



**PENGARUH MODAL USAHA, LAMA USAHA, JAM KERJA, DAN *DIGITAL*
MARKETING TERHADAP PENDAPATAN UKM**

**(Studi Kasus Pada UKM yang Terdaftar di Dinas Koperasi, UKM dan
Perdagangan Kabupaten Tegal)**

SKRIPSI

Oleh:

Catur Puspa Ayu

NPM : 4320600103

Diajukan Kepada :

**Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Pancasakti Tegal**

2024



**PENGARUH MODAL USAHA, LAMA USAHA, JAM KERJA DAN *DIGITAL*
MARKETING TERHADAP PENDAPATAN UKM**

**(Studi Kasus Pada UKM yang Terdaftar di Dinas Koperasi, UKM dan
Perdagangan Kabupaten Tegal)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi
Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal**

Oleh:

Catur Puspa Ayu

NPM : 4320600103

Diajukan Kepada :

**Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Pancasakti Tegal**

2024



**PENGARUH MODAL USAHA, LAMA USAHA, JAM KERJA DAN *DIGITAL*
MARKETING TERHADAP PENDAPATAN UKM**

**(Studi Kasus Pada UKM yang Terdaftar di Dinas Koperasi, UKM dan
Perdagangan Kabupaten Tegal)**

SKRIPSI

Oleh:

Catur Puspa Ayu

NPM : 4320600103

Disetujui Untuk Ujian Skripsi

Tanggal : 16 Juli 2024

Dosen Pembimbing I

Drs. Baihaqi Fanani, M.M., Akt, C.A

NIDN. 0509086401

Dosen Pembimbing 2

Fahmi Firmansyah, S.E., M.Ak

NIDN. 0621029401

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Dien Noulany Rahmatika, S.E, M.M, Ak, C.A

NIDN.0628117502

Pengesahan Skripsi

Nama : Catur Puspa Ayu
NPM : 4320600103
Judul : Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Jam Kerja dan *Digital Marketing* Terhadap Pendapatan UKM (Studi Kasus Pada UKM yang Terdaftar di Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kabupaten Tegal)

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian skripsi, yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 16 Juli 2024

Ketua Penguji

Dr. Abdulloh Mubarak, S.E., M.M., Ak., C.A
NIDN. 0331077302

Penguji I

Dr. Abdulloh Mubarak, S.E., M.M., Ak., C.A
NIDN. 0331077302

Penguji II

Dr. Teguh Budi Raharjo, S.E., M.M
NIDN. 0615057601

Penguji III

Drs. Baihaqi Fanani, M.M., Akt, C
NIDN. 0509086401

Mengetahui,

Dr. Didi Novriany, S.E., M.M., Ak., C.A
NIDN. 0628117502

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Orang lain tidak akan paham struggle dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian succes storiesnya saja. Jadi berjuanglah untuk diri kita sendiri karena di masa depan diri kita sendiri akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini”

PERSEMBAHAN

1. Ayah tercinta Alm. Bapak Tarmudi malaikat terindah yang allah kasih kepada penulis, walaupun beliau tidak ada disamping penulis saat ini beliau adalah salah satu orang yang bekerja keras dan selalu memberikan motivasi kepada penulis agar bisa meraih gelar sarjana Akuntansi yang beliau inginkan.
2. Pintu surgaku dan wanita hebatku, ibu Kartimah, wanita yang sangat berperan penting dalam perjalanan hidup penulis selama ini, walaupun beliau tidak sempat merasakan bangku perkuliahan, namun beliau selalu senantiasa mendoakan dan mendukung penulis. Terima kasih untuk selalu ada disamping penulis selama 21 tahun, terimaka kasih untuk segala hal yang kau berikan selama ini. Berjanjilah untuk tetap selalu bersama disampingku setiap saat
3. Kakak-kakakku Kusnodo, Nur Laeli, dan Siti Mujenah yang selalu memberikan doa, dukungan semangat dan memotivasa saya untuk berjuang hingga dapat menyelesaikan skripsi ini
4. Semua teman-teman akrabku Novita, Bela, dan Wildan yang selalu nemenin bimbingan dan menghibur penulis ketika sedang cape mengerjakan skripsi
5. Almamater UPS Tegal
6. Dan yang terakhir kepada diri saya sendiri, terima kasih sudah berjuang sejauh ini. Terima kasih telah berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau seringkali merasa putus asa dan belum berhasil apa yang telah diusahakan.

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Catur Puspa Ayu

NPM : 4320600103

Program Studi : Akuntansi

Kosentrasi : Perpajakan

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

“Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Jam Kerja dan *Digital Marketing* Terhadap Pendapatan UKM (Studi Kasus Pada UKM yang Terdaftar di Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kabupaten Tegal)”

1. Merupakan hasil karya sendiri, dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan / atau pemalsuan data maupun bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
2. Saya mengizinkan untuk dikelola oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal sesuai dengan norma hukum dan etika yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggungjawab.

Tegal, 16 Juli 2024

Yang Menyatakan



Catur Puspa Ayu

ABSTRACT

Catur Puspa Ayu, 2024, The Influence of Business Capital, Length of Business, Working Hours, and Digital Marketing on SME Income (Case Study of SMEs Registered with the Tegal Regency Cooperative, SME and Trade Service)

This research aims to determine the effect of business capital, length of business, working hours, and digital marketing on income (case study of SMEs registered with the Tegal Regency cooperative, SME and trade office).

This research method is quantitative using two sources, namely primary data obtained through distributing questionnaires given directly and secondary data obtained from the website of the Central Statistics Agency (BPS) and the Tegal Regency Cooperatives, SMEs and Trade Service. The population in this study were all SMEs registered with the Tegal Regency Cooperatives, SMEs and Trade Service with a sample size of 250 respondents.

The results of this research show that business capital has a positive effect on income, length of business has a positive effect on income, working hours have no effect on income, and digital marketing has a positive effect on income.

Keywords: SME Income, Business Capital, Length of Business, Working Hours, Digital Marketing

ABSTRAK

Catur Puspa Ayu, 2024, Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Jam Kerja, Dan *Digital Marketing* Terhadap Pendapatan UKM (Studi Kasus Pada UKM yang Terdaftar di Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kabupaten Tegal)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal usaha, lama usaha, jam kerja, dan *digital marketing* terhadap pendapatan (studi kasus pada UKM yang terdaftar di dinas koperasi, UKM dan perdagangan Kabupaten Tegal).

Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan dua sumber, yaitu data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner yang diberikan secara langsung dan data sekunder diperoleh dari website Badan Pusat Statistik (BPS) dan Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kabupaten Tegal. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UKM yang terdaftar di Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kabupaten Tegal dengan jumlah sampel sebanyak 250 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Modal Usaha berpengaruh positif terhadap Pendapatan, Lama Usaha berpengaruh positif terhadap Pendapatan, Jam Kerja tidak berpengaruh terhadap Pendapatan, dan *Digital Marketing* berpengaruh positif terhadap Pendapatan.

Kata Kunci: Modal Usaha, Lama Usaha, Jam Kerja, Digital Marketing, Pendapatan UKM

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berkat Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian untuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Jam Kerja, Dan *Digital Marketing* Terhadap Pendapatan UKM (Studi Kasus Pada UKM yang Terdaftar di Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kabupaten Tegal”**.

Proposal penelitian skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.

Peneliti menyadari dalam proses penyusunan proposal penelitian ini tidak akan selesai tanpa pengarahan, bantuan, bimbingan maupun dorongan dari berbagai pihak, oleh sebab itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Dien Noviany Rahmatika, S.E, M.M, Ak, C.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
2. Bapak Abdulloh Mubarak SE.,M.M, Akt, C.A selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
3. Bapak Drs. Baihaqi Fanani, M.M., Akt, C.A selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan pengarahan, saran dan bimbingan bagi peneliti selama proses penulisan skripsi ini.
4. Bapak Fahmi Firmansyah, S.E., M.Ak selaku Dosen pembimbing II yang penuh dengan keikhlasan memberikan support, saran, dan motivasi bagi peneliti
5. Kepada pihak Dinas Koperasi, UKM, dan perdagangan kabupaten tegal yang telah mengizinkan serta membantu peneliti dalam memperoleh data penelitian.

6. Keluarga tercinta Bapak Tarmudi, Ibu Kartimah dan Kakak-kakak saya Kusnodo, Nur Laeli, dan Siti Mujenah yang selalu memberikan doa, dukungan semangat dan memotivasa saya untuk berjuang hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat saya Bella, Novita dan Wildan yang selalu mensupport dan membantu saya dalam proses mengerjakan skripsi
8. Responden dan pihak-pihak yang sudah terlibat dan telah membantu penulis dalam memberikan dorongan serta saran untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, maka dari itu untuk menyempurnakan skripsi ini, peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun.

Akhir kata, peneliti berharap skripsi ini berguna bagi para pembaca dan pihak – pihak lain yang berkepentingan.

Tegal, 16 Juli 2024

Catur Puspa Ayu

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori	12
1. Teori Pertumbuhan Neo Klasik	12
2. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	13
3. Pendapatan.....	16
4. Modal Usaha	22
5. Lama Usaha	26
6. Jam Kerja	28
7. <i>Digital Marketing</i>	30
B. Penelitian Terdahulu.....	33

C. Kerangka Pemikiran Konseptual	43
D. Hipotesis	48
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
A. Jenis Penelitian	49
B. Populasi dan Sampel.....	50
C. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel	52
D. Metode Pengumpulan Data	56
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	57
F. Metode Analisis Data	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
A. Gambaran Umum	64
B. Hasil Penelitian.....	67
C. Pembahasan	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	103

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Besaran Pendapatan UMKM.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	39
3.1 Operasionalisasi Variabel.....	55
3.2 Skala Likert	57
4.1 Karakteristik Responden	68
4.2 Hasil Uji Validitas Pendapatan.....	70
4.3 Hasil Uji Validitas Modal Usaha.....	70
4.4 Hasil Uji Validitas Lama Usaha	71
4.5 Hasil Uji Validitas Jam Kerja.....	71
4.6 Hasil Uji Validitas <i>Digital Marketing</i>	72
4.7 Hasil Uji Reliabilitas	73
4.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif	74
4.9 Hasil Uji Normalitas.....	76
4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	77
4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	78
4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	79
4.13 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F).....	81
4.14 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T)	83
4.15 Hasil Uji Determinasi (R^2)	85

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pemikiran.....	47
4.1 Struktur Organisasi.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Lampiran Kuisisioner.....	103
2. Dokumentasi.....	111
3. Data Penelitian.....	122
4. Output SPSS	157

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang berkembang dan masih dilakukannya pembangunan ekonomi. Pembangunan ekonomi didefinisikan sebagai suatu proses yang dilakukan oleh negara dengan tujuan untuk menaikkan pendapatan per kapita dan mensejahteraan masyarakat dalam jangka panjang. Pembangunan ekonomi mampu menggerakkan laju perekonomian salah satunya dengan UMKM (Apriliani, 2018). Peran masyarakat sebagai pembangunan ekonomi, terutama dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dan strategis, karena UMKM dianggap sebagai ujung tombak pembangunan ekonomi dan dapat menyerap banyak tenaga kerja serta berperan dalam pemerataan hasil pembangunan (Hidayat et al., 2022).

Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki pengaruh cukup besar dalam pergerakan perekonomian nasional, khususnya mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi serta memperkuat struktur usaha nasional. Kemampuan yang dimiliki UMKM yaitu mampu menyediakan lapangan pekerjaan, mengurangi angka pengangguran, mengatasi kemiskinan, dan mengurangi kesenjangan antar sektor. Lebih dari itu, UMKM juga memiliki kontribusi yang dapat diketahui

melalui Produk domestik bruto (PDB) Laju pertumbuhan ekonomi dihitung berdasarkan perubahan PDRB atas dasar harga konstan. Dimana PDB harga konstan digunakan untuk menunjukkan laju pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan dari tahun ke tahun (Munizu, 2010).

Berdasarkan data yang dikutip dari Badan Pusat Statistik Kondisi perekonomian Kabupaten Tegal terus meningkat dilihat dari Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga konstan (riil) yang ditunjukkan oleh nilai pertumbuhan ekonomi dengan arah positif dari tahun 2018 hingga tahun 2019. Namun adanya pandemi *covid-19* pada tahun 2020 ekonomi kabupaten tegal mengalami penurunan yaitu -1,48% dengan nilai PDRB sebesar 22,322 triliun rupiah yang menyebabkan pertumbuhan dengan arah negatif, namun kondisi tersebut tidak berlangsung lama karena pada tahun 2021 sampai dengan 2022 pertumbuhan ekonomi Kabupaten Tegal kembali pulih dengan ditandai oleh meningkatnya nilai PDRB per kapita atas dasar harga konstan pada tahun 2021 sebesar 25,402 triliun rupiah menjadi 26,707 triliun rupiah di tahun 2022 dengan arah pertumbuhan positif dengan rata-rata mencapai 5,53% dan pertumbuhan yang stabil diatas 5%. Kenaikan PDRB ini murni disebabkan oleh bangkitnya produksi di seluruh lapangan usaha setelah pandemi *covid-19* di seluruh dunia (BPS, 2023).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu usaha yang dikelola oleh orang perorangan atau badan usaha yang bersifat produktif dan

telah memenuhi kriteria sektor mikro serta beroperasi di bidang perdagangan yang sudah diatur dalam undang-undang. UMKM memiliki keunggulan dalam bertahan di tengah krisis global. Keunggulan yang dimiliki UMKM adalah dapat membuat barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat dengan memanfaatkan bahan baku dan sumber daya lokal, seperti sumber daya manusia, modal, dan peralatan. Dengan keunggulan positif yang dimiliki oleh UMKM, maka krisis global yang terjadi tidak akan berpengaruh (Al Farisi & Fasa, 2022).

Saat ini UMKM di Indonesia memiliki potensi yang besar dalam menggerakkan sistem ekonomi dan menjadi tumpuan sumber pendapatan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam pengembangan UMKM Pendapatan bukan hanya tentang keuntungan yang diterima saja, melainkan yang lebih penting adalah apakah pendapatan tersebut cukup untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (Anggraini, 2019). Dalam dunia usaha, pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dan bisa menjadi tolak ukur dalam keberhasilan suatu usaha. Pendapatan merupakan jumlah keuntungan yang diperoleh pengusaha setelah melakukan kegiatan ekonomi dengan cara mengurangi berbagai biaya yang sudah dikeluarkan dari perolehan hasil penjualan. Pendapatan dihasilkan melalui kegiatan usaha yaitu aktivitas jual beli yang dilakukan antara penjual dan pembeli dengan kesepakatan bersama. Pendapatan diterima dalam bentuk uang, dimana uang memiliki fungsi

sebagai alat pembayaran dan penukaran untuk membeli atau menjual suatu barang maupun jasa (Amalia, 2018).

UMKM mempunyai tingkatan yang cukup berpengaruh terhadap pendapatan baik dari segi perekonomian daerah hingga nasional, akan tetapi dalam kegiatan usaha tidak selalu berjalan dengan lancar, adakalanya untuk memperoleh pendapatan dalam proses aktivitas usaha terdapat hambatan maupun kendala. Agar pendapatan meningkat pelaku UMKM perlu konsisten dalam mencapai keuntungan dengan cara meningkatkan strategi dan inovasi baru serta mampu mengatasi masalah-masalah yang sering terjadi di UMKM seperti, ketidakmampuan dalam modal usaha, kurang lamanya dalam menjalankan usaha, kurangnya jam kerja, dan ketidakmampuan dalam hal pemasaran digital. Hal tersebut yang dapat mempengaruhi besar kecilnya pendapatan (Furqon, 2018).

Permasalahan pertama yang dihadapi oleh UMKM dalam menjalankan suatu usaha adalah keterbatasan terhadap sumber-sumber pembiayaan dari lembaga keuangan perbankan. Modal merupakan kunci awal dari setiap usaha dan besarnya modal yang tersedia akan berpengaruh pada perkembangan usaha (Yunus, 2021). Menurut Agustina dalam Budiharjo, (2021) modal merupakan faktor yang memiliki peranan penting dalam berkembangnya suatu usaha, dengan modal yang cukup maka pelaku usaha dapat mendirikan atau memperluas usahanya.

Modal usaha merupakan sejumlah uang atau biaya yang dikeluarkan untuk membeli barang atau peralatan yang diperlukan pada saat akan memulai bisnis, termasuk barang yang dibeli dari pedagang kaki lima dan dihitung dalam satuan rupiah Istinganah & Widiyanto, (2020). Modal dapat diartikan sebagai modal pertama kali dalam membuka usaha, modal untuk perluasan usaha, dan modal untuk menjalankan usaha. Modal usaha dapat terdiri dari modal sendiri dan modal pinjaman (Ashari, 2006). Penelitian yang dilakukan (Utami et al., 2023) menyatakan bahwa dengan modal usaha yang cukup maka jumlah produktivitas dan pendapatan yang diterima akan meningkat.

Selain modal usaha terdapat Faktor lain yang dapat mempengaruhi variabel pendapatan yaitu lama usaha. Teori tentang lama usaha yang dikemukakan oleh Moenir, (2008) menjelaskan bahwa semakin lama seseorang melakukan usahanya maka pengusaha tersebut memiliki strategi pengelolaan yang lebih matang dan tepat dalam menghasilkan dan memasarkan barangnya. Secara teoritik lama usaha memiliki pengaruh positif terhadap tingkat pendapatan. Asumsi dasar yang digunakan adalah, semakin lama usaha maka produktifitas kerja seseorang semakin tinggi dalam menghasilkan suatu produk yang memuaskan. Selain itu, seseorang yang lebih lama menjalankan usahanya memiliki relasi atau pelanggan yang lebih banyak. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Nopiyanti, 2022) menyatakan bahwa semakin lama seseorang menekuni bidang usahanya, maka akan

semakin matang dan tepat strateginya dalam mengelola, memproduksi dan memasarkan produk tersebut.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi Pendapatan adalah Jam Kerja. Jam kerja merupakan bagian paling penting yang harus ada pada suatu usaha, karena semakin tinggi jam kerja yang diluangkan oleh pelaku usaha dalam hal membuka usaha, maka semakin banyak pelanggan yang mereka miliki dan pendapatan yang diterima meningkat. Lamanya jam kerja yang dimiliki oleh setiap usaha berbeda-beda tergantung pada bidang dan jenis pekerjaan (Mahayuni & Widanta, 2021). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kiswanto et al., (2020), jam kerja berpengaruh positif terhadap pendapatan, semakin banyak jam kerja yang dihabiskan oleh Pelaku usaha, semakin besar pendapatan yang diperoleh.

Adapun faktor terakhir yang dianggap dapat memicu timbulnya pendapatan yaitu *digital marketing* atau yang biasa disebut pemasaran digital adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan perangkat yang terhubung ke internet atau media digital untuk berkomunikasi dengan calon konsumen melalui saluran komunikasi secara online (Putri & Arif, 2023). *Digital marketing* tidak hanya tentang beriklan di internet tetapi juga tentang memahami perilaku konsumen, yang memungkinkan para pelaku usaha dapat mudah melihat kebutuhan dan tren pelanggan. Untuk melacak bagaimana perilaku konsumen tersebut Perusahaan dapat menggunakan *Artificial Intelligence* (AI) atau kecerdasan buatan. Kecerdasan buatan atau AI

memiliki keunggulan dalam mengolah data konsumen dalam jumlah besar, sehingga memungkinkannya para pelaku usaha untuk menciptakan tren pasar baru (Harto et al., 2019). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dinar & Supatminingsih, (2022) menjelaskan bahwa pemasaran digital bagi UMKM memiliki dampak yang signifikan dan positif terhadap meningkatnya pendapatan dan jumlah pelanggan.

Alasan yang mendasari penelitian ini yaitu, adanya fenomena yang dialami di Kabupaten Tegal yakni setelah menghadapi masa pandemi *covid-19* yang terjadi pada tahun 2019-2021 masyarakat memilih untuk membuka usaha baru dalam skala mikro, kecil dan menengah. Alasan tersebut menjadikan UMKM berperan penting dalam proses pertumbuhan ekonomi di Indonesia, tidak terkecuali di Kabupaten Tegal yang relatif berkembang pesat dilihat dari beberapa wilayah yang berada di Kabupaten Tegal yang meliputi 18 Kecamatan dengan jumlah desa 281 dan hampir semua Kecamatan terdapat UMKM yang berada dalam naungan Dinas Koperasi, UKM, dan Perdagangan Kabupaten Tegal. Dengan dilakukannya pengembangan dan pemberdayaan UMKM yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, UKM, dan Perdagangan diharapkan dapat membantu usaha tersebut agar dapat bersaing dengan usaha yang berada di kota-kota besar dan pendapatan yang diterima oleh para pelaku usaha meningkat setiap tahunnya.

