Increasing UMKM Income: Working Capital, Digital Marketing, Education Level, Product Quality, And Production Costs

Peningkatan Pendapatan UMKM: Modal Kerja, Pemasaran Digital, Tingkat Pendidikan, Kualitas Produk, Dan Biaya Produksi Terhadap

Mutiara Rosmelia Putri^{1*}, Eny Kusumawati²

Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia^{1,2}

b200210475@student.ums.ac.id¹, ek108@ums.ac.id^{2*}

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of working capital, digital marketing, education level, product quality, and production costs on increasing UMKM income in Sukoharjo Regency. This study uses a quantitative approach by distributing questionnaires to respondents directly. The sample taken uses the Slovin formula with a tolerance limit of ten percent. Data were collected using a questionnaire and analyzed using SPSS. The data collection process used a questionnaire with respondents who were UMKM actors in Sukoharjo Regency with a total of 120 respondents. The results of the study provide empirical evidence that working capital, digital marketing, education level, product quality, and production costs have an effect on increasing UMKM income. The coefficient of determination shows that the variables studied can explain 38.7% of the variation in increasing UMKM income, while the remaining 61.3% is influenced by other factors outside the study. This study provides important insights for UMKM management, especially in terms of managing working capital, digital marketing, product quality, and production costs that can increase business income if managed optimally.

Keywords: *Production Cost, Product Quality, Working Capital, Digital Marketing, Education Level.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh modal kerja, pemasaran digital, tingkat pendidikan, kualitas produk, dan biaya produksi terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Sukoharjo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada responden secara langsung. Sampel yang diambil menggunakan rumus Slovin dengan batas toleransi kesalahan sebesar sepuluh persen. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan SPSS. Proses pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan responden pelaku UMKM di Kabupaten Sukoharjo dengan jumlah responden 120 responden. Hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa modal kerja, pemasaran digital, tingkat pendidikan, kualitas produk, dan biaya produksi berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel-variabel yang diteliti dapat menjelaskan 38,7% variasi dalam peningkatan pendapatan UMKM, sementara sisanya 61,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengelolaan UMKM, terutama dalam hal pengelolaan modal kerja, pemasaran digital, kualitas produk, dan biaya produksi yang dapat meningkatkan pendapatan usaha bila dikelola secara optimal.

Kata Kunci: Biaya Produksi, Kualitas Produk, Modal Kerja, Pemasaran Digital, Tingkat Pendidikan.

1. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia menjadi salah satu pembangunan ekonomi nasional yang diprioritaskan. UMKM merupakan tulang punggung dalam pembangunan ekonomi kerakyatan yang mampu mengurangi masalah masyarakat terkait pendapatan. UMKM yaitu kegiatan usaha yang mampu memperluas kesempatan kerja, memberikan pelayanan perekonomian kepada masyarakat, berperan dalam pemerataan serta peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Polandos et al., 2019).

Pengembangan UMKM memerlukan lingkungan usaha yang baik serta meningkatkan keinginan dan pengetahuan masyarakat untuk memulai usaha, sehingga mampu meningkatkan

pendapatan masyarakat. Pendapatan UMKM penting untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Pendapatan selalu diperoleh dalam bentuk nominal uang. Uang tersebut dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana pendapatan usaha dalam memperoleh pendapatan dari hasil penjualan serta harapan untuk mencapai keuntungan sesuai dengan tujuan yang dikehendaki.

Pendapatan diartikan sebagai hasil berupa uang atau hal materi lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa manusia bebas (Kurniati, 2023). Pendapatan sangat penting karena pendapatan merupakan objek kegiatan UMKM. Objek yang dimaksud ialah cara untuk memperoleh penghasilan, disimpulkan bahwa pendapatan sangat mempengaruhi kelangsungan operasional suatu UMKM. Semakin besar pendapatan yang diperoleh UMKM maka semakin besar kemampuan UMKM dalam membiayai operasional harian, oleh karena itu pendapatan menjadi tolak ukur keberhasilan suatu UMKM.

Mengingat besarnya peran UMKM, Kementerian Koperasi dan UMKM telah meluncurkan berbagai program bantuan. Kebijakan pemerintah untuk mendorong usaha kecil dan menengah cukup serius. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah menegaskan bahwa, usaha ini perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan, melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya (Gonibala et al., 2019).

Berdasarkan penelitian terdahulu, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi peningkatan pendapatan UMKM, penelitian ini akan memfokuskan pada faktor-faktor persepsi: modal kerja, pemasaran digital, tingkat pendidikan, kualitas produk, dan biaya produksi.

