

**PENGARUH PENERAPAN *ELECTRONIC PAYMENT*,  
*PRICE DISCOUNT* DAN *FINANCIAL BEHAVIOR* TERHADAP  
PENDAPATAN PADA USAHA *FRANCHISE*  
DI TANJUNGPINANG**

**SKRIPSI**

**SINTA KURNIA  
NIM : 19622270**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN  
TANJUNGPINANG  
2023**

**PENGARUH PENERAPAN *ELECTRONIC PAYMENT*, *PRICE DISCOUNT* DAN *FINANCIAL BEHAVIOR* TERHADAP PENDAPATAN  
PADA USAHA *FRANCHISE* DI TANJUNGPINANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Akuntansi

OLEH

**Nama : SINTA KURNIA**

**NIM : 19622270**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN  
TANJUNGPINANG**

**2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN / PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH PENERAPAN *ELECTRONIC PAYMENT, PRICE DISCOUNT* DAN *FINANCIAL BEHAVIOR* TERHADAP PENDAPATAN PADA USAHA *FRANCHISE* DI TANJUNGPINANG**

Diajukan Kepada :

Panitia Komisi Ujian  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan  
Tanjungpinang

Oleh :

NAMA : SINTA KURNIA  
NIM : 19622270

Menyetujui,

Pembimbing Pertama,



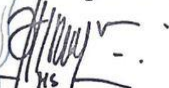
**Hendy Satria, S.E., M.Ak., CAO., CBFA., CPFRA**  
NIDN. 1015069101 / Lektor

Pembimbing Kedua,



**Hasnarika, S.Si., M.Pd**  
NIDN. 1020118901 / Lektor

Menyetujui,  
Ketua Progm Studi,



**Hendy Satria, S.E., M.Ak., CAO., CBFA., CPFRA**  
NIDN.1015069101 / Lektor

**Skripsi Berjudul**

**PENGARUH PENERAPAN *ELECTRONIC PAYMENT*, *PRICE DISCOUNT* DAN *FINANCIAL BEHAVIOR* TERHADAP  
PENDAPATAN PADA USAHA *FRANCHISE* DI  
TANJUNGPINANG**

Yang dipersiapkan dan Disusun Oleh:

NAMA : SINTA KURNIA

NIM : 19622270

Telah dipertahankan di depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal Dua Puluh Satu  
November Tahun Dua Ribu Dua Tiga dan Dinyatakan  
Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

Panitia Komisi Ujian

Ketua,



**Hendy Satria, S.E., M.Ak., CAO., CBFA., CPFRA**  
NIDN. 1015069101 / Lektor

Sekretaris,



**Rachmad Chartady, S.E., M.Ak**  
NIDN. 1021039101 / Lektor

Anggota,



**Sri Kurnia, S.E., Ak., M.Si., CA**  
NIDN. 1020037101 / Lektor

Tanjungpinang, 21 November 2023  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan  
Tanjungpinang  
Ketua,



**Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak.CA.**  
NIDN.1029127801 / Lektor

### PERNYATAAN

Nama : Sinta Kurnia  
Nim : 19622270  
Tahun Angkatan : 2019  
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,54  
Program Studi : Akuntansi  
Judul Skripsi : Pengaruh Penerapan *Electronic Payment*,  
*Price Discount* dan *Financial Behavior*  
Terhadap Pendapatan pada Usaha *Franchise*  
di Tanjungpinang

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa seluruh isi dan materi dari skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan rekayasa maupun karya orang lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila ternyata di kemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, 21 November 2023

Penulis  
  
**Sinta Kurnia**  
NIM 19622270



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Segala Puji Bagi Allah Subhannahu wa ta'ala, Tuhan semesta alam atas cinta, kasih sayang, rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikanku ilmu yang berguna, kekuatan, kesempatan, serta kemudahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga mendapat keberkahan oleh Allah Subhannahu wa ta'ala

Shalawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad Shalallahu  
alaihi wassalam dengan mengucapkan “Allahumma Shalli Alla Sayyidina  
Muhammad Wa’alaa Aali Sayyidina Muhammad”

“Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya tercinta, kalian telah menaruh harapan besar padaku dan aku berusaha mewujudkannya. Atas izin Allah dan kedua orangtuaku, berkat keduanyalah yang selalu mendoakan, menguatkan serta memberi dukungan hingga saya sampai pada tahap dimana skripsi ini akhirnya terselesaikan. Terimakasih atas segala dukungan dan pengorbanan serta doa yang tidak berhenti kalian berikan untukku. I love you more”

## HALAMAN MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).

Dan hanya kepada TUHAN mu lah engkau berharap”

(QS. Al-Insyirah : 6-8)

*“God has perfect timing, never early, never late. It takes a little patience and it takes a lot of faith, but it’s a worth the wait.”*

Setiap manusia itu indah dengan cara yang mereka pilih

(Maudy Ayunda)

*“Semper Ad Meliora”*

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *E-payment*, *Price Discount*, dan *Financial Behavior* Terhadap Pendapatan pada Usaha *Franchise* di Tanjungpinang”**. Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata 1 (S1) Program Studi Akuntansi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Maka dengan tulus hati, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
2. Ibu Ranti Utami, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
3. Ibu Sri Kurnia, S.E., Ak., M.Si., CA. selaku Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
4. Bapak Muhammad Rizki, M.HSc selaku selaku Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
5. Bapak Hendy Satria, S.E., M.Ak., CAO., CBFA., CPFRA selaku Ketua Program Studi S1 Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang dan selaku Dosen pembimbing 1 yang telah



banyak memberi arahan, saran serta perbaikan terhadap penyelesaian penulisan penelitian ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

6. Ibu Hasnarika, S.Si., M.Pd selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia memberikan waktunya dan tidak pernah lelah dalam memberikan masukan dan bimbingan kepada penulis.
7. Seluruh dosen pengajar dan staff sekretariat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
8. Seluruh anggota keluarga penulis terkhusus Ibu, Bapak, Abang, Kakak ipar dan keponaanku yang selalu memberikan dukungan moral dan materi selama penulis melakukan penelitian ini.
9. Terima kasih untuk sahabat – sahabat penulis yaitu Nandha dan Nadya yang telah menemani serta menghibur penulis.
10. Semua pihak terkait dalam penyusunan skripsi terutama kepada Titin, Kak Pau, Ida, Kak Widi yang selalu saling menyemangati agar segera menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2019, yang terus menemani dan memotivasi penulis dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
12. Serta semua orang yang ikut ambil bagian dalam penulisan penelitian ini dan tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Kalian sangat baik sekali, terima kasih untuk semuanya.
13. Tentunya untuk diri saya sendiri, terimakasih telah berjuang dan mau diajak kerja sama untuk menyelesaikan skripsi ini meskipun banyak sekali halangan dan rintangan namun tetap mau melanjutkannya hingga selesai.

Akhir kata peneliti berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca, khususnya Mahasiswa-mahasiswi Jurusan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

Tanjungpinang, 28 Oktober 2023

Penulis

**SINTA KURNIA**  
**NIM : 19622270**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN BIMBINGAN</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b>	
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b>	
<b>HALAMAN MOTTO</b>	
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<u>1.1</u> Latar Belakang .....	1
<u>1.2</u> Rumusan Masalah.....	8
<u>1.3</u> Batasan Masalah .....	8
<u>1.4</u> Tujuan Penelitian .....	8
<u>1.5</u> Kegunaan Penelitian .....	9
<u>1.5.1</u> Kegunaan Ilmiah.....	9
<u>1.5.2</u> Kegunaan Praktis .....	10
<u>1.6</u> Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
<u>2.1</u> Tinjauan Teori .....	12
<u>2.1.1</u> Pendapatan .....	12
<u>2.1.1.1</u> Sumber Pendapatan.....	12
<u>2.1.1.2</u> Indikator Peningkatan Pendapatan.....	14
<u>2.1.1.3</u> Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan.....	14

2.1.1.4 Jenis-Jenis Pendapatan .....	15
2.1.2 <i>Electronic Payment</i> .....	17
2.1.2.1 Definisi <i>Electronic Payment</i> .....	17
2.1.2.2 Sistem Pembayaran <i>E-Payment</i> .....	18
2.1.2.3 Manfaat Penggunaan <i>E-Payment</i> .....	20
2.1.2.4 Pihak-Pihak dalam Penyelenggara <i>E-Payment</i> .....	21
2.1.2.5 Indikator <i>Electronic Payment</i> .....	22
2.1.3 <i>Price Discount</i> .....	22
2.1.3.1 Pengertian <i>Price Discount</i> .....	22
2.1.3.2 Tujuan <i>Price Discount</i> .....	23
2.1.3.3 Jenis-Jenis <i>Price Discount</i> .....	24
2.1.3.4 Indikator Pengukuran <i>Price Discount</i> .....	25
2.1.3.5 Faktor yang Mempengaruhi <i>Discount</i> .....	25
2.1.4 <i>Financial Behavior</i> .....	26
2.1.4.1 Pengertian <i>Financial Behavior</i> .....	26
2.1.4.2 Tujuan <i>Financial Behavior</i> .....	27
2.1.4.3 Faktor yang Mempengaruhi <i>Financial Behavior</i> .....	28
2.1.4.4 Indikator <i>Financial Behavior</i> .....	28
2.1.4.5 Ruang Lingkup <i>Financial Behavior</i> .....	28
2.1.5 <i>Franchise</i> .....	29
2.1.5.1 Pengertian <i>Franchise</i> .....	29
2.1.5.2 Jenis Usaha <i>Franchise</i> .....	30
2.1.5.3 Keuntungan Bisnis <i>Franchise</i> .....	32
2.1.5.4 Kelemahan Bisnis <i>Franchise</i> .....	33
2.2 Hubungan Antar Variabel .....	33
2.2.1 Pengaruh <i>Electronic Payment</i> Terhadap Pendapatan pada Usaha <i>Franchise</i> di Tanjungpinang .....	33
2.2.2 Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap Pendapatan pada Usaha <i>Franchise</i> di Tanjungpinang .....	34
2.2.3 Pengaruh <i>Financial Behavior</i> Terhadap Pendapatan pada Usaha <i>Franchise</i> di Tanjungpinang .....	34

2.3	Kerangka Pemikiran .....	36
2.4	Hipotesis .....	36
2.5	Penelitian Terdahulu .....	37
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>40</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	40
3.2	Jenis Data .....	40
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.4	Populasi dan Sampel .....	41
3.4.1	Populasi.....	41
3.4.2	Sampel .....	43
3.5	Definisi Operasional Variabel .....	44
3.6	Teknik Pengolahan Data .....	45
3.7	Teknik Analisis Data .....	46
3.7.1	Uji Kualitas Data .....	46
3.7.1.1	Uji Validitas .....	47
3.7.1.2	Uji Reliabilitas .....	47
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	47
3.7.3.1	Uji Normalitas .....	48
3.7.3.2	Uji Multikolonieritas .....	48
3.7.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	48
3.7.3	Uji Analisis Regresi Berganda.....	49
3.7.4	Pengujian Model Analisis dan Hipotesis .....	50
3.7.4.1	Uji Parsial (Uji T).....	50
3.7.4.2	Uji Simultan (Uji F) .....	50
3.7.4.3	Uji Koefisien Determinan ( <i>R Square</i> ).....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PENELITIAN .....</b>		<b>53</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	53
4.1.1	Gambaran Umum Tanjungpinang .....	53
4.1.2	Karakteristik Responden.....	59

_____ 4.1.2.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
_____ 4.1.2.2	Karakteristik Responden berdasarkan Umur .....	60
_____ 4.1.2.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	61
_____ 4.1.3	Analisis Deskriptif Tanggapan Responden.....	61
_____ 4.1.3.1	Deskripsi Variabel <i>Electronic Payment</i> (X1) .....	61
_____ 4.1.3.2	Deskripsi Variabel <i>Price Discount</i> (X2).....	65
_____ 4.1.3.3	Deskripsi Variabel <i>Financial Behavior</i> (X3).....	68
_____ 4.1.3.4	Deskripsi Variabel Pendapat (Y) .....	70
_____ 4.1.4	Uji Kualitas Data .....	73
_____ 4.1.4.1	Uji Validitas .....	73
_____ 4.1.4.2	Uji Reliabilitas .....	74
_____ 4.1.5	Uji Asumsi Klasik.....	75
_____ 4.1.5.1	Uji Normalitas .....	75
_____ 4.1.5.2	Uji Multikolonieritas .....	77
_____ 4.1.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	78
_____ 4.1.6	Analisis Linier Berganda .....	79
_____ 4.1.7	Pengujian Hipotesis .....	80
_____ 4.1.7.1	Uji Parsial (Uji T).....	80
_____ 4.1.7.2	Uji Simultan (Uji F).....	82
_____ 4.1.7.3	Uji Determinasi (R Square) .....	83
_____ 4.2	Pembahasan .....	84
_____ 4.2.1	Pengaruh Pemahaman <i>Electronic Payment</i> Terhadap Pendapatan .....	84
_____ 4.2.2	Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap Pendapatan.....	85
_____ 4.2.3	Pengaruh <i>Financial Behavior</i> Terhadap Pendapatan.....	86
_____ 4.2.4	Pengaruh <i>Electronic Payment, Price Discount, dan Financial Behavior</i> Terhadap Pendapatan .....	87
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>90</b>
_____ 5.1	Simpulan .....	90