Berdasarkan informasi data yang dilampirkan dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Tegal, fenomena pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal terjadi pada tahun 2019-2023. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Besaran Pendapatan Pada Usaha Kecil
dan Menengah (UKM) Kabupaten Tegal Tahun 2019-2023

Tahun	Pendapatan (Dalam Rupiah)
2019	3.036.187.699
2020	2.070.770.071
2021	6.575.061.938
2022	8.366.088.071
2023	10.159.263.177

Sumber: Badan Pusat Statistik yang diolah

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa pendapatan UKM di Kabupaten Tegal mengalami penurunan yang cukup signifikan yaitu pada tahun 2020. Penurunan tersebut dikarenakan pada tahun 2020 terjadi pandemi *covid-19* dan pemerintah mengeluarkan kebijakan mengenai *lockdown* yang artinya semua aktivitas dilakukan didalam rumah. Dari kejadian tersebut berdampak pada segi ekonomi dan kelangsungan UKM seperti sulitnya untuk memperoleh bahan baku dan terjadi perubahan pola konsumsi barang atau jasa dari yang sebelumnya *offline* menjadi *online*. Kemudian pada tahun 2021-2023 pendapatan UKM di Kabupaten Tegal mulai meningkat, dikarenakan para pelaku UKM mulai membuka usahanya dan konsumen mulai banyak yang membeli barang/produk baik secara *online* maupun *offline*.

Adapun penelitian ini mengacu pada penelitian Alkumairoh & Warsitasari, (2022) Pengaruh Modal Usaha, Jam Kerja dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah Pedagang Pasar Gambar Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar, namun perbedaa dalam penelitian Alkumairoh & Warsitasari, (2022) hanya menggunakan tiga variabel independen sedangkan pada penelitian ini menggunakan empat variabel independen yaitu pengaruh modal usaha, lama usaha, jam kerja dan *digital marketing*. Dari uraian latar belakang masalah sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Jam Kerja Dan Digital Marketing Terhadap Pendapatan UKM (Studi Kasus Pada UKM yang Terdaftar di Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kabupaten Tegal)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Modal Usaha berpengaruh terhadap Pendapatan UKM di Kabupaten Tegal?
2. Apakah Lama Usaha berpengaruh terhadap Pendapatan UKM di Kabupaten Tegal?
3. Apakah Jam Kerja berpengaruh terhadap Pendapatan UKM di Kabupaten Tegal?

4. Apakah *Digital Marketing* berpengaruh terhadap Pendapatan UKM di Kabupaten Tegal?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya dan kemudian didefinisikan ke dalam rumusan masalah, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah Modal Usaha berpengaruh terhadap Pendapatan UKM di Kabupaten Tegal.
2. Untuk mengetahui apakah Lama Usaha berpengaruh terhadap Pendapatan UKM di Kabupaten Tegal.
3. Untuk mengetahui apakah Jam Kerja berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal.
4. Untuk mengetahui apakah *Digital Marketing* berpengaruh terhadap Pendapatan UKM di Kabupaten Tegal.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi Pengembang Ilmu pengetahuan

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi khususnya pada

sektor pemerintah yang akan melihat pengaruh yang mempengaruhi pendapatan.

b. Bagi Akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman yang baru tentang Pendapatan dan juga dapat menambah bukti empiris pada masa yang akan datang tentang penelitian yang sama dan diharapkan nantinya dapat dijadikan referensi oleh peneliti selanjutnya.

c. Bagi peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan atau pengetahuan baru tentang Pendapatan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian dan gambaran kebijakan strategis untuk membuat kebijakan publik terkait perkembangan dan pemerdayaan UMKM sehingga Pendapatan yang diterima oleh Pelaku UMKM meningkat.

b. Bagi pelaku UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan dijadikan dalam pengambilan keputusan mengenai perkembangan usaha yang sedang dijalankan dan dapat memperkuat penelitian sebelumnya tentang Pendapatan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Pertumbuhan Neo Klasik

Teori pertumbuhan neo klasik dipopulerkan oleh Goerge H. Bort (1960) dalam Sjafrizal, (2008). Teori ini menjelaskan bahwa pertumbuhan ekonomi di suatu wilayah ditentukan oleh kemampuan wilayah tersebut dalam meningkatkan kegiatan aktivitas produksinya. Maksud dari aktivitas produksi yaitu kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat untuk menghasilkan barang atau jasa, kegiatan tersebut menjadi faktor dalam meningkatnya suatu pendapatan. Menurut Kristianto, (2023) teori pertumbuhan ekonomi Neo Klasik berhubungan langsung dengan pertumbuhan ekonomi suatu negara melalui tiga faktor utama, yaitu modal, tenaga kerja dan teknologi.

Keterkaitan teori neo klasik dengan penelitian ini yaitu pada variabel modal usaha yang merujuk pada mudahnya mencari akses permodalan, seperti kredit usaha dan investasi yang kemudian dapat membantu para pelaku UMKM untuk meningkatkan pendapatan dan skala produksinya. Selain itu, teori Neo Klasik menekankan pada pentingnya jumlah tenaga kerja dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan produktivitanya melalui banyaknya jumlah tenaga kerja

yang terampil dan berpengalaman yang kemudian akan berpengaruh pada meningkatnya pendapatan yang diterima.

Teori Neo Klasik juga menekankan pada penggunaan teknologi informasi yang tepat dan modern seperti mesin dan perangkat lunak yang dapat membantu dan memudahkan para pelaku UMKM untuk meningkatkan efisiensi produksinya serta meningkatkan kualitas produknya dengan begitu pendapatan meningkat. Menurut teori ini, apabila pendapatan yang diterima terus meningkat, maka perlu ditambahkan modal dan tenaga kerja. Pelaku usaha yang menjalankan usahanya dengan waktu yang lama, mendapatkan pengalaman yang lebih banyak yang kemudian akan meningkatkan produktivitasnya. Dengan menerapkan Teori Pertumbuhan Neo Klasik yang tepat, UMKM dapat meningkatkan pendapatannya dan mencapai kesuksesan dalam jangka panjang (Alfrida Sekar Ayuningtyas et al., 2024).

2. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

a. Pengertian UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang beroperasi secara mandiri dan menghasilkan hasil yang dimiliki oleh individu atau organisasi di semua sektor ekonomi. Di Indonesia, Undang-Undang Nomor 20 Pasal 1 Tahun 2008 mengatur tentang pengertian usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Undang-undang ini mendefinisikan:

- 1) Usaha Mikro adalah usaha yang harus memenuhi kriteria tertentu agar dapat diklasifikasikan. Dengan persyaratan antara lain milik orang perorangan, perusahaan produktif, dan badan usaha yang sudah diatur dalam undang-undang.
- 2) Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dijalankan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan. Usaha tersebut dikelola dengan cara yang sangat sederhana baik dari segi manajemen maupun produksinya, dan menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil yang ditetapkan dalam undang-undang.
- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi Produktif yang mulai berkembang dari usaha kecil ke usaha menengah yang dilakukan oleh individu atau badan usaha dan bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar dengan hasil penjualan secara tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang (Ismail, 2022).

b. Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Pasal 6 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah Tahun (2008) mendefinisikan Kriteria UMKM sebagai berikut:

1) Usaha Mikro

Suatu usaha bisa dikatakan sebagai usaha mikro apabila memiliki keuntungan dari hasil penjualan tahunan sebesar Rp.300.000.000 dan memiliki jumlah asset atau kekayaan bersih sebesar Rp.50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

2) Usaha Kecil

Hasil keuntungan dari penjualan yang masuk kriteria usaha kecil apabila memiliki jumlah asset atau kekayaan bersih sebesar Rp.50.000.000-Rp.500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta memiliki hasil keuntungan dari penjualan tahunan sebesar Rp.300.000.000-Rp.2.500.000.000.

3) Usaha Menengah

Kriteria dalam Usaha menengah memiliki jumlah asset atau kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000-Rp.10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Sementara untuk keuntungan dari hasil penjualan tahunan yang dimiliki oleh usaha menengah sebesar Rp.2.500.000.000-Rp.50.000.000.000.

c. Kelebihan dan kekurangan UMKM

Menurut Suci, (2017) Kelebihan yang dimiliki Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah dapat menjadi dasar pengembangan kewirausahaan, karena UMKM mampu meningkatkan ekonomi kerakyatan dengan menyediakan banyak lapangan pekerjaan. Selain itu UMKM merupakan usaha yang paling aman bagi perbankan dalam proses memberikan kredit sebab bergerak di bidang usaha yang cepat menghasilkan uang.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah juga memiliki kekurangan yaitu rendahnya kemampuan kewirausahaan dan manajerial sumber daya manusia (SDM) yang dapat menyebabkan ketidakefisien dalam menjalankan proses usaha. Selain itu masalah keterbatasan keuangan juga menjadi kekurangan UMKM (Andaiyani et al., 2020).

3. Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Pendapatan menurut Ikatan Akuntansi Indonesia adalah penghasilan yang diperoleh suatu kegiatan entitas yang biasanya disebut dengan nama-nama seperti, penjualan, imbalan, bunga, deviden, royalti, dan sewa. Menurut Standar Akuntansi Keuangan (SAK) No. 23 tahun 2009, pendapatan merupakan arus kas masuk bruto dari keuntungan ekonomi yang berasal dari aktivitas normal perusahaan selama satu periode dan apabila arus kas tersebut

mengalami kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal (Moningka, 2010).

Menurut Polandos et al., (2019) Pendapatan adalah penghasilan yang berasal dari aktivitas atau biasanya disebut dengan keuntungan seseorang setelah melakukan pekerjaan maupun kegiatan pada tempat dan waktu tertentu. Pendapatan (income) pedagang ditentukan oleh faktor penjualan barang yang telah diproduksi dan harga per unit dari masing-masing produk yang telah dihasilkan. Semakin besar kemampuan produksi dalam menghasilkan barang maupun jasa, semakin besar pula jumlah pendapatan yang didapat. Pendapatan seseorang biasanya dihitung setiap tahun dan setiap bulan (Murthi, 2023).

Pendapatan merupakan unsur yang sangat penting karena dalam melakukan kegiatan usaha keinginan dari pemilik usaha tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah uang yang dihasilkan selama melakukan usaha (Artaman, 2015). Dalam arti ekonomi pendapatan merupakan hasil dari penggunaan faktor-faktor produksi oleh sektor rumah tangga dan perusahaan berupa gaji, sewa, bunga, dan keuntungan atau profit (Hendrik, 2011).

