

PENGARUH MODAL USAHA, MEDIA SOSIAL DAN LOKASI USAHA TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DIKECAMATAN TUAH MADANI PEKANBARU

Seliana Rizal*

Email:selianarizal0@gmail.com

Universitas Muhammadiyah Riau

Jl. Tuanku Tambusai Kota Pekanbaru Kode Pos 28294

Nur Fitriana

Email:nurfitri@umri.ac.id

Universitas Muhammadiyah Riau

Jl. Tuanku Tambusai Kota Pekanbaru Kode Pos 28294

Linda Hetri Suriyanti

Email:lindahetri@umri.ac.id

Universitas Muhammadiyah Riau

Jl. Tuanku Tambusai Kota Pekanbaru Kode Pos 28294

ABSTRAK

UMKM memiliki peran strategis dalam memulihkan perekonomian negara, namun pemasalahan yang sering dihadapi adalah ketidakmampuan manajerial dan minimnya keterampilan pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besarpengaruh modal usaha, media sosial dan lokasi usaha terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dikecamatan tuah madani pekanbaru. penelitian ini bersifat kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket), data yang diperoleh diolah menggunakan spss versi 2.6. sampel dalam penelitian ini adalah 47 responden atau pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dikecamatan tuah madani pekanbaru. analisis regresi berganda digunakan untuk menguji hipotesis. hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa secara parsial modal usaha, media sosial dan lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dikecamatan tuah madani pekanbaru. hasil penelitian secara simultan bahwa modal usaha, media sosial dan lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dikecamatan tuah madani pekanbaru.

Kata Kunci : Modal Usaha, Media Sosial, Lokasi Usaha, Pendapatan UMKM.

ABSTRACT

MSMEs have a strategic role in restoring the country's economy, but the problems they often face are managerial incompetence and lack of marketing skills. This study aims to test how much influence the influence of business capital, social media and business location have on the income of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Tuah Madani District, Pekanbaru. This study is quantitative with a data collection method using a questionnaire, the data obtained is processed using SPSS version 2.6. The sample in this study was 47 respondents or micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Tuah Madani District, Pekanbaru. Multiple regression analysis was used to test the hypothesis. The results of this study indicate that partially business capital, social media and business location have a significant effect on the income of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Tuah Madani District, Pekanbaru. The results of the study simultaneously show that business capital, social media and business location have a significant effect on the income of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Tuah Madani District, Pekanbaru.

Keywords : Business Capital, Social Media, Business Location, Business IncomeMSMEs.

PENDAHULUAN

Indonesia sudah alami krisis ekonomi yang menyebabkan jatuhnya perekonomian nasional. Pada tahun 1998 banyak usaha skala besar yang mengalami penurunan bahkan sampai terhenti diantaranya industri, perdagangan, dan jasa. Akan tetapi di tengah keterpurukan tersebut Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi penolong sebagai pemulih perekonomian Negara pada berbagai zona ekonomi. Meskipun UMKM saat itu bermasalah dengan pemasaran dimana metode penjualan yang dilakukan masih menggunakan tata cara konvensional yang membutuhkan bayaran besar (Anggun, 2022).

UMKM merupakan salah satu andalan utama bagi ketahanan ekonomi sebuah negara. Terbukti dimasa krisis dengan bertumbangannya banyak usaha konglomerasi yang dililit hutang luar negeri, usaha kecil menengah terutama yang berorientasi eksport justru meraup pendapatan yang luar biasa. Kurangnya kemampuan manajerial dan minimnya keterampilan pengoprasian dalam mengorganisir dan terbatasnya pemasaran merupakan hal yang mendasar selalu dihadapi oleh UMKM dalam merintis sebuah usaha bisnis untuk dapat berkembang (Kusniawan Nur, 2021).

Berdasarkan beberapa kasus yang ditemukan dalam penelitian ini salah satunya menemukan fakta bahwa Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), pada tahun 2020, UMKM memiliki kontribusi terhadap PDB sebesar 61,97% atau sekitar Rp8.500 triliun. Selain itu, pada tahun yang sama, UMKM juga menyerap 97% tenaga kerja. Mengingat pentingnya peran UMKM, pemerintah berusaha untuk mewadahi dan mendukung kemajuan UMKM. Upaya tersebut terus dilakukan, apalagi kondisi UMKM sempat menurun pada tahun 2020-2021, yaitu dua tahun pertama terjadinya pandemic Covid-19.

Sehubungan dengan permasalahan tersebut, kedepan pada tahun 2024, UMKM harus naik kelas dan lebih modern. UMKM juga harus dapat berkiprah di pasar digital, meskipun hal tersebut tidak mudah. Hal ini disebabkan ada beberapa tantangan yang dihadapi UMKM di pasar digital. Pada tanggal 3 Oktober 1979, didirikan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kota Pekanbaru sesuai dengan Keputusan Menteri Koperasi Perdagangan Nomor, 598/KP/X/1979. Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kota Pekanbaru dilantik pada tanggal 3 Januari 1981. Pada tanggal 10 April 1980, secara formal, Dinas Koperasi dan UKM Kota Pekanbaru didirikan sesuai dengan Keputusan Menteri Perdagangan dan Koperasi Nomor 124 /KP/IV/1980.