5.2 Saran ..... 91

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

***CURRICULUM VITAE***

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Halaman
Gambar 4. 1	Wilayah Kota Tanjungpinang.....	53
Gambar 4. 2	Hasil Uji Normalitas Histogram.....	76
Gambar 4. 3	Hasil Pengujian Normalitas Q-Q Plot.....	76
Gambar 4. 4	Uji Heteroskedastisitas.....	78



## DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Halaman
1.	Usaha <i>Franchise</i> yang Mengalami Kerugian.....	3
2.	Laporan Pendapatan Usaha <i>Franchise</i> .....	7
3.	Populasi Penelitian .....	41
4.	Rincian Sampel Penelitian .....	43
5.	Definisi Operasional Variabel.....	45
6.	Teknik Pengolahan Data Skala Likert.....	46
7.	Luas masing-masing kecamatan Kota Tanjungpinang Tahun 2022.....	54
8.	Jumlah Penduduk Kota Tanjungpinang Tahun 2022 .....	54
9.	Karakteristik Responden .....	59
10.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
11.	Berdasarkan Umur .....	60
12.	Besar Pendapatan .....	61
13.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Electronic Payment</i> (X1) .....	62
14.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Price Discount</i> (X2).....	66
15.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Financial Behavior</i> (X3).....	68
16.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pendapatan.....	70
17.	Pengujian Validitas Variabel Penelitian.....	73
18.	Pengujian Reliabilitas Variabel Penelitian.....	75
19.	Hasil Uji Multikolonieritas .....	77
20.	Hasil Analisis Linear Berganda .....	79
21.	Uji T .....	81
22.	Uji F .....	82
23.	Uji Determinasi .....	83

## **DAFTAR LAMPIRAN**

No	Judul Lampiran
1	Kuesioner Penelitian
2	Tabulasi Jawaban Responden
3	Hasil Pengujian Kuesioner
4	Dokumentasi Pendukung
5	Persentase Plagiat

## ABSTRAK

### PENGARUH PENERAPAN *ELECTRONIC PAYMENT*, *PRICE DISCOUNT* DAN *FINANCIAL BEHAVIOR* TERHADAP PENDAPATAN PADA USAHA *FRANCHISE* DI TANJUNGPINANG

Sinta Kurnia 19622270. Akuntansi. STIE Pembangunan Tanjungpinang.  
[Sintakurnia2006@gmail.com](mailto:Sintakurnia2006@gmail.com)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *electronic payment*, *price discount* dan *financial behavior* terhadap pendapatan pada usaha *franchise* di Tanjungpinang. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 46 dengan menggunakan Teknik sampel *Non Probabilty Sampling*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Objek penelitian ini berupa usaha *franchise* yang ada di Tanjungpinang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan pengisian kuesioner oleh responden.

Hasil penelitian ini berdasarkan hasil uji T atau uji parsial dengan menunjukkan bahwa *electronic payment* tidak berpengaruh terhadap pendapatan, *price discount* berpengaruh terhadap pendapatan, dan *financial behavior* tidak berpengaruh terhadap pendapatan. Hasil uji F atau uji simultan menunjukkan bahwa *electronic payment*, *price discount* dan *financial behavior* secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan. Hasil dari uji koefisien determinasi 18,3%. Sedangkan sisanya 81,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian yang diteliti.

Kesimpulan atas penelitian yang dilakukan pada usaha *franchise* di Tanjungpinang menunjukkan bahwa penerapan *Electronic Payment* (X1) tidak berpengaruh terhadap pendapatan karena nilai t hitung  $0,366 < t$  tabel 1,681 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,717 > 0,05$ . Penerapan *Price Discount* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha *franchise* di Tanjungpinang karena nilai t hitung  $2,636 > t$  tabel 1,681 dan nilai signifikansi  $0,012 < 0,05$ . Penerapan *Financial Behavior* (X3) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pendapatan usaha *franchise* di Tanjungpinang karena t hitung  $0,576 < t$  tabel 1,681 dan nilai signifikansi sebesar  $0,568 > 0,05$ .

**Kata Kunci** : *Electronic Payment*, *Price Discount*, *Financial Behavior*, Pendapatan

**Dosen Pembimbing 1** : Hendy Satria, S.E., M.Ak., CAO. CBFA., CPFRA

**Dosen Pembimbing 2** : Hasnarika, S.Si., M.Pd.

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF THE APPLICATION OF ELECTRONIC PAYMENT, PRICE DISCOUNT AND FINANCIAL BEHAVIOR ON REVENUE IN FRANCHISE BUSINESS IN TANJUNGPINANG**

*Sinta Kurnia 19622270. Accounting. STIE Tanjungpinang Development.*

*[Sintakurnia2006@gmail.com](mailto:Sintakurnia2006@gmail.com)*

*The purpose of this study is to determine the effect of electronic payment, price discount and financial behavior on income in franchise businesses in Tanjungpinang. This study used 46 samples using Non-Probability Sampling sample techniques.*

*The method used in this study is quantitative descriptive method. The object of this research is in the form of a franchise business in Tanjungpinang. Data collection techniques are carried out by filling out questionnaires by respondents.*

*The results of this study are based on the results of the t test or partial test by showing that electronic payments have no effect on income, price discounts affect income, and financial behavior does not affect income. The results of the f test or simultaneous test show that electronic payment, price discount and financial behavior together have a simultaneous effect on income. The result of the coefficient of determination test is 18.3%. While the remaining 81.7% was influenced by other variables outside of the study studied.*

*The conclusion of research conducted on franchise businesses in Tanjungpinang shows that the application of Electronic Payment (X1) has no effect on income because the calculated t value is  $0.366 < t \text{ table } 1.681$  with a significance value of  $0.717 > 0.05$ . The application of Price Discount (X2) has a positive and significant effect on franchise business income in Tanjungpinang because the calculated t value is  $2.636 > t \text{ table } 1.681$  and the significance value is  $0.012 < 0.05$ . The application of Financial Behavior (X3) has a negative and insignificant effect on franchise business income in Tanjungpinang because t calculate  $0.576 < t \text{ table } 1.681$  and significance value of  $0.568 > 0.05$ .*

**Keywords :** *Electronic Payment, Price Discount, Financial Behavior, Revenue*

**Lecture Adviser 1** : HENDY SATRIA, S.E., M.Ak., CAO. CBFA., CPFRA

**Lecture Adviser 2** : HASNARIKA, S.Si., M.Pd.

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perekonomian merupakan sektor yang sangat penting dan menjadi fokus pemerintah dalam pembangunan ekonomi dan mendorong kemajuan negara. Kegiatan usaha atau bisnis berperan penting dalam mengurangi tingkat pengangguran, meningkatkan pendapatan masyarakat dan mendorong pertumbuhan perekonomian yang ada di Indonesia. Kemajuan pada bidang ekonomi, dapat dilihat dari mulai banyaknya masyarakat yang mencoba menjalankan suatu bisnis baik yang telah ada, sedang berkembang, ataupun menciptakan suatu bisnis yang baru. Ditengah ketatnya persaingan yang sedang berkembang saat ini, pelaku usaha diharuskan memiliki pemikiran yang kreatif dan inovatif dalam menjalankan bisnis agar tidak tertinggal oleh pesaing lainnya. Hal ini dapat bertujuan untuk mendorong masyarakat untuk berpikir keras agar terus menciptakan sesuatu hal yang baru, sehingga mendorong masyarakat untuk mendapatkan suatu pemasukan atau pendapatan guna memenuhi kebutuhan hidup mereka.

Memperoleh pendapatan merupakan tujuan utama dari pelaku usaha. Karena apabila ada keuntungan, maka bisnis usaha akan berjalan dengan baik dan mampu bertahan selama menjalankan usaha tersebut. Ikatan Akuntan Indonesia (2019) mengungkapkan pada Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) mendefinisikan pendapatan merupakan penghasilan yang timbul pada pelaksanaan aktiva entitas yang biasa dikenal dengan sebutan seperti penjualan, imbalan, bunga, dividen, *royalty* dan sewa. Dalam bisnis,

pendapatan usaha merupakan jumlah uang yang diterima oleh suatu usaha dari aktivitasnya, baik dari penjualan produk ataupun jasa kepada pelanggan.

Bisnis *franchise* adalah bentuk kerja sama usaha antara pemilik merk dagang, produk, atau sistem operasional dengan pihak yang mendapatkan izin untuk pemakaian merek, produk, serta sistem operasional tersebut untuk menjalankan sebuah usaha. Usaha *franchise* menawarkan keuntungan bagi pihak yang menjalankannya, baik sebagai pemilik atau pembeli hak bisnis *franchise* sendiri. Di Indonesia istilah *franchise* disebut dengan “waralaba” yang berarti usaha dengan keuntungan lebih atau laba istimewa. Pihak yang memberi *franchise* disebut *franchisor*, sedangkan pihak yang menerima waralaba disebut *franchisee*. Bisnis juga dianggap menarik serta menguntungkan bagi perkembangan bisnis di Indonesia. Perkembangan bisnis dengan konsep ini mulai merambat dari kota-kota besar hingga ke daerah kota-kota kecil. Berdasarkan catatan dari Kemendag RI terdapat 698 merek usaha waralaba. Jumlah tersebut terdiri dari 63% waralaba lokal dan 37% sisanya adalah waralaba mancanegara. Waralaba yang berkembang dan disukai masyarakat Indonesia kebanyakan ialah dari kuliner jenis makanan dan minuman. Akan tetapi di Indonesia juga terdapat pula waralaba yang bergerak pada bidang lainnya seperti pendidikan, perawatan kecantikan, ritel kebutuhan harian, hingga apotek, dan lain sebagainya. Potensi waralaba dalam negeri sangat besar dan terdapat kelebihan apabila menjalankan bisnis waralaba, namun disamping itu pula terdapat beberapa kelemahan yang masih harus dibenahi.

Dalam menjalankan usaha juga terdapat banyak tantangan dalam menjalankannya, diantaranya yaitu kompetitor bisnis yang ketat menyebabkan

persaingan yang ketat pula dimana banyak usaha *franchise* yang dijalankan namun beberapa diantaranya tidak dapat bertahan lama karena tidak mampu bersaing dengan kompetitor lain. Tak terkecuali pada daerah Tanjungpinang, Kepulauan Riau dimana juga mengalami kasus penutupan beberapa usaha *franchise* dikarenakan tidak dapat bertahan dan beroperasi pada jangka waktu yang panjang.

**Tabel 1.1**  
**Usaha *Franchise* yang Mengalami Kerugian**

No	Nama Usaha	Jenis Waralaba	Alamat Usaha
1.	Holland Bakery	Makanan	Jl. Ir. Sutami No.9 Jl. D.I Panjaitan KM9
2.	Hei-Hei Boba	Minuman	Jl. Ir. Sutami
3.	Solaria	Restoran (Makanan dan minuman)	Tanjungpinang City Centre
4.	Maxx Coffee	Café (minuman)	Tanjungpinang City Centre
5.	Batagor Ihsan	Makanan	Jl. Ir. Sutami No. 75 (Suka Berenang)
6.	Bumbu Desa	Restoran (Makanan dan Minuman)	Jl. Raja Ali Haji No 36/102 (Pamedan)
7.	Brun Brun Paris	Kosmetik	Tanjungpinang City Centre
8.	Bread Talk	Makanan	Ramayana

*Sumber: Data diolah peneliti (2023)*

Adanya beberapa kasus tersebut diantaranya pada bidang kuliner makanan dan minuman serta bidang kosmetik yang dengan terpaksa menutup usahanya karena pendapatan tidak dapat menutupi seluruh beban serta modalnya. Fenomena tutupnya usaha ini tentu bisa menjadi ukuran bagi siapapun yang akan membuka usahanya di Tanjungpinang. Setiap usaha mengalami berbagai macam resiko yang harus dihadapi demi menyelamatkan usahanya pada masa yang akan datang. Tantangan yang harus dijalankan oleh pelaku usaha *franchise* adalah harus mampu menjaga persaingan dan mempertahankan usahanya dengan melakukan berbagai

cara salah satunya yaitu meningkatkan penjualan dengan melakukan upaya atau menyalurkan usaha dengan perkembangan atau keadaan saat ini.