Tinggi redahnya pendapatan yang diperoleh seseorang dalam menjalankan usahanya tergantung pada keahlian, keterampilan, dan banyak sedikitnya modal yang digunakan (Maghfira, 2018).

Pendapatan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan usaha, semakin besar pendapatan yang diterima oleh pelaku usaha maka semakin besar pula kemampuan dan potensi usaha dalam membiayai segala pengeluaran yang dibutuhkan selama menjalankan kegiatan usaha. (Ririn, 2019).

b. Sumber-sumber Pendapatan

Menurut Patty & Rita, (2015) bahwa pendapatan diperoleh dalam tiga sumber, antara lain:

1) Gaji dan upah

Pendapatan yang diperoleh dari setiap individu atas imbalan setelah melakukan pekerjaan dalam jangka waktu satu hari, satu minggu, maupun satu bulan.

2) Pendapatan dari usaha sendiri

Merupakan total nilai dari hasil produksi setelah dikurangi dengan jumlah biaya-biaya yang telah dibayar dan usaha tersebut merupakan usaha milik sendiri atau dari keluarga, tenaga kerjanya dari anggota keluarga sendiri, nilai sewa kapital milik sendiri, dan semua biaya ditanggung dan diperhitungkan.

3) Pendapatan dari usaha lain

Pendapatan yang diperoleh tanpa memperkerjakan orang lain dan pendapatan didapat dari usaha lain atau sampingan diantaranya

berupa pendapatan dari hasil menyewakan asset yang dimiliki seperti rumah, tanah, pendapatan dari dana pensiun, dan lain-lain.

c. Klasifikasi pendapatan

Menurut Purmayangsari, (2021) pendapatan diklasifikasikan menjadi dua bagian yaitu pendapatan operasional dan pendapatan non operasional. Berikut penjelasan mengenai jenis pendapatan berdasarkan klasifikasinya :

1. Pendapatan Operasional (*operating revenue*) merupakan pendapatan yang diperoleh dari aktivitas penjualan produk perusahaan baik barang maupun jasa selama satu periode. Setiap perusahaan akan memperoleh pendapatan operasional yang berbeda-beda, hal tersebut dapat dilihat dari jenis usaha yang dikembangkan dan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Salah satu jenis pendapatan operasional perusahaan bersumber dari penjualan. Penjualan tersebut dibedakan menjadi dua yaitu:

- 1) Penjualan kotor adalah total pendapatan dari penjualan sebelum pengembalian barang (retur), diskon dan komisi penjualan.
- 2) Penjualan bersih adalah total pendapatan penjualan setelah dikurangi dengan faktor-faktor seperti, retur, diskon dan komisi.

2. Pendapatan Non Operasional (*non operating revenue*) merupakan pendapatan yang diperoleh bukan dari kegiatan utama operasional perusahaan. jenis pendapatan non operasional :
 - 1) Pendapatan yang dihasilkan dari penggunaan aktiva atau sumber ekonomi perusahaan oleh pihak lain.
 - 2) Pendapatan yang dihasilkan dari penjualan aktiva yang tidak termasuk barang dagangan atau hasil produksi.

d. Jenis-jenis pendapatan

Menurut Standar Akuntansi Keuangan No. 23 Tahun (2010) pendapatan dibagi menjadi 3 jenis yaitu:

1. Penjualan barang

Pendapatan yang diperoleh dari penjualan barang yang telah diproduksi oleh perusahaan untuk dijual dan dibeli kembali. Seperti produk dagang yang dibeli dari pengecer dan kemudian akan dijual dan dibeli kembali.

2. Penjualan jasa

Pendapatan yang timbul dari perusahaan karena telah menjual jasa mereka. Penjualan tersebut mencakup pelaksanaan tugas secara kontraktual dan telah disepakati untuk dilaksanakan dalam periode tertentu.

3. Pendapaan Bunga, Royalti dan deviden

Pendapatan diperoleh dari pihak lain atas penggunaan asset yang menghasilkan bunga, royalti, dan deviden.

4. Unsur-unsur pendapatan

Dalam Widyayanti & Insiatiningsih, (2021) unsur-unsur pendapatan merupakan asal dari pendapatan itu diperoleh, dimana unsur-unsur tersebut meliputi:

- 1) Pendapatan yang diperoleh dari hasil produksi barang maupun jasa.
- 2) Imbalan yang diterima atas penggunaan aktiva perusahaan oleh pihak lain.
- 3) Penjualan aktiva diluar barang dagangan.

5. Faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan

Laili & Setiawan (2020) Menyatakan bahwa pendapatan seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

1. Modal Awal

Modal merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap pendapatan, karena Dengan modal yang besar, maka jumlah produksi dan jenis dagangan akan besar juga, dengan begitu calon konsumen akan merasa tertarik untuk membeli barang dagangan dan pendapatan yang diterima akan meningkat.

2. Lokasi usaha

Lokasi usaha merupakan tempat dimana usaha tersebut akan dilakukan dimulai dari kegiatan penjualan kepada konsumen. Pemilihan lokasi usaha yang tepat akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh.

3. Jumlah tenaga kerja

Tenaga kerja adalah setiap orang yang memiliki kemampuan untuk bekerja dan menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pribadi maupun masyarakat. Tenaga kerja pada usaha bisa dari pemilik sendiri maupun orang lain.

4. Teknologi

Teknologi merupakan suatu alat yang digunakan untuk mempercepat proses produktivitas dalam suatu usaha. Dengan diterapkannya teknologi, para tenaga kerja dengan mudah untuk menghasilkan barang yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan.

4. Modal Usaha

a. Pengertian Modal Usaha

Modal usaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Kusumawati & Nurjannah, (2022) adalah uang yang digunakan sebagai pokok (induk) untuk berdagang maupun untuk menghasilkan sesuatu yang dapat menambah kekayaan. Dalam bahasa Inggris modal

disebut *capital*, yang artinya ekuitas atau kekayaan bersih bagi pemilik bisnis, baik berupa peralatan yang dibutuhkan dalam bisnis dengan tujuan memperoleh keuntungan.

Modal usaha merupakan faktor yang harus ada sebelum melakukan kegiatan produksi. Modal usaha menurut Pratana & Margunani, (2017) merupakan kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan pada masa yang akan datang dan dinyatakan dalam nilai uang. Besar kecilnya modal yang dikeluarkan dalam menjalankan usaha akan berpengaruh pada perkembangan usaha dan meningkatnya pendapatan.

Dengan modal yang mencukupi akan mempengaruhi kelancaran dan perkembangan bisnis yang dijalankan, modal mempunyai peran penting dalam usaha yaitu dapat menentukan peningkatan pendapatan pengusaha (Masinambow et al., 2023). Bagi pedagang modal merupakan faktor pendukung dan faktor penentu dalam keberlangsungan usahanya. Dengan modal yang cukup seorang pedagang dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan memiliki peluang yang besar untuk memperoleh pendapatan (Allam et al., 2019).

Modal merupakan faktor yang mempunyai peranan yang cukup penting dalam proses produksi, karena modal sangat dibutuhkan oleh pelaku usaha ketika akan mendirikan usaha baru atau memperluas

tempat usaha. Tanpa modal yang cukup, maka akan berpengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh (Utari & Dewi, 2014). Menurut Riyanto, (2010) modal tidak hanya berkaitan dengan uang, tetapi dapat dikatakan sebagai segala sesuatu yang dapat di pakai untuk menghasilkan suatu barang atau jasa.

Modal juga dapat didefinisikan sebagai kolektivitas dari barang modal yang terdapat dalam neraca sebelah Debet, yang dimaksud dengan barang modal adalah semua barang yang ada dalam rumah tangga perusahaan dan memiliki fungsi produktifitas untuk menghasilkan pendapatan. Besarnya suatu modal yang diperlukan tergantung pada jenis usaha yang dijalankan. Usaha mikro, kecil, dan menengah dikenal sebagai jenis usaha yang memerlukan jumlah modal tertentu. Oleh karena itu, jenis usaha menentukan jumlah modal yang diperlukan. Selain jenis usahanya, lama waktu yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk menghasilkan produk yang di inginkan memengaruhi besarnya jumlah modal (Alifiana et al., 2021).

b. Jenis-jenis modal usaha

1) Berdasarkan sumbernya

Menurut Kartini, (2020) Berdasarkan sumbernya, modal dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Modal sendiri

Adalah modal awal yang diperoleh dari setiap individu dalam mendirikan suatu perusahaan. Modal sendiri juga dapat diperoleh dari keuntungan atau laba dari hasil perusahaan itu sendiri yang berupa saham (*stock*), cadangan penyusutan (*depreciation allowance*), dan laba yang ditahan (*retained earning*).

2. Modal pinjaman

Adalah modal yang diperoleh dari pihak lain, seperti pinjaman dari perbankan, pinjaman dari lembaga keuangan, dan pinjaman dari perusahaan non-keuangan yang bersifat sementara. Penggunaan modal pinjaman yang terlalu besar untuk keperluan perusahaan dapat menyebabkan timbulnya beban bunga, beban administrasi, serta biaya provisi.

2) Berdasarkan sifatnya

Didalam suatu usaha modal selalu menjadi masalah utama dan mempunyai hubungan yang sangat erat dengan berhasil atau tidaknya suatu usaha yang telah didirikan. Sari & Kardoyo (2018) mendefinisikan Modal menurut sifatnya sebagai berikut:

1. Modal tetap

yaitu modal yang memberikan jasa dalam proses produksi dengan waktu yang relatif lama dan tidak terpengaruh oleh besar atau kecil total produksi yang dihasilkan.

2. Modal lancar

yaitu modal yang memberikan jasa dalam proses produksi hanya satu kali, berupa bahan baku dan kebutuhan lain sebagai penunjang suatu usaha.

- 3) Berdasarkan kepemilikannya

Modal berdasarkan kepemilikannya menurut Sidik & Ilmiah, (2021) dibagi menjadi dua yaitu:

1. Modal perseorangan yaitu modal yang diperoleh dari seseorang itu sendiri. modal perseorangan dapat mempermudah dalam melakukan aktivitas usaha dan dapat memberikan keuntungan secara optimal bagi pemiliknya Seperti, saham, deposito, maupun properti lainnya.
2. Modal sosial yaitu modal milik masyarakat dengan fasilitas berupa mudahnya akses untuk menjalankan usaha, seperti pasar, pelabuhan, stasiun dan lain sebagainya.