Modal kerja memiliki peranan yang sangat penting dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. Pada UMKM, modal kerja berperan meningkatkan kapasitas produksi serta memperluas jangkauan pasar. Dengan adanya tambahan modal kerja, pelaku usaha dapat memperluas dan mengembangkan usaha yang dapat meningkatkan pendapatan dalam suatu UMKM. Hasil penelitian (Polandos et al., 2019) memberikan bukti empiris bahwa modal kerja berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Pemasaran digital menjadi elemen penting dalam strategi bisnis modern. Pelaku UMKM harus memahami pentingnya pemasaran digital karena konsumen saat ini cenderung melakukan riset *online*. Penguasaan teknologi digital dalam operasional yang baik dapat mengumpulkan preferensi konsumen. UMKM yang memanfaatkan pemasaran digital cenderung akan berdampak pada peningkatan pendapatan. Hasil penelitian (Zafira, 2021; Wandra, 2022; Jasri et al., 2022) memberikan bukti empiris bahwa pemasaran digital berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Tingkat pendidikan berperan sebagai pendorong utama dalam peningkatan pendapatan karena pendidikan dapat membantu pemilik UMKM dalam memahami teknologi terbaru yang diperlukan untuk meningkatkan produktivitas sehingga pendapatan dapat meningkat. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang semakin baik pula pemahaman mengenai bisnis, pemasaran, dan keuangan. Hasil penelitian (Zafira, 2021; Rani, 2021) memberikan bukti empiris bahwa tingkat pendidikan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Kualitas produk memiliki dampak signifikan terhadap reputasi dan keberhasilan jangka panjang suatu bisnis. Pengusaha berusaha untuk memenuhi kualitas produk yang ditawarkan, serta kesesuaian antara kualitas dengan harga untuk meningkatkan pendapatan. Semakin terjaga kualitas produk maka semakin tinggi loyalitas pelanggan yang nantinya dapat meningkatkan pendapatan pada UMKM. Hasil penelitian (Lia, 2023) memberikan bukti empiris bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Biaya produksi merupakan salah satu aspek krusial dalam pengelolaan UMKM. Komponen biaya produksi sangat berperan penting dalam peningkatan pendapatan. Sedangkan pengelolaan biaya produksi yang baik artinya dapat menekan biaya serta meningkatkan efisiensi

operasional. Komponen, peran, serta pengelolaan biaya produksi yang tepat sangat berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM dalam meningkatkan pendapatan. Hasil penelitian (Gonibala et al., 2019; Kurniati, 2023) memberikan bukti empiris bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian (Lia, 2023). Kebaruan penelitian ini yang pertama adalah adanya penambahan tiga variabel independen yaitu pemasaran digital, tingkat pendidikan, dan biaya produksi. Pemasaran digital ditambahkan karena dapat membantu pelaku UMKM mengetahui pentingnya pemasaran digital terhadap peningkatan pendapatan. Semakin sering pemasaran digital dilakukan pelaku UMKM, maka produk yang dijual dapat menyebar pada masyarakat luas, sehingga banyak konsumen yang tertarik pada produk tersebut dan dapat meningkatkan pendapatan UMKM.

Alasan menambah tingkat pendidikan karena tingkat pendidikan dapat mengukur sejauh mana ilmu pengetahuan yang dimiliki pelaku usaha dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Semakin tinggi pendidikan seseorang, biasanya ilmu pengetahuan serta pengalamannya pun semakin banyak, hal ini dapat mempengaruhi keberhasilan pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha serta meningkatkan pendapatannya.

Sedangkan alasan menambah biaya produksi karena ingin mengukur sejauh mana biaya produksi yang dikeluarkan dalam operasional UMKM dapat mempengaruhi pendapatan. Biasanya semakin rendah biaya produksi, maka semakin rendah pula harga produk yang ditetapkan, sehingga dapat menarik konsumen lebih banyak agar dapat meningkatkan pendapatan pada UMKM. Kebaruan kedua, penelitian ini memperluas lingkup observasi tidak hanya pada pedagang toko kelontong saja, namun seluruh pelaku UMKM yang terdapat pada Kabupaten Sukoharjo.

2. Tinjauan Pustaka

Teori Pertumbuhan Baru (*New Growth Theory*)

Teori pertumbuhan baru, yang dikembangkan oleh Romer (1986) dan Lucas (1988), merupakan kritik terhadap teori pertumbuhan neoklasik Solow. Menurut Romer (1994), teori ini menekankan bahwa pertumbuhan ekonomi ditentukan oleh sistem produksi yang endogen, bukan faktor eksternal. Teknologi dianggap sebagai faktor endogen yang dipengaruhi oleh investasi dalam pengetahuan, dan peran modal meliputi modal fisik dan modal manusia. Teori ini juga menyoroti pentingnya aspek *learning by doing* yang mendukung pertumbuhan berkelanjutan, karena pengetahuan dan ide baru yang masuk melalui produk, aliran modal, atau saluran transmisi lainnya dapat meningkatkan kemampuan produksi suatu negara.