Setiap kecamatan di Kota Pekanbaru memiliki pelaku UMKM yang jumlahnya sangat banyak. Terdapat beberapa industri UMKM seperti yang mengolah makanan atau minuman, perdagangan, jasa, kerajinan tangan, konveksi dan fashion, perikanan, pertanian, perkebunan dan kehutanan, peternakan, inventif dan kreatif, serta kerajinan tangan. Di Kota Pekanbaru, pelaku UMKM mendominasi industri makanan dan minuman olahan.

Kecamatan dengan UMKM terbanyak adalah Kecamatan tuah madani. UMKM harus dapat berkiprah di pasar digital, meskipun hal tersebut tidak mudah. Hal ini disebabkan ada beberapa tantangan yang dihadapi UMKM di pasar digital. Tantangan tersebut antara lain pertama, keterbatasan kemampuan pelaku UMKM untuk mengadopsi teknologi digital dan literasi digital. Digitalisasi UMKM tidak hanya sekedar mengembangkan produk melalui pemasaran online untuk memperluas pangsa pasar, melainkan juga mengubah cara berpikir UMKM tentang menggunakan teknologi digital.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kholifah, (2022) menyatakan bahwa Modal usaha berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Pelaku UMKM. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Aji & Listyaningrum, (2021) menyatakan bahwa berdasarkan hasil analisis hipotesis tidak terdapat pengaruh Modal usaha secara signifikan terhadap Pendapatan Pelaku UMKM.

Selanjutnya selain modal usaha yang berpengaruh bagi pendapatan UMKM media sosial juga dianggap berpengaruh terhadap UMKM. Media sosial merupakan bagian dari internet yang memiliki fungsi salah satunya sebagai media yang digunakan untuk memperromosikan produk-produk UMKM(Rahmada & Amanah, 2021). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Syukramadani, (2023) menyatakan bahwa Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Pelaku UMKM. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Aulia, (2022) menyatakan bahwa Media Sosial tidak berpengaruh terhadap Pendapatan Pelaku UMKM.

Selanjutnya faktor terakhir yang berpengaruh bagi pendapatan UMKM yaitu Lokasi Usaha juga dianggap berpengaruh terhadap UMKM. sebelum seseorang membuka bisnisnya faktor yang diperhatikan adalah lokasi usaha, dalam berbelanja lokasi usaha akan mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli barang. Maka lokasi usaha merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan pedagang, lokasi yang kurang strategis dapat menjadi hambatan bagi para pedagang untuk memaksimalkan keuntungannya (Novalita, 2019).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kolanus et al., (2021) menyatakan Lokasi Usaha berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Pelaku UMKM. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Novalita, (2019) menyatakan bahwa Lokasi Usaha tidak berpengaruh terhadap Pendapatan Pelaku UMKM.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Syukramadani, (2023) dengan menambahkan variable lokasi usaha. Tujuan peneliti menambahkan variabel tersebut yaitu untuk melihat apakah ada pengaruh terhadap Pendapatan UMKM.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono, (2017) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. Objek dari penelitian ini adalah UMKM Di kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru Provinsi Riau.

Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah UMKM Dikecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru Provinsi Riau sebanyak 139 pelaku UMKM dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive sampling* melalui metode *simple random sampling* dilanjutkan dengan menggunakan *rumus slovin*. Kriteria yang ditetapkan yakni:

1. Lokasi objek penelitian yang diambil hanya UMKM yang berada di Kecamatan Tuah Madani.
2. UMKM yang memiliki tenaga kerja atau jumlah karyawan lebih dari 1 (satu).
3. UMKM yang memiliki social media.

Berdasarkan kriteria diatas, peneliti tidak melakukan penelitian kepada seluruh UMKM Di Kecamatan Tuah Madani di Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Peneliti mengambil beberapa dari populasi yaitu dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

Berdasarkan rumus tersebut, dengan populasi 139 UMKM, maka ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{139}{1 + 139(0,1)^2}$$

$$n = \frac{139}{1 + 139(0,1)^2}$$

$$1 + 1,39$$

$$n = \frac{139}{2,39}$$

$$n = 58,15$$

Maka jumlah sampel yang digunakan setelah dibulatkan yaitu sebanyak = 58 UMKM. Teknik operasional dalam pengambilan sampel adalah dengan mengambil beberapa responden dari jumlah populasi.