Perkembangan teknologi pada sistem pembayaran merupakan gaya hidup masyarakat pada zaman modern saat ini. Sistem pembayaran yang berawal dari uang tunai sebagai alat pembayaran, kini telah berkembang menjadi pembayaran non tunai. Hal ini terjadi dikarenakan adanya perubahan sistem pembayaran yang mengikuti perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi memberikan pengaruh terhadap perkembangan sistem pembayaran saat melakukan transaksi. Sistem pembayaran merupakan sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang dipakai untuk melakukan pemindahan serta guna untuk memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Perkembangan zaman saat ini menyebabkan meningkatnya teknologi yang berpengaruh pada sistem pembayaran dengan beraneka ragam aplikasi yang telah digunakan masyarakat sebagai sarana pembayaran non tunai. Sistem pembayaran non tunai diawali dengan adanya *payment card* yang berbentuk seperti kartu kredit dengan tujuan menggantikan pembayaran tunai. Penggunaan teknologi digital di Indonesia akan berdampak dan memberi pengaruh bagi beberapa sektor, salah satunya yaitu sektor bisnis.

*Electronic payment* atau *e-payment* merupakan sistem pembayaran dengan bantuan fasilitas internet sebagai perantaranya. Pembayaran dengan menggunakan metode ini terkesan sangat memudahkan penjual dan pembeli dalam proses transaksi pembayaran. Seiring berkembangnya zaman dan pengetahuan, maka minat dalam menggunakan metode ini cukup banyak digunakan oleh pelaku usaha



yang menjadikan *e-payment* ini sebagai salah satu metode pembayaran. Beberapa jenis *electronic payment* yang digunakan di Indonesia seperti *e-wallet*, *QRIS (Quick Response Code Indonesian Standart)*, Transfer Bank, *Paypal*, dan Kartu Kredit.

Dengan tingkat persaingan yang terus meningkat, jenis-jenis uang berbasis elektronik memberi promosi dengan cara seperti pemberian potongan harga (*price discount*) dan juga diberi cashback bagi penggunaanya. Pihak merchant juga akan terus mengupayakan penerapan transaksi berbasis non tunai ini. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah merchant yang menyediakan layanan pembayaran non tunai. Hal ini mendukung terjadinya kegiatan transaksi pembelian oleh konsumen. Manfaat dari penyediaan pembayaran menggunakan *e-payment* yaitu transaksi menjadi cepat dan efisien, meningkatkan produktivitas.

*Price discount* ialah penyesuaian harga untuk pelanggan atas reaksi-reaksi tertentu, seperti pembayaran tagihan lebih awal, volume pembelian, dan pembelian di luar musim. pemotongan atau pengurangan harga suatu produk yang ditawarkan kepada pembeli dengan tujuan mendorong pembeli dalam jumlah yang besar yang nantinya akan berdampak pada volume penjualan serta peningkatan pendapatan. Potongan harga sangat efektif dalam menarik peminat dan merangsang pembeli untuk membeli produk yang ditawarkan. Indikator dari *price discount* atau potongan harga yaitu terdiri dari besarnya potongan harga, masa potongan harga, dan jenis produk yang mendapat potongan harga.

Agar usaha dapat terus berjalan dan mencapai tujuan dari usaha tersebut maka diperlukan upaya untuk mempertahankan dalam mengelola usaha. Diperlukan pula ilmu yang mengatur tentang perilaku keuangan agar mampu

mengelola keuangan usaha dan menciptakan keputusan yang baik. Perilaku keuangan merupakan rangkaian aktivitas mengatur keuangan mulai dari perencanaan, penggalan sumber daya biaya, pembukuan, pembelanjaan, pengawasan dan pertanggungjawaban serta pelaporan keuangan agar institusi keuangan dapat berjalan dengan efektif dan efisien sesuai kebutuhan tanpa menimbulkan masalah bagi pengelola itu sendiri.

*Financial behavior* merupakan kemampuan atau tindakan yang dilakukan seseorang dalam mengatur dan mengelola keuangan, mulai dari perencanaan, pembelanjaan, penyimpanan, pembukuan, pengawasan dan pertanggung jawaban dari sumber daya keuangan yang dimilikinya. *Financial behavior* atau perilaku keuangan bertujuan untuk mengelola keuangan dengan membuat berbagai kebijakan dalam pengadaan, serta penggunaan keuangan guna mewujudkan kegiatan perencanaan, pertanggung-jawaban serta pengawasan keuangan itu sendiri. *Financial behavior* merupakan ilmu yang menggabungkan antara teori ekonomi dengan teori psikologi serta sosiologi pada ilmu keuangan yang digunakan dalam membuat suatu keputusan. Perilaku Keuangan mempelajari bagaimana manusia secara aktual berperilaku dalam sebuah penentuan keuangan. Khususnya, mempelajari bagaimana psikologi dapat memengaruhi keputusan keuangan seseorang berupa tindakan yang dilakukan mulai dari perencanaan, pembelanjaan, pembukuan dan pertanggungjawaban dari sumber keuangan yang dimilikinya. Banyak sekali orang yang tidak tahu bagaimana mengelola keuangan yang mereka dapat dan yang mereka miliki, sehingga mereka mengalami kesulitan keuangan. Pentingnya pengetahuan keuangan tersebut dapat membantu pelaku usaha dalam

mengelola keuangan, mengalokasi uang dalam pengembangan usahanya serta persiapan dalam menghadapi kesulitan keuangan yang akan terjadi pada usahanya.

**Tabel 1.2**  
**Laporan Pendapatan Kotor Usaha *Franchise***  
**Tahun 2023**

<b>Nama Franchise</b>	<b>JAN</b>	<b>FEB</b>	<b>MAR</b>	<b>APR</b>	<b>MEI</b>
Ninja Xpress	2.533.100.347	2.249.889.716	2.801.765.510	3.270.463.327	2.427.033.194
Justmine	161.500.000	160.000.000	145.000.000	170.000.000	130.000.000
Nyot Nyot Thai Tea	7.670.000	7.810.000	7.835.000	8.155.000	8.440.000
Best Tea	6.380.000	6.550.000	6.210.000	7.010.000	6.875.000

*Sumber: Data diolah peneliti (2023)*

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa pada laporan pendapatan usaha *franchise* pada bidang logistik Ninja Express pendapatan tertinggi yaitu sebesar Rp 3.270.463.327, pada usaha *franchise* bidang kecantikan Justmine pendapatan tertinggi sebesar Rp 170.000.000, pada usaha *franchise* Nyot-Nyot Thai Tea pendapatan tertinggi sebesar Rp 8.440.000 dan pada usaha *franchise* Best Tea pendapatan tertinggi sebesar Rp 7.010.000. Melihat kondisi seperti ini hal yang mendorong terhadap pendapatan adalah penggunaan *electronic payment*, penerapan *price discount* untuk menambah kuantitas pembelian yang mampu mempengaruhi pendapatan, serta pengetahuan *financial behavior* atau sikap keuangan dalam menangani keuangan pada suatu usaha tersebut agar usaha dapat bertahan dan beroperasi dalam jangka waktu yang lama.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis memiliki tujuan dan ingin melakukan pembuktian tentang apakah dari variabel *electronic payment*, *price discount*, dan *financial behavior* memiliki pengaruh terhadap pendapatan. Dikarenakan hal tersebut, maka dengan ini penulis tertarik dalam melakukan

penelitian yang berjudul “**Pengaruh *electronic payment*, *price discount*, dan *financial behavior* terhadap pendapatan pada usaha *franchise* di Tanjungpinang**”.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas, maka peneliti mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan *electronic payment* berpengaruh terhadap pendapatan pada usaha *franchise* di Tanjungpinang?
2. Apakah *price discount* berpengaruh terhadap pendapatan pada usaha *franchise* di Tanjungpinang?
3. Apakah *financial behavior* berpengaruh terhadap pendapatan pada usaha *franchise* di Tanjungpinang?
4. Apakah *electronic payment*, *price discount*, dan *financial behavior* berpengaruh terhadap pendapatan pada usaha *franchise* di Tanjungpinang?

### **1.3 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini, dimana peneliti hanya berfokus pada *electronic payment*, *price discount*, dan *financial behavior* untuk mengetahui pengaruhnya terhadap pendapatan pada usaha *Franchise* yang ada di Tanjungpinang.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *electronic payment* terhadap pendapatan usaha *franchise* di Tanjungpinang.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari *price discount* terhadap pendapatan pada usaha *franchise* di Tanjungpinang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *financial behavior* terhadap pendapatan pada usaha *franchise* di Tanjungpinang.
4. Untuk mengetahui pengaruh *electronic payment*, *price discount*, dan *financial behavior* terhadap pendapatan pada usaha *franchise* di Tanjungpinang.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi perkembangan secara akademisi maupun kepentingan praktisi. Kegunaan penelitian yang diharapkan terbagi menjadi dua, yaitu:

### **1.5.1 Kegunaan Ilmiah**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan atau pengetahuan sehingga dapat dijadikan referensi terkait dengan penelitian yaitu Pengaruh *Electronic payment*, *price discount*, dan *financial behavior* terhadap pendapatan pada usaha *franchise* di Tanjungpinang serta diharapkan dapat berguna dalam membuat penelitian dimasa yang akan datang sebagai bahan referensi.

### 1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi para pemilik usaha *franchise*, sebagai bahan pertimbangan untuk dapat memajukan usahanya lewat metode pembayaran yang mengikuti era digital (*electronic payment*).
2. Bagi pemerintah, yaitu sebagai acuan untuk membantu, mendukung, dan mengedukasi para pemilik usaha *franchise* agar terus berkembang.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Adanya sistematika penulisan adalah untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan. Sistematika penelitian penulisan ini ialah sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Terdiri atas latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bagian bab ini membahas mengenai landasan teori, teori - teori yang memiliki relevansi atau yang digunakan sebagai acuan berbagai masalah dan juga berisi kerangka pikiran.

#### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini terdiri dari metode penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, batasan operasional variabel serta metode analisis data.

**BAB IV                    PEMBAHASAN**

Bab ini membahas mengenai gambaran umum pada objek penelitian, penyajian data, analisis hasil penelitian dan pembahasannya.

**BAB V                    PENUTUP**

Pada bab terakhir ini berisi kesimpulan dari penelitian serta berisi saran peneliti untuk objek yang diteliti.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Teori**

##### **2.1.1 Pendapatan**

Pendapatan merupakan faktor penting pada suatu perusahaan, karena pendapatan akan mempengaruhi tingkat laba yang diharapkan akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Pendapatan sangat berpengaruh bagi keseluruhan hidup suatu usaha, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan suatu usaha dalam membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh pelaku usaha. Menurut Harnanto (2022), menuliskan bahwa pendapatan merupakan kenaikan atau bertambahnya aset dan penurunan atau berkurangnya liabilitas perusahaan yang merupakan akibat dari suatu aktivitas pengadaan barang dan jasa kepada konsumen.

Pendapatan usaha merupakan arus kas masuk atau kenaikan dalam aset penilik beban entitas atau gabungan keduanya dalam masa tertentu yang diperoleh dari produksi barang, menyediakan layanan untuk kegiatan implementasi lainnya berupa gerakan pokok perusahaan yang sedang berjalan (Anshari & M, 2019).