Teori Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM adalah unit usaha ekonomi mandiri dengan skala kecil yang dikelola oleh individu atau kelompok masyarakat, yang diatur dalam UU No. 20 Tahun 2008. Menurut Khoiroini (2021), UMKM memainkan peran penting dalam pengembangan dan pertumbuhan ekonomi Indonesia. UMKM dibedakan berdasarkan kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan, dengan kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah. UMKM memberikan banyak manfaat, seperti menciptakan lapangan pekerjaan, menyumbang terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), serta menjadi solusi efektif untuk masalah ekonomi masyarakat menengah (Sugiarti et al., 2019).

Pengaruh modal kerja terhadap peningkatan pendapatan UMKM

Modal kerja memiliki peranan yang sangat penting dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Ketersediaan modal kerja merupakan faktor kunci menentukan kemampuan pelaku usaha untuk memulai dan mengembangkan bisnis. Ketersediaan modal kerja yang cukup memadai sangat penting bagi kelangsungan dan

pertumbuhan usaha. Tanpa adanya modal kerja yang cukup, operasional bisnis akan terhambat sehingga tidak dapat meningkatkan pendapatan UMKM.

Pada UMKM, modal kerja berperan dalam meningkatkan kapasitas produksi serta memperluas jangkauan pasar. Tambahan modal kerja secara langsung juga berkaitan dengan peningkatan pendapatan. Dengan adanya tambahan modal kerja, pelaku usaha dapat memperluas kapasitas produksi atau meningkatkan kualitas produk serta lebih dapat mengembangkan usaha menjadi lebih besar sehingga pendapatan UMKM akan meningkat.

Modal kerja bukan hanya sebagai alat untuk memulai usaha tetapi juga sebagai pendorong utama untuk pertumbuhan dan keberlanjutan pendapatan. Jadi apabila modal kerja mengalami penurunan maka pendapatan yang diperoleh tidak akan mengalami peningkatan. Sebaliknya, apabila modal kerja mengalami peningkatan, pendapatan yang diperoleh juga akan mengalami peningkatan.

Hasil penelitian oleh Lia, 2023, Safrianti, 2020, dan Polandos et al., 2019 memberikan bukti empiris bahwa modal kerja berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

H₁: Modal kerja berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM

Pengaruh pemasaran digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM

Pemasaran digital telah menjadi elemen penting dalam strategi bisnis modern. Pemahaman akan pentingnya pemasaran digital, penggunaan teknologi digital serta manfaat pemasaran digital merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dalam peningkatan pendapatan UMKM. Pelaku UMKM harus memahami pentingnya pemasaran digital karena konsumen saat ini cenderung melakukan riset *online* sebelum membuat keputusan pembelian. Kehadiran dalam dunia digital dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek sehingga pendapatan UMKM menjadi naik.

Penguasaan teknologi yang baik dalam pemasaran mencakup berbagai alat dan *platform*. Teknologi ini tidak hanya memudahkan interaksi dengan pelanggan namun juga sebagai media untuk mengumpulkan data mengenai perilaku dan preferensi konsumen. Dengan data tersebut, perusahaan dapat melakukan analisis mendalam untuk menyesuaikan strategi pemasaran agar lebih efektif sehingga pendapatan UMKM menjadi meningkat.

Dalam penjualan produk ataupun jasa dengan memanfaatkan pemasaran secara digital cenderung akan berdampak pada peningkatan pendapatan. Hal ini disebabkan semakin banyak dan sering pemasaran digital dilakukan maka semakin luas pula masyarakat yang mengetahui dan tertarik pada produk ataupun jasa tersebut, sehingga pendapatan UMKM akan meningkat.

Hasil penelitian oleh Zafira, 2021, Wandura, 2022, dan Jasri et al., 2022 memberikan bukti empiris bahwa pemasaran digital berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

H₂: Pemasaran digital berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM

Pengaruh tingkat pendidikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM

Kesesuaian pendidikan dengan usaha, peran pendidikan dalam operasional usaha, serta kesadaran pentingnya pendidikan merupakan tiga indikator penting yang dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan UMKM. Kesesuaian antara pendidikan dengan usaha menunjukkan bahwa pendidikan dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola bisnis dengan baik. Terjadi peningkatan efektivitas dan efisiensi operasional, sehingga tingkat pendidikan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Pendidikan berperan sebagai pendorong utama dalam pengembangan UMKM karena pendidikan dapat membantu pemilik UMKM dalam memahami teknologi terbaru yang diperlukan untuk meningkatkan produktivitas sehingga pendapatan dapat meningkat. Kesadaran akan pentingnya pendidikan dikalangan pelaku UMKM sangat krusial untuk meningkatkan pendapatan.