Peneliti menggunakan program SPSS versi 26.0 (*Statistical Product and Service Solutions*) untuk melakukan perhitungan, pengolahan dan analisa untuk meregresikan model yang telah dirumuskan. Tahapan pengujian dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda meliputi analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di UMKM Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru. Teknik Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan cara menyebarluaskan kuesioner secara langsung kepada responden. Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Proses penyebarluasan dan pengambilan kuesioner dilakukan mulai tanggal 22 Agustus 2024 hingga tanggal 28 Agustus 2024. Adapun tingkat pengembalian kuesioner dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 1 Tingkat Pengembalian Kuesioner

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1.	Kuesioner yang disebar	58	100%
2.	Kuesioner yang dikembalikan	47	81%
3.	Kuesioner yang tidak kembali	11	19%
4.	Kuesioner yang dapat diolah	47	81%

Sumber : Data Primer yang diolah, (2024)

Berdasarkan tabel 1 diatas mengenai penerimaan dan pengambilan data kuesioner diatas, bahwa peneliti memberikan waktu satu minggu untuk responden mengisi kuesioner tersebut. Dapat diketahui bahwa kuesioner yang disebar sebanyak 58 kuesioner atau 100%, kemudian kuesioner yang kembali sebanyak 47 kuesioner atau 81% dari total responden, kemudian kuesioner yang tidak kembali sebanyak 11 kuesioner atau 19%, dan kuesioner yang dapat diolah sebanyak 47 kuesioner atau 81% dari total responden.

Tabel 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Percentase
1.	Laki-laki	14	30%
2.	Perempuan	33	70%
	Total	47	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, (2024)

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat diketahui penelitian ini menggunakan responden sebanyak 47 sampel Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru dimana jika dilihat dari segi jenis kelamin secara keseluruhan sampel berjenis kelamin laki-laki adalah sebesar 30% dan sampel berjenis kelamin perempuan adalah sebesar 70%. Ini menunjukan bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru dalam menjalankan usahanya banyak dilakukan oleh perempuan.

Tabel 3 Responden Berdasarkan Status

No.	Status	Frekuensi	Percentase
1.	Pemilik Usaha	38	81%
2.	Karyawan	9	19%
	Total	47	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, (2024)

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa responden yang berpartisipasi terbanyak berdasarkan status adalah responden yang berstatus pemilik usaha yaitu sebanyak 38 orang atau 81 % dari total Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru dan responden yang berstatus karyawan yaitu sebanyak 9 orang atau 19 % dari total Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru.

Tabel 4 Responden Berdasarkan Media Sosial

No.	Sosial Media	Frekuensi	Percentase
1.	Ada Media Sosial	47	100%
2.	Tidak Ada Media Sosial	0	0%
	Total	47	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, (2024)

Berdasarkan table 4 diatas dapat diketahui bahwa responden atau para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dikecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru seluruhnya ada sosial media yaitu 47 atau 47 %. Penggunaan media sosial yang dilakukan oleh para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dikecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru bervariatif dalam menggunakan sosial media seperti Instagram, WhatsApp,

Facebook, Tiktok. Hal ini dapat dilihat bahwa adanya digital marketing mampu meningkatkan pendapatan UMKM dikecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru.

Tabel 5 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Percentase
1.	SD-SMP atau Setara	3	6%
2.	SMA atau setara	25	53%
3.	D3/D4/S1 atau setara	14	30%
3.	S2-S3	5	11%
Total		47	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, (2024)

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa responden yang berjenjang pendidikan SD-SMP atau setara sebanyak 3 responden atau 6% , kemudian responden yang memiliki jenjang pendidikan SMA atau setara sebanyak 25 responden atau 53% dari total responden. Selanjutnya responden yang berjenjang pendidikan D3/D4/S1 atau setara sebanyak 14 responden atau 30% dari total responden. Sedangkan responden yang berjenjang pendidikan S2-S3 sebanyak 5 responden atau 11% dari total responden.

Tabel 6 Responden Berdasarkan Umur

No.	Umur	Frekuensi	Percentase
1.	15-25 Tahun	10	21%
2.	26-35 Tahun	17	36%
3.	36-45 Tahun	12	26%
4.	46-55 Tahun	8	17%
Total		47	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, (2024)

Berdasarkan tabel 6 diatas, diperoleh data responden UMKM berdasarkan Umur. Dari 47 responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, pelaku usaha yang berusia 15-25 tahun sebanyak 10 responden dengan persentase 21%, kemudian pelaku usaha yang berusia 26-35 tahun sebanyak 17 responden dengan persentase 36%, kemudian pelaku usaha yang berusia 36-45 tahun sebanyak 12 responden dengan persentase 26%, dan pelaku usaha yang 46-55 tahun 8 responden dengan persentase 17%.