##### **2.1.1.1 Sumber Pendapatan**

Sumber pendapatan pada suatu usaha selain dengan memperoleh pendapatan yang berasal dari kegiatan utama, usaha juga bisa memperoleh pendapatan yang berasal dari kegiatan transaksi lainnya. Oleh karena itu pendapatan dapat dibedakan pada dua kelompok yaitu terdiri atas Pendapatan Operasional dan juga Pendapatan Non Operasional. Klasifikasi sumber pendapatan yang telah dikemukakan oleh Kusnadi (2019), yaitu sebagai berikut:



## 1. Pendapatan Operasional

Pendapatan operasional merupakan hasil yang didapatkan secara langsung dari kegiatan operasional suatu perusahaan sebagai hasil usaha pokok yang dilakukan oleh suatu usaha. Pendapatan operasional merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar perusahaan atau usaha mendapatkan suatu keuntungan yang diperoleh. Pendapatan operasional diperoleh dari dua sumber yaitu:

- a. Penjualan kotor merupakan jumlah awal pembebanan sebelum dikurangi penjualan return serta potongan penjualan
- b. Penjualan bersih merupakan penjualan yang didapat dari penjualan kotor yang dikurangi return perusahaan kemudian ditambah potongan penjualan lainnya.

## 2. Pendapatan Non operasional

Pendapatan non operasional merupakan pendapatan yang diterima oleh pelaku usaha yang tidak ada hubungannya dengan usaha pokok yang dilakukan suatu usaha dalam kegiatannya. Pendapatan non operasional didapat dari dua sumber yaitu:

- a. Pendapatan sewa atau disebut juga dengan *rent earned* merupakan suatu pendapatan yang didapat oleh perusahaan karena telah menyewakan aktivitya untuk perusahaan lain.
- b. Pendapatan bunga yang didapat atau diterima karena telah meminjamkan uangnya kepada pihak lainnya. Pendapatan bunga juga dapat diperoleh dari individu atau perusahaan melalui dana yang disimpan.

### **2.1.1.2 Indikator Peningkatan Pendapatan**

Indikator indikator peningkatan pendapatan menurut Fitroh (2023) yaitu meliputi :

1. Penghasilan yang diterima perbulan
2. Pekerjaan
3. Beban yang ditanggung

### **2.1.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan**

Pendapatan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu diantaranya sebagai berikut:

#### 1. Produk

Produk merupakan barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan. Salah satu tugas utama dari manajemen penjualan adalah desain produk yaitu mereka merupakan pemberi saran perbaikan yang diperlukan desain produk dengan akibat dari keluhan para pelanggan.

#### 2. Harga

Harga merupakan suatu nilai tukar atau jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk yang diinginkan. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa.

#### 3. Distribusi

Distribusi merupakan kegiatan pemasaran atau perantara barang dari produsen ke konsumen, apabila semakin luas pendistribusiannya maka juga akan mempengaruhi penjualan promosi.

#### 4. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama menginformasikan, mempengaruhi dan mengingatkan konsumen agar memilih program yang diberikan perusahaan.

Terdapat pula faktor-faktor yang memberikan pengaruh terhadap pelaku usaha adalah :

1. Modal

Modal merupakan semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan secara langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi untuk menambah pendapatan. Modal terdiri dari barang atau uang yang kemudian diproduksi oleh tenaga kerja yang akan menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa baru.

2. Upah

Upah merupakan penerimaan imbalan dari si pemberi kerja atau pengusaha kepada si penerima kerja untuk pekerjaan atau jasa yang telah dilakukan.

3. Pengalaman usaha

Pengalaman kerja merupakan proses pembentukan pengetahuan dan keterampilan dalam melaksanakan tugas atau pekerjaannya.

#### **2.1.1.4 Jenis-Jenis Pendapatan**

1. Pendapatan Bersih

Pendapatan bersih merupakan hasil yang didapat oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan perhitungan potongan-potongan tertentu dan sesudah dikurangi pajak langsung.

2. Pendapatan diterima di Muka

Pendapatan diterima di muka merupakan pendapatan yang belum diakui atau dicatat sebagai utang pada saat penerimaannya. Pendapatan tersebut baru akan diakui sebagai pendapatan apabila perusahaan telah menyelesaikan kewajibannya berupa pengiriman barang atau penyerahan jasa kepada pihak yang bersangkutan.

### 3. Pendapatan Lain-Lain

Pendapatan lain lain merupakan pendapatan yang berasal dari sumber-sumber di luar kegiatan utama perusahaan, dimana tidak termasuk dalam pendapatan yang berasal dari operasi. Misalnya bunga, sewa, dividen, dan laba penjualan aktiva tetap.

### 4. Pendapatan Permanen

Pendapatan permanen merupakan penghasilan rata-rata yang diharapkan dalam perusahaan selama perusahaan tersebut berdiri. Pendapatan ini selalu diterima pada setiap periode tertentu dan dapat diperkirakan sebelumnya.

### 5. Pendapatan Uang

Pendapatan uang adalah pendapatan rumah tangga konsumsi atau rumah tangga produksi dalam bentuk suatu kesatuan moneter.

### 6. Pendapatan Usaha

Pendapatan usaha merupakan pendapatan yang berasal dari kegiatan utama yang dijalankan. Pendapatan usaha merupakan unsur utama dalam menentukan tingkat laba yang didapat dari suatu usaha sebagai suatu prestasi perusahaan dalam mengoperasikan perusahaan atau usahanya dalam periode tertentu.

## **2.1.2 *Electronic Payment***

### **2.1.2.1 Definisi *Electronic Payment***

Menurut (Hanafi, 2019), *Electronic payment* merupakan suatu sistem yang menyediakan alat-alat untuk pembayaran barang atau jasa yang dilakukan dengan internet secara online. *Electronic payment* biasanya digunakan oleh suatu perusahaan dengan menjalin kerja sama dari sejumlah lembaga perbankan.

*Electronic payment* atau alat pembayaran non-tunai merupakan alat pembayaran dalam bentuk elektronik, yang mana nilai uangnya disimpan pada media elektronik tertentu. *E-payment* sering disebut juga sebagai uang elektronik (*Electronic Money*). Pengguna *electronic payment* harus menyetorkan uangnya terlebih dahulu kepada penerbit kemudian disimpan dalam media elektronik sebelum digunakan untuk keperluan bertransaksi. Ketika digunakan, nilai uang elektronik yang tersimpan dalam media elektronik akan berkurang sebesar nilai transaksi yang dikeluarkan kemudian setelahnya dapat mengisi kembali saldo (*top-up*). Media elektronik untuk menyimpan nilai uang elektronik dapat berupa chip ataupun server.

Penggunaan uang elektronik ini sebagai alat pembayaran yang praktis dan inovatif sehingga diharapkan dapat membantu kelancaran pembayaran kegiatan ekonomi dengan cepat agar perkembangannya dapat membantu kelancaran transaksi pada bidang transportasi seperti kereta bus umum, kereta api maupun angkutan umum lainnya serta transaksi di minimarket, *food court*, pajak, parkir dan layanan samsat. Perkembangan *Electronic payment* diharapkan dapat digunakan sebagai alternatif alat pembayaran non tunai yang dapat menjangkau masyarakat

yang selama ini belum mempunyai akses kepada sistem perbankan. Oleh karena itu, pemerintah menyarankan bagi para pelaku usaha atau pemilik usaha agar dapat bersaing dengan mengikuti perkembangan zaman yaitu salah satunya dengan cara mengadopsi teknologi di bidang *financial* yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan penjualan dan manajemen keuangan (Eka Wulandari Putri, 2022).

### **2.1.2.2 Sistem Pembayaran *E-Payment***

Terdapat beberapa Sistem pembayaran dalam *Electronic payment* yaitu seperti:

#### 1. *E-Cash*.

*E-cash* merupakan jenis *electronic payment* yang hanya digunakan untuk transaksi *online*. Kelebihan jenis *e-payment* ini ialah nomor ponsel pengguna digunakan sebagai nomor rekening untuk *e-cash*. Contoh dari *e-cash* ialah Flazz dari produk bank BCA, MTT dari PT MRT, Brizzi dari produk bank BRI, dan lain-lain.

#### 2. *E-Checks*

Cek elektronik atau *e-check* merupakan cek yang diterbitkan dan memilikitanda tangan elektronik. *E-check* dapat digunakan untuk melakukan pembayaran dan dapat di ubah menjadi uang tunai di bank untuk melakukan penarikan yang telah di tentukan. Dibandingkan dengan cek fisik, *e-check* dibuat dengan tujuan untuk menawarkan perlindungan keamanan yang lebih baik. Dengan adanya *e-check* maka tidak perlu lagi khawatir kehilangan cek kosong, pembayaran hilang atau terhenti.

#### 3. *E-Wallet*

*Electronic wallet* atau dikenal sebagai dompet elektronik, merupakan jenis *electronic payment* yang pertama. Dompet elektronik memiliki fungsi yang sama dengan dompet fisik yaitu untuk memungkinkan kamu menyimpan uang, tetapi uang yang disimpan pada elektronik. *E-wallet* ini dapat digunakan untuk membayar pembelian *online* dengan memberikan pengguna akses ke situs belanja yang menawarkan opsi pembayaran *e-wallet*. Terdapat beberapa contoh dari jenis-jenis *electronic wallet* yaitu seperti OVO, Gopay, DANA, Shopeepay, Flip, dan lain lain.

#### 4. *Micropayment*

*Micropayment* atau disebut juga dengan *Microtransaction* yang merupakan transaksi dalam jumlah kecil, misalnya untuk mengakses game maupun informasi.

#### 5. *Smartcard*

*Smart Card* sebuah kartu chip atau disebut juga dengan *Integrated Circuit Card (ICC)*. *Integrated Circuit Card* merupakan kartu berukuran kecil yang dapat dimasukkan ke dalam saku dengan sirkuit terpadu yang tertanam. *Smart card* dapat memberikan identifikasi, otentikasi, penyimpanan data dan pemrosesan aplikasi, sehingga kartu tersebut dapat dijadikan sebagai alat pembayaran elektronik.

#### 6. *Payment Card*

*Payment Card* merupakan bagian dari sistem pembayaran yang dikeluarkan oleh lembaga keuangan, seperti bank yang memberikan pelanggan yang memungkinkan memiliki kartu untuk dapat mengakses dana di rekening bank tersebut. Salah satu contoh *payment card* yang paling umum adalah kartu debit dan kartu kredit.

### 2.1.2.3 Manfaat Penggunaan *E-Payment*

Manfaat dari penggunaan *electronic payment* adalah :

1. Transaksi menjadi lebih efektif dan efisien

Sistem pembayaran menggunakan *electronic payment* ini lebih efektif dan efisien daripada pembayaran secara tunai.

2. Menjual lebih banyak

Manfaat penggunaan *e-payment* ialah menjual lebih banyak barang, dimana penjualan yang meningkat berarti keuntungan yang didapat juga lebih besar. Menurut data Badan Pusat Statistik 2020, jenis barang yang paling banyak terjual adalah makanan, minuman. Sektor-sektor ini menjadi pertimbangan jika hendak memulai usaha.

3. Meningkatkan produktivitas

Bagi para pelaku usaha atau pebisnis, dengan menyediakan layanan *electronic payment* dapat memaksimalkan fungsi *electronic payment* dalam menghemat waktu dan menghemat tenaga sehingga dapat digunakan untuk hal yang lain.

4. Banyak promosi

Promosi yang disediakan dari layanan *electronic payment* tentu saja menjadi menarik. Promosi dapat membust pengguna semakin tertarik dan memanfaatkan *e-payment* untuk mendapatkan harga yang lebih murah.

5. Tidak perlu repot membawa uang tunai

Keuntungan yang dirasakan dari penggunaan *electronic payment* ialah salah satunya tidak perlu lagi repot-repot membawa uang tunai yang terkesan ribet.



Pengguna juga dapat menghindari menunggu kembalian tanpa membuang waktu dengan pembayaran elektronik.

#### **2.1.2.4 Pihak-Pihak dalam Penyelenggara *E-Payment***

##### 1. Pemegang kartu

Pemegang kartu merupakan seseorang yang namanya telah tercantum pada kartu, pengguna atau pemegang yang sah atau yang bersangkutan dari uang elektronik. Pemegang kartu juga disebut sebagai seorang nasabah yang telah mendapatkan persetujuan fasilitas dalam bentuk kartu yang namanya tercantum.

##### 2. Prinsipal

Prinsipal merupakan bank atau lembaga selain bank yang bertanggung jawab atas pengelolaan sistem dan/atau jaringan antar anggotanya, baik yang berperan sebagai penerbit atau *acquire*. Dalam proses terjadinya transaksi uang elektronik yang kerjasama dengan anggotanya didasarkan atas suatu perjanjian tertulis.

