum, indeks harga konsumen perluasan kesempatan kerja, upah pada umumnya yang berlaku secara regional, kelangsungan dan perkembangan perusahaan, tingkat perkembangan perekonomian regional dan nasional.

Upah minimum akan ditetapkan oleh gubernur dengan memperhatikan rekomendasi dari dewan pengupahan provinsi dan/atau bupati/walikota. Pengusaha tidak boleh membayar upah pekerja atau buruh dibawah upah minimum daerah dimana pekerja/buruh tersebut bekerja, termasuk kepada pekerja atau buruh yang sedang dalam masa percobaan 3 (tiga) bulan pertama. Pelanggaran terhadap ketentuan ini merupakan tindak pidana yang dapat diancam pidana penjara paling singkat 1 (satu) tahun dan paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling sedikit Rp.100.000.000,00 (seratus juta rupiah) dan paling banyak Rp.400.000.000,00 (empat ratus juta rupiah) pasal 186 ayat 1 Undang-undang no 13 tahun 2003. Dalam

hal apabila pengusaha belum mampu membayar upah sebesar upah minimum maka dapat mengajukan penundaan ke instansi yang bertanggung jawab dibidang ketenagakerjaan untuk kurun waktu tertentu.

Permohonan penangguhan pelaksanaan upah minimum dapat diajukan pengusaha kepada gubernur melalui instansi yang bertanggung jawab dibidang ketenagakerjaan tingkat provinsi paling lambat 10 (sepuluh) hari sebelum tanggal upah minimum berlaku. Permohonan penangguhan diajukan berdasarkan kesepakatan tertulis antara pengusaha dengan serikat pekerja/serikat buruh yang tercatat dan berhak melakukan perundingan dengan pengusaha.

Pembicaraan mengenai pengakuan penundaan pemberlakuan upah minimum akan dilakukan antara pengusaha dengan pekerja atau buruh yang mendapatkan kepercayaan untuk mewakili lebih dari 50 persen pekerja atau buruh yang menerima upah pada perusahaan bersangkutan, ini akan terjadi jika peraturan belum dalam bentuk serikat pekerja buruh.

Permohonan penangguhan harus dilampiri dengan:

1. Naskah asli kesepakatan tertulis antara pengusaha dengan serikat pekerja/serikat buruh pada perusahaan bersangkutan.
2. Laporan keuangan perusahaan yang terdiri dari neraca, perhitungan laba/rugi, beserta penjelasan-penjelasan untuk 2 (dua) tahun terakhir. Apabila perusahaan tersebut telah berbadan hukum, maka laporan keuangan harus diaudit oleh akuntan publik.
3. Salinan akta pendirian perusahaan.
4. Data upah menurut jabatan pekerja/buruh.

5. Jumlah pekerja/buruh seluruhnya dan jumlah pekerja/buruh yang dimohonkan penanguhan pelaksanaan upah minimumnya.
6. Perkembangan produksi dan pemasaran selama 2 tahun terakhir serta rencana produksi dan pemasaran untuk 2 tahun yang akan datang.

2.1.7 Tinjauan Umum Mengenai Upah Minimum

Menurut pasal 1 angka 1 Peraturan Menteri Tenaga Kerja No.PER-01/MEN/1999 tentang Upah Minimum, upah minimum adalah Upah Bulanan Terendah yang terdiri dari upah pokok dan tunjangan tetap. Dalam pasal 97 Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 menentukan bahwa Pemerintah dalam hal ini Gubernur dengan memperhatikan rekomendasi dari Dewan Pengupahan Propinsi dan/atau bupati/walikota, menetapkan upah minimum berdasarkan KHL (Kebutuhan Layak Hidup) dan dengan memperhatikan produktivitas dan pertumbuhan ekonomi.

Ketentuan mengenai penghasilan yang layak, kebijakan pengupahan, kebutuhan hidup layak dan perlindungan pengupahan, penetapan upah minimum dan pengenaan denda terhadap pekerja buruh yang melakukan pelanggaran karena kesengajaan atau kelalaian diatur dengan peraturan pemerintah (Rusli, 2011:91).

Upah minimum diarahkan kepada pencapaian KHL, yaitu setiap penetapan upah minimum harus disesuaikan dengan tahapan pencapaian perbandingan upah minimum dengan kebutuhan hidup layak yang besarnya ditetapkan Menaker (Menteri Tenaga Kerja). Pencapaian KHL perlu dilakukan secara bertahap karena kebutuhan hidup minimum yang sangat ditentukan oleh kemampuan dunia usaha (Rusli, 2011:91).

Upah minimum terdiri atas:

1. Upah minimum berdasarkan wilayah Provinsi atau Kabupaten/Kota.
2. Upah minimum berdasarkan sektor pada wilayah Provinsi atau Kabupaten/ Kota (Rusli, 2011:92).

Upah minimum dibagian sektoral dibagi menurut klasifikasi lapangan usaha Indonesia untuk Kabupaten/Kota, Provinsi, beberapa Provinsi atau Nasional, yang ditetapkan untuk kelompok lapangan usaha beserta pembagiannya menurut klasifikasi dan tidak boleh rendah dari upah minimum regional daerah yang bersangkutan.

Dasar pertimbangan penetapan upah minimum perlu mempertimbangkan beberapa hal secara komprehensif. Menurut Pasal 6 Peraturan Menteri Tenaga Kerja Republik Indonesia Nomor PER-01/MEN/1999. Penetapan Upah Minimum Provinsi (UMP) dan Upah Minimum Kabupaten/Kota (UMK) dapat dipertimbangkan dengan:

1. Kebutuhan Hidup Minimum (KHM).
2. Indeks Harga Konsumen (IHK).
3. Kemampuan, perkembangan, dan kelangsungan perusahaan.
4. Upah pada umumnya yang berlaku di daerah tertentu dan antar daerah.
5. Kondisi pasar kerja.
6. Tingkat perkembangan perekonomian dan pendapatan perkapita.

Untuk penetapan Upah Minimum Sektoral Provinsi (UMSP) dan Upah Minimum Sektoral Kabupaten/Kota (UMSK), di samping mempertimbangkan butir 1 di atas juga mempertimbangkan kemampuan perusahaan secara sektoral.

Terhadap perusahaan yang tidak mampu melaksanakan ketentuan Upah Minimum, Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor. KEP-226/MEN/2000 juga mengaturnya didalam Pasal 19 ayat (2) yang menentukan “Permohonan penangguhan pelaksanaan Upah Minimum diajukan kepada 3.2 melalui Kepala Kantor Wilayah Departemen Tenaga Kerja/Instansi Pemerintah yang bertanggung jawab di bidang ketenagakerjaan d Propinsi.

Permohonan penagguhan pelaksanaan Upah Minimum tersebut adalah tidak serta merta dapat langsung disetujui oleh Gubernur. Di dalam Pasal 20 ayat (2) Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor. KEP-226/MEN/2000 dinyatakan bahwa “Berdasarkan permohonan penangguhan pelaksanaan Upah Minimum, Gubernur dapat meminta Akuntan Publik untuk memeriksa keadaan keuangan guna pembuktian ketidakmampuan perusahaan atas biaya perusahaan yang memohon penangguhan”.

Selanjutnya Gubernur menetapkan penolakan atau persetujuan penangguhan pelaksanaan Upah Minimum berdasarkan audit dari Akuntan Publik. Apabila permohonan penangguhan pelaksanaan Upah Minimum disetujui oleh Gubernur, maka persetujuan tersebut berlaku untuk waktu paling lama 1 (satu) tahun. Atau dengan kata lain, bagi pengusaha yang tidak mampu membayar upah minimum dapat melakukan penangguhan yang tata caranya diatur dengan keputusan Menaker.

Penangguhan pelaksanaan upah minimum bagi perusahaan yang tidak mampu dimaksudkan untuk melepaskan perusahaan yang bersangkutan melaksanakan upah minimum yang berlaku dalam kurun waktu tertentu. Bila

