El-Mãl | Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam

Vol 6 No 1 (2025) 148 – 158 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490
DOI: 1047467/elmal.v6i1.5657

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Mikro: Studi Kasus pada Usaha yang Terdaftar pada Dinas Koperasi dan UMKM di Kota Baubau

Sista Saputri, Rosnawintang, Irmawatty Paula Tamburaka
Universitas Halu Oleo
sistasaputry@gmail.com, nanarosnawintang@gmail.com,
irmatamburaka19@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of business capital, business location, e-commerce and promotion on micro business income in Baubau City. The research sample was 71 business people in Baubau City. This type of research is quantitative research. The analysis method used is multiple linear regression analysis with the Eviews 12 software application tool. Based on the results of the distribution of respondents' answers, it shows that overall, factors including capital, business location, e-commerce, and promotion are considered important by respondents in supporting their business income. Based on the test results, this study shows that: (1) The capital variable has a positive and significant effect; (2) The business location variable has a positive and significant effect; (3) The e-commerce variable has a positive and insignificant effect; (4) The promotion variable has a positive and significant effect; (5) In the hypothesis testing results it was found that all independent variables together had a significant effect on the dependent variable.

Keywords: *Income; Capital; Business Location; Training; E-commerce; Promotion.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal usaha, lokasi usaha, *e-commerce* dan promosi terhadap pendapatan usaha mikro di Kota Baubau. Sampel penelitian sebanyak 71 pelaku usaha mikro di Kota Baubau. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Adapun metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi *software* Eviews 12. Berdasarkan hasil sebaran jawaban responden menunjukkan bahwa secara keseluruhan, faktor-faktor yang meliputi modal, lokasi usaha, *e-commerce* dan promosi dipandang penting oleh responden dalam mendukung pendapatan usaha mereka. Berdasarkan hasil uji penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Variabel modal berpengaruh positif dan signifikan; (2) Variabel lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan; (3) Variabel *e-commerce* berpengaruh positif dan tidak signifikan; (4) Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan; (5) Pada hasil uji hipotesis di temukan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Kata Kunci: Pendapatan; Modal; Lokasi Usaha*; E-commerce*; Promosi

El-Mãl | Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam
Vol 6 No 1 (2025) 148 – 158 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490
DOI: 1047467/elmal.v6i1.5657

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki posisi utama sebagai strategi peningkatan dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, pertumbuhan ekonomi serta menyediakan lapangan kerja baru. Sekarang ini, total UMKM di Indonesia terus meningkat dan berkembang dengan berbagai macam sektor.

Partisipasi UMKM tercatat mencapai kisaran 60,3% terhadap PDB Nasional dan menyerap 97% dari jumlah tenaga kerja. Di tiap masa krisis, UMKM bahkan menjadi cadangan, yang bersifat resiliensi dan dapat bangkit dengan baik. Salah satu upaya pemerintah dalam mengembangkan UMKM agar berkualitas yakni lewat peningkatan akses pembiayaan. Presiden Joko Widodo telah menyampaikan instruksi untuk meningkatkan kuota kredit UMKM minimal sebesar 30% pada tahun 2024. Tetapi, saat ini kuota kredit UMKM dari total kredit masih terbatas pada kisaran 18% maka butuh terus ditingkatkan.

Syarat usaha yang tergolong dalam UMKM yang telah diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan UMKM pasal 35 hingga pasal 36.

Tabel 1. Kriteria UMKM berdasarkan PP No. 7 Tahun 2021

No	Uraian	Kriteria	
		Modal	Omzet
1	Mikro	Maks. 1 Miliar	Maks. 2 Miliar
2	Kecil	> 1 Miliar – 5 Miliar	> 2 Miliar – 15 Miliar
3	Menengah	> 5 Miliar – 10 Miliar	> 15 Miliar – 15 Miliar

Sumber: PP UMKM No. 7 Tahun 2021

Perkembangan UMKM pada masa sekarang ini telah merasakan peningkatan dari tahun ke tahun di berbagai daerah di seluruh kota yang ada di Indonesia. Salah satunya ialah Kota Baubau, yang juga mempunyai fungsi penting dalam pertumbuhan ekonomi di Sulawesi Tenggara. Dengan semakin meningkatnya perekonomian di Sulawesi Tenggara juga dipengaruhi oleh para pelaku UMKM. Akan tatapi, melihat syarat UMKM yang terbaru dalam pasal 35 hingga pasal 36 PP UMKM, sehingga pelaku usaha di Kota Baubau masih tergolong ke dalam usaha mikro. Hal ini dapat dilihat dari jumlah modal dan omzet penjualan usaha mereka.