Pemilik UMKM dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai manajemen bisnis, pemasaran, dan keuangan yang semuanya berkontribusi pada keberhasilan UMKM. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin besar pula kemampuan untuk mengelola usaha dengan baik dan memanfaatkan peluang pasar sehingga dapat meningkatkan pendapatan. Hasil penelitian (Zafira, 2021; Rani, 2021) memberikan bukti empiris bahwa tingkat pendidikan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

H₃: Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM

Pengaruh kualitas produk terhadap peningkatan pendapatan UMKM

Kualitas produk merupakan aspek fundamental dalam bisnis yang berdampak langsung pada kepuasan konsumen, reputasi perusahaan, dan keberlanjutan usaha, terutama bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pemenuhan produk terhadap konsumen, pentingnya kualitas produk yang ditawarkan, serta kesesuaian antara kualitas dengan harga merupakan tiga indikator utama yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan pendapatan. Produk yang mampu memenuhi atau melampaui keinginan pelanggan akan menciptakan kepuasan yang tinggi.

Kualitas produk memiliki dampak signifikan terhadap reputasi dan keberhasilan jangka panjang suatu bisnis. Produk yang berkualitas tidak hanya menarik perhatian pelanggan tetapi juga membangun kepercayaan yang kuat. Hal ini juga harus disesuaikan dengan penetapan harga. Dimana dalam penetapan harga tidak bisa dilakukan tanpa memperhatikan kualitas produk. Jadi jika produk dijual dengan harga premium, maka kualitas produk tersebut juga menggunakan bahan produksi yang premium. Sehingga kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Kualitas produk merupakan elemen kunci dalam kesuksesan bisnis UMKM. Dengan fokus pada pemenuhan kebutuhan konsumen, pentingnya menjaga standar kualitas, serta memastikan kesesuaian antara harga dan kualitas, UMKM dapat membangun reputasi yang kuat, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan yang berkelanjutan. Hasil penelitian (Lia, 2023), mengungkapkan bahwa kualitas produk memiliki peran yang besar terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

H₄: Kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM

Pengaruh biaya produksi terhadap peningkatan pendapatan UMKM

Biaya produksi merupakan salah satu aspek krusial dalam pengelolaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Komponen dalam biaya produksi, pengelolaan biaya produksi, serta peranan biaya produksi merupakan tiga indikator yang saling berkaitan dan perlu diperhatikan dalam peningkatan pendapatan UMKM. Komponen dalam biaya produksi mencakup semua yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk, termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik.

Sedangkan melalui pengelolaan biaya produksi yang baik itu artinya UMKM dapat mengidentifikasi area di mana dapat mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi operasional. Biaya produksi memiliki peranan yang signifikan dalam menentukan pendapatan UMKM. Semakin baik pemahaman dan pengelolaan biaya produksi, semakin besar peluang untuk menetapkan harga jual yang kompetitif dan meningkatkan pendapatan UMKM.

Komponen, peranan, serta pengelolaan biaya produksi yang tepat sangat berpengaruh terhadap keberhasilan suatu UMKM. Dengan menggunakan metode perhitungan yang akurat seperti *full costing*. UMKM dapat memastikan bahwa semua aspek biaya dipertimbangkan, sehingga dapat meningkatkan pendapatan secara signifikan.

Hasil penelitian (Gonibala et al., 2019; Kurniati, 2023) memberikan bukti empiris bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