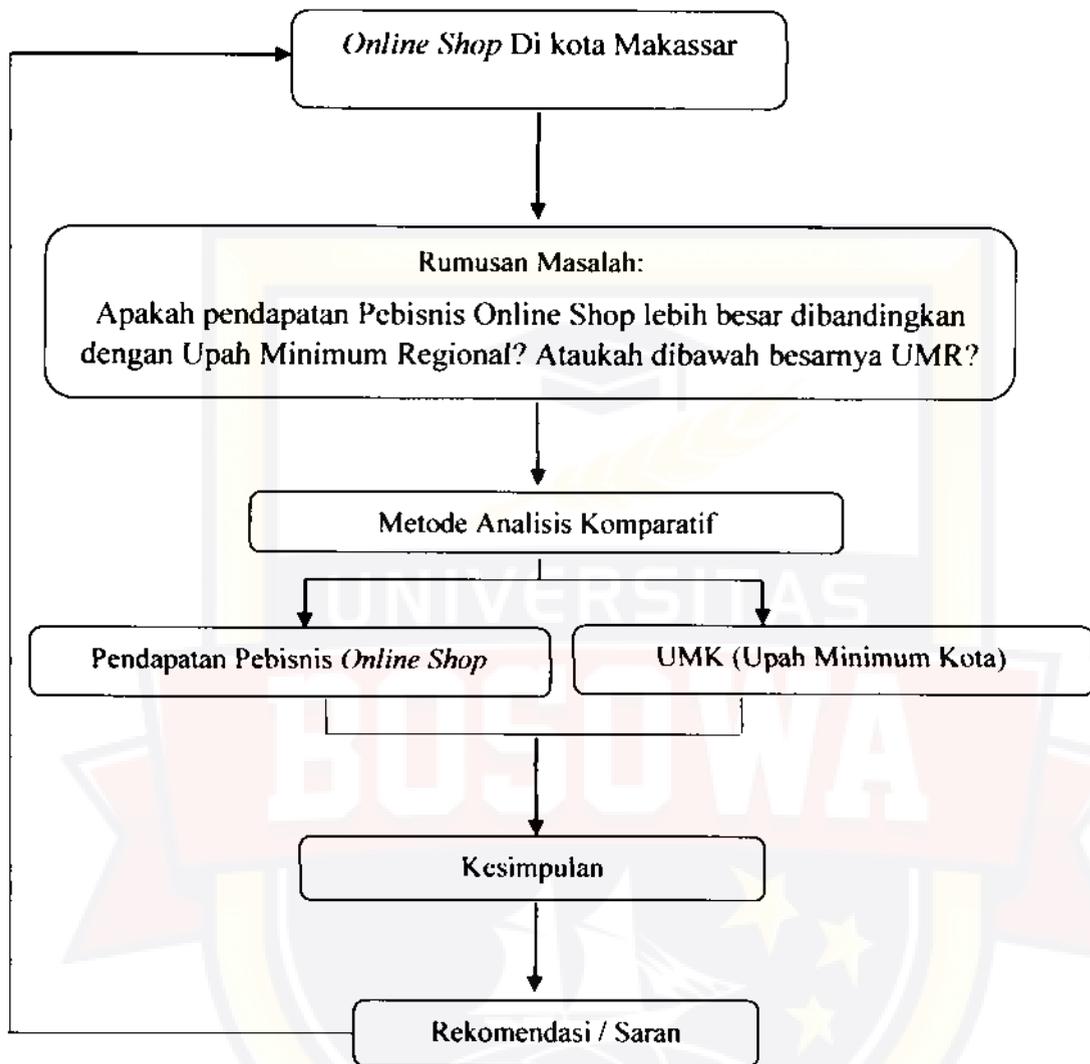
penangguhan tersebut berakhir, maka perusahaan yang bersangkutan wajib melaksanakan upah minimum yang berlaku pada saat itu, tapi tidak wajib membayar pemenuhan ketentuan upah minimum yang berlaku pada waktu diberikan penangguhan.

2.1.8 Upah Minimum Propinsi/Kabupaten/Kota

Menurut pasal 1 angka 2 Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi No.KEP-226/MEN/2000 tentang perubahan pasal 1, pasal 3, pasal 4, pasal 8, pasal 11, pasal 20, pasal 21 Peraturan Menteri Tenaga Kerja PE-01/MEN/1999 tentang upah minimum, upah minimum propinsi adalah upah yang berlaku untuk seluruh kabupaten atau kota disatu propinsi. Besarnya upah minimum untuk setiap wilayah propinsi atau kabupaten atau kota tidak sama karena tergantung Kebutuhan Hidup Minimum (KHM) di daerah bersangkutan.

Kesepakatan besaran UMK ini mengacu pada PP 79 tahun 2018 tentang Pengupahan dengan mempertimbangkan Kebutuhan Hidup Layak. Selain itu juga menyesuaikan instruksi dari Surat Edaran Menteri Ketenagakerjaan Nomor B-m/308/HI.01.00/X/2019 tanggal 15 Oktober 2019 yang menetapkan kenaikan UMP/UKM sebesar 8,5 Persen.

2.2 Kerangka Pikir



2.3 Hipotesis

Diduga bahwa, Pendapatan pebisnis *online shop* lebih besar dari UMK (Upah Minimum Kota).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di kota Makassar. Dimana penelitian ini dilaksanakan selama ± 3 bulan yang diawali dari bulan Maret 2020 sampai bulan Juni 2020 kepada pebisnis *online shop*. Namun terdapat kendala karena adanya *pandemic covid 19* sehingga harus dikerjakan sampai Agustus 2020.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Terdapat dua data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah data yang bersumber dari informasi yang diperoleh oleh tangan pertama dari peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik pada studi. Data primer dalam penelitian ini berupa kuesioner, wawancara, dan dokumentasi.
2. Sedangkan data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah publikasi pemerintah, *website*, dan internet.

3.3 Metode Pengumpulan Data

1. Teknik wawancara personal

Teknik ini mengharuskan responden yang di wawancarai harus mempunyai informasi yang diinginkan dan bersedia bekerja sama dengan baik demi hasil yang optimal. Dalam hal ini peneliti menggunakan wawancara kepada

responden tentang kesediaan responden untuk mengisi kuesioner. Wawancara dilakukan secara *online* dengan via *whatsapp*.

2. *Check list*

Check list merupakan suatu metode dalam observasi yang mampu memberikan keterangan mengenai muncul atau tidaknya perilaku yang diobservasi. Dalam tabel *check list*, peneliti telah terlebih mencatumkan indikator perilaku yang diobservasi dimunculkan oleh subjek penelitian, format *check list* sangat beragam, tergantung tujuan dan kepentingan penelitian yang dilakukan.

3. Kuesioner

Pertanyaan kuesioner yang disebabkan dirancang untuk menghindari jawaban yang bias. Jawaban yang bias terkadang dapat terjadi karena responden tidak mau menjawab keadaan yang sebenarnya, dan memberikan jawaban yang lain. Jawaban-jawaban yang bias ini paling sering terjadi berhubung dengan pertanyaan-pertanyaan mengenai umur, penghasilan, kebiasaan yang kurang baik, dan sebagainya. Untuk menguasai hal ini maka dalam menanyakan mengenai *income* atau pun umur, sebaiknya tidak ditanyakan mengenai jumlah tepatnya, melainkan menanyakan dalam bentuk "*range*".

4. Dokumentasi

Dokumen bisa berbentuk gambar, tulisan atau karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), kriteria, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen berbentuk gambar seperti foto, gambar hidup, sketsa, dan lain lain. Dokumen



yang berbentuk karya misalnya karya seni yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kuantitatif.

3.4 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode analisis deskriptif-komparatif. Metode tersebut merupakan penelitian yang sifatnya membandingkan, yang dilakukan untuk membandingkan persamaan dan perbedaan atau lebih sifat-sifat dan fakta-fakta objek yang diteliti berdasarkan suatu kerangka pemikiran tertentu. Penelitian deskriptif komparatif biasanya digunakan untuk membandingkan antara 2 kelompok atau lebih dalam suatu variable tertentu.

Metode ini dilakukan dengan membandingkan pendapatan pebisnis *online shop* dengan UMR yang sudah ditentukan oleh PP 79 tahun 2018 tentang Pengupahan dengan mempertimbangkan Kebutuhan Hidup Layak. Selain itu juga menyesuaikan instruksi dari Surat Edaran Menteri Ketenagakerjaan Nomor B-m/308/HI.01.00/X/2019 tanggal 15 Oktober 2019 yang menetapkan kenaikan UMP/UKM sebesar 8,5 persen.

Dalam menjawab rumusan masalah penelitian ini, ada beberapa hal yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan UMK di daerah Kota Makassar

Kesepakatan besaran UMK ini mengacu pada PP 79 tahun 2018 tentang Pengupahan dengan mempertimbangkan Kebutuhan Hidup Layak. Selain itu juga menyesuaikan instruksi dari Surat Edaran Menteri Ketenagakerjaan Nomor B-m/308/HI.01.00/X/2019 tanggal 15 Oktober 2019 yang menetapkan kenaikan

UMP/UKM sebesar 8,51%. Dewan pengupahan resmi menetapkan Upah Minimum Kota (UMK) 2020 sebesar Rp.3.191.572,00.

2. Menghitung pendapatan pebisnis *online shop*

a. Penghasilan per hari

Hal ini pertama ditanyakan karena pertanyaan ini merupakan yang paling mendasar.

b. Penghasilan per bulan

Kemudian pertanyaan kedua dibuat untuk memastikan jawaban dari responden sesuai dengan jawaban dari pertanyaan pertama.

3. Melakukan perbandingan antara UMK dan pendapatan pebisnis *online shop*

Seperti yang sudah diketahui UMK Makassar adalah Rp.3.191.572,00. UMK akan dibandingkan dengan pendapatan bersih setiap pebisnis *online shop*. Pada tabel ini kita akan mengetahui berapa banyak pendapatan para pebisnis *online shop* yang melebihi UMK.

Tabel 3.1 Format perbandingan pendapatan bersih pebisnis *online shop* terhadap UMK.

Responden	UMK	Pendapatan	Lebih Besar (>)	Lebih Kecil (<)	Sama (=)

3.5 Definisi Operasional

1. Bisnis *online shop* adalah toko *online* dimana mempermudah masyarakat untuk mendapatkan barang-barang yang mereka inginkan atau cari dengan hanya membuka internet di *handphone* masyarakat dapat berbelanja dimanapun dan kapan saja.
2. Pebisnis *online shop* adalah orang yang memiliki *online shop* tersebut yang membuka usahanya untuk mendapatkan laba dengan menjual barang dagangannya kepada konsumen.
3. Upah adalah imbalan atau gaji yang diterima seseorang karena telah melakukan jasa jasa/pelayanan kepada anggota masyarakat lain.
4. Upah Minimum Kota yaitu upah minimum yang berlaku di wilayah kota/kabupaten.