Tabel 2. Data UMKM Berdasarkan Kecamatan di Kota Baubau

No	Kecamatan	Jumlah Usaha Mikro	Jumlah Usaha Mikro Industri Kuliner
1	Betoambari	1.702	803
2	Wolio	2.704	1.120
3	Murhum	2.000	962
4	Kokalukuna	1.500	867
5	Bungi	500	204

El-Mãl | Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam
Vol 6 No 1 (2025) 148 – 158 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490
DOI: 1047467/elmal.v6i1.5657

6	Sorawolio	450	201
7	Lea-lea	790	410
8	Batupuaro	2.600	921
Total		**12.246**	**5.488**

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Baubau, 2024

Berdasarkan pada data di atas dapat diketahui bahwa jumlah usaha mikro di Kota Baubau sebanyak 12.246 pelaku usaha. Keberadaan UMKM di Kota Baubau memiliki jumlah yang besar. Hal ini dapat menjadi bukti bahwa UMKM begitu memegang peranan dalam menghela pertumbuhan ekonomi di Kota Baubau.

Melihat data pelaku usaha mikro pada industri kuliner di atas dapat diperoleh kesimpulan bahwa industri kuliner mempunyai total usaha terbanyak dibandingkan dengan industri lain. Menurut Aliman selaku kepala dinas koperasi dan UMKM Kota Baubau menyebut bahwa saat ini minat masyarakat terhadap kuliner sangat tinggi sehingga pemerintah terus berusaha meningkatkan nilai tambah dari olahan pangan. Hal ini menggambarkan bahwa usaha mikro pada industri kuliner mencerminkan fungsi penting mereka dalam menyokong perekonomian lokal dan menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar.

Meskipun UMKM memiliki tingkatan yang cukup berpengaruh dalam perekonomian daerah hingga nasional, namun pelaku UMKM tidak selalu baik-baik saja disebabkan beberapa rintangan dan kendala yang dirasakan bagi pelaku UMKM. Kendala tersebut seperti modal usaha yang terbatas, pemilihan lokasi usaha yang kurang strategis dan keterbatasan pengetahuan terkait teknologi informasi (Aji & Listyaningrum, 2021)

Salah satu penelitian menyatakan bahwa tahapan bisnis dimulai dari modal dan lokasi usaha sebab mempengaruhi optimalisasi perolehan pendapatan. Disamping itu, kualitas barang yang baik dengan harga yang relatif murah, melakukan distribusi, promosi dan usaha yang dapat meningkatkan penerimaan pendapatan (Kolanus et al., 2021).

Adapun beberapa faktor tersebut menurut penelitian yang dilakukan oleh Yusvita, Elin dan Nurabiah menjelaskan bahwa usaha mikro kecil menengah membutuhkan strategi-strategi dalam mengembangkan dan meningkatkan daya saing UMKM dengan pemanfaatan *e-commerce. E-commerce* dapat membantu usaha mikro kecil menengah dalam meningkatkan kualitas informasi yang lebih baik, dan menempatkan posisi pasar yang lebih luas dimasyarakat sehingga menyediakan peluang bisnis yang lebih berkemampuan untuk meningkatkan pendapatan dan keuntungan. Sekalipun UMKM mempunyai kedudukan yang sangat berpotensi dalam perekonomian nasional, faktanya masih terdapat masalah yang dihadapi dalam pengembangannya (Aprilyan et al., 2022).

Berdasarkan pada fenomena di atas dan adanya Gap penelitian terkait dengan faktor yang mempengaruhi Pendapatan UMKM, maka peneliti tertarik untuk melakukan tinjauan secara lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha di Kota Baubau

El-Mãl | Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam
Vol 6 No 1 (2025) 148 – 158 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490
DOI: 1047467/elmal.v6i1.5657

Berdasarkan penjelasan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah apakah modal, lokasi, *e-commerce* dan promosi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha mikro di Kota Baubau?. Sehingga tujuan penelitian ini juga ialah untuk mengetahui pengaruh modal, lokasi, *e-commerce* dan promosi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha mikro di Kota Baubau.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang merupakan data dalam bentuk angka-angka yang secara langsung diperoleh dari hasil penelitian dengan sumber data primer yaitu data yang diperoleh melalui observasi dan kuesioner. dan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik, Departemen Koperasi dan UKM serta Dinas Koperasi di Kota Baubau, dan jurnal-jurnal yang terkait.