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Statistik pada penelitian yang dilakukan merujuk pada minimum, maksimum, rata-rata (*mean*) dan simpanan baku (*standar deviation*) dari seluruh variabel pada penelitian ini yaitu Modal Usaha (X1), Media Sosial (X2), Lokasi Usaha (X3) dan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dikecamatan Tuah Madani Pekanbaru (Y) sebagaimana yang tertera pada tabel 7 dibawah ini :

Tabel 7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pendapatan (Y)	47	15	25	21,04	2,562
Modal Usaha (X1)	47	9	25	21,06	3,802
Media Sosial (X2)	47	14	25	20,21	3,770
Lokasi Usaha (X3)	47	15	25	22,30	2,992
Valid N (listwise)	47				

Sumber : Hasil Dari Pengolahan Software Spss Versi 2.6, 2024

Berdasarkan dari tabel 7 diatas dapat dilihat jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 47 responden dan penjabaran dari masing-masing variabel sebagai berikut :

a. Pendapatan (Y)

Variabel Pendapatan (Y) mempunyai nilai minimum atau terkecil sebesar 15 dan maksimum atau terbesar yaitu sebesar 25, nilai mean atau rata-rata dari variabel pendapatan sebesar 21.04 dengan nilai standar deviation atau akar pangkat dari mean sebesar 2.562 yang berarti nilai mean lebih besar dibandingkan nilai standar deviation, sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil yang diperoleh cukup baik.

b. Modal Usaha (X1)

Variabel Modal Usaha (X1) mempunyai nilai minimum atau terkecil sebesar 9 dan maksimum atau terbesar yaitu sebesar 25, nilai mean atau rata-rata dari variabel modal usaha sebesar 21.06 dengan nilai standar deviation atau akar pangkat dari mean sebesar 3.802 yang berarti nilai mean lebih besar dibandingkan nilai standar deviation, sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil yang diperoleh cukup baik.

c. Media Sosial (X2)

d. Variabel Media Sosial (X2) mempunyai nilai minimum atau terkecil sebesar 14 dan maksimum atau terbesar yaitu sebesar 25, nilai mean atau rata-rata dari variabel media sosial sebesar 20.21 dengan nilai standar deviation atau akar pangkat dari mean sebesar 3.770 yang berarti nilai mean lebih besar dibandingkan nilai standar deviation, sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil yang diperoleh cukup baik.

e. Lokasi Usaha (X3)

Variabel Lokasi Usaha (X3) mempunyai nilai minimum atau terkecil sebesar 15 dan maksimum atau terbesar yaitu sebesar 25, nilai mean atau rata-rata dari variabel lokasi usaha sebesar 22.30 dengan nilai standar deviation atau akar pangkat dari mean

sebesar 2.992 yang berarti nilai mean lebih besar dibandingkan nilai standar deviation, sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil yang diperoleh cukup baik.

Hasil Uji Kualitas Data

Uji kualitas data ini dilakukan untuk mengetahui validitas dan konsistensi instrument yang digunakan dalam penelitian. Uji kualitas data berupa uji validitas dan uji reliabilitas.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$ dengan *alpha* 0,05, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Dalam penelitian ini $df = 47 - 2 = 45$, sehingga didapat r tabel untuk $df (83) = 0.2876$. Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka hasil pengujian validitas dapat ditunjukkan pada tabel 8 dibawah ini:

Tabel 48 Hasil Pengujian Validitas Variabel Pendapatan

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r table	Sig (2-Tailed)	Keterangan
Pendapatan (Y)	Y1.1	0,875	0.2876	0,000	Valid
	Y1.2	0,557	0.2876	0,000	Valid
	Y1.3	0,764	0.2876	0,000	Valid
	Y1.4	0,740	0.2876	0,000	Valid
	Y1.5	0,875	0.2876	0,000	Valid

Sumber : Hasil Dari Pengolahan Software Spss Versi 2.6, 2024

Berdasarkan pada tabel di atas hasil uji validitas pada variabel pendapatan usaha, pernyataan menunjukkan valid dengan nilai korelasi Product Moment (r hitung) pernyataan lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0.2876. Maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing butir pernyataan variabel pendapatan usaha adalah valid dan layak dipakai untuk penelitian.

Tabel 9 Hasil Pengujian Validitas Variabel Modal Usaha

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r table	Sig (2-Tailed)	Keterangan
Modal Usaha (X1)	X1.1	0,875	0.2876	0,000	Valid
	X1.2	0,557	0.2876	0,000	Valid
	X1.3	0,764	0.2876	0,000	Valid
	X1.4	0,740	0.2876	0,000	Valid
	X1.5	0,875	0.2876	0,000	Valid

Sumber : Hasil Dari Pengolahan Software Spss Versi 2.6, 2024

Berdasarkan pada tabel di atas hasil uji validitas pada variabel modal usaha, pernyataan menunjukkan valid dengan nilai korelasi Product Moment (r hitung) pernyataan lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0.2876. Maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing butir pernyataan variabel modal usaha adalah valid dan layak dipakai untuk penelitian.