3.6 Jadwal Penelitian

Tabel 3.2 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Desember				Januari				Februari				Maret				April-Juni				Juli				Agustus				September			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Usulan Judul Penelitian																																
2	Seminar Judul Penelitian																																
3	Pengajuan Surat Izin Penelitian																																
4	Penulisan BAB I dan Konsultasi																																
5	Penulisan BAB II dan Konsultasi																																
6	Penulisan BAB III dan Konsultasi																																
7	Ujian Proposal Penelitian																																
8	Penulisan Bab IV dan V																																
9	Penelitian																																
10	Ujian Hasil																																

* *covid-19*

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah *Online Shop*

Negara pertama yang melakukan transaksi belanja secara *online* dengan media *online shop* adalah negara Inggris di tahun 1979 oleh Michael Aldrich dari Redifon Computers. Michael Aldrich memakai sarana berupa kabel telepon dengan memperose transaksi *online* secara *realtime* dengan mencoba menyambungkan televisi berwarna dengan Komputer (Wikipedia,2020)

Seperti yang telah dijelaskan diatas negara Inggris adalah negara pertama yang menggunakan transaksi belanja secara *online* menyusul dengan berberapa negara di benua Eropa seperti negara Perancis yang memasarkan *General Motors*, dan *Peugeot Nissan* pada tahun 1980 dengan menggunakan fitur belanja secara *online*.

Charles Stack di tahun 1992, membuat sebuah inovasi yaitu *Book Stacks Unlimited* yang merupakan toko buku *online* pertama yang kemudian berkembang menjadi *Books.com*. Jeff Bezos pun mengikuti langkahnya dengan membuat situs web bernama *Amazon.com*.

Dibukanya toko *Pizza Hut* secara *online* dengan menggunakan transaksi secara *online*. Di tahun 1994, *Netscape* memperkenalkan *SSL encryption of data transferred online* dengan pandangan bahwa hal yang sangat penting dalam melakukan transaksi pembelanjaan secara *online* adalah medinya dimana media tersebut harus aman dan juga bebas dari pembobolan (*hacking*). Lalu salah satu situs paling besar yaitu *eBay* yang lahir di tahun 1996.

4.2 Perkembangan *Online Shop* di Indonesia

Transaksi secara *online* semakin hari semakin berkembang dengan signifikan. Dengan belanja secara *online* tidak hanya berfokus pada belanja produk saja namun namun juga dapat bertransaksi untuk layanan jasa seperti perbankan dengan menggunakan teknik *e-banking*. Dengan *e-banking* pengguna dapat melakukan banyak kegiatan seperti membayar tagihan maupun mentrasfer uang.

Transaksi belanja secara *online* di Indonesia memiliki kemajuan yang pesat, seperti pembelanjaan pakaian, alat elektronik, bahkan makanan. Transaksi tersebut berkembang dengan pesat karena dengan internet lebih mudah dalam pengerjaannya.

Blog adalah salah satu media yang menampilkan transaksi secara *online*. *Blog* ini adalah suatu layanan *web* yang gratis dimana pebisnis *online shop* menggunakan *blog* ini sebagai sarana untuk transaksi belanja secara *online* dengan cara mempromosikan barang dan jasa dengan ditawarkan kepada pembeli.

Transaksi belanja secara *online* dengan media internet cukup beresiko karna pembeli sulit mengetahui kondisi sebenarnya dari *online shop* yang akan ditempati dalam berbelanja karena sifatnya yang mudah dikustomisasi oleh pebisnis *online shop*. Namun, cara pebisnis *online shop* agar di percayai adalah dengan cara menggugah bukti-bukti transfer yang dimiliki atau terdapat tanda rating yang diberikan oleh pembeli sebagai acuan pembeli selanjutnya ketika membeli produk di *online shop* tersebut.

Terdapat banyak situs *web* dalam menyediakan layanan belanja secara *online* dengan memakai *web* lokal maupun *web* internasional. Sebelum membeli produk,

pembeli dapat memasukkan produk terlebih dahulu ke keranjang belanja sebelum melakukan *check out*. Transaksi juga dapat dilakukan dengan langsung menghubungi penjual via *whatsapp, instagram, facebook*.

Dengan perkembangan situs jejaring internet yang pesat di dunia, media *social networking* banyak disukai oleh pelaku pebisnis *online shop* untuk melakukan pemasaran produknya. Penjual atau pebisnis *online shop* menyebarkan gambar barang yang di tawarkan dengan cara mengunggah gambar barang melalui media sosial. Terjadi perkembangan penawaran dari dahulunya dalam bentuk media cetak per bulan yang disebar dengan bentuk seperti majalah namun sekarang disebar dalam bentuk berupa gambar secara *online* dimana penawarannya dapat diperbaharui kapan saja.

Industri *e-commerce* di Indonesia sudah lama tumbuh dan berkembang. Pertumbuhan signifikan dapat dilihat pada tahun 2014 sampai sekarang. Dimana pada tahun 2014, tercatat penjualan *e-commerce* di Indonesia mencapai angka US\$ 1,1 miliar.

Badan Pusat Statistik (BPS) juga membenarkan catatan tersebut juga diamini oleh data yang berhasil dihimpun oleh Badan Pusat Statistik (BPS). Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) industri *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 17 persen dalam kurung waktu 10 tahun terakhir.

Pada tahun 2018 adalah pertumbuhan *e-commerce* melonjak drastis. Pesatnya perkembangan *e-commerce* berasal dari para pelaku bisnis kecil dimana pelaku bisnis ini memanfaatkan media sosial seperti *whatsapp, Instagram, facebook*, dan aplikasi lainnya dalam melakukan penjualan.

Sebanyak 40 persen pada total penjualan *e-commerce* di Indonesia, sebanyak berasal dari perdagangan sosial. Angka penjualan *online* ini terus mengalami peningkatan yang signifikan. Dimana setiap tahunnya jumlah penjual atau pebisnis *online shop* meningkat sebanyak dua kali lipat.

Sebagian besar dari pelaku bisnis *online* ini tergolong sebagai usaha mikro. Menariknya lagi, setengah dari total pelaku bisnis UMKM ini hanya menjalankan bisnisnya secara *online* tanpa mempunyai toko *offline*.

Riset yang dilakukan oleh *Google*, menjelaskan bahwa ekonomi digital di Indonesia mencapai US\$ 27 miliar. Dengan itu, Indonesia adalah peringkat pertama di Asia Tenggara yang memiliki jumlah transaksi terbanyak dalam transaksi ekonomi digital.

Diperkirakan, angka tersebut semakin lama semakin mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Setidaknya ada beberapa hal yang memengaruhi peningkatan tersebut. Hal yang mempengaruhi peningkatan tersebut antara lain, jumlah penduduk Indonesia yang besar dan didominasi oleh usia produktif yang mendominasi.

Toko *online* sangat indetik dengan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), dapat dilihat dari segi permodalan dan juga manajemennya, perbedaannya hanya terdapat pada medianya saja, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memakai media *offline*, sedangkan *online shop* menggunakan media *online*. Sayangnya, sampai sekarang tidak ada lembaga yang dapat mewadahi serta melindungi *online shop* di Indonesia agar *online shop* di Indonesia dapat lebih berkembang dan maju.



4.3 Deskripsi Data

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif-komparatif dengan bertujuan untuk melihat kemungkinan hubungan sebab serta akibat dengan cara berdasar atas pengamatan terhadap akibat yang ada dan mencari kembali faktor yang mungkin menjadi penyebab melalui data tertentu. Penelitian ini membandingkan antara pendapatan dari pebisnis *online shop* dengan upah minimum kota Makassar.

Upah Minimum Kota yang berlaku di Kota Makassar adalah Rp.3.191.572.00 mengacu pada PP 79 tahun 2018 tentang Pengupahan dengan mempertimbangkan Kebutuhan Hidup Layak. Selain itu juga menyesuaikan instruksi dari Surat Edaran Menteri Ketenagakerjaan Nomor B-m/308/HI.01.00/X/2019 tanggal 15 Oktober 2019 yang menetapkan kenaikan UMP/UKM sebesar 8,51 persen.

Data tentang pendapatan pebisnis *online shop* di dapatkan dari kuesioner yang dibagikan secara *online* dengan meminta izin terlebih dahulu terhadap pebisnis *online shop* yang berkaitan. Hal ini dilakukan agar dapat mempermudah pengambilan data. Namun dalam pengambilan datanya ada beberapa pebisnis *online shop* yang tidak mau mengisi kuesioner.

Terdapat 40 kuesioner yang dibagikan terdiri dari 7 pertanyaan tentang data diri responden, 4 pertanyaan tentang pendapatan dan biaya responden, dan 6 pernyataan tentang kepuasan menjadi pebisnis *online shop*. Kuesioner tersebut dibagikan secara *online* dengan memakai *google form* dengan mengirim link melalui *whatsapp* atau *direct message instagram* dengan meminta izin terlebih dahulu.