5. Lama Usaha

a. Pengertian Lama Usaha

Lama usaha merupakan jumlah waktu yang dihabiskan oleh pengusaha untuk menjalankan usahanya atau jumlah waktu yang dihabiskan oleh seseorang untuk bekerja dalam suatu bidang pekerjaan. Hamsiah et al., (2023) mendefinisikan bahwa semakin lama seseorang menjalankan usahanya akan semakin tinggi produktivitas kerja dan menghasilkan hasil produksi yang memuaskan.

Definisi dari lama usaha adalah jumlah waktu yang dijalani oleh pengusaha untuk melakukan usaha. Jangka waktu yang dihabiskan oleh pengusaha dalam menjalankan usahanya dapat berpengaruh besar pada pemilihan strategi dan cara menjalankan usahanya. Pengusaha yang lebih lama dalam melakukan usahanya akan memiliki strategi yang tepat dan efektif untuk mengelola, memproduksi, dan memasarkan produknya (Prihatmingtyas, 2019).

Menurut (Santoso, 2019) Lama usaha berkaitan dengan lamanya pelaku usaha dalam menekuni suatu usaha, dengan waktu yang lama pelaku usaha lebih mudah memahami kondisi dan situasi pasar, hal tersebut membuka kesempatan baru bagi para pelaku usaha untuk menetapkan harga yang lebih tinggi dan dapat mencapai keuntungan yang diinginkan.

Menurut Foster dalam Indriati & Nazhifi (2022) terdapat beberapa hal untuk menentukan berpengalamannya seseorang dalam menjalankan usahanya:

1. Masa kerja merupakan lamanya waktu yang ditempuh seseorang dalam memahami tugas-tugas pekerjaan dan melaksanakannya dengan baik. Seseorang yang memiliki masa kerja tinggi cenderung mempunyai strategi yang tepat dalam mengelola usahanya, serta mampu mengambil keputusan dalam setiap keadaan.
2. Tingkat pengetahuan dan keterampilan, pengetahuan yang dimiliki oleh pelaku usaha lebih merujuk pada konsep, prinsip, prosedur, dan informasi yang dibutuhkan oleh pegawai. sedangkan keterampilan merujuk pada kemampuan fisik untuk melakukan atau menyelesaikan pekerjaan.
3. Penguasaan terhadap pekerjaan dan peralatan merupakan tingkat pemahaman seseorang dalam penguasaan teknik pekerjaan dan peralatan yang digunakan.

6. Jam Kerja

a. Pengertian Jam kerja

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Jam kerja merupakan waktu yang dijadwalkan bagi para pegawai dalam bekerja. Jam kerja dapat menentukan produktivitas dan efisiensi kerja, karena

jam kerja mampu mempengaruhi pendapatan. Kirana, (2023) mendeskripsikan Jam kerja sebagai waktu yang digunakan seseorang dalam melakukan pekerjaan. Jam kerja juga dapat diartikan sebagai waktu yang dimanfaatkan seseorang untuk melakukan pekerjaan berupa produksi barang atau jasa.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) jam kerja adalah lamanya waktu yang digunakan untuk bekerja tidak termasuk jam kerja istirahat resmi dan jam kerja yang digunakan untuk hal-hal diluar pekerjaan. Jam kerja adalah jumlah waktu yang dikerjakan oleh pekerja baik pagi, siang, dan malam hari. Merencanakan pekerjaan yang akan datang merupakan langkah awal untuk memperbaiki pengelolaan waktu, apabila perencanaan pekerjaan belum dibuat dengan teliti maka tidak ada panduan untuk menentukan apakah usaha telah dijalankan sesuai sasaran yang ingin dicapai.

Dengan adanya pengelolaan waktu yang baik, maka pekerja dapat menghemat waktu dalam bekerja. Jam kerja merupakan bagian dari faktor organisasi yang memiliki sumber potensial yaitu stres yang dialami oleh setiap karyawan di tempat kerjanya. Salah satu kendala yang dialami oleh karyawan ialah terkait dengan terbatasnya waktu dalam melakukan pekerjaan (Sulasih, 2019).

b. Pengaturan Jam Kerja

Menurut Kamulalis, (2022) Kategori Jam kerja dibagi menjadi tiga berdasarkan lamanya seseorang dalam bekerja selama satu minggu, sebagai berikut :

1. Jam kerja normal yaitu seseorang yang bekerja antara 35 jam sampai dengan 44 jam dalam seminggu.
2. Jam kerja dibawah normal yaitu Seseorang yang telah bekerja tidak lebih dari 35 jam per minggu.
3. Jam kerja panjang yaitu seseorang yang bekerja dengan waktu 45 jam dalam seminggu.

Menurut Undang - Undang No 13 tahun 2003 pada Pasal 77 Ayat 1 berbunyi “setiap pengusaha wajib melaksanakan ketentuan waktu kerja” ketentuan tersebut dijelaskan pada pasal 2 yaitu:

1. 7 (tujuh) jam 1 (satu) hari dan 40 (empat puluh) jam 1 (satu) minggu untuk 6 (enam) hari kerja dalam 1 (satu) minggu:atau
2. 8 (delapan) jam 1 (satu) hari dan 40 (empat puluh) jam 1 (satu) minggu untuk 5 (lima) hari kerja dalam 1 (satu) minggu.

7. Digital Marketing

a. Pengertian *Digital Marketing*

Menurut Riyadi, (2019) *digital marketing* adalah kegiatan promosi suatu produk atau merek dengan menggunakan bantuan internet maupun

media sosial untuk menarik konsumen dan pelanggan secara cepat. Sistem dalam digital marketing sudah terhubung dengan dunia pemasaran di era digital. *Digital marketing* atau pemasaran digital merupakan metode pemasaran menggunakan media digital untuk mempermudah berkomunikasi dengan calon pembeli melalui media komunikasi secara online maupun daring (Juniawaty et al., 2023).

Pemasaran digital (*digital marketing*) merupakan proses pemasaran dengan menggunakan *website, social media, dan marketplace*. Bagi UMKM pemasaran digital sangat penting untuk para pelaku UMKM karena dapat meningkatkan pengetahuan tentang cara dan tahap-tahapan dalam memperluas jaringan konsumen mereka. Para pelaku UMKM yang mampu menggunakan *website, social media, dan marketplace* untuk memasarkan produknya mendapatkan kesempatan dalam mengembangkan usahanya dan meningkatnya pendapatan (Khan et al., 2017).

Digital marketing merupakan salah satu cara untuk memperluas dan meningkatkan fungsi pemasaran tradisional. Penggunaan digital marketing dianggap lebih hemat biaya dibandingkan dengan pemasaran konvensional secara langsung. *Digital marketing* juga memiliki Manfaat yaitu meningkatnya penjualan dan pendapatan karena jangkauan konsumen lebih jauh dan lebih luas (Luh et al., 2023). Para pelaku UMKM yang sudah menggunakan platform digital seperti *e-commerce* dan *marketplace* untuk menjual produk usahanya akan lebih mudah dalam

memperkenalkan produk tersebut ke pasar yang lebih luas yang kemudian berdampak pada semakin besarnya pendapatan yang diterima dan jangkauan konsumen (Artaya & Purworusmiardi, 2019).

Menurut Mianto et al., (2023) strategi pemasaran dapat dilakukan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam memperoleh konsumen dan pelanggan dengan cara:

1. Pemasaran secara langsung yaitu suatu pemasaran yang dilakukan dengan cara bertemu langsung dengan calon konsumen untuk menyerahkan barang atau jasa tanpa suatu perantara apapun (*offline marketing*).
2. Pemasaran tidak langsung yaitu pemasaran yang dilakukan dengan memanfaatkan internet sebagai perantara dalam memasarkan produknya (*online marketing*).

b. Manfaat *digital marketing*

Menurut Dharma et al., (2022) *digital marketing* memiliki manfaat dalam menjalankan usaha antara lain:

- 1) Membangun brand awareness.
- 2) Meningkatkan penjualan.
- 3) Membangun komunikasi yang baik dengan konsumen melalui media sosial.
- 4) Dapat menjangkau pasar secara lebih luas baik lokal, nasional, maupun internasional.

5) Mudah diakses kapanpun dan dimanapun.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi Pendapatan UMKM merujuk pada penelitian sebelumnya, dimana penelitian ini telah dilakukan oleh peneliti dengan berbagai variabel dan hasil yang berbeda. Adapun uraian penelitian terdahulu diantaranya adalah sebagai berikut:

Penelitian terdahulu yang menjadi rujukan dalam penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Anjani & Ayuningsasi (2023) dengan penelitian berjudul “Pengaruh Modal, Lama Usaha, Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan UMKM Sektor Perdagangan Di Kabupaten Badung”. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif bersifat asosiatif. Jumlah sampel penelitian ini adalah 122 pelaku usaha UMKM sektor perdagangan di kabupaten Badung dengan teknik pengambilan sampel yaitu *simple random sampling*. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari para responden berupa kuisisioner, observasi dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pengujian dilakukan melalui program *Eviews 10*. Dari penelitian ini diperoleh hasil modal dan lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Sedangkan Jam kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan. Beberapa persamaan dengan penelitian ini diantaranya menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai teknik analisis data serta

lama usaha dan jam kerja sebagai variabel independen. Perbedaannya yaitu pada objek penelitian, periode penelitian dan adanya penambahan pada variabel independen.

Arifuddin et al., (2021) dengan penelitian berjudul “Pengaruh Modal Usaha, Persediaan, Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pasar Baruga)”. Penelitian ini berjenis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 784 pedagang yang berjualan disekitar pasar baruga. Berdasarkan metode Random sampling dengan rumus slovin, jumlah sampel yang diperoleh adalah sebanyak 89 sampel. Data yang digunakan adalah data primer berupa wawancara dan survei lapangan sedangkan data sekunder berupa sumber lain yang sebelumnya sudah ada. Skala yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala interval 7 poin. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah model regresi linier berganda dengan bantuan *Ordinary Least Square* (OLS). Pengujian hipotesis menggunakan uji statistik F (uji kelayakan model), uji signifikan parameter individual (uji statistik T). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan, jam kerja tidak berpengaruh terhadap pendapatan. Sementara persediaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di masa pandemi *covid-19*. Persamaan dengan penelitian yaitu menggunakan uji F dan uji T sebagai pengujian hipotesis, modal usaha dan jam kerja sebagai variabel independen.

Perbedaanya yaitu pada periode penelitian, objek penelitian, dan menambahkan variabel independen.