##### 3. Penerbit

Penerbit merupakan bank atau lembaga selain bank yang menerbitkan uang elektronik.

##### 4. *Acquirer*

*Acquirer* merupakan bank atau lembaga selain bank yang melakukan kerjasama dengan pedagang (*merchant*), yang dapat memproses uang elektronik yang diterbitkan oleh pihak lain sebagai alat transaksi. Pada aktivitas ini, *acquirer* harus memiliki izin dari pihak pengatur finansial dan skema kartu.

##### 5. Penyelenggara kliring

Penyelenggara kliring merupakan bank atau lembaga selain bank yang melakukan perhitungan hak dan kewajiban keuangan masing- masing penerbit atau *acquirer* dalam rangka transaksi uang elektronik.

#### 6. Penyelenggara penyelesaian akhir

Penyelenggara penyelesaian akhir adalah bank atau lembaga selain bank yang melakukan dan bertanggung jawab terhadap penyelesaian akhir atas hak dan kewajiban keuangan masing-masing penerbit atau *acquirer* dalam rangka transaksi uang elektronik berdasarkan hasil perhitungan dari penyelenggara kliring.

### **2.1.2.5 Indikator *Electronic Payment***

Indikator *electronic payment* yaitu sebagai berikut :

#### 1. Kebebasan (*Independence*)

#### 2. Portabilitas

Portabilitas merupakan tingkat kemudahan atau kesulitan dan perlindungan pengguna

#### 3. Keamanan

#### 4. Kemudahan pengguna

#### 5. Biaya transaksi (*Transaction fee*)

Merupakan biaya yang dikenakan setiap kali melakukan proses transaksi

#### 6. Peraturan (*Regulacy*)

### **2.1.3 Price Discount**

#### **2.1.3.1 Pengertian *Price Discount***

Menurut Rahman (Nisa Ulmaghfiroh, 2021), *price discount* merupakan strategi dimana konsumen ditawarkan harga barang yang sudah diturunkan. Diskon

sebagai pengurangan nilai pada suatu transaksi juga dapat diartikan sebagai potongan harga atau pengurangan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli dengan alasan tertentu. *Price Discount* merupakan potongan terhadap harga yang telah ditentukan oleh pelaku bisnis dalam jangka waktu yang sudah ditetapkan. Dalam menentukan potongan harga, pelaku bisnis juga tertentu harus memastikan apabila potongan harga atau *price discount* yang ditetapkan memiliki strategi juga tidak memiliki pengaruh buruk dan dapat menarik perhatian para pembeli.

*Price discount* merupakan kegiatan penghematan yang ditawarkan oleh penjual kepada konsumen dari harga normal suatu produk yang telah tertera. Menurut (Siskawati, 2023), dengan adanya *discount* maka konsumen akan melakukan pembelian pada customer deals yang nantinya dapat mempengaruhi peningkatan penjualan pada produk yang dijual. *Price discount* atau potongan harga dapat memberikan beberapa keuntungan diantaranya yaitu untuk menarik konsumen membeli dalam jumlah atau kuantitas yang terbilang banyak, mendukung perdagangan pada jumlah yang besar, dan sebagai antisipasi persaingan usaha.

### **2.1.3.2 Tujuan *Price Discount***

Tujuan dari pemberian *price discount* atau potongan harga adalah:

1. Efektifitas diskon

Efektifitas diskon yaitu untuk mengetahui seberapa besar dampak dari diskon yang diberikan ke konsumen.

2. Meningkatkan kuantitas pembelian

Dengan diberikannya diskon atau potongan harga maka diharapkan dapat mempengaruhi jumlah barang yang akan dibeli oleh konsumen. Biasanya pada saat diskon, konsumen akan membeli produk dengan kuantitas yang banyak.

### 3. Harga

Dengan adanya diskon atau potongan harga yang diberikan maka dapat mengurangi jumlah pengeluaran konsumen.

### 4. Mengikat konsumen

Pemberian diskon dapat mengikat konsumen agar konsumen tertarik dan membeli produk yang diberikan diskon.

#### **2.1.3.3 Jenis-Jenis *Price Discount***

Beberapa jenis-jenis diskon yang dikemukakan oleh Fauzi (2018), ialah sebagai berikut:

#### 1. Diskon Tunai

Diskon tunai adalah potongan atau pengurangan harga untuk pembeli untuk segera membayar tagihannya.

#### 2. Diskon Kuantitas

Diskon kuantitas merupakan pengurangan harga yang ditujukan kepada pembeli yang akan membeli dalam kuantitas atau jumlah yang besar. Diskon kuantitas ini harus ditawarkan sama kepada semua pelanggan dan tidak boleh melebihi penghematan biaya yang diperoleh penjual dikarenakan menjual dalam jumlah besar.

#### 3. Diskon Fungsional

Diskon fungsional atau disebut juga dengan diskon perdagangan merupakan diskon yang ditawarkan oleh produsen kepada para anggota saluran distribusinya apabila mereka melakukan fungsi-fungsi tertentu seperti menjual, menyimpan, ataupun melakukan pencatatan.

#### 4. Diskon Musiman

Diskon musiman merupakan diskon atau pengurangan harga yang ditujukan untuk pembeli yang akan membeli barang atau jasa diluar musimnya. Produsen akan menawarkan diskon musiman untuk pengecer pada musim atau *event* tertentu untuk mendorong pemesanan agar dilakukan pemesanan produk lebih awal.

##### **2.1.3.4 Indikator Pengukuran *Price Discount***

Indikator pengukuran diskon yaitu terdiri dari:

1. Besarnya potongan harga
2. Masa potongan harga

Menerapkan diskon juga terdapat masa atau jangka waktu yang ditentukan

3. Jenis produk yang mendapatkan potongan harga

Terdapat pula dimensi dalam diskon diantaranya adalah:

1. Besarnya pengurangan harga,
2. Jangka waktu pengurangan harga
3. Jenis-jenis produk yang mendapatkan pengurangan harga

##### **2.1.3.5 Faktor yang Mempengaruhi *Discount***

Beberapa faktor pemberian diskon pada suatu produk atau jasa yaitu sebagai berikut:

1. Produk melimpah

Strategi diskon dilakukan apabila jumlah produk yang ada sudah terbilang cukup melimpah atau melebihi jumlah permintaan yang ada. Oleh karena itu, dari itu diperlukan langkah agar stok produk yang besar tidak mengalami kemacetan atau menumpuk. Hukum ekonomi menyebutkan bahwa besarnya supply yang tidak dibarengi peningkatan demand akan mendorong terjadinya penurunan harga.

## 2. Rendahnya permintaan pasar

Ketika diskon diterapkan dengan melalui trik promosi yang memikat sehingga berhasil mengondisikan pasar dan mendorong masyarakat untuk membeli.

## 3. Persaingan harga

Bisnis yang dijalankan tentu tidak terlepas dari masalah persaingan. Adanya usaha sejenis yang terdapat pada suatu wilayah akan mendorong meningkatnya persaingan yang terjadi. Indikator yang dapat dilakukan untuk menghadapi persaingan bisnis tersebut ialah dengan menerapkan harga yang lebih rendah dibandingkan pesaing lain.

### **2.1.4 *Financial Behavior***

#### **2.1.4.1 Pengertian *Financial Behavior***

Menurut (Ayu, 2022), *Financial behavior* merupakan suatu ilmu yang mempelajari berbagai karakter individu dalam mengambil hasil keuangan, serta mengamati perilaku perseorangan yang berkenaan dengan bagaimana memperlakukannya sumber daya keuangan. Perilaku keuangan yang baik dapat dilihat dari bagaimanakah seorang individu dalam mengurus keuangan yang dimiliki oleh dirinya.

*Financial behavior* atau perilaku keuangan merupakan kemampuan atau tindakan yang dilakukan oleh seseorang dalam mengatur dan mengelola keuangan dimulai dari perencanaan, pembelanjaan, pembukuan, pengawasan, dan pertanggung jawaban dari sumber keuangan yang dimilikinya. *Financial behavior* ditujukan kepada seseorang untuk dapat bertanggung jawab dalam merencanakan, menganggarkan, mengelola, dan mengatur keuangan yang dimiliki agar dapat digunakan secara efektif dan sesuai kebutuhan tanpa menimbulkan masalah bagi pengelola itu sendiri.

#### **2.1.4.2 Tujuan *Financial Behavior***

Beberapa tujuan dari *financial behavior* adalah :

1. Perencanaan keuangan dengan membuat suatu rencana dari pemasukan hingga pengeluaran serta aktivitas lainnya pada periode atau waktu tertentu.
2. Penganggaran keuangan dengan memaksimalkan dana yang ada dengan berbagai cara.
3. Pengendalian keuangan berupa evaluasi serta perbaikan atas keuangan dan sistem keuangan.
4. Laporan keuangan sebagai penyediaan informasi tentang kondisi keuangan sekaligus sebagai bahan evaluasi
5. Pemeriksaan keuangan, melakukan audit internal atas keuangan yang ada agar tidak terdapat terjadinya kecurangan atau penyimpangan pada pelaporan.

#### **2.1.4.3 Faktor yang Mempengaruhi *Financial Behavior***

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku keuangan atau *financial behavior* yaitu terdiri dari pengetahuan keuangan (*financial knowledge*) dan sikap keuangan (*financial attitude*).

##### 1. *Financial knowledge*

*Financial knowledge* merupakan kesadaran dan pemahaman keuangan mengenai konsep dan prosedur keuangan untuk memecahkan suatu masalah keuangan.

##### 2. *Financial attitude*

*Financial attitude* atau sikap keuangan merupakan keadaan seseorang dari pikiran, pendapat, serta penilaian terhadap keuangan yang diaplikasikan kedalam sikap. Sikap keuangan tersebut dapat menciptakan dan juga dapat mempertahankan nilai melalui pengambilan keputusan yang tepat dan pengelolaan sumber daya.

#### **2.1.4.4 Indikator *Financial Behavior***

Indikator *financial behavior* atau perilaku keuangan ialah sebagai berikut :

1. membuat anggaran pengeluaran dan anggaran belanja
2. membayar tagihan tepat waktu
3. mencatat pengeluaran dan belanja (periode harian, bulanan, dan lain-lain)
4. menyediakan dana untuk pengeluaran tidak terduga

#### **2.1.4.5 Ruang Lingkup *Financial Behavior***

Secara umum, ruang lingkup akuntansi keuangan mencakup semua aspek yang berkaitan dengan pengolahan. Menurut Suriani (2022), ruang lingkup pada



akuntansi keuangan berperilaku atau *financial behavior* yaitu antara lain terdiri dari:

1. Reaksi manusia terhadap format dan isi dari pelaporan keuangan.
2. Bagaimana informasi tersebut diproses untuk keperluan pengambilan keputusan.
3. Pengembangan teknik-teknik pelaporan untuk mengkomunikasikan atau memberitahu data kepada penggunanya.
4. Pengembangan strategi untuk memotivasi serta memengaruhi perilaku, inspirasi, dan tujuan orang-orang yang menjalankan organisasi.
5. Dan hal-hal lain yang mengaitkan akuntansi, manusia, organisasi, serta masyarakat.

### **2.1.5 Franchise**

#### **2.1.5.1 Pengertian Franchise**

Bisnis *franchise* merupakan bentuk kerja sama usaha antar pemilik merek dagang, produk, atau system operasional. Kerja sama ini didelegasi kepada antar dua pihak yang berhak mendapatkan izin untuk pemakaian merek, produk, serta system operasional dalam menjalankan usaha. Pemilik *franchise* atau pemberi izin bisnis waralaba disebut sebagai *franchisor*, sedangkan pembeli izin bisnis waralaba disebut *franchisee*. *Franchise* dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan perekonomian serta memberikan kesempatan kepada pengusaha kecil maupun menengah untuk berusaha, memberikan kesempatan kerja, pemerataan lapangan kerja masyarakat.

Menurut Permendag No. 71 Tahun 2019, waralaba atau *franchise* adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap system bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Sedangkan menurut AFI (Asosiasi *Franchise* Indonesia), waralaba atau *franchise* merupakan suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, dimana pemilik merek (*franchisor*) memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis atau usaha dengan merk yang sama, nama yang sama, sistem yang sama, prosedur yang ada dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu.