Tabel 4.1 Daftar Akun *Online Shop*

No	Nama Pebisnis	Nama Akun <i>Online Shop</i>
1	Andi Nurhikma Febrianti	Firdha_collectionn
2	Opi	@wontstopeat.things
3	Elha	Ukhtielhabella
4	Ulya Aulia Maghfira	Asyiraahijab
5	Nazhifatul qalby	Kimshop.mks
6	Andi nur sakinah	@basoaci.merembes
7	Husnul	@hsnshop.mks_ (instagram)
8	Ade yusliani	Adeyy.shop
9	Lili nurinda sari	Ljkskincare.indonesia
10	Aina	@berkahbouquets
11	Amriani	Yanhie Nasiruddin
12	Ree	Sjholie
13	Nabila Iskandar	Bisa.glowing
14	Sss	@forbetterlyfe.id
15	Nurul IImi Utami	Nurul.shop77
16	Rohana	Elfsparkshop
17	Sitti halijah	Halijah.thia@yahoo.com
18	R mhike	Kha ikha
19	Ria galuh wulandari	Ria galuh wulandari, renyanjasari, titik tutik
20	Johanis adi slamet	adhiense
21	Nofrianti	Nofrianti Rustam
22	Meidia	Mei ljk
23	Ghunady Farma Wijaya Sasa	@boblooksky2ndshop
24	Tenri rahmayani	Teenns
25	Rara	Ljk_makassar
26	Nurmala sari idris	Nada adma/#idrisnurmala
27	Salmiah M	Salmyamia
28	Indah Sandra Dewi	@isdshopmks_
29	Nadilal faxia	Parkyeol.id
30	Kartini Arsyad	Kanichustore
31	Olifvia fenty	@rujaknatsepa.mks
32	Novia	@kind.secrets
33	Ichpani	Ichpani Ariyanto
34	Kusmira Nur Fadilla	raaina.shop
35	Khairun nisa	Khairun nisa

No	Nama Pebisnis	Nama Akun <i>Online Shop</i>
36	novii	@cocochocolate.id
37	Ning Mulyani Indirawati	laneshop.biak, laneshop.mks
38	Ija	Creamzamzamshop
39	Halimah Sitepu	Halimah Sitepu
40	Radhiah Lubritami	Rdhiah lbritami

Sumber: Data Kuesioner Google Form, 2020

4.4 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, responden yang diambil adalah pebisnis *online shop* di Kota Makassar. Responden tersebut sudah bersedia untuk menjawab kuesioner dari peneliti. Jumlah responden yang bersedia menjawab adalah 40 orang.

1. Jenis Kelamin

Distribusi frekuensi berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Wanita	38	95%
Pria	2	5%
Total	40	100%

Sumber: Data Kuesioner Google Form, 2020

Berdasarkan data di atas, maka terdapat 95 persen responden wanita dan 5 persen responden pria. Maka dapat dilihat bahwa pebisnis *online shop* adalah mayoritas wanita.

2. Usia

Distribusi frekuensi berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
17-24 Tahun	26	65%

25-34 Tahun	14	35%
35-44 Tahun	-	-
45-54 Tahun	-	-
>54 Tahun	-	-
Total	40	100%

Sumber: Data Kuesioner Google Form, 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas dari pebisnis *online shop* berumur 17-24 tahun dengan persentase 65 persen, dan sisanya berumur 25-34 tahun dengan persentase 35 persen. Yang menarik adalah tidak ada pebisnis *online shop* yang melebihi umur 34 tahun dimana dapat dilihat bahwa responden dalam usia yang produktif dan dapat bekerja secara maksimal.

3. Pendidikan Formal Terakhir

Distribusi frekuensi berdasarkan pendidikan formal terakhir dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Pendidikan Formal Terakhir

Pendidikan Formal Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
SMP	1	2,50%
SMA/SMK	14	35%
Diploma	3	7,50%
Perguruan Tinggi	22	55%
Lainnya	-	-
Total	40	100%

Sumber: Data Kuesioner Google Form, 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas pebisnis *online shop* memiliki pendidikan formal terakhir yaitu perguruan tinggi dengan persentase 55 persen.

4. Pekerjaan Terakhir

Distribusi frekuensi berdasarkan pekerjaan terakhir sebagai berikut:

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Pekerjaan Terakhir

Pekerjaan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
Karyawan	6	15%
Pekerja Lepas	1	2,50%
Tidak Bekerja	6	15%
Ibu Rumah Tangga	4	10%
Wiraswata	4	10%
Lainnya	19	47,50%
Total	40	100%

Sumber: Data Kuesioner Google Form, 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas pebisnis *online shop* memiliki pekerjaan terakhir yaitu lainnya dengan persentase 47,50 persen. Lainnya ini kebanyakan adalah pelajar dan juga mahasiswa yang dimana terlihat dari tabel umur yang dominan berada pada usia 17-24 tahun. Dan yang tidak bekerja dengan persentase 15 persen.

5. Lama Bekerja Sebagai Pebisnis *Online Shop*

Distribusi frekuensi berdasarkan lama bekerja sebagai pebisnis *online shop* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6 Distribusi Lama Bekerja Sebagai Pebisnis *Online Shop*

Lama Bekerja Sebagai Pebisnis <i>Online Shop</i>	Jumlah	Persentase (%)
≤ 1 Tahun	11	27,50%
1 - 1½ Tahun	9	22,50%
1½ - 2 Tahun	6	15%
>2 Tahun	14	35%
Total	40	100%

Sumber: Data Kuesioner Google Form, 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas pebisnis *online shop* memiliki waktu lama bekerja sebagai pebisnis *online shop* yaitu lebih dari

2 tahun dengan persentase 35 persen. Disusul dengan yang kurang dari satu tahun dengan persentase 27,5 persen.

6. Pendapatan Per Hari

Distribusi frekuensi berdasarkan pendapatan per hari dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Penghasilan Per Hari

Pendapatan Per Hari	Jumlah	Persentase (%)
≤ Rp.100.000,00	23	57,50%
Rp.101.000,00 – Rp.200.000,00	4	10%
Rp.201.000,00 – Rp.300.000,00	2	5%
>Rp.300.000,00	11	27,50%
Total	40	100%

Sumber: Data Kuesioner Google Form, 2020

Berdasarkan tabel di atas peneliti menggunakan nominal sebesar Rp.100.000,00 yang berdasarkan hasil wawancara untuk penetapan titik terendah.

7. Pendapatan Per Bulan

Distribusi frekuensi berdasarkan pendapatan per hari dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Penghasilan Per Bulan

Pendapatan Per Bulan	Jumlah	Persentase (%)
≤ Rp.3.191.572,00	26	65%
> Rp. 3.191.572,00	14	35%
Total	40	100%

Sumber: Data Kuesioner Google Form, 2020

Pada tabel di atas, peneliti menggunakan nominal sebesar Rp.3.191.572,00 yaitu UMK Kota Makassar sebagai penetapan titik tertinggi.

8. Biaya Keperluan Toko

Distribusi frekuensi berdasarkan pendapatan per hari dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Biaya Keperluan Toko

Biaya Keperluan Toko	Jumlah	Persentase (%)
≤ Rp. 150.000,00	22	55%
Rp.151.000,00 – Rp.250.000,00	10	25%
Rp.251.000,00 – Rp.350.000,00	2	5%
>Rp. 350.000,00	6	15%
Total	40	100%

Sumber: Data Kuesioner Google Form, 2020

Pada tabel di atas, mayoritas keperluan toko berada pada angka ≤Rp.150.000,00 dengan persentase 55 persen.

9. Biaya Pulsa

Distribusi frekuensi berdasarkan biaya pulsa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Biaya Pulsa

Biaya Pulsa	Jumlah	Persentase (%)
≤ Rp.25.000,00	9	22,50%
Rp.25.100,00 – Rp.50.000,00	2	5%
Rp.50.100,00 – Rp.75.000,00	7	5%
> Rp.75.000,00	22	55%
Total	40	100%

Sumber: Data Kuesioner Google Form, 2020

Pada tabel di atas, mayoritas biaya pulsa berada pada angka >Rp.75.000,00 dengan persentase 55 persen.



10. Perbandingan Pendapatan Pebisnis *Online Shop* dengan Upah Minimum Kota Makassar

Dalam tabel ini peneliti akan mengetahui berapa banyak pendapatan bersih pebisnis *online shop* yang melebihi besarnya UMK di Kota Makassar.

Tabel 4.11 Perbandingan Pendapatan Pebisnis *Online Shop* dengan Upah Minimum Kota Makassar

Responden	Pendapatan Bersih	UMK	Lebih Besar (>)	Lebih Kecil (<)	Sama (=)
1	Rp8.624.500	Rp3.191.572	Rp5.432.928		-
2	Rp2.761.950	Rp3.191.572		Rp429.622	-
3	Rp2.775.000	Rp3.191.572		Rp416.572	-
4	Rp2.724.500	Rp3.191.572		Rp467.072	-
5	Rp2.825.000	Rp3.191.572		Rp366.572	-
6	Rp8.825.000	Rp3.191.572	Rp5.633.428		-
7	Rp2.825.000	Rp3.191.572		Rp366.572	-
8	Rp7.239.500	Rp3.191.572	Rp4.047.928		-
9	Rp7.239.500	Rp3.191.572	Rp4.047.928		-
10	Rp8.575.000	Rp3.191.572	Rp5.383.428		-
11	Rp8.575.000	Rp3.191.572	Rp5.383.428		-
12	Rp8.575.000	Rp3.191.572	Rp5.383.428		-
13	Rp2.825.000	Rp3.191.572		Rp366.572	-
14	Rp8.724.500	Rp3.191.572	Rp5.532.928		-
15	Rp8.575.000	Rp3.191.572	Rp5.383.428		-
16	Rp2.825.000	Rp3.191.572		Rp366.572	-
17	Rp2.812.450	Rp3.191.572		Rp379.122	-
18	Rp2.624.500	Rp3.191.572		Rp567.072	-
19	Rp8.575.000	Rp3.191.572	Rp5.383.428		-
20	Rp2.825.000	Rp3.191.572		Rp366.572	-