Tabel 10 Hasil Pengujian Validitas Variabel Media Sosial

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r table	Sig (2-Tailed)	Keterangan
Media Sosial (X2)	X2.1	0,774	0,2876	0,000	Valid
	X2.2	0,805	0,2876	0,000	Valid
	X2.3	0,911	0,2876	0,000	Valid
	X2.4	0,900	0,2876	0,000	Valid
	X2.5	0,830	0,2876	0,000	Valid

Sumber : Hasil Dari Pengolahan Software Spss Versi 2.6, 2024

Berdasarkan pada tabel di atas hasil uji validitas pada variabel media sosial, pernyataan menunjukkan valid dengan nilai korelasi Product Moment (rhitung) pernyataan lebih besar dari nilai rtabel sebesar 0.2876. Maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing butir pernyataan variabel media sosial adalah valid dan layak dipakai untuk penelitian.

Tabel 11 Hasil Pengujian Validitas Variabel Lokasi Usaha

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r table	Sig (2-Tailed)	Keterangan
Lokasi Usaha (X3)	X3.1	0,778	0,2876	0,000	Valid
	X3.2	0,742	0,2876	0,000	Valid
	X3.3	0,776	0,2876	0,000	Valid
	X3.4	0,788	0,2876	0,000	Valid
	X3.5	0,753	0,2876	0,000	Valid

Sumber : Hasil Dari Pengolahan Software Spss Versi 2.6, 2024

Berdasarkan pada tabel di atas hasil uji validitas pada variabel lokasi usaha, pernyataan menunjukkan valid dengan nilai korelasi Product Moment (rhitung) pernyataan lebih besar dari nilai rtabel sebesar 0.2876. Maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing butir pernyataan variabel lokasi usaha adalah valid dan layak dipakai untuk penelitian.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ketetapan alat ukur dalam mengukur apa yang sedang diukur. Dengan kata lain, ketika alat ukur tersebut digunakan akan memberikan hasil pengukuran yang sama(Ghozali, 2018).Uji reliabilitas hanya dilakukan atas data yang telah diuji validitasnya dan dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 12 berikut ini:

Tabel 12 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pendapatan (Y)	0,810	Reliabel
Modal Usaha (X1)	0,914	Reliabel
Media Sosial (X2)	0,897	Reliabel
Lokasi Usaha (X3)	0,824	Reliabel

Sumber : Hasil Dari Pengolahan Software Spss Versi 2.6, 2024

Dilihat dari Tabel 12 di atas menunjukkan bahwa besarnya *Cronbach Alpha* pada seluruh variabel baik variable Modal Usaha, Media Sosial, Lokasi Usaha dan Pendapatan Usaha. lebih besar 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Hasil dari pengujian normalitas *kolmogorov – smirnov* berdasarkan nilai residual, dapat dilihat dari tabel 13 berikut ini:

Tabel 13 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		47
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,72367647
Most Extreme	Absolute	,079
Differences	Positive	,074
	Negative	-,079
Test Statistic		,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber : Hasil Dari Pengolahan Software Spss Versi 2.6, 2024

Berdasarkan tabel 13 penelitian ini disajikan dalam uji *Komolgov Smirnov* untuk membuktikan bahwa data distribusi normal didalam data penelitian. hasil perhitungan uji normalitas kolmogorov – smirnov didapatkan dengan nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* 0,200. Maka hasil uji normalitas penelitian ini dapat dikatakan residual berdistribusi normal karena nilai *Asymp Sig.(2-tailed)* 0,200 lebih besar dari pada 0,05.

Uji Multikolinearitas

Pengujian Multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 14 dibawah ini:

Tabel 14 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients^a		Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF		
1 (Constant)				
Modal Usaha (X1)	,925			1,081
Media Sosial (X2)	,931			1,075
Lokasi Usaha (X3)	,872			1,147

Sumber : Hasil Dari Pengolahan Software Spss Versi 2.6, 2024

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas yang disajikan dalam tabel 14 diatas, dapat dilihat bahwa variabel independen yaitu modal usaha, media sosial dan lokasi usahayang diproksikan oleh kepemilikan isntitusional, komite audit, dan komisaris independen memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF kurang dari 10. Hasil uji multikolinearitas dengan nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10 menandakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antara variabel bebas dari data penelitian.