### **2.1.5.2 Jenis Usaha *Franchise***

#### **2.1.5.2.1 Jenis *Franchise* Berdasarkan Produk**

Jenis *franchise* berdasarkan produk yaitu :

##### 1. *Franchise* Produk

Pada *franchise* produk ini memberi lisensi atau pemberian izin yang termasuk dengan perjanjian untuk menjalankan usaha kepada mitranya dalam menyalurkan produk yang diproduksi yaitu berupa produk fisik. Contoh usaha *franchise* pada usaha yang menjual produk adalah KFC, Pizza Hut, Chatime, Boba, dan lain sebagainya.

##### 2. *Franchise* Jasa

*Franchise* ini memberi lisensi pada mitranya untuk menyalurkan produk yang diproduksi berupa produk jasa. Contoh usaha *franchise* pada usaha ini adalah Asuransi, agen travel, Ganesha Operation, Jasa Laundry, dan lain sebagainya.

### 3. *Franchise* Campuran

*Franchise* ini memberi lisensi pada mitranya untuk menyalurkan produk jasa dan juga produk fisik.

#### **2.1.5.2.2 Jenis *Franchise* Berdasarkan Asalnya**

Jenis usaha *franchise* terdiri dari dua asal yaitu :

##### 1. *Franchise* dalam Negeri

*Franchise* dalam negeri merupakan *franchise* yang menggunakan merek yang berasal dari dalam negeri. Contoh dari *franchise* dalam negeri yaitu : CFC, Indomart, dan sebagainya

##### 2. *Franchise* Luar Negeri

*Franchise* dari luar negeri merupakan *franchise* yang menggunakan merek berasal dari luar negeri yang kemudian beroperasi didalam negeri. Contohnya seperti : KFC, MCDonalds, DIY, Pizza Hut dan lain sebagainya.

#### **2.1.5.2.3 *Franchise* Berdasarkan Cakupan Area**

Berdasarkan cakupan area, *franchise* terdiri dari :

##### 1. Unit Tunggal atau Single Unit

*Franchise* unit tunggal merupakan waralaba yang dilandasi dengan kontrak perjanjian, yang mana pemberi waralaba memberikan hak kepada seorang penerima waralaba untuk membuka dan mengoperasikan satu unit cabangnya.

##### 2. Waralaba multi unit

Merupakan perjanjian dimana *franchisor* memberikan hak kepada *franchisee* untuk membuka usaha lebih dari satu unit.

### 3. Development Area

Pada perjanjian development area, *franchisor* memberi hak kepada *franchisee* untuk pembangunan wilayah pada area tersebut.

### 4. Master Franchise

Perjanjian waralaba induk yang memberikan hak lebih kepada penerima waralaba untuk menjual waralaba kepada oranglain pada wilayah tersebut atau yang dikenal sebagai sub-waralaba. Master *franchise* ini bisa dikatakan anak perusahaan yang beroperasi di wilayah yang berbeda dari wilayah waralaba induk.

#### **2.1.5.3 Keuntungan Bisnis Franchise**

Keuntungan dari bisnis *franchise* adalah :

#### 1. Merek atau Brand sudah dikenal dan dijangkau masyarakat

Apabila seseorang membuka bisnis atau usaha *franchise*, tentunya usaha tersebut sudah memiliki merek yang telah dikenal masyarakat tentu sudah memiliki konsumen dan pasarnya sendiri sehingga pelaku usaha *franchise* tidak perlu memikirkan strategi pemasaran dan analisis persaingan.

#### 2. Kerja sama yang telah terbangun dari awal

*Franchisee* atau seseorang yang membeli waralaba tentunya akan mendapatkan keuntungan melalui kerja sama yang telah terbangun sebelumnya oleh *franchisor* atau pemberi waralaba. Contohnya seperti kerjasama dengan pemasok bahan baku, pihak pemasaran atau periklanan, dan lain sebagainya.

#### **2.1.5.4 Kelemahan Bisnis *Franchise***

Terdapat pula kelemahan dari bisnis *franchise*, yaitu :

1. Ketergantungan pada reputasi *franchise* lain

Apabila terdapat usaha *franchise* lain yang telah melakukan suatu kesalahan hingga merusak reputasi merek dagang *franchise* tersebut. Maka hal ini tentu akan berdampak bagi bisnis yang dijalankan dikarenakan nama dagang yang sama.

2. Terdapat usaha serupa

Disamping keunggulan dari suatu merek usaha *franchise*, tentu terdapat juga usaha sejenis dengan merek lainnya yang memiliki inovatif tersendiri. Oleh karena itu biasanya usaha *franchise* juga dapat mengalami kegagalan atau tantangan dalam persaingan. Hal ini diharapkan usaha *franchise* tetap mampu bertahan dan terus berinovasi selama menjalankan usaha tersebut agar usahanya dapat berjalan dalam jangka waktu yang lama.

3. Trend Pasar

Meskipun pada usaha waralaba memiliki pasar yang matang, namun para pembeli waralaba biasanya terjebak dalam trend pasar. Perilaku konsumen yang berubah-ubah terhadap trend ini mampu mempengaruhi kondisi bisnis waralaba.

## **2.2 Hubungan Antar Variabel**

### **2.2.1 Pengaruh *Electronic Payment* Terhadap Pendapatan pada Usaha *Franchise* di Tanjungpinang**

*Electronic payment* merupakan alat pembayaran non-tunai dalam bentuk elektrik. Penggunaan *electronic payment* atau uang elektronik ini sebagai alat pembayaran yang praktis dan inovatif dalam keberlangsungan transaksi

pembayaran pada kegiatan ekonomi dengan cepat agar perkembangannya dapat membantu kelancaran transaksi dan membantu pelaku usaha agar dapat bersaing dengan mengikuti perkembangan zaman menggunakan teknologi pada bidang *financial* yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan penjualan dan manajemen keuangan. Dari pernyataan ini, dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:  
H1: Pengaruh *electronic payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pada usaha *franchise* di Tanjungpinang.

### **2.2.2 Pengaruh *Price Discount* Terhadap Pendapatan pada Usaha *Franchise* di Tanjungpinang**

*Price discount* merupakan pemotongan harga terhadap harga yang telah ditentukan oleh pelaku bisnis dan harus dipastikan apabila potongan harga yang ditetapkan memiliki strategi serta menarik perhatian para pembeli. *Price discount* dapat memberikan keuntungan untuk menarik konsumen membeli dalam kuantitas atau jumlah yang banyak, mendukung perdagangan pada jumlah yang besar, dan sebagai antisipasi persaingan usaha. Dari pernyataan ini maka dibuat hipotesis seperti:

H2: Pengaruh *price discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pada usaha *franchise* di Tanjungpinang.

### **2.2.3 Pengaruh *Financial Behavior* Terhadap Pendapatan pada Usaha *Franchise* di Tanjungpinang**

*Financial behavior* atau perilaku keuangan merupakan kemampuan atau tindakan yang dilakukan oleh seorang pelaku usaha dalam mengatur dan mengelola keuangan, dimulai dari perencanaan, pembelanjaan, pembukuan, pengawasan, dan

pertanggungjawaban dalam mengatur keuangan yang dimiliki agar dapat digunakan secara efektif dan sesuai dengan kebutuhan atau kewajiban yang harus dipenuhi.

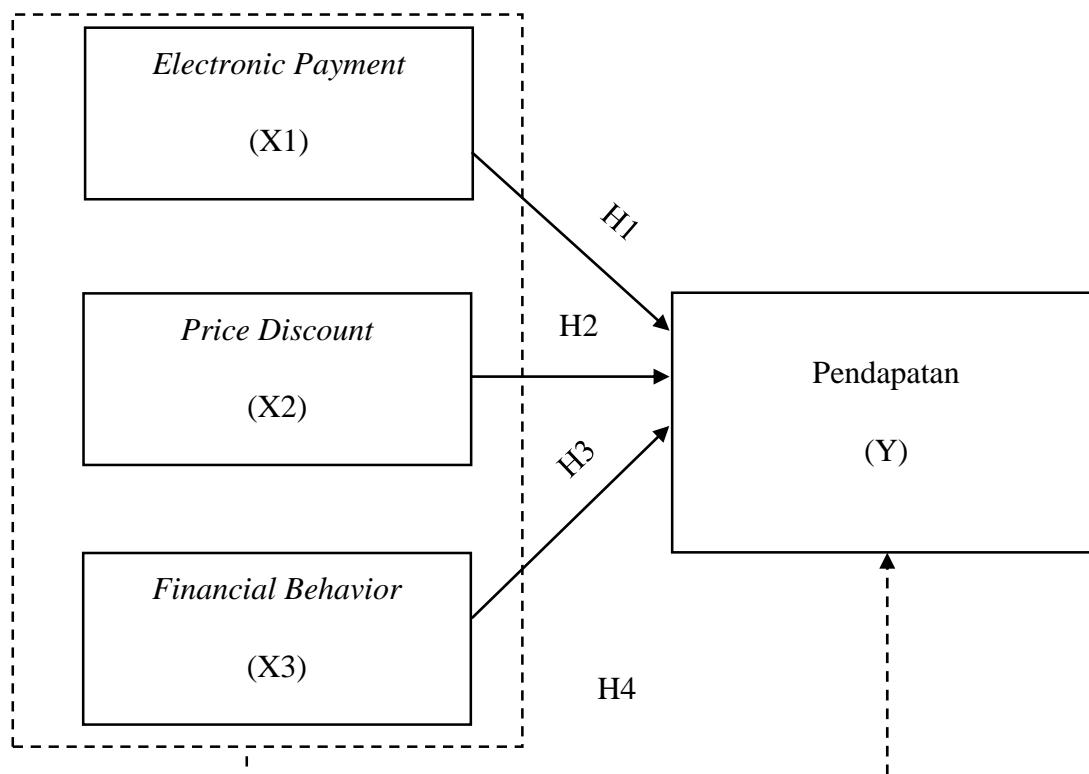
*Financial behavior* ini ditujukan kepada seseorang agar dapat bertanggung jawab dalam merencanakan, menganggarkan, mengelola, serta mengatur keuangan yang dimiliki supaya dapat digunakan secara efektif dan sesuai kebutuhan tanpa menimbulkan masalah bagi pengelola itu sendiri. Tujuan dari *financial behavior* yaitu untuk memaksimalkan dana, pengendalian keuangan berupa evaluasi, dan sebagai penyediaan informasi mengenai kondisi keuangan. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku keuangan atau *financial behavior* yaitu terdiri dari pengetahuan keuangan (*financial knowledge*) mengenai konsep serta prosedur keuangan dalam memecahkan suatu masalah keuangan yang dimiliki. Kemudian sikap keuangan (*financial attitude*) dapat menciptakan serta mempertahankan nilai melalui pengambilan keputusan yang tepat dalam pengelolaan sumber daya keuangannya.

Indikator dari *financial behavior* diantaranya ialah dengan membuat anggaran pengeluaran dan belanja, membayar tagihan, mencatat setiap masukan yang didapat serta mencatat pengeluaran dan belanja (periode harian, bulanan, tahunan dan lain-lain), serta menyediakan dana untuk pengeluaran tidak terduga. Dari pernyataan ini dibuat hipotesis sebagai berikut:

H3: Pengaruh *financial behavior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pada usaha *franchise* di Tanjungpinang.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



Sumber : Konsep yang dikembangkan untuk penelitian, 2023

Keterangan:

-----▶ = Pengujian variabel secara simultan

————▶ = Pengujian variabel secara parsial

### 2.4 Hipotesis

Berdasarkan teori dan hubungan variabel yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti membuat suatu hipotesis atas masalah yang ditentukan dalam penelitian ini:

1. H1 : Diduga *electronic payment* berpengaruh positif terhadap pendapatan pada usaha *franchise*



2. H2 : Diduga *price discount* berpengaruh positif terhadap pendapatan pada usaha *franchise*
3. H3 : Diduga *financial behavior* berpengaruh positif terhadap pendapatan pada usaha *franchise*
4. H4 : Diduga *electronic payment, price discount, financial behavior* berpengaruh positif terhadap pendapatan pada usaha *franchise*.

## **2.5 Penelitian Terdahulu**

1. Penelitian yang dilakukan oleh (Laode,2020) dengan judul Pengaruh Potongan Harga, Pembayaran Non Tunai, dan Peningkatan Harga Jual pada Startup On Demand Terhadap Perolehan Laba Merchant, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh potongan harga, pembayaran non tunai, dan peningkatan harga jual pada startup on demand terhadap perolehan laba merchant. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder yang pengukurannya dengan menggunakan skala likert. Alat Uji data yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Setelah itu menggunakan pengujian asumsi yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis yang digunakan adalah uji T, uji F dan koefisien determinasi. Data dianalisis dengan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potongan harga, pembayaran non tunai dan peningkatan harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap perolehan laba merchant. Dalam hal ini berarti bahwa potongan harga, pembayaran non

tunai, dan peningkatan harga jual memiliki peranan penting dalam perolehan laba merchant.