Responden	Pendapatan Bersih	UMK	Lebih Besar (>)	Lebih Kecil (<)	Sama (=)
21	Rp2.724.500	Rp3.191.572		Rp467.072	-
22	Rp2.775.000	Rp3.191.572		Rp416.572	-
23	Rp2.787.450	Rp3.191.572		Rp404.122	
24	Rp8.775.000	Rp3.191.572	Rp5.583.428		-
25	Rp7.290.000	Rp3.191.572	Rp4.098.428		-
26	Rp2.587.450	Rp3.191.572		Rp604.122	-
27	Rp2.724.500	Rp3.191.572		Rp467.072	
28	Rp2.775.000	Rp3.191.572		Rp416.572	-
29	Rp2.761.500	Rp3.191.572		Rp429.622	
30	Rp2.774.500	Rp3.191.572		Rp417.072	-
31	Rp2.825.000	Rp3.191.572		Rp366.572	-
32	Rp2.775.000	Rp3.191.572		Rp416.572	-
33	Rp8.724.500	Rp3.191.572	Rp5.532.928		-
34	Rp2.787.450	Rp3.191.572		Rp404.122	-
35	Rp2.724.500	Rp3.191.572		Rp467.072	-
36	Rp2.787.450	Rp3.191.572		Rp404.122	-
37	Rp2.787.450	Rp3.191.572		Rp404.122	-
38	Rp2.787.450	Rp3.191.572		Rp 404.122	-
39	Rp4.340.000	Rp3.191.572	Rp1.148.428		
40	Rp2.775.000	Rp3.191.572		Rp416.572	

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, dapat dilihat pada tabel 4.11 bahwa terdapat 40 responden. Dimana hanya 14 pebisnis *online shop* atau 35 persen yang pendapatannya di atas upah minimum kota Makassar dan 26 pebisnis *online shop* atau 65 persen yang pendapatannya dibawah upah minimum kota Makassar.

Besarnya pendapatan yang didapatkan perbulan sangat bergantung kepada pendapatan perhari dan juga biaya biaya yang dikeluarkan perbulannya. Semakin besar pendapatan perhari yang didapatkan maka akan pendapatan perbulan yang diterima pun akan semakin besar, berbeda dengan biaya dimana semakin besar biaya yang dikeluarkan akan mengurangi pendapatan perbulannya semakin besar.

Pendapatan sebulan yang didapatkan oleh pebisnis *online shop* mayoritas berada dibawah upah minimum kota Makassar sebanyak 65 persen dan di atas upah minimum kota Makassar hanya 35 persen. Mayoritas pebisnis *online shop* memiliki pendapatan dibawah upah minimum kota Makassar, karena penelitian dilakukan pada saat masih terjadi *pandemic covid 19* dimana daya beli dari konsumen menurun. Faktor lainnya yang membuat terdapat *online shop* ada yang berpendapatan diatas upah minimum kota adalah strategi pemasaran yang lebih baik dan juga jam terbang dari *online shop* tersebut lebih banyak.

4.5 Uji Content Analysis

Metode *content analysis* dilakukan terhadap kuesioner tentang kepuasan responden menjadi pebisnis *online shop*. *Content analysis* (analisis muatan) dimaksudkan sebagai metode analisis data dengan menjadi salah satu pengukur suatu variabel yang ada dalam suatu kuesioner. Hasil uji *content analysis* dapat dilihat pada tabel 4.12.

Tabel 4.12 Output Uji *Content Analysis*

Pernyataan	Frekuensi Jawaban							
	Jawaban STS		Jawaban TS		Jawaban S		Jawaban SS	
Item 1	-	-	7	17,5%	24	60%	9	22,5%
Item 2	2	5%	10	25%	20	50%	8	20%
Item 3	3	7,5%	6	15%	24	60%	7	17,5%
Item 4	1	2,5%	12	30%	17	42,5%	10	25%
Item 5	3	7,5%	3	7,5%	19	47,5%	15	37,5%
Item 6	2	5%	4	10%	23	57,5%	11	27,5%
Jumlah Responden:	40							
Jumlah Persentase:	100%							

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak dari responden adalah “Setuju” sehingga dapat disimpulkan bahwa responden puas bekerja sebagai pebisnis *online shop*.

Sedangkan untuk kuesioner pendukung tentang kepuasan responden menjadi pebisnis *online shop* dapat dilihat pada tabel uji *content analysis* dimana setiap item pernyataan pada kuesioner banyak dijawab setuju oleh responden. Kepuasan kerja menurut Ahmadi & Dadang (2013:5) adalah keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap pekerjaan, kepuasan kerja mencerminkan perasaan seseorang terhadap pekerjaannya. Hal ini dapat dilihat dalam sikap positif karyawan terhadap pekerjaan dan segala sesuatu yang dihadapi di lingkungan kerja.

Berikut adalah ringkasan dari penelitian dengan bentuk tabel.

Tabel 4.13 Ringkasan Penelitian

Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan Terakhir	Lama bekerja	Penghasilan Perhari	Penghasilan Perbulan	Biaya Toko	Biaya Pulsa
1	Wanita	17-24 Tahun	Perguruan Tinggi	Lainnya	1 - 1½ Thn	Rp 300.000	>Rp 3.191.572	Rp 300.500	Rp 75.000
2	Wanita	25-34 Tahun	Perguruan Tinggi	Karyawan	≤1 Tahun	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 200.500	Rp 37.550
3	Wanita	25-34 Tahun	Perguruan Tinggi	IRT	≤1 Tahun	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 150.000	Rp 75.000
4	Wanita	17-24 Tahun	Perguruan Tinggi	Lainnya	>2 Tahun	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 200.500	Rp 75.000
5	Wanita	25-34 Tahun	Perguruan Tinggi	Pekerja Lepas	>2 Tahun	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 150.000	Rp 25.000
6	Wanita	17-24 Tahun	SMA/SMK	Tidak Bekerja	1 - 1½ Thn	Rp 300.000	>Rp 3.191.572	Rp 150.000	Rp 25.000
7	Wanita	17-24 Tahun	SMP	Lainnya	≤1 Tahun	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 150.000	Rp 25.000
8	Wanita	17-24 Tahun	SMA/SMK	Lainnya	>2 Tahun	Rp 250.500	>Rp 3.191.572	Rp 200.500	Rp 75.000
9	Wanita	25-34 Tahun	Perguruan Tinggi	Lainnya	>2 Tahun	Rp 300.000	>Rp 3.191.572	Rp 200.500	Rp 75.000
10	Wanita	17-24 Tahun	Perguruan Tinggi	Wiraswasta	≤1 Tahun	Rp 300.000	>Rp 3.191.572	Rp 350.000	Rp 75.000
11	Wanita	25-34 Tahun	Perguruan Tinggi	Wiraswasta	>2 Tahun	Rp 300.000	>Rp 3.191.572	Rp 350.000	Rp 75.000
12	Wanita	25-34 Tahun	Perguruan Tinggi	Karyawan	>2 Tahun	Rp 300.000	>Rp 3.191.572	Rp 350.000	Rp 75.000
13	Wanita	17-24 Tahun	SMA/SMK	Tidak Bekerja	≤1 Tahun	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 150.000	Rp 25.000
14	Wanita	25-34 Tahun	Perguruan Tinggi	Lainnya	1 - 1½ Thn	Rp 300.000	>Rp 3.191.572	Rp 200.500	Rp 75.000
15	Wanita	17-24 Tahun	Diploma	Lainnya	>2 Tahun	Rp 300.000	>Rp 3.191.572	Rp 350.000	Rp 75.000
16	Wanita	17-24 Tahun	Diploma	Lainnya	1 - 1½ Thn	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 150.000	Rp 25.000
17	Wanita	25-34 Tahun	Diploma	IRT	>2 Tahun	Rp 150.500	<Rp 3.191.572	Rp 150.000	Rp 37.550
18	Wanita	17-24 Tahun	SMA/SMK	Lainnya	1 - 1½ Thn	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 300.500	Rp 75.000
19	Wanita	17-24 Tahun	Perguruan Tinggi	Wiraswasta	1 - 1½ Thn	Rp 300.000	>Rp 3.191.572	Rp 350.000	Rp 75.000
20	Pria	25-34 Tahun	Perguruan Tinggi	Wiraswasta	≤1 Tahun	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 150.000	Rp 25.000
21	Wanita	25-34 Tahun	Perguruan Tinggi	Lainnya	≤1 Tahun	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 200.500	Rp 75.000
22	Wanita	17-24 Tahun	SMA/SMK	Karyawan	1 - 1½ Thn	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 150.000	Rp 75.000
23	Pria	17-24 Tahun	SMA/SMK	Karyawan	≤1 Tahun	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 150.000	Rp 62.550
24	Wanita	25-34 Tahun	Perguruan Tinggi	Karyawan	>2 Tahun	Rp 300.000	>Rp 3.191.572	Rp 150.000	Rp 75.000
25	Wanita	25-34 Tahun	Perguruan Tinggi	IRT	1 - 1½ Thn	Rp 250.500	>Rp 3.191.572	Rp 150.000	Rp 75.000
26	Wanita	25-34 Tahun	SMA/SMK	IRT	1 - 1½ Thn	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 350.000	Rp 62.550
27	Wanita	25-34 Tahun	Perguruan Tinggi	Lainnya	1 - 1½ Thn	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 200.500	Rp 75.000
28	Wanita	17-24 Tahun	Perguruan Tinggi	Tidak Bekerja	>2 Tahun	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 150.000	Rp 75.000
29	Wanita	17-24 Tahun	SMA/SMK	Tidak Bekerja	>2 Tahun	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 200.500	Rp 37.550
30	Wanita	17-24 Tahun	SMA/SMK	Lainnya	1 - 1½ Thn	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 150.000	Rp 25.000
31	Wanita	17-24 Tahun	SMA/SMK	Tidak Bekerja	≤1 Tahun	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 150.000	Rp 25.000
32	Wanita	17-24 Tahun	SMA/SMK	Lainnya	1 - 1½ Thn	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 150.000	Rp 75.000
33	Wanita	17-24 Tahun	Perguruan Tinggi	Lainnya	≤1 Tahun	Rp 300.000	<Rp 3.191.572	Rp 200.500	Rp 75.000
34	Wanita	17-24 Tahun	Perguruan Tinggi	Tidak Bekerja	1 - 1½ Thn	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 150.000	Rp 62.550
35	Wanita	17-24 Tahun	SMA/SMK	Karyawan	>2 Tahun	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 200.500	Rp 75.000
36	Wanita	17-24 Tahun	Perguruan Tinggi	Lainnya	≤1 Tahun	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 150.000	Rp 62.550
37	Wanita	17-24 Tahun	SMA/SMK	Lainnya	1 - 1½ Thn	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 150.000	Rp 62.550
38	Wanita	17-24 Tahun	Perguruan Tinggi	Lainnya	1 - 1½ Thn	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 150.000	Rp 62.550
39	Wanita	17-24 Tahun	SMA/SMK	Lainnya	>2 Tahun	Rp 150.500	<Rp 3.191.572	Rp 150.000	Rp 25.000
40	Wanita	17-24 Tahun	Perguruan Tinggi	Lainnya	>2 Tahun	Rp 100.000	<Rp 3.191.572	Rp 150.000	Rp 75.000