Penelitian ini menggunakan model analisis regresi berganda. Model ini digunakan untuk melihat pengaruh Modal, Lokasi, *E-Commerce* dan Promosi terhadap Pendapatan Usaha Mikro di Kota Baubau. Populasi pada penelitian ini berjumlah 244 usaha dengan sampel berjumlah 71 usaha. Pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin.

Model regresi berganda merupakan regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2017). Penelitian ini menggunakan *software E-Views 12* untuk pengolahan data.

Sebelum menguji menggunakan model regresi berganda dilakukan uji asumsi klasik untuk mengetahui pemenuhan syarat regresi dan dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang ada. Selanjutnya, dalam menganalisis pengaruh variabel independen yakni Modal (X1), Lokasi (X2), *E-Commerce* (X3) dan promosi (X4) terhadap variabel dependen yakni Pendapatan usaha (Y) maka digunakan uji F, uji t dan koefisien determinan.

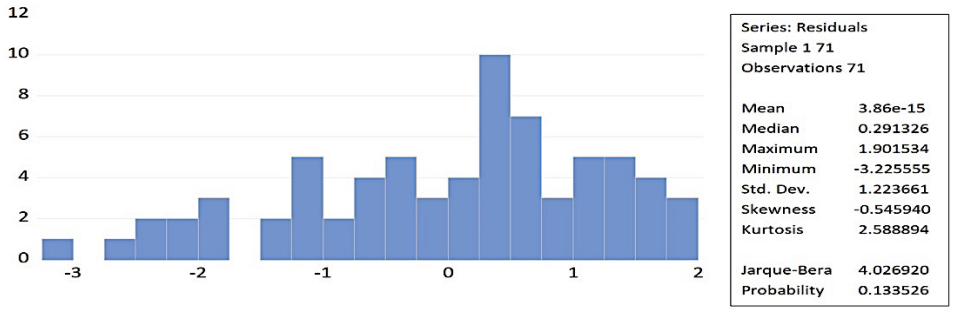
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis

1. Analisis Uji Asumsi Klasik
   a) Uji Normalitas

      Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan analisis *Probability* Sehingga ditentukan hipotesis sebagai berikut:
      - Jika nilai *Probability* > nilai signifikan 0,05 maka data berdistribusi normal.
      - Jika nilai *Probability* < nilai signifikan 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

El-Mãl | Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam
Vol 6 No 1 (2025) 148 – 158 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490
DOI: 1047467/elmal.v6i1.5657



Gambar 1. Uji Normalitas
Sumber: Data Diolah Eviews 12 (2024)

Berdasarkan tabel di atas nilai *Probability* adalah 0,133526 menunjukkan bahwa angkanya lebih besar dari 0,05 sehingga data tersebut berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikoliniearitas digunakan untuk mengetahui terdapat hubungan linear antara variabel independen pada model regresi. Uji model regresi berguna sebagai prasyarat dalam uji multikoliniearitas. Syaratnya adalah koefisien korelasi > 0,8, maka dapat dikatakan bahwa terbebas multikolinearitas atau lolos dalam uji multikolinearitas.

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	21.92155	980.0614	NA
X1	0.014757	194.5427	1.020839
X2	0.011730	182.0168	1.029067
X3	0.019186	265.2765	1.106355
X4	0.007748	169.1683	1.073128

Sumber: Data Diolah Eviews 12 (2024)

Berdasarkan tabel di atas, maka disimpulkan bahwa koefisien korelasi dana desa (X1) dan alokasi dana desa (X2) sebesar 0,329 dan 0,329 sehingga lebih kecil daripada 0,8. Maka dapat dikatakan lolos uji multikolinearitas.

c) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah varian variabel gangguan tidak konstan (heteroskedastisitas). Untuk mendeteksi heteroskedastisitas, penelitian ini menggunakan uji Glejser. Keputusan dalam uji heteroskedastisitas adalah jika nilai *probability chi-square* > *alpha* maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

El-Mãl | Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam
Vol 6 No 1 (2025) 148 – 158 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490
DOI: 1047467/elmal.v6i1.5657

Tabel 4. Uji Heterokedastisitas

Heteroskedasticity Test: Glejser
Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	1.270927	Prob. F(4,66)	0.2903
Obs*R-squared	5.077720	Prob. Chi-Square(4)	0.2794
Scaled explained SS	4.185828	Prob. Chi-Square(4)	0.3814

Sumber: Data Diolah Eviews 12 (2024)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai *probability* sebesar 0,279 (>0,05) maka dapat disimpulkan bahwa asumsi uji heterokedastisitas sudah terpenuhi atau data sudah lolos uji heterokedastisitas..