2. Penelitian yang dilakukan oleh (Mira Suci Utami, 2022), dengan judul *The Effect of Capital, Digital Payment, and Financial Literacy on MSME Income in Jimbaran Village*, penelitian bertujuan untuk menghitung serta menganalisis pengaruh modal, pembayaran digital, dan literasi keuangan terhadap pendapatan UMKM di Desa Adat Jimbaran, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dianalisis dengan menggunakan teknik uji analisis regresi linier berganda dengan term error 0,05. Sampel diambil sebanyak 50 UMKM yang ada di Jimbaran Kampung Adat dengan menggunakan metode purposive sampling sehingga menghasilkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *capital*, *digital payment* dan *financial literacy* secara parsial terhadap pendapatan dengan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Dan terdapat pengaruh positif yang signifikan antara modal, pembayaran digital dan literasi keuangan terhadap pendapatan secara simultan dengan tingkat signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Disimpulkan bahwa hasil penelitian yang terdiri dari H1, H2, H3 dan H4 dapat diteprima.
3. Penelitian yang dilakukan (Ayu, 2022) dengan judul Pengaruh *Financial Literacy* Dan *Financial Behavior* Terhadap Pengelolaan Keuangan Oleh Pelaku Umkm Di Kabupaten, dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor- faktor yang dapat mempengaruhi pengelolaan UMKM di Kabupaten Jember. Seiring dengan berkembangnya zaman akuntabilitas

memiliki peranan yang sangat penting dalam organisasi untuk meminimalisir resiko yang dapat terjadi. Dalam skripsi ini terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengelolaan keuangan UMKM yaitu *financial literasi* dan *finansial behavior*. Pengumpulan sampel dalam skripsi menggunakan rumus lemeshow yang mendapatkan hasil 96,04 , akan tetapi penulis mendapatkan 99 responden. Pencarian responden dilakukan di Kabupaten Jember. Data yang digunakan dalam skripsi ini yaitu data primer dengan menggunakan teknik analisis data analisis linear berganda. Pengolahan data menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 18. Hasil penelitian ini menunjukkan *financial literacy* berpengaruh positif signifikan terhadap pengelolaan keuangan oleh UMKM di Kabupaten Jember. *Financial behavior* berpengaruh positif signifikan terhadap pengelolaan keuangan oleh UMKM di Kabupaten Jember.

4. Penelitian yang dilakukan (Meyliana Safitri, 2021), dengan judul *The Effect of Financial Knowledge And The Use Of E-Money Toward Financial Behavior Of Undergraduate Students Faculty Of Economics Yogyakarta State University*, bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengetahuan keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Mengetahui pengaruh penggunaan e-money terhadap perilaku keuangan mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian komparatif. Sampel penelitian adalah sebanyak 217 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Sampel diambil dengan

menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Pengetahuan keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. (2) Penggunaan *E-money* berpengaruh negatif terhadap perilaku keuangan mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

5. Penelitian yang dilakukan oleh (Ni Putu, 2022) dengan judul Pengaruh Modal, *Digital Payment*, Dan Literasi Keuangan Terhadap Pendapatan Umkm Di Desa Adat Jimbaran, memiliki tujuan untuk menghitung dan menganalisis pengaruh modal, *digital payment*, dan literasi keuangan terhadap pendapatan UMKM di Desa Jimbaran baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data yang menggunakan uji regresi linier berganda. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan diperoleh 50 UMKM sebagai sampel. Variabel independen dalam penelitian ini, yaitu modal, *digital payment*, dan literasi keuangan, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah pendapatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di desa adat jimbaran , *digital payment* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di desa adat jimbaran, literasi keuangan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di desa

adat jimbaran dan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara modal, *digital payment*, dan literasi keuangan secara simultan terhadap pendapatan UMKM di desa adat jimbaran.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif menurut Garalka & Darmanah (2019), penelitian deskriptif untuk mengetahui variabel mandiri pada suatu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain.

#### **3.2 Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Sugiyono (2020), data primer merupakan sumber data primer yang didapat secara langsung oleh pengumpul tanpa melalui perantara. Dalam hal ini peneliti mendapatkan data secara langsung baik secara individu maupun kelompok, lisan maupun tulis. Data primer pada penelitian ini berupa jawaban dari kuesioner yang dibagikan kepada responden yang melakukan usaha *franchise* di Tanjungpinang.

#### **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu :

1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2019), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian, yaitu pada pemilik

usaha *franchise*. Dalam penyebaran kuesioner untuk mengumpulkan data, peneliti akan menyebarkan kuesioner secara langsung berupa lembar kuesioner kepada responden.

## 2. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan studi Pustaka merupakan pengumpulan data dan informasi dengan cara membaca dan menelaah buku, artikel, jurnal, dan referensi lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diangkat dalam penelitian.

## 3.4 Populasi dan Sampel

### 3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019), menjelaskan bahwa populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian diambil kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasinya adalah pelaku usaha waralaba (*franchise*) di wilayah Tanjungpinang dengan jumlah populasi sebanyak 47.

**Tabel 3. 1**  
**Populasi Penelitian**

No	Nama Usaha	Jenis <i>Franchise</i>	Produk yang di Jual
1.	Es Teh	Minuman	Barang
2.	Janji Jiwa	Makanan dan minuman	Jasa
3.	KFC	Makanan dan minuman	Barang
4.	Miniso	Aksesoris	Barang
5.	MR DIY	Aksesoris	Barang
6.	Burger Bangor	Makanan	Barang
7.	Best Tea	Minuman	Barang
8.	XXL Boba	Minuman	Barang

9.	Richeese Factory	Makanan dan minuman	Barang
10.	CFC	Makanan dan minuman	Barang
11.	Kopi To You	Minuman	Barang
12.	Taiwanese	Minuman	Barang
13.	Nyot Nyot Thai Tea	Minuman	Barang
14.	Epiz Waffle	Makanan	Barang
15.	Xie-Xie Boba	Minuman	Barang
16.	Kimia Farma	Obat obatan	Barang
17.	Kopi Lain Hati	Minuman	Barang
18.	Dom Dom Thai Tea	Minuman	Barang
19.	Justmine	Skincare	Barang
20.	Wedrink	Minuman	Barang
21.	Ninja Express	Logistic	Jasa
22.	Cooler City	Minuman	Barang
23.	The Body Shop	Body care	Barang
24.	Bobacha	Minuman	Barang
25.	Es Teh Poci	Minuman	Barang
26.	Holly Tea	Minuman	Barang
27.	Miaw Boba	Minuman	Barang
28.	Ai-cha	Minuman	Barang
29.	JNT	Logistik	Jasa
30.	Chiclin Chicken	Makanan	Barang
31.	Kopi Konnichiwa	Minuman	Barang
32.	Akademi Kopi	Minuman	Barang
33.	Roti O	Makanan	Barang
34.	Kopi KULO	Minuman	Barang
35.	Pizza Hut	Makanan dan minuman	Barang
36.	Ding Tea	Minuman	Barang
37.	FFC	Makanan dan minuman	Barang
38.	Momoyo	Minuman	Barang
39.	Kamsia Boba	Minuman	Barang
40.	JCO	Makanan dan minuman	Barang
41.	MCD	Makanan dan minuman	Barang
42.	KZL Kebab	Makanan	Barang
44.	Unicone	Minuman	Barang
44.	Kebab Babarafi	Makanan	Barang
45.	Sederhana	Makanan	Barang
46.	MAKO	Makanan	Barang
47.	Itaewon Kbobas	Minuman	Barang



*Sumber: Data diolah peneliti (2023)*

### 3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018), sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diteliti. Teknik sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* dengan pemilihan sampel yaitu sensus atau sampling total. Menurut (Sugiyono, 2022), sensus atau sampling total merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan pada populasi dibawah atau kurang dari 100, maka seluruh populasi yang ada dijadikan sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan jumlah populasi

**Tabel 3. 2**  
**Rincian Sampel Penelitian**

No	Nama Usaha	Jenis <i>Franchise</i>	Produk yang di Jual
1.	Es Teh	Minuman	Barang
2.	Janji Jiwa	Makanan dan minuman	Jasa
3.	KFC	Makanan dan minuman	Barang
4.	Miniso	Aksesoris	Barang
5.	MR DIY	Aksesoris	Barang
6.	Burger Bangor	Makanan	Barang
7.	Best Tea	Minuman	Barang
8.	XXL Boba	Minuman	Barang
9.	Richeese Factory	Makanan dan minuman	Barang
10.	CFC	Makanan dan minuman	Barang
11.	Kopi To You	Minuman	Barang
12.	Taiwanese	Minuman	Barang
13.	Nyot Nyot Thai Tea	Minuman	Barang
14.	Epiz Waffle	Makanan	Barang
15.	Xie-Xie Boba	Minuman	Barang
16.	Kimia Farma	Obat obatan	Barang
17.	Kopi Lain Hati	Minuman	Barang
18.	Dom Dom Thai Tea	Minuman	Barang
19.	Justmine	Skincare	Barang

20.	Wedrink	Minuman	Barang
21.	Ninja Express	Logistic	Jasa
22.	Cooler City	Minuman	Barang
23.	The Body Shop	Body care	Barang
24.	Bobacha	Minuman	Barang
25.	Es Teh Poci	Minuman	Barang
26.	Holly Tea	Minuman	Barang
27.	Miaw Boba	Minuman	Barang
28.	Ai-cha	Minuman	Barang
29.	JNT	Logistik	Jasa
30.	Chiclin Chicken	Makanan	Barang
31.	Kopi Konnichiwa	Minuman	Barang
32.	Akademi Kopi	Minuman	Barang
33.	Roti O	Makanan	Barang
34.	Kopi KULO	Minuman	Barang
35.	Pizza Hut	Makanan dan minuman	Barang
36.	Ding Tea	Minuman	Barang
37.	FFC	Makanan dan minuman	Barang
38.	Momoyo	Minuman	Barang
39.	Kamsia Boba	Minuman	Barang
40.	JCO	Makanan dan minuman	Barang
41.	MCD	Makanan dan minuman	Barang
42.	KZL Kebab	Makanan	Barang
44.	Unicone	Minuman	Barang
44.	Kebab Babarafi	Makanan	Barang
45.	Sederhana	Minuman	Barang
46.	MAKO	Makanan	Barang
47.	Itaewon Kbobba	Minuman	Barang

*Sumber: Data diolah peneliti (2023)*

### 3.5 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2019), definisi operasional variabel atau DOP merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti dengan cara memberi arti, atau menspesifikasikan kegiatan, atau memberi suatu

operasional yang diperlukan untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya.

**Tabel 3. 3**  
**Definisi Operasional Variabel**

NO	Variabel	Indikator	Skala
1.	Pendapatan (Y)	1. Penghasilan yang diterima perbulan 2. Pekerjaan 3. Beban yang ditanggung	Skala Likert
2.	<i>Electronic Payment</i> (X1)	1. Independence (kebebasan) 2. Portabilitas (perlindungan pengguna) 3. Keamanan 4. Kemudahan pengguna 5. Transaction fee (biaya transaksi) 6. Regulacy (peraturan)	Skala Likert
3.	<i>Price Discount</i> (X2)	1. Besarnya potongan harga, 2. Masa atau jangka waktu potongan harga 3. Jenis produk yang mendapatkan potongan harga	Skala Likert
4.	<i>Financial Behavior</i> (X3)	1. membuat anggaran pengeluaran dan anggaran belanja 2. membayar tagihan tepat waktu 3. mencatat pengeluaran dan belanja (periode harian, bulanan, dan lain-lain) 4. menyediakan dana untuk pengeluaran tidak terduga	Skala Likert

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

### 3.6 Teknik Pengolahan Data

Untuk mengukur persepsi responden pada penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut (Sugiyono, 2018), Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengatur sikap, pendapatan dan persepsi seseorang atau kelompok orang mengenai fenomena sosial. Pada skala likert dilakukan dengan menghitung respon setuju atau tidak setuju terhadap suatu objek tertentu. Hal tersebut berarti

pertanyaan yang disusun oleh peneliti yang memiliki kategori positif maupun negatif. Skor yang digunakan skala likert adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 4**  
**Teknik Pengolahan Data Skala Likert**

<b>Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Menurut Sugiyono (2018), analisis data merupakan suatu teknik untuk mengolah data penelitian yang sudah diperoleh. Kegiatan yang dilakukan dalam menganalisis data yaitu: mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis. Dalam pengujian penelitian ini menggunakan aplikasi JASP (*Jeffrey's Amazing Statistic Program*) untuk mengolah data statistik dan teknik yang lebih kompleks dengan tampilan sederhana.