H₅: Biaya produksi berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM

3. Metode Penelitian

Tabel 1. Pengukuran Variabel

Variabel	Indikator	Sumber Referensi
Variabel Dependen	Peningkatan Pendapatan (20 item pernyataan), indikator:	
	Pemanfaatan atas pendapatan yang diterima	(Wandra, 2022)
	Faktor penunjang peningkatan pendapatan	(Wandra, 2022)
	Pemahaman pengelolaan pendapatan	(Wandra, 2022)
Variabel Independen	Modal Kerja (lima item pernyataan), indikator:	
	Ketersediaan modal kerja	(Safrianti, 2020)
	Peranan modal dalam UMKM	(Safrianti, 2020)
	Tambahan modal terhadap kinerja UMKM	(Safrianti, 2020)
	Pemasaran Digital (lima item pernyataan), indikator:	
	Pemahaman pentingnya pemasaran digital	(Safrianti, 2020)
	Penggunaan teknologi digital dalam operasional	(Safrianti, 2020)
	Manfaat pemasaran digital bagi UMKM	(Safrianti, 2020)
	Tingkat Pendidikan (lima item pernyataan), indikator:	
	Kesesuaian antara pendidikan dengan usaha	(Zafira, 2021)
	Peran pendidikan dalam operasional usaha	(Zafira, 2021)
	Kesadaran pentingnya pendidikan	(Zafira, 2021)
	Kualitas Produk (lima item pernyataan), indikator:	
Pemenuhan produk terhadap konsumen	(Lia, 2023)	
Pentingnya kualitas produk	(Lia, 2023)	
Kesesuaian antara kualitas dengan harga	(Lia, 2023)	
Biaya Produksi (lima item pernyataan), indikator:		
Komponen biaya produksi	(Kurniati, 2023)	
Pengelolaan biaya produksi	(Kurniati, 2023)	
Peranan biaya produksi	(Kurniati, 2023)	

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh modal kerja, pemasaran digital, tingkat pendidikan, kualitas produk, dan biaya produksi terhadap

peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Sukoharjo. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM di Kabupaten Sukoharjo, dengan sampel yang diambil menggunakan rumus Slovin dengan batas toleransi kesalahan sebesar 10%. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada pelaku UMKM, yang mencakup variabel-variabel yang diteliti.

Analisis data dilakukan menggunakan SPSS, dengan langkah-langkah meliputi analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data, uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan keakuratan instrumen, serta uji asumsi klasik (normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas) untuk memastikan validitas model regresi. Pengujian regresi linier berganda dilakukan untuk mengukur pengaruh masing-masing variabel terhadap peningkatan pendapatan UMKM, dengan uji F untuk menguji kelayakan model dan uji t untuk menguji pengaruh signifikan masing-masing variabel. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

4. Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang diisi oleh responden. Populasi yang digunakan adalah seluruh pelaku UMKM di Kabupaten Sukoharjo. Berdasarkan Diskopumdag Kabupaten Sukoharjo populasi UMKM di Kabupaten Sukoharjo sejumlah 208.725 UMKM. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin dengan batas toleransi kesalahan sebesar 10%.

Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini diambil sejak bulan Desember 2024 hingga bulan Maret 2025. Awal mula menyebar 130 kuesioner kepada responden dikarenakan untuk mengantisipasi kuesioner yang tidak kembali terlalu besar, tetapi ternyata hanya terdapat sepuluh kuesioner yang tidak kembali. Sehingga jumlah data responden pelaku UMKM dalam penelitian ini sebanyak 120 responden pelaku UMKM. Berikut karakteristik mengenai data 120 responden para pelaku UMKM di Kabupaten Sukoharjo:

Tabel 2. Data Responden Berdasarkan Karakteristik Demografis dan Penggunaan Digital

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Pria	39	32,50%
	Wanita	81	67,50%
Usia	25-35 Tahun	70	58,33%
	36-45 Tahun	29	24,17%
	46-55 Tahun	15	12,50%
	Lebih dari 56 Tahun	6	5,00%
Kepemilikan Usaha	Sendiri	92	76,67%
	Orang Lain	28	23,33%
Tingkat Pendidikan	SD	11	9,17%
	SMP	10	8,33%
	SMA	75	62,50%
	Diploma	7	5,83%
	S1-S3	17	14,17%
Digital	Facebook	1	0,83%
	WhatsApp	119	99,17%
Jenis Pemasaran	Instagram	68	56,67%
	Shopee dan Lainnya	52	43,33%

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden berjenis kelamin wanita (67,50%) dengan rentang usia 25-35 tahun (58,33%) dan sebagian besar memiliki usaha milik sendiri (76,67%). Tingkat pendidikan tertinggi responden sebagian besar adalah SMA (62,50%). Dalam

hal penggunaan digital, hampir semua responden (99,17%) menggunakan WhatsApp, sementara untuk jenis pemasaran, sebagian besar menggunakan Instagram (56,67%). Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Kabupaten Sukoharjo didominasi oleh wanita muda dengan tingkat pendidikan menengah, lebih banyak memilih pemasaran melalui media sosial digital seperti Instagram dan WhatsApp.