2. Analisis Hasil Regresi Berganda

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan untuk memastikan pengaruh Modal (X1), Lokasi Usaha (X2), *E-Commerce* (X3) dan Promosi (X4) terhadap Pendapatan (Y) Usaha Mikro di Kota Baubau. Untuk mendapatkan hasil regresi antar variabel independen dengan variabel dependen maka digunakan data primer yang bersumber dari para pelaku Usaha Mikro yang berada di Kota Baubau. Data diolah menggunakan program SPSS 20. Hasil regresi ditampilkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 5. Hasil Regresi Berganda

Dependent Variable: Y
Method: Least Squares
Date: 10/29/24 Time: 22:29
Sample: 1 71
Included observations: 71

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.743342	4.682045	0.158764	0.8743
X1	0.249046	0.121478	2.050125	0.0443
X2	0.627101	0.108305	5.790154	0.0000
X3	0.079931	0.138513	0.577065	0.5659
X4	0.228033	0.088025	2.590534	0.0118

R-squared	0.395859	Mean dependent var	23.08451
Adjusted R-squared	0.359244	S.D. dependent var	1.574316
S.E. of regression	1.260196	Akaike info criterion	3.368232
Sum squared resid	104.8142	Schwarz criterion	3.527575
Log likelihood	-114.5722	Hannan-Quinn criter.	3.431598
F-statistic	10.81150	Durbin-Watson stat	1.217088
Prob(F-statistic)	0.000001		

Sumber: Data Diolah Eviews 12 (2024)

Berdasarkan tabel 5 di atas, nilai *coefficient* Modal (X1) memperoleh nilai 0.2490 menunjukkan bahwa jika nilai Modal mengalami peningkatan 1 persen maka pendapatan akan mengalami peningkatan sebesar 0.2490 persen. Nilai *coefficient* Lokasi (X2) memperoleh nilai 0.5271 menunjukkan bahwa jika nilai lokasi usaha mengalami peningkatan 1 persen maka pendapatan akan mengalami peningkatan sebesar 0.5271 persen. Kemudian, nilai *coefficient E-Commerce* (X3) memperoleh nilai 0.0799 menunjukkan bahwa jika nilai *E-Commerce* mengalami peningkatan 1 persen maka pendapatan akan mengalami peningkatan sebesar

El-Mãl | Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam
Vol 6 No 1 (2025) 148 – 158 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490
DOI: 1047467/elmal.v6i1.5657

0.0799 persen. Kemudian, nilai *coefficient* Promosi (X4) memperoleh nilai 0.2280 menunjukkan bahwa jika nilai promosi mengalami peningkatan 1 persen maka pendapatan akan mengalami peningkatan sebesar 0.2280 persen.

3. Uji F

   Berdasarkan hasil Uji F dari tabel 5 di atas, menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel independen yaitu Modal, Lokasi, *E-Commerce* dan Promosi dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan Usaha Mikro di Kota Baubau. Karena besarnya nilai prob (F-statistic) yaitu 0.0001 < 0.05. Maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

4. Uji t

   Berdasarkan hasil uji t-statistik dapat dilihat pada hasil *estimate* analisis regresi berganda di atas pada tabel 5, variabel Modal (X1) didapatkan nilai *Prob.* sebesar 0.0443 < 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa Modal berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan usaha. Selain itu, variabel Lokasi (X2) didapatkan nilai *Prob.* sebesar 0.0000 < 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan usaha. variabel *E-Commerce* (X3) didapatkan nilai *Prob.* sebesar 0.5659 > 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa *E-Commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan usaha. Kemudian, variabel Promosi (X4) didapatkan nilai *Prob.* sebesar 0.0118 < 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan usaha.