#### **3.7.1 Uji Kualitas Data**

Kualitas data pada penelitian kuantitatif bergantung pada kualitas data yang digunakan pada penelitian tersebut. Kualitas dan penelitian ditentukan oleh instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data sehingga menghasilkan data yang berlaku.

### **3.7.1.1 Uji Validitas**

Menurut Ghozali (2018), Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan nilai positif, maka pernyataan dari indikator tersebut dinyatakan valid.

### **3.7.1.2 Uji Reliabilitas**

Menurut Ghozali (2018), Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan ialah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk menguji reliabel data menggunakan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Data tersebut dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha  $>$  0,60.

### **3.7.2 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik pada penelitian ini menggunakan uji normalitas, multikolonieritas, heteroskedastisitas, serta autokorelasi. Kegunaan uji asumsi klasik adalah untuk mengetahui pada model regresi apakah ada normalitas residual, multikolinearitas, autokorelasi. Dalam model regresi linier dikatakan model yang baik apabila terdapat asumsi klasik sebagai berikut; data residual terdistribusi normal, kemudian tidak adanya multikolinearitas, autokorelasi, dan juga heteroskedastisitas. Terdapat empat penguji dalam uji asumsi klasik, yaitu:

### 3.7.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dalam uji asumsi klasik regresi adalah uji normalitas residual, dimana kegunaan dari uji ini ialah untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi dengan normal atau tidak. Dikatakan model regresi yang baik apabila memiliki nilai residual yang terdistribusi dengan normal. Adapun metode grafik untuk melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik yang normal *P-P Plot of regression standardized*. Untuk melihat nilai residual yang normal adalah dengan melihat apakah titik-titik akan menyebar sekitar garis saja dan akan mengikuti garis diagonal.

### 3.7.3.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik terjadi apabila tidak ada korelasi antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas didalam model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya, yaitu *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika perhitungan nilai *tolerance*  $> 0,01$  atau sama dengan nilai  $VIF < 10$  maka model regresi dikatakan baik dan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

### 3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi tidak kesamaan variance dan residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi dapat dikatakan baik apabila terjadinya

homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Cara mendeteksi terdapat atau tidaknya suatu heteroskedastisitas yaitu salah satunya ialah dengan menggunakan grafik *scatterplot* dengan dasar analisis sebagai berikut:

1. Tidak ada pola tertentu karena titik menyebar tidak beraturan diatas dan dibawah sumbu 0 pada sumbu Y
2. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur, maka telah terjadi heteroskedastisitas.

### 3.7.3 Uji Analisis Regresi Berganda

Uji analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengukur hubungan antara dua variabel maupun lebih serta menunjukkan arah hubungan diantara variabel bebas dan variabel dependen. Model regresi yang digunakan pada penelitian ini adalah :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Pendapatan

A : Konstanta (jika nilai X = 0, maka Y = a atau konstanta)

$\beta_1 - \beta_2 - \beta_3$  : Koefisien Regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

X<sub>1</sub> : *Electronic Payment*

X<sub>2</sub> : *Price Discount*

X<sub>3</sub> : *Financial Behavior*

$\varepsilon$  : *Error/residu*

### **3.7.4 Pengujian Model Analisis dan Hipotesis**

#### **3.7.4.1 Uji Parsial (Uji T)**

Menurut Hantono (2020), uji T atau uji parsial bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau variabel independent secara parsial dari masing-masing variabel bebas berpengaruh terhadap variabel dependen. Ada dua cara untuk mengetahui hasil uji T, yaitu:

1. Berdasarkan nilai signifikansi
  - a. Jika nilai sig  $< 0,05$  maka hipotesis diterima atau berpengaruh
  - b. Jika nilai sig  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak atau tidak berpengaruh
2. Berdasarkan nilai perbandingan t hitung dan t tabel
  - a. Jika nilai t hitung  $> t$  tabel maka hipotesis diterima atau berpengaruh
  - b. Jika nilai t hitung  $< t$  tabel maka hipotesis ditolak atau tidak berpengaruh

#### **3.7.4.2 Uji Simultan (Uji F)**

Menurut Hantono (2020), uji F atau uji simultan digunakan untuk menentukan signifikansi keseluruhan model regresi berganda. Uji f berguna untuk menguji dan mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang signifikan secara simultan atau bersama-sama. Uji ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat signifikansi pengaruh keseluruhan variabel independent terhadap variabel dependen. Terdapat dua cara untuk mengetahui pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y yaitu berdasarkan nilai signifikansi dan perbandingan nilai f hitung dan f tabel.

1. Berdasarkan nilai signifikansi



- a. Jika nilai  $\text{sig} < 0,05$  maka hipotesis diterima atau berpengaruh (maka  $H_0$  ditolak)
  - b. Jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  maka hipotesis ditolak atau tidak berpengaruh (maka  $H_a$  diterima)
2. Berdasarkan nilai perbandingan  $f$  hitung dan  $f$  tabel
- a. Jika nilai  $f$  hitung  $> f$  tabel maka hipotesis diterima atau berpengaruh
  - b. Jika nilai  $f$  hitung  $< f$  tabel maka hipotesis ditolak atau tidak berpengaruh

#### **3.7.4.3 Uji Koefisien Determinan (*R Square*)**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel dependen atau dapat dikatakan sebagai proporsi pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk mengukur koefisien determinasi melalui *R-square* atau *Adjusted R-Square*, dimana *R-square* digunakan saat atau variabel bebas saja sedangkan pada *Adjusted R-square* digunakan apabila variabel independen lebih dari satu.

Nilai koefisien determinasi berkisaran antara 0-1. Nilai  $R^2$  yang kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen yang sangat terbatas. Nilai  $R^2$  yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independent memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan agar dapat memprediksi variasi variabel dependen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arsita, L. (2021). Pengaruh Penggunaan dan Pengelolaan Usaha *E-Money* Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Makassar. 1-61.
- Astuti Yulianingrum, M. R. (2021, Mei). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Pendapatan dan Perilaku Keuangan Terhadap Kepuasan Keuangan pada Tenaga Harian Lepas Satpol PP di Kabupaten (X). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen (JIAM)*, 17, 71-77.
- Eka Wulandari Putri, R. A. (2022). Peran Sistem *Digital Payment* Sebagai Strategi Peningkatan Pendapatan pada Usaha. *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economic (NSAFE)*, 02 No 02, 17-30.
- Erna Lim, D. H. (2022, Agustus 1). Pengaruh *Social Media*, *Price Discount* dan *E-money* Terhadap *Impluse Buying* pada Roempi Coffee Gerai BCS Mall Kota Batam. *eCo-Buss*, Volume 5, 37-48.
- Firmansyah, I. D. (2018). *Uang Elektronik* (1st ed.). (D. Handoko, Ed.) Metro, Lampung, Indonesia: CV. IQRO.
- Ivtachul Ma'rifah, Y. S. (2022, November). Pengaruh Pembayaran Digital Terhadap Keberlangsungan Usaha pada UMKM Nyambol. *Jurnal Ekonomi dan Perkembangan Bisnis*, 6 No 2, 16-23.
- Kumala, A. S. (2022). Pengaruh *Financial Literacy* dan *Financial Behavior* Terhadap Pengelolaan Keuangan Oleh Pelaku UMKM di Kabupaten Jember. 1-102.
- Laode Adi Reza, N. L. (2020, Juni). Pengaruh Potongan Harga, Pembayaran Non Tunai, dan Peningkatan Harga Jual pada *Startup On Demand* Terhadap Perolehan Laba Merchant. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11 No. 1, 126-136.
- Malay, N. (2022). Analisis Data dengan SPSS dan JASP. Bandar Lampung, Lampung, Indonesia: CV. Madani Jaya.
- Meyliana Safitri, R. C. (2021). *The Effect Of Financial Knowledge And The Use Od E-Money Toward Financial Behavior Of Undergraduate Students Faculty Of Economic Yogyakarta State University*. *Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 10 No 1, 31-46.
- Mira Suci Utami, D. M. (2022, September). *The Effect of Capital, Digital Payment and Financial Literacy on MSME Income in Jimbran Village*. *Bali State Polytechnic Repository*, 1-6.

- N. S. Subawa, N. W. (2020). *Waralaba 4.0* (2st ed.). Bali, Indonesia: NILACAKRA.
- Nisa Ulmaghfiroh, D. S. (2021, Maret 29). Peran *Price Discount* dalam Memoderasi Pengaruh Social Media Marketing dan *Product Knowledge* Terhadap *Purchase Intention* Produk Visval Bags. *Jurnal Abiwara*, 02 No 2, 49-59.
- Rita Kusumadewi, M. M. (n.d.). Pengaruh *Financial Knowledge* dan *Financial Behavior* Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Pada Anggota Pembiayaan Murabahah KSPPS Al-Ishlah Mitra Sejahtera Rajagaluh). 1-17.
- Sadya, S. (2022, September 19). (D. Bayu, Editor, & Bank Indonesia) Retrieved from DataIndonesia.id.
- Siskawati, B. P. (2023). Pengaruh *Price Discount*, *Store Atmosphere*, dan *Display Product* terhadap Impulse Buying pada Matahari Department Store. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah*, 05 No 06, 2777-2788.
- Subawa, W. (2019). *Waralaba 4.0*. Badung, Bali, Indonesia: Nilacakra.
- Suci, N. P. (2022). Pengaruh Modal, *Digital Payment*, dan Literasi Keuangan Terhadap Pendapatan UMKM di Desa Adat Jimbaran. 1-66.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). (Setiyawami, Ed.) Jakarta: ALFABETA,cv.
- Sukandar, A. (2021, Agustus 17). *Franchise.com*. Retrieved November 18, 2023, from <https://majalahfranchise.com/sejarah-dan-pengertian-franchise/>
- Suriani, S. (2022). *Financial Behavior* (1st ed.). (Suginam, Ed.) Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Suyadi, I. I. (2023, Januari 1). The Effect of Income Level on the Financial Behavior od Micro, Small and Medium Enterprises in Lubuklinggau City. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Bisnis Digital*, Vol 2, 79-86.
- Vionna, A. (2022, Maret 19). Pengaruh Penerapan *E-Commerce*, *Financial Technology* dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kota Dumai. *Vol. 32*, 750-761.
- Yulianto, H. S. (2022, agustus 08). (T. T. Kinapti, Editor) Retrieved from bola.com, jakarta: <https://www.bola.com/ragam/read/5036291/pengertian-franchise-beserta-kelebihan-dan-kekurangannya>

Yuliasari, J. M. (2019, Juli). Analisis Penerapan Potongan Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT.PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan (ULP) Manado Selatan. *Jurnal EMBA*, Vol 7 NO 3, 4465-4474.

Yusriana, B. M. (2022, september 02). *Analysis Of Effectiveness And Contribution Of Regional Tax Revenue Before And After The Implementation Of The Tapping Box To Optimize Regional Original Income In Polewali Mandar. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11, 506-514.

Tan, M. (n.d.). *E-payment The Digital Exchange*. Singapore: NUS Publishing.

## ***CURRICULUM VITAE***



### **A. PERSONAL INFORMATION**

Full Name : Sinta Kurnia  
Gender : Female  
Place and Date of Birth : Tanjungpinang, 20 June 2001  
Citizen : Indonesia  
Age : 22 years old  
Present Address : Bhayangkara street Gg. Todak Number 39A  
Religion : Islam  
Email : Sintakurnia2006@gmail.com  
Phone Number / WA : 08774699957

### **B. EDUCATIONAL BACKGROUND**

TYPE OF SCHOOL	NAME OF SCHOOL & LOCATION	NO. OF YEAR COMPLETED
Elementary School	SDN 008 Tanjungpinang Barat	2013
Junior High School	SMPN 1 Tanjungpinang Barat	2016
Senior High School	SMAN 3 Tanjungpinang	2019
University	STIE Pembangunan Tanjungpinang	2023