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 3. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Dev
Modal Kerja	120	10	25	17,600	2,908
Pemasaran Digital	120	5	25	18,416	3,695
Tingkat Pendidikan	120	10	25	18,475	2,910
Kualitas Produk	120	11	25	20,083	2,597
Biaya Produksi	120	14	25	18,550	2,304
Pendapatan UMKM	120	52	97	77,966	8,398

Hasil analisis deskriptif terhadap 120 responden pelaku UMKM di Kabupaten Sukoharjo, berdasarkan skala likert lima point (dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju) adalah sebagai berikut: nilai rata-rata modal kerja dengan lima item pernyataan sebesar 17,600 hal ini mengindikasikan bahwa rata-rata pelaku UMKM di Kabupaten Sukoharjo menyadari pentingnya kestabilan modal kerja untuk meningkatkan pendapatan, serta memiliki kesadaran akan peran modal dan kebutuhan tambahan modal untuk pengembangan usaha. Nilai rata-rata pemasaran digital dengan lima item pernyataan sebesar 18,416. Hal ini menunjukkan rata-rata pelaku UMKM di Kabupaten Sukoharjo menyadari pentingnya pemasaran digital, penggunaan teknologi digital, dan manfaat yang diperoleh dari pemanfaatan pemasaran digital dalam usaha mereka.

Analisis terhadap 120 responden dengan lima item pernyataan tentang tingkat pendidikan menunjukkan nilai rata-rata tingkat pendidikan sebesar 18,475. Rata-rata pelaku UMKM di Kabupaten Sukoharjo menyadari pentingnya pendidikan yang relevan dengan usaha, serta kesesuaian antara pendidikan dan pengembangan usaha, yang menunjukkan peran pendidikan yang signifikan dalam operasional UMKM. Nilai rata-rata kualitas produk dengan lima item pernyataan sebesar 20,083. Hal ini mengindikasikan bahwa pelaku UMKM di Kabupaten Sukoharjo memiliki persepsi yang kuat tentang pentingnya kualitas produk, termasuk pemenuhan kebutuhan konsumen, serta kesesuaian antara kualitas dan harga produk yang mereka tawarkan.

Berdasarkan analisis terhadap 120 responden, dengan lima item pernyataan tentang biaya produksi menunjukkan nilai rata-rata sebesar 18,550. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di Kabupaten Sukoharjo menganggap kestabilan biaya produksi sebagai faktor penting dalam meningkatkan pendapatan, serta menunjukkan kesadaran akan pengelolaan biaya dan peran biaya produksi dalam usaha mereka. Nilai rata-rata kenaikan pendapatan UMKM dengan dua puluh item pernyataan sebesar 77,966. Hal ini berarti rata-rata pelaku UMKM di Kabupaten Sukoharjo menyadari pentingnya peningkatan pendapatan, serta menunjukkan pemanfaatan pendapatan yang baik, faktor penunjang peningkatan pendapatan, dan pengelolaan pendapatan yang efektif dalam usaha mereka

Hasil Uji Kualitas Data dan Asumsi Klasik

Hasil uji validitas masing-masing indikator dengan total 45 item pernyataan masing-masing menunjukkan hasil signifikan lebih kecil dari 0,05. Sehingga dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai data penelitian. Hasil uji reliabilitas semua instrument penelitian adalah reliabel terbukti dengan masing-masing nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6.

Hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* mempunyai nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas mempunyai nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF dibawah 10, menunjukkan tidak terjadi masalah multikolinearitas pada persamaan regresi. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini bebas dari masalah heteroskedastisitas karena memiliki nilai sig yang lebih besar dari 0,05.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil regresi linear berganda

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	20,692	6,673		3,101	0,002
Modal Kerja	0,540	0,219	0,187	2,468	0,015
Pemasaran Digital	0,366	0,183	0,161	1,997	0,048
Tingkat Pendidikan	0,576	0,224	0,200	2,574	0,011
Kualitas Produk	0,856	0,271	0,265	3,162	0,002
Biaya Produksi	0,712	0,289	0,195	2,462	0,015
Hasil Uji F					0,000
Hasil Uji R ²					0,387

Berdasarkan Tabel 10 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$PP = 20,692 + 0,540 MK + 0,366 PD + 0,576 TP + 0,856 KP + 0,712 BP + e.$$

Nilai konstanta sebesar 20,692 dengan arah positif menunjukkan bahwa jika penerapan modal kerja, pemasaran digital, tingkat pendidikan, kualitas produk, dan biaya produksi mempunyai nilai konstan atau diasumsikan konstan, maka UMKM akan mengalami peningkatan pendapatannya. Nilai koefisien regresi variabel modal kerja sebesar 0,540 dengan arah yang positif. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin pelaku UMKM berpersepsi positif terhadap pentingnya modal kerja maka UMKM akan mengalami peningkatan pendapatannya.