Uji Heteroskedastisitas

Tujuan pengujian ini adalah untuk menguji apakah di dalam model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari sudut pengamatan residualke pengamatan lain(Ghozali, 2016). Hasil uji heteroskedastisitas dapat ditunjukkan pada tabel 15 berikut ini:

Tabel 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a	
	Model	t	Sig.
1	(Constant)	2,361	,023
	Modal Usaha (X1)	-,316	,754
	Media Sosial (X2)	-,369	,714
	Lokasi Usaha (X3)	-1,205	,235

Sumber : Hasil Dari Pengolahan Software Spss Versi 2.6, 2024

Pada tabel 15 diatas juga menunjukkan bahwa, nilai signifikan yang dihasilkan oleh variabel independen memiliki nilai diatas atau lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak memenuhi asumsi heteroskedastisitas. Dengan kata lain pada model regresi ini bahwa nilai varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tidak memiliki kesamaan.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi Linier Berganda merupakan model regresi yang melibatkan satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen (Sugiyono, 2017). Hasil uji analisis regresi linier berganda dapat ditunjukkan pada tabel 16 berikut ini:

Tabel 16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a			
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	3,443	2,457	
	Modal Usaha (X1)	,226	,072	,336
	Media Sosial (X2)	,250	,072	,367

Lokasi Usaha (X3)	,349	,094	,408
----------------------	------	------	------

a. Dependent Variable: Pendapatan Usaha

Sumber : Hasil Dari Pengolahan Software Spss Versi 2.6, 2024

Berdasarkan hasil Tabel 16 diatas, maka diperoleh hasil Persamaan Regresi Linier Berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 3.443 + 0.226 X_1 + 0.250 X_2 + 0.349 X_3 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Dari hasil diperoleh nilai konstan sebesar 3.433, artinya apabila nilai variabel modal usaha, media sosial, dan lokasi usaha sama dengan 0 maka pendapatan sebesar 3.433.
2. Nilai Koefisien regresi modal usaha (X1) sebesar 0.226 artinya apabila variabel modal usaha meningkat sebesar satu satuan maka pendapatan usaha meningkat sebesar 0.226 dengan anggapan variabel independen lainnya konstan.
3. Nilai Koefisien regresi media sosial (X2) sebesar 0.250 artinya apabila variabel media sosial meningkat sebesar satu satuan maka pendapatan usaha meningkat sebesar 0.250 dengan anggapan variabel independen lainnya konstan.
4. Nilai Koefisien regresi lokasi usaha (X3) sebesar 0.349 artinya apabila variabel lokasi usaha meningkat sebesar satu satuan maka pendapatan usaha meningkat sebesar 0.349 dengan anggapan variabel independen lainnya konstan.

Hasil Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji T)

Uji Parsial (Uji-t) juga dikenal sebagai uji signifikan individual. Menurut Ghazali (2016) Uji-t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan taraf signifikansi level 0,05 ($\alpha=5\%$). Hasil uji parsial (Uji T) dapat ditunjukkan pada tabel 17 berikut ini:

Tabel 17 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model	Coefficients ^a			t	Sig.	Collinearity Statistics
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3,443	2,457	1,401	,168	Tolerance
	Modal	,226	,072			
				,336	3,149 ,003	,925 1,081

Usaha (X1)							
Media Sosial (X2)	,250	,072	,367	3,452	,001	,931	1,075
Lokasi Usaha (X3)	,349	,094	,408	3,711	,001	,872	1,147

Sumber : Hasil Dari Pengolahan Software Spss Versi 2.6, 2024

Dari hasil tabel 17 diatas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh terhadap pendapatan usaha. Berdasarkan tabel uji t pada modal usaha menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.003, nilai signifikan ini kurang dari 0.05.
2. Hipotesis kedua menyatakan bahwa media sosial berpengaruh terhadap pendapatan usaha. Berdasarkan tabel uji t pada media sosial menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.001, nilai signifikan ini kurang dari 0.05.
3. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa lokasi usaha berpengaruh terhadap pendapatan usaha. Berdasarkan tabel uji t pada lokasi usaha menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.001, nilai signifikan ini kurang dari 0.05.

Uji Simultan (Uji F)

Berikut ini adalah hasil uji statistik f yang bertujuan untuk mengetahui secara simultan pengaruh modal usaha, media sosial dan lokasi usaha secara simultan terhadap pendapatan usaha mikro, kecil dan menengah di kecamatan tuah madani pekanbaru. Berikut ini adalah tabel hasil uji simultan pada tabel 4.18 sebagai berikut:

Tabel 18 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	165,246	3	55,082	17,330	,000 ^b
	Residual	136,669	43	3,178		
	Total	301,915	46			

a. Dependent Variable: Pendapatan Usaha

b. Predictors: (Constant), Lokasi Usaha, Media Sosial, Modal Usaha

Sumber : Hasil Dari Pengolahan Software Spss Versi 2.6, 2024

Berdasarkan tabel 18 dapat dilihat bahwa model regresi untuk seluruh variabel independen dapat berpengaruh secara simultan atau bersama sama terhadap variabel dependen dikarenakan pada tabel tingkat signifikan yang dihasilkan adalah $0,000 < 0,05$, dimana H_0 diterima dan H_1 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa Modal Usaha, Media Sosial dan

Lokasi Usaha berpengaruh simultan terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Tuah Madani Pekanbaru.