Penelitian Agustina et al., (2023) yang berjudul “Pengaruh Modal, Tenaga Kerja Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Warung Sembako Di Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan”. Populasi dalam penelitian ini yaitu semua usaha warung sembako di kecamatan penebel yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM yaitu sebanyak 240 usaha. Data yang digunakan yaitu data primer, jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin diperoleh 71 usaha. Analisis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS . Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal dan lama usaha secara parsial berpengaruh positif terhadap pendapatan sedangkan tenaga kerja tidak berpengaruh terhadap pendapatan usaha warung sembako di Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan. Persamaan dengan penelitian ini ialah pada analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, lama usaha sebagai variabel independen. Perbedaanya terletak pada periode penelitian, objek penelitian, dan menambahkan variabel independen.

Nursyamsu et al., (2020) dengan penelitian berjudul “Pengaruh Modal Kerja Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Kelurahan Kabonena”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel penelitian ada 70 responden dengan metode random sampling. Metode penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan

data dengan menggunakan kuisioner yang dibagikan kepada responden. Analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahap uji validitas, reliabilitas, uji regresi linier berganda dan uji asumsi klasik dengan bantuan *SPSS* versi 21. Sedangkan untuk membuktikan hipotesis menggunakan uji f dan uji t. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel modal kerja dan jam kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang kali lima di Kelurahan Kabonena. Persamaan dengan penelitian ini adalah metode analisis data dan jam kerja sebagai variabel independen. Perbedaannya terletak pada alat analisis yang digunakan, tahun penelitian, objek penelitian, dan penambahan beberapa variabel independen.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Amelia et al., (2023) yang berjudul “Pengaruh Kredit Usaha Rakyat, Modal Sendiri, Lama Usaha Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Karawang”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jenis data yaitu data primer dengan cara menyebarkan kuisioner kepada responden yang dijadikan sampel. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *random sampling* dan dihitung dengan rumus slovin sampel sebanyak 100 responden. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert sedangkan Teknik Analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis terdiri dari uji f (simultan), uji t (parsial) dan koefisien determinasi (R^2) dengan

bantuan program *SPSS* statistik versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredit usaha rakyat, modal sendiri, dan lama usaha memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan sedangkan jumlah tenaga kerja tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM DI Kabupaten Karawang. Persamaan dengan penelitian ini yaitu teknik analisis data, pengujian hipotesis, dan lama usaha sebagai variabel independen. Perbedaanya terletak pada tahun penelitian, objek penelitian serta menambahkan beberapa variabel independen.

Nurmalasari, (2023) dengan penelitian berjudul “Pengaruh E-Commerce, Inovasi Produk Dan Modal Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Di Kabupaten Pasuruan (Studi Pada UMKM Di Kabupaten Pasuruan)”. Jenis penelitian ini adalah *Explanatory Research* dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari responden dengan menyebarkan kuisioner. Populasi penelitian ini adalah seluruh UMKM kabupaten pasuruan dengan teknik pengambilan sampel non probability sampling dengan rumus perhitungan slovin dengan jumlah sampel sebanyak 100 respoden. Penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda dengan bantuan *software SPSS* versi 25. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-commerce*, dan modal usaha berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan sedangkan inovasi produk tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Persamaan dengan penelitian ini diantaranya perhitungan sampel dengan rumus slovin, analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, dan

modal usaha sebagai variabel independen. Sementara, perbedaannya yaitu pada periode penelitian, objek penelitian, dan menambahkan beberapa variabel independen

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Urohmah et al., (2022) dengan judul “Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce), Modal Usaha Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kecamatan Metro Barat”. Jenis penelitian ini merupakan penelitian Eksplorasi dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di kecamatan metro barat dengan jumlah sampel sebanyak 95 orang. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, statistik deskriptif, dan analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS versi 25. Hasil analisis menunjukkan bahwa transaksi *E-commerce*, modal usaha dan penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Metro Barat. Persamaan dengan penelitian ini ialah pada metode analisis data, dan modal usaha sebagai variabel independen. Perbedaannya terletak pada periode penelitian, objek penelitian dan menambahkan beberapa variabel independen.

Seprianto, (2021) dengan penelitian berjudul “Pengaruh Jam Kerja, Modal, Pendidikan, Dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan UKM Sektor Perdagangan Di Kota Sungai Penuh”. Penelitian ini termasuk penelitian

Kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UKM sektor perdagangan di kota sungai sebanyak 157 UKM. Sampel ditentukan dengan menggunakan metode Stratified Random Sampling dengan bantuan Rumus Slovin dengan jumlah 113 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis antara lain uji F, uji T dan koefisien determinasi. Berdasarkan pengujian diperoleh hasil bahwa variabel jam kerja dan modal berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap pendapatan sedangkan pendidikan dan tenaga kerja berpengaruh negatif terhadap pendapatan UKM perdagangan. Adapun persamaan dalam penelitian ini ialah menggunakan analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis, dan jam kerja sebagai variabel independen. Perbedaannya pada periode penelitian, objek penelitian dan menambahkan beberapa variabel independen.

Liswatin, (2022) dengan penelitian berjudul “Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha, Jam Kerja, Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Toko Pakaian Di Kecamatan Unaha”. Metode yang digunakan ialah metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah sampel jenuh dengan metode purposive sampling sebanyak 30 orang. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang diperoleh dari situs resmi Biro Pusat Statistik (BPS) maupun pemilik, pengelola, dan tenaga kerja pada toko pakaian di kecamatan unaha. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Sedangkan untuk pengumpulan data menggunakan

kuisisioner dan wawancara. Pengujian hipotesis menggunakan uji F, uji T dan koefisien determinasi. Adapun Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal awal berpengaruh positif terhadap pendapatan. selain itu variabel lama usaha berpengaruh negatif terhadap pendapatan. Sementara jam kerja dan jumlah tenaga kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan. Persamaan terletak pada pengujian hipotesis serta penggunaan variabel independen yaitu lama usaha dan jam kerja. Perbedaanya yaitu pada periode penelitian, objek penelitian, dan penambahan variabel independen.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Wulandari & Subiyantoro (2023) dengan judul “Pengaruh Modal Usaha, Jam Kerja Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM Di Kecamatan Ngunut”. Penelitian ini termasuk penelitian Kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah pemilik UMKM di kecamatan ngunut dengan jumlah 238. Sampel ditentukan dengan menggunakan metode Random Sampling yaitu UMKM di kecamatan ngunut. Jumlah total yang memenuhi syarat sampel yang diteliti adalah 70 pemilik usaha. Metode pengumpulan data menggunakan observasi dan angket secara offline. Analisis data penelitian ini meliputi uji asumsi klasik, uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS versi 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal usaha, jam kerja, dan lama usaha berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap pendapatan. Persamaan terletak pada analisis data, metode *random sampling* dalam pengambilan sampel dan modal usaha, lama

usaha dan jam kerja sebagai variabel independen. Perbedaannya yaitu pada objek penelitian, tahun penelitian dan penambahan variabel independen.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama & Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Anjani & Ayuningsasi (2023)	Pengaruh Modal, Lama Usaha, Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan UMKM Sektor Perdagangan Di Kabupaten Badung	Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal dan lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Sedangkan Jam kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM.
2.	Arifuddin et al., (2021)	Pengaruh Modal Usaha, Persediaan, Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pasar Baruga)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. variabel Jam Kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan. Sedangkan variabel Persediaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di masa pandemi <i>covid-19</i> .
3.	Agustina et al., (2023)	Pengaruh Modal, Tenaga Kerja Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Warung Sembako Di Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan	Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel Modal dan lama usaha secara parsial berpengaruh positif terhadap pendapatan. Sedangkan variabel Tenaga kerja tidak berpengaruh terhadap pendapatan usaha.

4.	Nursyamsu et al., (2020)	Pengaruh Modal Kerja Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Kelurahan Kabonena	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Modal kerja dan jam kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang.
5.	Amelia et al., (2023)	Pengaruh Kredit Usaha Rakyat, Modal Sendiri, Lama Usaha Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Karawang.	Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel Kredit usaha rakyat, modal sendiri, dan lama usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan. Sedangkan variabel Jumlah tenaga kerja tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Karawang.
6.	Nurmalasari, (2023)	Pengaruh E-Commerce, Inovasi Produk Dan Modal Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Di Kabupaten Pasuruan (Studi Pada UMKM Di Kabupaten Pasuruan)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel E-commerce, dan modal usaha berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan. Sedangkan variabel Inovasi produk tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.
7.	Urohmah et al., (2022)	Pengaruh Transaksi <i>Online (E-Commerce)</i> , Modal Usaha Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kecamatan Metro Barat	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Transaksi <i>e-commerce</i> , modal usaha dan penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Metro Barat.
8.	Seprianto, (2021)	Pengaruh Jam Kerja, Modal, Pendidikan, Dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan UKM Sektor Perdagangan Di Kota	Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel Jam kerja dan modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Sedangkan variabel Pendidikan

		Sungai Penuh	dan tenaga kerja berpengaruh negatif terhadap pendapatan.
9.	Liswatin, (2022)	Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha, Jam Kerja, Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Toko Pakaian Di Kecamatan Unaaha	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Modal awal berpengaruh positif terhadap pendapatan, Lama usaha berpengaruh negatif terhadap pendapatan dan Jam kerja dan jumlah tenaga kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan.
10.	Wulandari & Subiyantoro, (2023)	Pengaruh Modal Usaha, Jam Kerja Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM Di Kecamatan Ngunut	Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel Modal usaha, jam kerja, dan lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

Sumber : Data diolah penelitian tahun (2024)

C. Kerangka Pemikiran Konseptual

Kerangka pemikiran merupakan dasar konseptual dalam melakukan penelitian kerangka pemikiran melibatkan kegiatan untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel yang dianggap penting dalam penelitian Sekaran & Bougie, (2017).

Dalam penelitian ini, kerangka pemikiran menggambarkan hubungan antara variabel independen dan dependen. Variabel independen dalam penelitian ini, yaitu Modal Usaha, Lama Usaha, Jam Kerja, dan Digital Marketing terhadap Pendapatan UMKM.

1. Pengaruh Modal Usaha terhadap Pendapatan UKM

Modal usaha merupakan salah satu hal utama yang harus ada dalam memulai suatu bisnis. Dalam berbisnis, modal memiliki pengaruh besar terhadap pendapatan tanpa modal, bisnis tidak akan berfungsi. Dengan kata lain, jika pelaku usaha dalam bisnis tidak memiliki modal, tentu akan sulit dalam menjalankan usahanya. Untuk membuat modal usaha berputar dengan baik, penting bagi para pelaku usaha untuk belajar tentang permodalan (Azzahra et al., 2021).