5. Koefisien Determinan

   Koefisien determinan digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya dengan melihat nilai *R-Squared*. Berdasarkan tabel 5 di atas, maka dapat disimpulkan bahwa sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersamaan) sebesar 35,9% menunjukkan bahwa masih ada 64,1% variabel lain yang memengaruhi pendapatan usaha mikro di Kota Baubau.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian yang dilakukan maka uraian pembahasan mengenai Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Mikro di Kota Baubau. Secara lebih jelasnya sebagai berikut:

1. Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan

   Hasil pengujian menunjukkan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha mikro di Kota Baubau. Mengacu pada tanggapan responden para pelaku usaha mikro yang diteliti menggunakan modal untuk meningkatkan produktivitas seperti mesin, peralatan, tenaga kerja dan memanfaatkan modal yang cukup untuk mengoperasikan usaha lebih efisien. Mayoritas pemilik usaha mengakui bahwa modal yang cukup dan dikelola dengan baik merupakan faktor kunci dalam meningkatkan pendapatan usaha mereka. Usaha mikro pada umumnya menggunakan modal yang tidak terlalu besar. Tanpa

El-Mãl | Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam
Vol 6 No 1 (2025) 148 – 158 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490
DOI: 1047467/elmal.v6i1.5657

modal yang cukup maka akan berpengaruh terhadap kelancaran usaha, sehingga akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh.

Penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Joseph Schumpeter seorang ekonom klasik yang mengatakan bahwa dengan modal, usaha mikro dapat meningkatkan kapasitas produksinya, sehingga mampu meningkatkan pendapatan. Semakin besar modal yang digunakan maka akan menimbulkan peningkatan pendapatan usaha.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kota Manado (Kolanus et al., 2021). Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Purba et al. (2021) dan penelitian oleh Aji & Listyaningrum (2021) yang menyatakan bahwa 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.

2. Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Menurut para pemilik usaha mereka lebih baik memilih lokasi yang mudah dilihat, strategis, lokasi yang mudah dijangkau oleh transportasi maupun yang jauh dari pesaing. Hal ini bertujuan agar pedagang mendapat konsumen lebih maksimal. Hal ini menunjukkan bahwa semakin strategis lokasi usaha dalam artian lokasi tersebut mudah dijangkau kendaraan serta dilalui oleh banyak konsumen maka semakin besar pula penjualan yang dihasilkan dan pendapatan yang diterima oleh pelaku usaha tersebut.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan teori yang disampaikan oleh Tjiptono lokasi usaha juga merupakan faktor penting dalam mempengaruhi pendapatan para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Dalam merencanakan suatu usaha dibutuhkan lokasi strategis karena hal ini yang penting, dengan lokasi usaha yang strategis dan akses yang mudah di jangkau pembeli akan tertarik untuk datang. Lokasi merupakan tempat beroperasi atau tempat bagi para wirausahawan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Molana et al., 2023).

Lokasi usaha merupakan tempat bisnis dan menjadi suatu keputusan penting, sebab keputusan yang kurang tepat bisa mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai. Memilih lokasi usaha harus dipertimbangkan dengan hati-hati karena kemudahan untuk menjangkau tempat usaha sangat mempengaruhi kedatangan konsumen (Dianasari, 2022). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aji & Listyaningrum (2021); Pahlefi (2022); Ma'arif (2013) yang menyatakan bahwa lokasi berdagang berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang.

El-Mãl | Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam
Vol 6 No 1 (2025) 148 – 158 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490
DOI: 1047467/elmal.v6i1.5657

3. Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Pendapatan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *e-commerce* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kota Baubau, Berdasarkan hasil observasi, tidak semua pelaku usaha mikro di Kota Baubau memanfaatkan platform *e-commerce* dengan baik. Para pelaku usaha di Kota Baubau diketahui lebih menyukai menggunakan kurir pribadi tanpa menggunakan platform *e-commerce* yang sudah tersedia.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori oleh Joseph Schumpeter yang menyatakan bahwa perubahan ekonomi terutama didorong oleh inovasi dan pengembangan teknologi baru. Konsep ini relevan dalam konteks *e-commerce* karena teknologi digital telah memungkinkan perubahan dalam cara bisnis beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan, yang dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan usaha.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yusvita yang menyatakan bahwa penerapan *e-commerce* berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Lombok Barat yang artinya semakin tinggi penggunaan *e-commerce* pada UMKM maka, semakin meningkat pendapatan UMKM di Kabupaten Lombok Barat (Aprilyan et al., 2022). Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Yusuf menyatakan peran *e-commerce* sebagai strategi yang dapat meningkatkan pendapatan UMKM. *E-commerce* akan mengurangi biaya dan hambatan untuk mengakses pasar yang kemudian akan meningkatkan penjualan dan ekspor UMKM (Yusuf, 2022).