Nilai koefisien regresi variabel pemasaran digital sebesar 0,366 dengan arah yang positif. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin pelaku UMKM berpersepsi positif terhadap pentingnya pemasaran digital maka UMKM akan mengalami peningkatan pendapatannya. Nilai koefisien regresi variabel tingkat pendidikan sebesar 0,576 dengan arah yang positif. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin pelaku UMKM berpersepsi positif terhadap pentingnya tingkat pendidikan maka UMKM akan mengalami peningkatan pendapatannya.

Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,856 dengan arah yang positif. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin pelaku UMKM berpersepsi positif terhadap pentingnya kualitas produk maka UMKM akan mengalami peningkatan pendapatannya. Nilai koefisien regresi variabel biaya produksi sebesar 0,712 dengan arah yang positif. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin pelaku UMKM berpersepsi positif terhadap pentingnya biaya produksi maka UMKM akan mengalami peningkatan pendapatannya.

Hasil uji kelayakan model (uji F) menunjukkan besar nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi yang dihasilkan uji F lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda sudah memenuhi syarat dan dapat dikatakan *fit model regression*. Koefisien determinasi (R²) sebesar 0,387 hal ini berarti variabel-variabel independen meliputi modal kerja, pemasaran digital, tingkat pendidikan, kualitas produk, dan biaya produksi hanya bisa menjelaskan 38,7% peningkatan pendapatan di Kabupaten Sukoharjo sedangkan sisanya sebesar 61,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti.

4. Hasil dan Pembahasan

Modal kerja berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa modal kerja berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan dalam UMKM. Modal kerja yang memadai sangat berperan penting dalam mendukung kelancaran operasional UMKM. Modal kerja yang cukup memungkinkan pelaku UMKM untuk memenuhi kebutuhan bahan baku, membayar tenaga kerja, dan menutupi biaya operasional. Dengan adanya modal kerja yang stabil, UMKM dapat menjalankan proses produksi secara optimal sehingga mampu meningkatkan volume produksi dan kualitas produk yang pada akhirnya berdampak positif pada peningkatan pendapatan.

Peran modal kerja dalam UMKM tidak hanya sebagai sumber dana untuk operasional, tetapi juga sebagai instrument strategis dalam pengelolaan bisnis. Modal kerja yang dikelola dengan baik, membantu UMKM dalam mempercepat perputaran modal, dan memanfaatkan peluang pasar secara efektif. Hal ini membuat UMKM dapat meningkatkan daya saing produk di pasar. Dengan demikian, peran modal kerja yang optimal menjadi salah satu faktor utama yang mendorong peningkatan pendapatan UMKM secara signifikan.

Tambahan modal kerja yang diperoleh UMKM, baik dari sumber internal maupun eksternal, memberi dampak positif terhadap peningkatan kapasitas produk. Tambahan modal ini memungkinkan UMKM untuk mengembangkan usaha, memperluas jaringan pemasaran, dan meningkatkan inovasi produk. Oleh karena itu, keberadaan tambahan modal kerja menjadi katalisator penting dalam mendorong terjadinya peningkatan pendapatan dalam UMKM.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Lia, 2023, Safrianti, 2020, dan Polandos et al., 2019 yang menyatakan bahwa modal kerja berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Pemasaran digital berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa pemasaran digital berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya pemasaran digital menjadi faktor awal dalam meningkatkan pendapatan usaha mereka. Kesadaran ini mendorong UMKM untuk lebih aktif mencari informasi dan belajar mengenai berbagai *platform digital* yang dapat digunakan untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan interaksi dengan konsumen.

Penggunaan teknologi digital oleh UMKM, seperti media sosial, *marketplace*, dan aplikasi pemasaran *online*, terbukti memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan efektivitas proses pemasaran. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM mampu menjangkau konsumen secara lebih luas dan tepat sasaran, mengurangi biaya pemasaran, serta meningkatkan kecepatan respon terhadap kebutuhan pasar, sehingga meningkatkan peluang penjualan dan pendapatan.

Pemanfaatan pemasaran digital yang optimal oleh pelaku UMKM berkontribusi langsung pada peningkatan pendapatan usaha, seperti iklan berbayar, promosi melalui media sosial, dan penjualan *online*. Selain itu, pemasaran digital juga memberikan kemudahan dalam membangun *brand awareness* dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, pemanfaatan pemasaran digital yang efektif mampu mendorong peningkatan pendapatan UMKM di era digital saat ini. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Zafira, 2021, Wandra, 2022, dan Jasri et al., 2022 yang menyatakan bahwa pemasaran digital berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa tingkat pendidikan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Pelaku UMKM yang memiliki latar belakang

pendidikan sesuai dengan bidang usahanya cenderung lebih mampu mengelola bisnis secara efektif, memahami aspek teknis dan manajerial, serta mengambil keputusan yang tepat. Kesesuaian ini, mempermudah pelaku UMKM dalam mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki sehingga berdampak positif pada produktivitas dan pendapatan usaha.