Hasil penelitian yang dilakukan Reza & Immanuela, (2023) menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan. Penelitian tersebut mengidentifikasi bahwa modal usaha merupakan jumlah pengeluaran yang digunakan untuk membeli peralatan produksi. Dibuktikan juga oleh penelitian Grendwipradita & Yasin, (2023) bahwa modal usaha berpengaruh secara positif terhadap pendapatan. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi modal usaha maka produksi dan penjualan akan meningkat dan pada akhirnya pendapatan juga semakin bertambah.

2. Pengaruh Lama Usaha terhadap Pendapatan UKM

Lama usaha adalah waktu yang dijalani oleh pelaku usaha untuk melakukan kegiatan usahanya. Semakin lama pelaku usaha menekuni bidang usahanya maka akan berpengaruh terhadap produktivitas melalui

keahlian dan kemampuan profesional yang dimiliki, hal tersebut dapat mempengaruhi pendapatan (Riadmojo, 2020).

Semakin lama seseorang menekuni usahanya, maka semakin tepat strateginya dalam mengelola, memproduksi, dan memasarkan produk. Hal tersebut, dikarenakan lamanya waktu dalam berbisnis akan berdampak pada pengetahuan yang lebih tinggi sehingga membuat seseorang lebih produktif dibandingkan dengan seseorang yang mulai berbisnis dalam waktu yang lebih singkat (Utami, 2022). Selain itu, seseorang yang lebih lama dalam melakukan usahanya akan memiliki banyak relasi atau pelanggan.

Berdasarkan penelitian menurut Marta, (2023) membuktikan bahwa lama usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa semakin lama pengusaha dalam membuka usahanya, maka pendapatan akan semakin meningkat. Hasil penelitian yang sama juga ditemukan oleh Maharani & Rizani, (2023) membuktikan bahwa lama usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa pengusaha yang telah lama membuka usahanya akan lebih mudah dalam memahami permintaan dan selera konsumen yang kemudian berpengaruh pada penjualan semakin meningkat dan pendapatan semakin besar.

3. Pengaruh Jam Kerja terhadap Pendapatan UKM

Menurut Dwi & Widayanti, (2023) jam kerja merupakan rentang waktu yang dihabiskan pedagang dalam melayani konsumen. Jika pedagang berkeinginan memiliki jumlah pendapatan yang besar, maka harus memperpanjang jam kerja.

Berdasarkan hasil penelitian menurut Rohmah, (2021) mengindikasikan bahwa semakin banyak jam kerja atau alokasi waktu yang dihabiskan dalam membuka suatu usaha, maka omzet yang diterima oleh pedagang akan semakin tinggi. Dibuktikan juga oleh penelitian (Kiswanto et al., 2020) bahwa jam kerja berpengaruh positif terhadap pendapatan. Penelitian tersebut membuktikan bahwa terdapat hubungan langsung antara jam kerja dan tingkat pendapatan, karena semakin banyak jam kerja yang dihabiskan oleh pedagang, maka semakin besar jumlah peluang dalam memperoleh pendapatan. dan sebaliknya apabila jam kerja yang diluangkan oleh pedagang sedikit dalam melakukan aktivitas perdagangan maka pendapatan yang diperoleh sedikit.

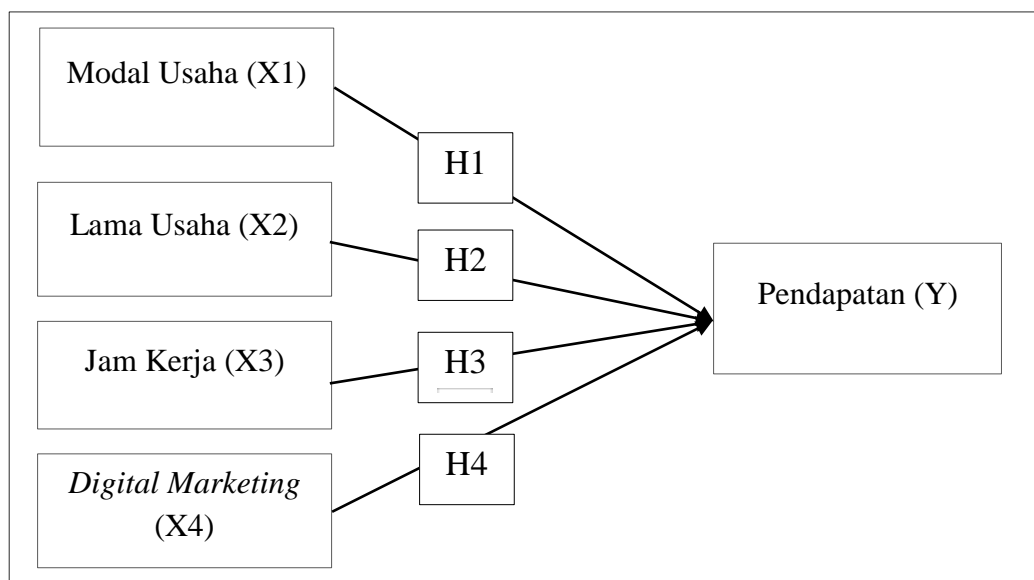
4. Pengaruh *Digital Marketing* terhadap Pendapatan UKM

Menurut Hanjaya & Setiawan, (2022) pemasaran digital adalah penerapan teknologi digital dengan bantuan *online channel seperti, website, e-mail, database, digital TV* dan melalui berbagai inovasi baru dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi saat ini sudah menjadi kebutuhan semua orang.

Pemasaran digital memberikan dampak yang signifikan bagi masyarakat karena adanya perubahan pola perilaku konsumen dalam penggunaan teknologi.

Berdasarkan hasil penelitian menurut Hilmiana & Kirana, (2022) membuktikan bahwa *digital marketing* berpengaruh positif terhadap pendapatan. Hasil penelitian menyatakan bahwa dengan diterapkannya *digital marketing* dapat membuat sebuah produk mudah dikenal oleh masyarakat luas yang kemudian akan mendapatkan keuntungan dalam jumlah besar.

Berdasarkan uraian mengenai hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, maka kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis

Menurut Pakpahan et al., (2021) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dinyatakan dalam kalimat pertanyaan yang kebenarannya masih diragukan. Untuk membukikan kebenaran hipotesis maka perlu diuji secara empiris berdasarkan data yang telah didapat.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran konseptual maka dapat disimpulkan bahwa modal usaha, lama usaha, jam kerja, dan pemasaran digital memiliki pengaruh terhadap pendapatan, dan dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- H1 : Diduga Modal Usaha memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan UKM Kabupaten Tegal.
- H2 : Diduga Lama Usaha memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan UKM Kabupaten Tegal.
- H3 : Diduga Jam Kerja memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan UKM Kabupaten Tegal.
- H4 : Diduga *Digital Marketing* berpengaruh positif terhadap pendapatan UKM Kabupaten Tegal.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Menurut Siyoto & Sodik, (2015:15) penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan menggunakan angka-angka dari pengumpulan data, penafsiran data, dan dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistika. Pada penelitian ini metode kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Jam Kerja dan Digital Marketing terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Jenis data dalam penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Bougie, (2017:134) mendeskripsikan data primer yaitu data atau informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah lain disebut koresponden, yang artinya orang yang dijadikan sebagai objek penelitian untuk mendapatkan informasi atau data (Enny & Jam'an, 2016). Sedangkan data sekunder yaitu data atau informasi yang diperoleh dari pihak ketiga atau orang lain Sugiyono, (2018).

Data primer diperoleh melalui penyebaran kuisisioner yang diberikan secara langsung kepada semua responden. penyebaran kuisisioner ini dilakukan pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kabupaten Tegal sedangkan untuk data sekunder diperoleh dari website Badan Pusat Statistik

(BPS) dan Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kabupaten Tegal. Kemudian untuk mengolah data peneliti menggunakan analisis statistik dengan bantuan aplikasi IBM SPSS versi 22.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan jumlah keseluruhan objek penelitian yang akan diteliti dengan karakteristik yang sama dan menghasilkan sebuah kesimpulan Arifin, (2011:42). Populasi sebagai wilayah generalisasi terdiri atas subjek atau objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu serta dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono, (2017:13). Berdasarkan penjelasan sebelumnya maka Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM diwilayah Kabupaten Tegal yang terdiri dari 18 Kecamatan dan terdaftar di Dinas Koperasi, UKM, dan perdagangan kabupaten tegal dengan total sebanyak 8.423 UMKM.

2. Sampel

Menurut Supranto, (2008:49) Sampel adalah bagian dari keseluruhan objek yang diteliti dan dapat mewakili populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Simple Random Sampling. Teknik pengambilan sampel dengan Random Sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan cara random (acak) tanpa memperhatikan

suatu strata Sahir, (2021:34). Pada penelitian ini diketahui populasi sebanyak 8.423 UMKM dalam menentukan jumlah sampel dari keseluruhan populasi dihitung dengan rumus *Issac* dan *Michael* dengan tingkat kesalahan 5% (Sugiyono, 2018:87). Berikut adalah rumus yang digunakan:

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$S = \frac{3,841 \times 8.423 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05^2 \times (8.423-1) + (3,841 \times 0,5 \times 0,5))}$$

$$S = \frac{8.919.360,75}{35,805 + 0,96025} = 249,37 = 250$$

Keterangan :

S : Jumlah Sampel

λ^2 : Chi kuadrat yang harganya tergantung derajat kebebasan dan tingkat kesalahan, dengan dk=1, taraf kesalahan 5% maka chi kuadrat = 3,814
(dk = 1, taraf kesalahan 5% adalah 3841)

N : Jumlah Populasi

P : Peluang benar (0,5)

Q : Peluang salah (0,5)

d : Derajat akurasi yang diekspresikan sebagai proporsi (0,5)

Berdasarkan perhitungan rumus *Issac* dan *Michael* diatas maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 250 responden.

C. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini terdiri dari dua definisi yaitu definisi konseptual dan operasional. Untuk menghindari kesalahan persepsi dan memudahkan dalam memahami pokok-pokok permasalahan, maka selanjutnya penulis akan menjelaskan pengertian dari masing-masing variabel.

1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual menurut Setyawan, (2017:17) merupakan batasan masalah terhadap variabel yang dijadikan sebagai pedoman dalam penelitian yang bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam menafsirkan teori-teori dan menerapkannya di lapangan. Dalam penelitian variabel-variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

A. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Definisi variabel dependen menurut Dasna, (2003:36) variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen atau biasanya disebut variabel bebas. Adapaun variabel dependen yang digunakan pada penelitian yaitu Pendapatan UMKM. Menurut (Susanti et al., 2021) Pendapatan merupakan seluruh uang yang diterima dari hasil penjualan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu baik secara tunai maupun non tunai.