4. Pengaruh Promosi Terhadap Pendapatan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan. Hasil analisis deskriptif responden menyatakan bahwa nilai rata-rata variabel promosi menurut tanggapan responden sudah baik. Para pelaku usaha menggunakan media cetak maupun media sosial sebagai cara dalam mempromosikan usaha mereka. Menurut responden promosi memiliki dampak yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Promosi yang efektif dapat mendorong minat dan keinginan konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Hasil ini juga sekaligus sejalan dengan teori yang disampaikan oleh Richard Thaler yang menyatakan bahwa promosi mempengaruhi perilaku konsumen. Menurutnya, konsumen sering kali terpengaruh insentif dan penawaran khusus. Promosi dapat mengubah persepsi nilai produk dan mengurangi keraguan pembelian yang menyebabkan peningkatan volume penjualan dan pendapatan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang dilakukan beberapa peneliti, yang menyatakan bahwa variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan di Kota Manado (Kolanus et al., 2021). Menurut Widiyanto et al. (2021) menyatakan bahwa Variabel promosi terhadap penambahan pendapatan ekonomi masyarakat di Kota Tangerang Studi Kasus Peran UKM

El-Mãl | Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam
Vol 6 No 1 (2025) 148 – 158 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490
DOI: 1047467/elmal.v6i1.5657

Pembuatan Makanan Ringan dan Snack secara sendiri- sendiri mempunyai pengaruh dan hubungan positif dan signifikan. Menurut Adwimurti & Sumarhadi (2023) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dapat diterima sehingga dapat mempengaruhi pendapatan produsen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha mikro di Kota Baubau, maka diperoleh kesimpulan bahwa variabel modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel pendapatan usaha mikro di Kota Baubau. variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel pendapatan usaha mikro di Kota Baubau. variabel *e-commerce* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel pendapatan usaha mikro di Kota Baubau. variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel pendapatan usaha mikro di Kota Baubau.

Bagi Pemerintah diharapkan Berperan aktif dalam memberikan edukasi terkait *e-commerce* dan penggunaan platform digital yang tepat bagi UMKM. Selain edukasi, pemerintah juga dapat menyediakan akses ke jaringan internet yang lebih luas dan stabil di area bisnis untuk mendukung operasional *e-commerce*. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk mengembangkan Variabel Lain yang Memengaruhi Pendapatan, karena koefisien determinasi (R2) sebesar 35,9% menunjukkan bahwa masih ada 64,1% variabel lain yang memengaruhi pendapatan, penelitian selanjutnya diharapkan untuk mengkaji variabel-variabel lain

DAFTAR PUSTAKA

Adwimurti, Y., & Sumarhadi. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.

Aji, A. W., & Listyaningrum, S. P. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, dan Teknologi Informasi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Bantul. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia*.

Aprilyan, Y., Sasanti, E. E., & Nurabiah. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Lombok Barat. *RISMA: Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*.

Dianasari, K. D. (2022). *Pengaruh Lokasi Usaha, Lama Usaha dan Tingkat Penjualan Terhadap Profitabilitas UMKM Pasca Revitalisasi Di Pasar Seni Sukawati*. Universitas Pendidikan Ganesha.

Kolanus, L. T. O., Rumate, V. A., & Engka, D. S. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Mikro Kecil (UMK) Di Kota Manado. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*.

Ma'arif, S. (2013). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang

El-Mãl | Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam

Vol 6 No 1 (2025) 148 – 158 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490
DOI: 1047467/elmal.v6i1.5657

Pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang. *Economics Development Analysis Journal*.

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*.

Pahlefi, M. R. (2022). Pengaruh Modal dan Lokasi Terhadap Usaha Kecil Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Pada Agen Pulsa Prabayar di Kabupaten Tanjung Jabung Barat. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*.

Purba, Y. A. B., Yafiz, M., & Irham, M. (2021). Pengaruh Modal Kerja dan Penggunaan Aplikasi E-Commerce (Shoptimize) Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Medan. *Islamic Circle*.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Widiyanto, G., Satrianto, H., & Wibowo, F. P. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Di Kota Tangerang (Studi Kasus Peran UKM Pembuatan Makanan Ringan dan Snack). *ECo-Buss*.

Yusuf, M. (2022). Pengaruh Electronic Commerce (E-Commerce) Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Di Kecamatan Bekasi Utara. *Jurnal Akuntasi STEI*.

Peraturan Pemerintah

Peraturan Pemerintah Nomor 07 Tahun 2021 Tentang Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)