Sumber: Data Diolah, 2020

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data yang telah dianalisis dan dibahas, pendapatan sebulan yang diterima pebisnis *online shop* mayoritas dibawah upah minimum kota Makassar sebanyak 65 persen dan hanya 35 persen di atas upah minimum kota Makassar. Hasil Tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.8 dan 4.11. Dalam memperoleh pendapatan bersih maka pendapatan perbulan harus dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh *online shop* yang berkaitan.

Dengan hasil tersebut membuktikan bahwa mayoritas pendapatan yang diterima oleh pebisnis *online shop* lebih sedikit daripada besarnya UMK di kota Makassar. Maka peneliti menyimpulkan bahwa pendapatan yang diterima oleh pebisnis *online shop* lebih sedikit dari besarnya UMK di kota Makassar dan hipotesis dari peneliti tidak diterima atau ditolak. Dimana *online shop* yang diteliti adalah *online shop* menengah ke bawah. Mayoritas pebisnis *online shop* memiliki pendapatan dibawah upah minimum kota Makassar, karena penelitian dilakukan pada saat masih terjadi *pandemic covid 19* dimana daya beli dari konsumen menurun. Faktor lainnya yang membuat terdapat *online shop* ada yang berpendapatan diatas upah minimum kota adalah strategi pemasaran yang lebih baik dan juga jam terbang dari *online shop* tersebut lebih banyak.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini adalah peneliti melakukan pengumpulan data melalui via *online*, tidak secara langsung. Karena, pada saat melakukan penelitian,

peneliti terhalang oleh *pandemic Covid-19*. Kemudian data tentang pendataan yang diperoleh adalah suatu perkiraan, kemudian diolah oleh peneliti dengan tidak mengetahui pendapatan per hari dari pebisnis *online shop* yang selalu berbeda.

Populasi dari pebisnis *online shop* di kota Makassar sangat banyak. Sehingga dalam melakukan penelitian, peneliti mencoba mencari dan menentukan sendiri jumlah respondennya. Didalam melakukan penelitian pun banyak pebisnis *online shop* yang menolak untuk ditanyakan pendapatannya.

5.3 Saran

Saran yang dapat diberikan peneliti untuk peneliti selanjutnya yaitu titik penyebaran untuk kuesioner bisa dilakukan dengan lebih merata berdasarkan seluruh kecamatan yang ada di kota Makassar. Agar memperoleh hasil yang lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Chandra dan Hermawan, Dadang. 2013. *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Antonio, muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Gema Insani Press. Jakarta.
- As'ad, M. 1998. *Psikologi Industri*. Yogyakarta: Liberty.
- Belkaoui, Ahmad Riahi. 2006. *Teori Akuntansi, Edisi 5 Buku 1*, terjm. Ali Akbar.
- Detikinet. 2020. *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia*, <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>, (diakses pada tanggal 26 Februari 2020).
- Granito. 2008. *Panduan Mendirikan dan Mengelola Distro Clothing Company*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2009. *Teori Kritis Laporan Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hestanto 2017. *Teori Online Shop Menurut Beberapa Ahli*, <https://www.hestanto.web.id/online-shop/> (diakses pada tanggal 26 Februari 2020).
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2009.. *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan*. PSAK. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2010.. *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan*. PSAK. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kieso, Donald E., Jerry J. Weygandt, dan Terry D. Warfield. 2007. *Akuntansi Intermediete. Terjemahan Emil Salim, Jilid 1, Edisi Kesepuluh*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kolter dan dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13* Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2 Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Liao Dan Cheung. 2001. *Internet-Based E-Shopping And Consumer Attitudes*. Journal Information And Management, Vol 38 (2001).
- Munir, Rinaldi. 2011. *Algoritma dan Pemrograman*. Bandung : Informatika.
- Nawawi, Hadari. 1998. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

- Nitisemito, Alex. 1997. *Manajemen Personalia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Prasetio, Adhi. 2012. "*Buku Pintar Pemrograman Web*". Jakarta: Mediakita.
- Ramadhan, A. 2005. *Seri Pelajaran Komputer Internet dan Aplikasinya*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ranupandojo dan Husni. 1994. *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah, Edisi Revisi*, Bumi Aksara: Jakarta.
- Republik Indonesia. 1974. *Undang- Undang Kecelakaan tahun 1974 No. 33 pasal 7 ayat a dan b*. Sekretariat negara. Jakarta.
- Republik Indonesia. 1999. *Pasal 6 Peraturan Menteri Tenaga Kerja Republik Indonesia Nomor PER-01/MEN/1999*. Sekretariat negara. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2000. *Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor. KEP-226/MEN/2000*. Sekretariat negara. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2003. *Undang- Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan*. Sekeretariat negara. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2013. *Peraturan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Nomor 07 tahun 2013 Tentang Upah Minimum Pasal 1 Ayat 1*. Sekretariat negara. Jakarta.
- Rivai, Veithzal. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rusli. 2011. *Hukum Ketenagakerjaan*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Samuelson dan Nordhaus. 2003. *Ilmu Makroenomi.*. McGraw-Hill. Media Global
- Sari. 2015. *Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Di Universitas Airlangga, Net: Vol. 4 No.2* <http://journal.unair.ac.id/filer/PDF/auna97cbdaabbfull.pdf>, (diakses pada tanggal 8 Februari 2020).
- Sophia. 2014. *Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, dan Pengalaman Pembelian Sebelumnya terhadap Minat Beli Pelanggan Secara Online pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala*.
- Sukirno, Sadono. 2002. *Teori Mikro Ekonomi. Cetakan Keempat Belas*. Rajawali Press: Jakarta.
- Suroto. 2000. *Strategi pembangunan dan Perencanaan Perencanaan Kesempatan Kerja*. Yogyakarta: Gajah Mada Univercity.
- Tuanakotta, Theodorus M. 1984. *Auditing: Petunjuk Pemeriksaan Akuntan Publik. Edisi 3*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Wikipedia. 2020. *Belanja Daring*. https://id.wikipedia.org/wiki/Belanja_daring (diakses pada tanggal 23 Juli 2020).

Wild, John J. 2003. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.

Winardi. 1986. *Evaluasi Kerja Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.