Indikator variabel pendapatan yaitu peningkatan pendapatan, pendapatan yang diperoleh, dan kecukupan hasil. Variabel diukur

menggunakan kuisioner yang dikembangkan oleh (Lestari, 2020) dan dimodifikasi yang terdiri dari 9 pertanyaan dengan 5 point skala likert.

B. Variabel independen (variabel bebas)

Menurut Sugiyono (2017:52) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubah atau munculnya variabel terikat. Pada penelitian ini terdapat 4 (empat) variabel independen, yaitu modal usaha, lama usaha, jam kerja dan *digital marketing*.

1) Modal Usaha (X_1)

Modal usaha merupakan dana dalam operasional perusahaan. Dalam menjalankan usaha, modal dapat diartikan sebagai modal untuk memperluas tempat usaha atau modal untuk menjalankan usaha setiap harinya. Satuan yang digunakan untuk mengukur modal usaha yaitu dalam bentuk uang (rupiah) yang diterima setiap bulannya (Widyawati & Karijati, 2021). Indikator pengukuran modal usaha adalah modal sendiri dan modal pinjaman (Shinta, 2020).

2) Lama Usaha (X_2)

Lama usaha merupakan waktu yang dihabiskan oleh pengusaha selama menjalankan usahanya. Pelaku usaha yang telah lama menjalankan usahanya maka semakin berpengalaman dan produk yang dihasilkan semakin berkualitas (Sudirman, 2019). Variabel

Lama usaha diukur berdasarkan lama waktu (tahun) dihitung sejak pertama kali berdirinya suatu usaha. Menurut Foster (dalam Setiaji & Fatuniah, 2018) Indikator untuk mengukur lama usaha yaitu berdasarkan lamanya seseorang dalam menjalankan usahanya, pengalaman dan keterampilan.

3) Jam kerja (X_3)

Jam kerja merupakan jumlah waktu yang sudah terjadwal bagi pekerja untuk memproduksi barang atau jasa. Jam kerja dimulai pada saat membuka usaha sampai dengan menutup tempat usaha. Satuan yang digunakan untuk mengukur jam kerja yaitu rata-rata jam kerja per hari (Manalu et al., 2023). Indikator Jam kerja yaitu: waktu kerja dan waktu istirahat (Fitriani, 2021).

4) *Digital Marketing* (X_4)

Digital marketing adalah kegiatan mempromosikan suatu produk atau merek dengan bantuan internet maupun media sosial. Pelaku usaha yang telah menerapkan *digital marketing* secara efektif dan efisien akan mendapatkan keuntungan dari bisnis yang sudah dijalankan (Arfan, 2019). Indikator *digital marketing* meliputi pemasaran, akses internet dan kemampuan SDM (Latif et al., 2022).

C. Operasionalisasi variabel

Operasionalisasi variabel merupakan gabungan dari variabel dependen dan independen yang didalamnya sudah terdapat indikator-indikator untuk mengukur suatu variabel. Definisi masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.1
Operasionalisasi variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	No Item Pernyataan/ Pertanyaan	Skala	sumber
Pendapatan UMKM (Y)	Pendapatan yang diperoleh	Pendapatan yang diperoleh pelaku usaha	1,2	Interval	(Lestari, 2020)
		Perkembangan usaha	3,4		
	Kecukupan hasil	Mampu mencukupi kebutuhan sehari- hari	5		
		Mampu meningkatkan kesejahteraan keluarga	6		
Modal Usaha (X ₁)	Modal sendiri	Sumber modal sendiri	7,8,9	Interval	(Shinta, 2020)
		Kelancaran dalam usaha	10,11		
	Modal pinjaman	Sumber modal pinjaman	12,13		
		Operasional usaha	14		
Lama Usaha (X ₂)	Lama usaha yang dijalankan	Pendapatan meningkat	15	Interval	Setiaji & Fatuniah, (2018)
		Bertambahnya jumlah pelanggan	16		
		Kepercayaan konsumen	17		
		Relasi bisnis	18,19		

	Pengalaman yang diperoleh	Pemahaman mengenai selera konsumen	20		
		Pengalaman & keterampilan	21,22		
Jam Kerja (X ₃)	Waktu kerja	Pendapatan yang diperoleh	23,24	Interval	(Fitriani, 2021)
		Ketepatan waktu	25		
	Waktu istirahat	Jadwal waktu istirahat	26,27		
<i>Digital marketing</i> (X ₄)	Pemasaran	Memasarkan produk secara online	28	Interval	(Latif et al., 2022)
		Jangkauan pasar lebih luas	29		
	Akses Internet	Komunikasi dua arah	30,31		
	Kemampuan SDM	Karyawan yang mahir menggunakan media sosial	32,33		

D. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan untuk memperoleh data penelitian. Teknik pengumpulan menggunakan kuisisioner sebagai sumber informasi utama dan dokumentasi sebagai informasi pelengkap. Berikut adalah penjelasan terakait teknik yang digunakan:

a. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan daftar pertanyaan secara tertulis yang dibagikan kepada responden untuk diminta jawabannya Bahri (2018:49). Jenis kuisisioner yang digunakan yaitu Penelitian kuisisioner tertutup, yang memiliki arti daftar pertanyaan dengan jawaban yang telah ditentukan oleh

peneliti dan responden hanya memilih jawaban dan memberikan tanda checklist (√) pada kolom yang sudah disediakan.

Skala pengukuran yang digunakan adalah menggunakan skala likert dengan memberikan nilai 1-5 pada setiap jawaban yang disediakan dalam pertanyaan maupun pernyataan. Berikut tabel pengukuran skala likert:

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Jawaban		Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Kurang Setuju	KS	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STJ	1

Sumber: (Sugiyono, 2017:93)

b. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono, (2019) merupakan teknik pengumpulan data atau informasi dalam bentuk buku, arsip dan gambar. Selanjutnya peneliti akan mengumpulkan dokumen-dokumen yang erat kaitannya dengan masalah yang akan diteliti.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Untuk menguji hasil penelitian dilakukan berbagai macam pengujian untuk menentukan ketepatan, keandalan, dan kualitas penelitian. Berikut beberapa uji yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid apabila pertanyaan mampu mengungkapkan sesuatu yang dapat diukur oleh kuisisioner tersebut. Penelitian ini menggunakan uji validitas yang dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dengan nilai signifikansi 0,5 atau 5% untuk degree of freedom (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika nilai r hitung $>$ r tabel artinya pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2016:52).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur seberapa reliabel suatu kuisisioner sebagai indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Menurut Sugiyono, (2017:23) Penelitian dikatakan reliabel apabila penelitian terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda.

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode one shot atau pengukuran sekali saja, yaitu pengukuran hanya sekali dan kemudian hasil tersebut akan dibandingkan dengan pertanyaan lain atau antar jawaban pertanyaan. *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* merupakan program dengan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan

uji statistik. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alfa (α) > 0,70 (Ghozali, 2016:47-48).

F. Metode Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran dan mendeskripsikan data yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, minimum dan maksimum Sugiyono, (2019). Dalam penelitian ini statistik deskriptif menggambarkan demografi dari responden yang meliputi: nama, jenis kelamin, usia dan pendidikan terakhir.

2. Uji Asumsi Klasik

Menurut Polandos et al., (2019) Suatu model dikatakan baik apabila lolos dari serangkaian uji asumsi klasik yang terdiri dari:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji suatu data penelitian apakah berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2016:154). Pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk menguji apakah residual berdistribusi normal dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika signifikansi > 0,05 maka residual berdistribusi normal.
2. Jika signifikansi < 0,05 maka residual tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik menunjukkan bahwa dalam variabel independen tidak terjadi korelasi. Untuk melihat ada atau tidaknya multikolonieritas dengan melihat nilai tolerance dan lawanya yaitu variance inflation factor (VIF). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk melihat adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai $VIF < 10$ yang artinya dalam data tersebut tidak terjadi multikolonieritas (Ghozali, 2018:55).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan antara variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya Ghozali, (2018:134). Model regresi yang baik yaitu homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas melalui uji statistik dengan bantuan Uji Glejser. Uji Glejser merupakan uji hipotesis untuk mengetahui apakah dalam model regresi memiliki indikasi heteroskedastisitas dengan cara melihat nilai Absolut Ut (AbsUt). Dasar pengambilan keputusan dengan uji glejser adalah:

1. Jika nilai signifikansi dibawah atau $> 0,05$, maka data tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi diatas $< 0,05$, maka data tersebut terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda biasanya digunakan untuk penelitian yang memiliki lebih dari satu variabel independen. Menurut Ghozali, (2016:94) analisis regresi linier berganda digunakan untuk menunjukkan arah dan seberapa besar pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.

Hasil dari analisis regresi linier berganda akan menguji seberapa besar pegaruhnya antara variabel modal usaha, lama usaha, jam kerja dan digital marketing terhadap pendapatan. Model analisis regresi linier berganda disajikan dalam bentuk persamaan di bawah ini:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Pendapatan

A = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = Koefisien regresi

X_1 = Modal usaha

X_2 = Lama usaha

X_3	= Jam kerja
X_4	= <i>Digital marketing</i>
e	= Eror

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah prosedur penelitian yang digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu pernyataan secara statistik dan menarik kesimpulan apakah hipotesis tersebut ditolak dan diterima. Uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari Uji F (simultan), Uji T (parsial), dan Uji Koefisien Determinasi (R^2).

a. Uji Statistik F (Uji Kelayakan Model)

Uji statistik f menurut Ghozali, (2016:96) digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini modal usaha, lama usaha, jam kerja dan digital marketing sebagai variabel independen dan Pendapatan UMKM sebagai variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5% atau 0.05 dengan membandingkan F hitung dan F tabel, dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya H_0 ditolak.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, artinya H_0 diterima.

b. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji statistik t)

Uji statistik t digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Ghozali, (2018:59). Cara untuk melakukan pengujian dengan menggunakan signifikansi level 0,05 ($\alpha = 5\%$), dengan kriteria uji t sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel dikatakan berpengaruh. Dilihat dari nilai koefisien regresinya, Artinya H_a diterima dan terdapat pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka variabel dikatakan tidak berpengaruh. Artinya H_a ditolak dan tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali, (2018) Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu apabila Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, apabila Nilai R^2 mendekati satu berarti variabel independen memberikan semua informasi yang diperlukan untuk variasi variabel dependen.