Uji Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi adalah nilai yang menjelaskan bagaimana perubahan variabel dependen dapat dijelaskan oleh perubahan variabel independen(Kurniawan, 2019). Semakin tinggi koefisien determinasi maka semakin baik kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen. Berikut ini adalah tabel hasil uji Koefisien Determinasi (R2) pada tabel 19 sebagai berikut:

Tabel 19 Hasil Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,740 ^a	,547	,516	1,783
a. Predictors: (Constant), Lokasi Usaha, Media Sosial, Modal Usaha				
b. Dependent Variable: Pendapatan Usaha				

Sumber : Hasil Dari Pengolahan Software Spss Versi 2.6, 2024

Dari hasil tabel 19 diatas dapat diketahui nilai *adjusted R Square* sebesar 0.547. Hal ini menunjukkan bahwa 51.6% Pendapatan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen yaitu Modal Usaha, Media Sosial dan Lokasi Usaha, secara bersama-sama adalah 51.6 % dan sisanya sebesar 48.4 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Pembahasan

Pengaruh Modal Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Tuah Madani Pekanbaru.

Pengaruh modal usaha memiliki nilai positif dan mampu memberikan pengaruh kepada UMKM bahwa semakin banyak modal usaha maka semakin banyak juga pendapatan yang di dapat, modal usaha bisa untuk membeli produk atau peralatan yang digunakan oleh pedagang tersebut. Hasil penelitian ini sesuai dengan Teori Neo Klasik pentingnya modal dalam meningkatkan produktivitas yang tinggi berkontribusi positif pada pendapatan usaha.

Hasil penelitian ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh Salim & Rahmadhani, (2024) dan Riantika & Ayuningsasi, (2024) yang menyatakan bahwa Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel modal berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan UMKM. Berdasarkan hasil temuan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa modal Usaha Berpengaruh Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).

Pengaruh Media Sosial Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Tuah Madani Pekanbaru.

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh media sosial terhadap pendapatan UMKM yang dapat diketahui dari data diatas bahwa media sosial pada UMKM di kecamatan tuah madani pekanbaru mempunyai pengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Salah satu teknologi yang sedang berkembang pesat dan mendorong pemasaran UMKM adalah media sosial.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Teori Neo Klasik, pelaku usaha UMKM di kecamatan tuah madani pekanbaru dalam memanfaatan media sosial yang dilakukan dapat meningkatkan *visibilitas online*, menjangkau lebih banyak pelanggan di luar kota dan meningkatkan efisiensi operasional seperti *e-commerce* dan platform digital dapat meningkatkan efisiensi pangsa pasar dan meningkatkan pendapatan usaha.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan olehUlfia et al., (2023) dan (Parinduri, 2024)yang menyatakan bahwa media sosial berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM. Berdasarkan hasil temuan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa media Sosial Berpengaruh Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).

Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Tuah Madani Pekanbaru.

Berdasarkan hasil pengujian, Lokasi Usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan UMKM. Memilih lokasi usaha yang dekat dengan target pasar merupakan salah satu strategi bisnis selain itu juga memudahkan konsumen dalam berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Artinya semakin strategisnya suatu lokasi usaha, maka pendapatan yang diterima akan makin meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan Teori Neo Klasik, semakin lama usaha yang dijalankan maka semakin banyak pengalaman juga yang didapatkan.

Hasil penelitian ini didukung olehHutagalung, (2024),Wahyudi, (2024) dan Molana et al., (2023)menyatakan bahwa lokasi usaha berpengaruh terhadap pendapatan berpengaruh Pendapatan UMKM. Dengan lokasi yang strategis untuk menjalankan usaha dapat menentukan tingkat pendapatan dalam suatu usaha. Berdasarkan hasil temuan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa lokasi usaha Berpengaruh Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).

Pengaruh Modal Usaha, Media Sosial dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Tuah Madani Pekanbaru.

Berdasarkan hasil pengujian, modal usaha, media sosial dan lokasi usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di kecamatan tuah madani pekanbaru. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan. Tidak hanya modal usaha, penggunaan media sosial akan meningkatkan pendapatan UMKM karena banyaknya pelanggan yang melakukan transaksi dengan menggunakan media sosial, sehingga mampu meningkatkan pendapatan UMKM dan pemilihan lokasi usaha menjadi komponen utama yang penting agar usaha yang dijalankan juga dapat bersaing secara efektif.