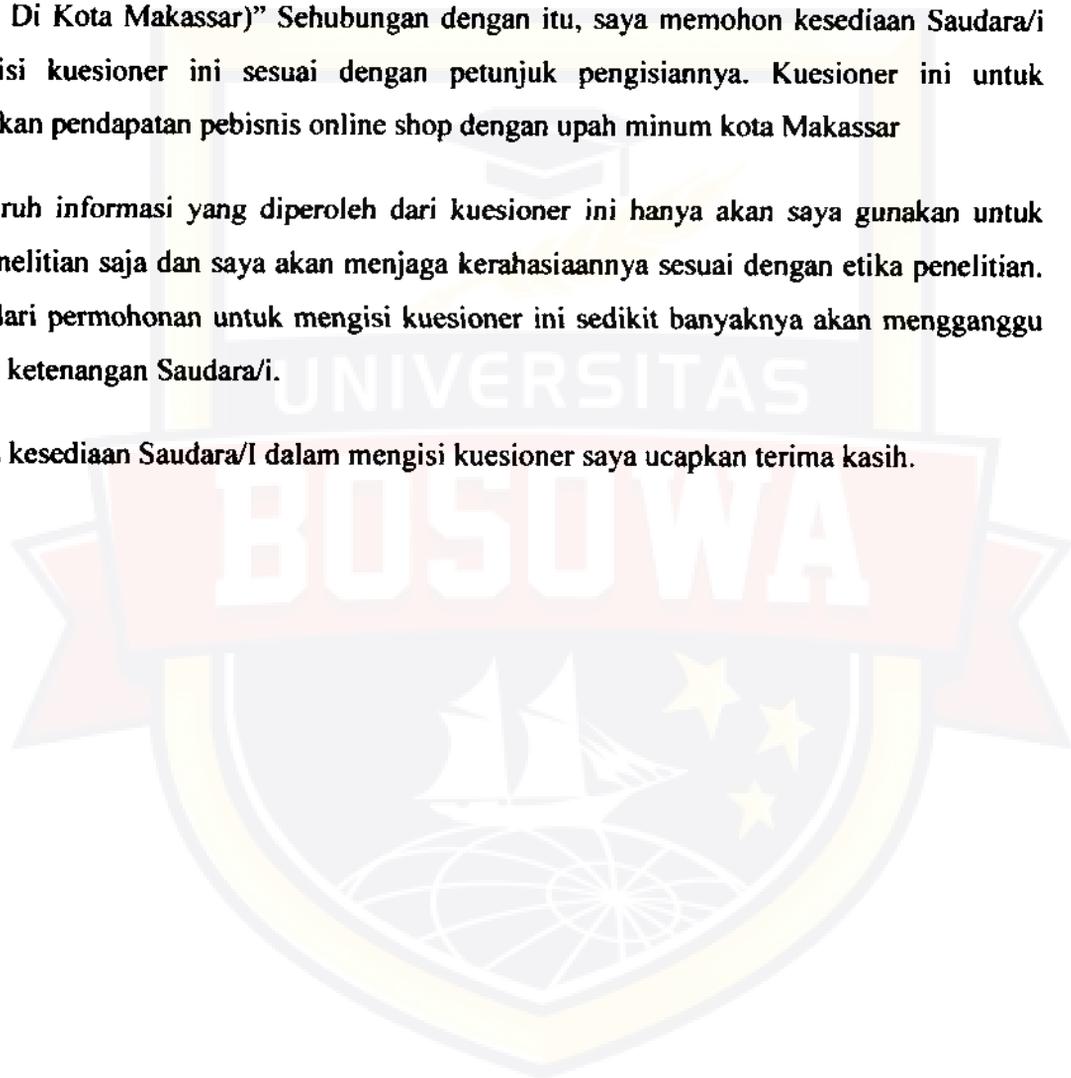


Pampiran 1: Pengantar Kuesioner Online

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam penyelesaian pendidikan Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa, saya Ainun Nisah dengan NIM (516013044) memerlukan beberapa informasi sebagai bahan penulisan skripsi yang berjudul "Analisis Perbandingan Pendapatan Antara Pebisnis Online Shop Dengan Upah Minimum Kota Studi Kasus Di Kota Makassar)" Sehubungan dengan itu, saya memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan petunjuk pengisiannya. Kuesioner ini untuk membandingkan pendapatan pebisnis online shop dengan upah minum kota Makassar

Seluruh informasi yang diperoleh dari kuesioner ini hanya akan saya gunakan untuk keperluan penelitian saja dan saya akan menjaga kerahasiaannya sesuai dengan etika penelitian. Saya menyadari permohonan untuk mengisi kuesioner ini sedikit banyaknya akan mengganggu aktivitas atau ketenangan Saudara/i.

Atas kesediaan Saudara/I dalam mengisi kuesioner saya ucapkan terima kasih.



Isilah Tanda *Check List* (✓) sesuai jawaban anda.

No	Pernyataan	Kategori			
		STS	TS	S	SS
1	Modal untuk berbisnis <i>online shop</i> murah				
2	Pendapatan pebisnis <i>online shop</i> menjanjikan				
3	Pendapatan yang diterima lebih besar daripada sebelumnya				
4	Semakin lamanya jam beroperasi akan semakin banyak orderan				
5	Pendapatan sebagai pebisnis <i>online shop</i> dapat memenuhi kebutuhan sehari- hari				
6	Proses dalam pengorderan dan pengiriman barang mudah				

BOSOWA





Lampiran 2: Daftar Pertanyaan dan Pernyataan Kuesioner *Online*

I. Data Responden

Nama Responden:

Nama Akun Online Shop:

1. Jenis Kelamin

- a. Pria
- b. Wanita

2. Usia

- a. 17 - 24 Tahun
- b. 25 - 34 Tahun
- c. 35 - 44 Tahun
- d. 45 - 54 Tahun
- e. >54 Tahun

3. Pendidikan Formal Terakhir

- a. SMP
- b. SMA/SMK
- c. Diploma
- d. Perguruan Tinggi
- e. Lainnya

4. Pekerjaan Terakhir

- a. Karyawan
- b. Pekerja Lepas
- c. Tidak Bekerja
- d. Ibu Rumah Tangga
- e. Wiraswasta
- f. Lainnya

5. Lama Bekerja Sebagai Pebisnis *Online Shop*

- a. ≤ 1 Tahun
- b. $1 - 1\frac{1}{2}$ Tahun
- c. $1\frac{1}{2}$ Tahun - 2 Tahun

LAMPIRAN

BOSOWA



Empiran 3: Perhitungan Pendapatan Bersih

- Penentuan rata-rata item pertanyaan
- Perhitungan pendapatan bersih

nghasilan perhari

- a. 100.000
- b. $\frac{101.000+200.000}{2} = 150.500$
- c. $\frac{201.000+300.000}{2} = 250.500$
- d. 300.000

nghasilan perbulan

- a. $\leq \text{Rp.}3.191.572,00$
- b. $>3.191.572.572,00$

aya Toko

- a. 150.000
- b. $\frac{151.000+250.000}{2} = 200.500$
- c. $\frac{251.000+350.000}{2} = 300.500$
- d. 350.000

aya Pulsa

- a. 25.000
- b. $\frac{25.100+50.000}{2} = 37.550$
- c. $\frac{50.100+75.000}{2} = 62.550$
- d. 75.000

Responden 1:

Penghasilan Kotor: Rp. 300.000 x 30
= Rp. 9.000.000

Biaya Toko: Rp. 300.500

Biaya Pulsa: Rp. 75.000

Total Biaya: Rp. 375.500

Penghasilan Bersih: = **Rp. 8.624.500**

Responden 2:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000

Biaya Toko: Rp. 200.500

Biaya Pulsa: Rp. 37.550

Total Biaya: Rp. 238.050

Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.761.950**

Responden 3:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000

Biaya Toko: Rp. 150.000

Biaya Pulsa: Rp. 75.000

Total Biaya: Rp. 225.000

Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.775.000**

Responden 4:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000

Biaya Toko: Rp. 200.500

Biaya Pulsa: Rp. 75.000

Total Biaya: Rp. 275.500

Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.724.500**

Responden 5:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000

Biaya Toko: Rp. 150.000

Biaya Pulsa: Rp. 25.000

Total Biaya: Rp. 175.000

Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.825.000**

Responden 6:

Penghasilan Kotor: Rp. 300.000 x 30
= Rp. 9.000.000

Biaya Toko: Rp. 150.000

Biaya Pulsa: Rp. 25.000

Total Biaya: Rp. 175.000

Penghasilan Bersih: = **Rp. 8.825.000**

Responden 7:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000

Biaya Toko: Rp. 150.000

Biaya Pulsa: Rp. 25.000

Total Biaya: Rp. 175.000

Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.825.000**

Responden 8:

Penghasilan Kotor: Rp. 250.500 x 30
= Rp. 7.515.000

Biaya Toko: Rp. 200.500

Biaya Pulsa: Rp. 75.000

Total Biaya: Rp. 275.500

Penghasilan Bersih: = **Rp. 7.239.500**

Responden 9:

Penghasilan Kotor: Rp. 250.500 x 30
= Rp. 7.515.000

Biaya Toko: Rp. 200.500

Biaya Pulsa: Rp. 75.000

Total Biaya: Rp. 275.500

Penghasilan Bersih: = **Rp. 7.239.500**

Responden 10:

Penghasilan Kotor: Rp. 300.000 x 30
= Rp. 9.000.000

Biaya Toko: Rp. 350.000

Biaya Pulsa: Rp. 75.000

Total Biaya: Rp. 425.000

Penghasilan Bersih: = **Rp. 8.575.000**

Responden 11:

Penghasilan Kotor: Rp. 300.000 x 30
= Rp. 9.000.000

Biaya Toko: Rp. 350.000

Biaya Pulsa: Rp. 75.000

Total Biaya: Rp. 425.000

Penghasilan Bersih: = **Rp. 8.575.000**

Responden 12:

Penghasilan Kotor: Rp. 300.000 x 30
= Rp. 9.000.000

Biaya Toko: Rp. 350.000

Biaya Pulsa: Rp. 75.000

Total Biaya: Rp. 425.000

Penghasilan Bersih: = **Rp. 8.575.000**

Responden 13:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000

Biaya Toko: Rp. 150.000

Biaya Pulsa: Rp. 25.000

Total Biaya: Rp. 175.000

Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.825.000**

Responden 14:

Penghasilan Kotor: Rp. 300.000 x 30
= Rp. 9.000.000

Biaya Toko: Rp. 200.500

Biaya Pulsa: Rp. 75.000

Total Biaya: Rp. 275.500

Penghasilan Bersih: = **Rp. 8.724.500**

Responden 15:

Penghasilan Kotor: Rp. 300.000 x 30
= Rp. 9.000.000

Biaya Toko: Rp. 350.000

Biaya Pulsa: Rp. 75.000

Total Biaya: Rp. 425.000

Penghasilan Bersih: = **Rp. 8.575.000**

Responden 16:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000

Biaya Toko: Rp. 150.000

Biaya Pulsa: Rp. 25.000

Total Biaya: Rp. 175.000

Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.825.000**



Responden 17:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000

Biaya Toko: Rp. 150.000

Biaya Pulsa: Rp. 37.550

Total Biaya: Rp. 187.550

Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.812.450**

Responden 18:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 2.000.000

Biaya Toko: Rp. 300.500

Biaya Pulsa: Rp. 75.000

Total Biaya: Rp. 375.500

Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.624.500**

Responden 19:

Penghasilan Kotor: Rp. 300.000 x 30
= Rp. 9.000.000

Biaya Toko: Rp. 350.000

Biaya Pulsa: Rp. 75.000

Total Biaya: Rp. 425.000

Penghasilan Bersih: = **Rp. 8.575.000**

Responden 20:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000

Biaya Toko: Rp. 150.000

Biaya Pulsa: Rp. 25.000

Total Biaya: Rp. 175.000

Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.825.000**

Responden 21:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000

Biaya Toko: Rp. 200.500

Biaya Pulsa: Rp. 75.000

Total Biaya: Rp. 275.500

Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.724.500**

Responden 22:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000

Biaya Toko: Rp. 150.000

Biaya Pulsa: Rp. 75.000

Total Biaya: Rp. 225.000

Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.775.000**

Responden 23:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000

Biaya Toko: Rp. 150.000

Biaya Pulsa: Rp. 62.550

Total Biaya: Rp. 212.550

Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.787.450**

Responden 24:

Penghasilan Kotor: Rp. 300.000 x 30
= Rp. 9.000.000

Biaya Toko: Rp. 150.000

Biaya Pulsa: Rp. 75.000

Total Biaya: Rp. 225.000

Penghasilan Bersih: = **Rp. 8.775.000**

Responden 25:

Penghasilan Kotor: Rp. 250.500 x 30
= Rp. 7.515.000
Biaya Toko: Rp. 150.000
Biaya Pulsa: Rp. 75.000
Total Biaya: Rp. 225.000
Penghasilan Bersih: = **Rp. 7.290.000**

Responden 26:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000
Biaya Toko: Rp. 350.000
Biaya Pulsa: Rp. 62.550
Total Biaya: Rp. 412.550
Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.587.450**

Responden 27:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000
Biaya Toko: Rp. 200.500
Biaya Pulsa: Rp. 75.000
Total Biaya: Rp. 275.500
Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.724.500**

Responden 28:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000
Biaya Toko: Rp. 150.000
Biaya Pulsa: Rp. 75.000
Total Biaya: Rp. 225.000
Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.775.000**

Responden 29:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000
Biaya Toko: Rp. 200.500
Biaya Pulsa: Rp. 25.000
Total Biaya: Rp. 187.500
Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.774.500**

Responden 30:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000
Biaya Toko: Rp. 150.000
Biaya Pulsa: Rp. 37.550
Total Biaya: Rp. 187.550
Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.812.450**

Responden 31:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000
Biaya Toko: Rp. 150.000
Biaya Pulsa: Rp. 25.000
Total Biaya: Rp. 175.000
Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.825.000**

Responden 32:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000
Biaya Toko: Rp. 150.000
Biaya Pulsa: Rp. 75.000
Total Biaya: Rp. 225.000
Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.775.000**

Responden 33:

Penghasilan Kotor: Rp. 300.000 x 30
= Rp. 9.000.000

Biaya Toko: Rp. 200.500

Biaya Pulsa: Rp. 75.000

Total Biaya: Rp. 275.500

Penghasilan Bersih: = **Rp. 8.724.500**

Responden 34:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000

Biaya Toko: Rp. 150.000

Biaya Pulsa: Rp. 62.550

Total Biaya: Rp. 212.550

Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.787.450**

Responden 35:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000

Biaya Toko: Rp. 150.000

Biaya Pulsa: Rp. 62.550

Total Biaya: Rp. 212.550

Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.787.450**

Responden 36:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000

Biaya Toko: Rp. 150.000

Biaya Pulsa: Rp. 62.550

Total Biaya: Rp. 212.550

Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.787.450**

Responden 37:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000

Biaya Toko: Rp. 150.000

Biaya Pulsa: Rp. 62.550

Total Biaya: Rp. 212.550

Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.787.450**

Responden 38:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000

Biaya Toko: Rp. 150.000

Biaya Pulsa: Rp. 62.550

Total Biaya: Rp. 212.550

Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.787.450**

Responden 39:

Penghasilan Kotor: Rp. 150.500 x 30
= Rp. 4.515.000

Biaya Toko: Rp. 150.000

Biaya Pulsa: Rp. 25.000

Total Biaya: Rp. 175.000

Penghasilan Bersih: = **Rp. 4.340.000**

Responden 40:

Penghasilan Kotor: Rp. 100.000 x 30
= Rp. 3.000.000

Biaya Toko: Rp. 150.000

Biaya Pulsa: Rp. 75.000

Total Biaya: Rp. 225.000

Penghasilan Bersih: = **Rp. 2.775.000**

Lili Nurinda Sari

ljkskincare.indonesia Butli ...

1,108 kiriman 702 pengikut 3,086 diikuti

LJK skincare indonesia

Official @ljk

Tangan pertama skincare ljk

BPM dan halal

WA 081299507977

JNT

IKSR

Bisa order via shopee

Link shopee

shopee.co.id/ii06121991?smmt=0.0.9



Nabila Iskandar

bisaglowing Butli ...

9 kiriman 41 pengikut 1 dikuti

Whitening Body Lotion

Sterilized & Safe

Makassar

Check highlights

Perubahan pada kulit akan terlihat hanya dengan 3-7 hari pemakaian rutin

JNE/NT/GoSend/OD

DM



Aina

berkahbouquets Butli ...

215 kiriman 1,854 pengikut 638 diikuti

Buket Makassar

Toko Bunga Online

Fresh, artificial, felt and dried flowers

For any occasion needs

Ready or request H-2

Pick up BTP blok K 366

Send grab/gojek

Order!

api.whatsapp.com/send?phone=+628884321117



SSS

forbetterlyfe.id Butli ...

216 kiriman 2,514 pengikut 2,050 diikuti

For Better Lyfe

Eco-Friendly Stuff

Makassar, Indonesia

#mismenyamamakanbumi

#forbetterlyfecatag

#forbetterlyfecaptan

Ask & Order: DM / WA

linktr.ee/forbetterlyfe.id



Amriani

Juragan Kosmetik
BEAUTY STORE

Yanhie Nasiruddin Tentang Toko WA Phone

Latensi Tertang Terasa Foto Lainnya



Nurul Ilimi Utami

nurul.shop77 Butli ...

536 kiriman 1,079 pengikut 926 diikuti

Kosmetik ori & Aksesoris

OpenReseller

Menerima Orderan Ecer Grosir&Dropship

in tower karyoank Unhas

TOKO NURULILMI

Ready stok Bone&Mks

Menerima jasa MakeUp

@ilmi_makeup

wa.me/6282322641343

Ree

sjholic_makassar Butli ...

456 kiriman 1,794 pengikut 3,110 diikuti

SIHOLIC MAKASSAR KPOP SHOP

Belanja & Ritel

Offline Store : Mall Panakkukang Square II Dasar (depan ACE Hardware)

Wa : 085342146985 (no call) fast respon

Fb: Sjholic Makassar

linktr.ee/sjholic_makassar



Rohana

elfsparkshop Butli ...

51 kiriman 3,886 pengikut 1,203 diikuti

SKINCARE ORIGINAL | HUPPIES

DM or WA 085399009885

J&T Express / Gojek / Grab

Makassar

Ready & PC (cek caption)

Part of @hipsbyhn @hncollectionmks @kituffbyelfsparkshop

shopee.com/hncollectionmks



Sitti Halijah



Testi truss berbebarann... Maafkan yakkk jikaa berandaku fullk testi..bebwhite c mantull



Nofrianti

Nofrianti MuzLam



R Mhike



Meidia

mksljkskincare

52 kiriman 55 pengikut 153 diikuti

Ljk SkinCare ZamZam

! Mohon untuk tidak dikeep jika belum pasti membeli produk kami !

@delagrntz

Untuk Detail Harga Silahkan DM

Fast Respon Via WA

082211544457

Ria Galuh Wulandari

Ria Galuh Wulandari



Ghunady Farma Wijaya Sasa

boblooksky2ndshop

Kirim pesan

37 kiriman 919 pengikut 1.492 diikuti

--BLS SECONDSHOP--

SECONDSHOP @BLSREADYLINKS

Makassar -IND-

ID

wa.me/62895806389620

@badakberca

Johanis Adi Slamet

testimon_cream_zamzam

730 kiriman 1.833 pengikut 11 diikuti

Domi Tidak Terima Orderan

Kecantikan adin anugerah terindah bagi wanita. Kecantikan memiliki kemampuan magnetik luar biasa yg mampu meruntuhkan dunia laki-laki

haloo...de yulan

Tenri Rahmayani

teennnns

95 kiriman 5.137 pengikut 1.541 diikuti

Tenri.R

Hi Love ur skin. @ljkskincareshop mks