Hasil penelitian ini didukung oleh Ayuningtyas & Rahayu, (2024) dan Aji & Listyaningrum, (2021)menyatakan bahwa Modal Usaha, Media Sosial dan Lokasi Usaha berpengaruh terhadap pendapatan berpengaruh Pendapatan UMKM. Dengan lokasi yang strategis untuk menjalankan usaha dapat menentukan tingkat pendapatan dalam suatu usaha. Berdasarkan hasil temuan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa Modal Usaha, Media Sosial dan Lokasi Usaha Berpengaruh Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel-variabel yang mempengaruhi pendapatan usaha. Variabel-variabel yang diujikan dalam penelitian ini yaitu Modal Usaha, Media Sosial dan Lokasi Usaha. Berdasarkan analisis dan pengujian data dalam penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Modal Usaha berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Tuah Madani Pekanbaru.
2. Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Tuah Madani Pekanbaru.
3. Lokasi Usaha berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Tuah Madani Pekanbaru.

4. Modal Usaha, Media Sosial dan Lokasi Usaha berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Tuah Madani Pekanbaru.

Keterbatasan Penelitian

Kesadaran peneliti bahwa penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang meliputi :

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru. Hal ini dikarenakan kurang luasnya lokasi sampel yang digunakan peneliti.
2. Variabel yang diteliti sebagai faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) hanya terbatas pada modal usaha, media sosial, dan lokasi usaha.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, saran yang diberikan yaitu:

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah sampel dengan memperluas area penelitian, sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat menggambarkan keadaan yang lebih nyata.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan menambah variabel yang lain, guna mengetahui kemungkinan faktor-faktor lain juga dapat mempengaruhi pendapatan usaha pada UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, A. W., & Listyaningrum, S. P. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Dan Teknologi Informasi Terhadap Pendapatan Umkm Di Kabupaten Bantul. *JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*, 6(1).
- Anggun, Y. A. (2022). *Perkembangan Umkm Bidang Kuliner di Kota Bandar Lampung: Sebelum dan Sesudah Penggunaan Media Sosial*. UNIVERSITAS LAMPUNG.
- Aulia, L. (2022). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Pendapatan UMKM Gapit Faridin Yuli Di Desa Setu Wetan Kecamatan Weru Kabupaten Cirebon*. S1 Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- Ayuningtyas, F. J., & Rahayu, N. P. (2024). Pengembangan Kewirausahaan bagi Kelompok Usaha Dasawisma Alpukat 2 Wirobrajan melalui Teknik Pengemasan dan Foto Produk. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 228–240.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete IBM SPSS 23, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss*, 23.
- Hutagalung, S. I. (2024). *Pengaruh Lokasi Usaha, Lama Usaha Dan Jam Kerja Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Pasar Sibolga Nauli Tahun 2021-2022*. Universitas Medan Area.

- Kholifah, S. N. (2022). *Pengaruh Modal Usaha, Tenaga Kerja, Teknologi Informasi, dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Brebes*. Universitas Pancasakti Tegal.
- Kolanus, L. T. O., Rumate, V. A., & Engka, D. S. M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Mikro Kecil (UMK) Di Kota Manado. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 21(4), 46–62.
- Kurniawan, A. (2019). *Pengolahan riset ekonomi jadi mudah dengan ibm spss*. Jakad Media Publishing.
- Kusniawan Nur, M. F. (2021). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.
- Molana, M. Y., Maro, Y., Tang, S. A., & Sabu, J. M. S. (2023). Analisis Pengaruh Modal Sendiri Modal Pinjaman Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Kota Kalabahi Kecamatan Teluk Mutiara Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 967–982.
- Novalita, N. N. (2019). *Pengaruh Lokasi Usaha, Modal, Jam Kerja Dan Jenis Daganganterhadap Pendapatan Pedagang Kecil Di Sekitar Stasiun Tanah Abang, Tebet Dan Jakarta Kota*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Uin Jakarta.
- Parinduri, A. K. (2024). *Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Digital Payment Dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Kabupaten Langkat*. UNIVERSITAS MALIKUSSALEH.
- Rahmada, E., & Amanah, L. (2021). Pengaruh Modal Pribadi, Harga dan Sosial Media terhadap Pendapatan UMKM. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(10).
- Riantika, N. K., & Ayuningsasi, A. A. K. (2024). Pengaruh Modal, Penggunaan Qris, Dan Media Sosial Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Bidang Fashion Di Kota Denpasar. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 7(3), 10263–10274.
- Salim, N., & Rahmadhani, S. (2024). Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah. *Among Makarti*, 17(1), 111–122.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syukramadani, H. (2023). *Pengaruh Modal Usaha dan Media Sosial Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Pinrang*. IAIN PAREPARE.
- Ulfa, M. A., Wiralestari, W., & Safelia, N. (2023). Analisis Penyusunan Laporan Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Muara Bungo Studi Kasus Pada Industri Pisang Sale PO. Sari Rasa di Kota Muaro Bungo. *Jambi Accounting Review (JAR)*, 4(1), 128–140.
- Wahyudi, A. (2024). *Pengaruh Lokasi Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Sekitar Stadion Utama Riau Perspektif Ekonomi Syariah*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.