Peran pendidikan dalam pengembangan UMKM sangat penting sebagai modal intelektual yang mendukung kemampuan manajemen, inovasi, dan adaptasi terhadap perubahan pasar. Pendidikan memberikan dasar pengetahuan mengenai strategi bisnis, pemasaran, keuangan, dan teknologi yang relevan dengan usaha. Dengan bekal pendidikan yang memadai, pelaku UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing produk, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan pendapatan.

Selain itu, kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya pendidikan sebagai investasi jangka panjang dalam pengembangan usaha. Pelaku UMKM yang menyadari manfaat pendidikan cenderung aktif mengikuti pelatihan, kursus, atau program pengembangan kapasitas yang dapat memperkaya pengetahuan dan keterampilan mereka. Kesadaran ini membuka peluang bagi pelaku UMKM untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan dinamika pasar yang cepat berubah. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Zafira, 2021; Rani, 2021) yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Pemenuhan kualitas produk sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen menjadi faktor utama yang mempengaruhi peningkatan pendapatan dalam UMKM. Produk yang mampu memenuhi standar kualitas yang diinginkan konsumen tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas yang berkelanjutan.

Pentingnya kualitas produk dalam usaha UMKM tidak hanya berkaitan dengan aspek fisik produk, tetapi juga mencakup nilai tambah seperti keawetan, keamanan, dan keunikan produk. Kualitas yang baik menjadi salah satu daya tarik utama bagi konsumen untuk memilih produk UMKM dibandingkan produk pesaing. Penekanan pada kualitas produk juga mendorong UMKM untuk terus melakukan inovasi sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

Kesesuaian antara kualitas produk dengan harga yang ditawarkan menjadi indikator penting dalam menentukan daya saing UMKM di pasar. Konsumen cenderung melakukan pembelian apabila merasa harga yang dibayar sebanding dengan kualitas produk yang diterima. UMKM yang mampu menjaga keseimbangan antara kualitas dan harga akan lebih mudah menarik minat konsumen dan memperluas pangsa pasar, yang nantinya akan dapat meningkatkan pendapatan UMKM secara berkelanjutan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lia, 2023) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Biaya produksi berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Pemahaman terhadap komponen biaya produksi menjadi faktor penting dalam menentukan efisiensi operasional UMKM. Komponen biaya produksi harus dikelola secara optimal agar tidak membebani struktur biaya usaha. Dengan mengetahui secara detail setiap komponen biaya produksi, pelaku UMKM dapat melakukan pengendalian yang tepat sehingga biaya produksi dapat ditekan tanpa mengorbankan kualitas produk.

Pengelolaan biaya produksi yang efektif menjadi kunci utama dalam meningkatkan profitabilitas UMKM. UMKM yang mampu mengelola biaya produksi dengan baik dapat

meminimalkan pemborosan dan meningkatkan efisiensi proses produksi. Hal ini memungkinkan UMKM untuk menawarkan produk dengan harga yang kompetitif sekaligus mempertahankan margin keuntungan yang sehat, sehingga pendapatan usaha dapat meningkat secara signifikan.

Peran biaya produksi dalam keberlangsungan dan pertumbuhan UMKM sangat strategis karena biaya produksi langsung mempengaruhi harga jual dan daya saing produk di pasar. Biaya produksi yang terkendali menjadikan UMKM dapat menetapkan harga yang sesuai dengan kemampuan pasar tanpa mengurangi kualitas produk. Dengan demikian, pengelolaan biaya produksi yang baik menjadi faktor penentu dalam peningkatan pendapatan UMKM.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Gonibala et al., 2019; Kurniati, 2023) yang menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

5. Penutup

Kesimpulan

Penelitian ini menguji pengaruh modal kerja, pemasaran digital, tingkat pendidikan, kualitas produk, dan biaya produksi terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa modal kerja berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Semakin pelaku UMKM berpersepsi positif terhadap pentingnya modal kerja maka UMKM akan mengalami peningkatan pendapatannya. Pemasaran digital berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Semakin pelaku UMKM berpersepsi positif terhadap pentingnya pemasaran digital maka UMKM akan mengalami peningkatan pendapatannya.

Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Semakin pelaku UMKM berpersepsi positif terhadap pentingnya tingkat pendidikan maka UMKM akan mengalami peningkatan pendapatannya. Kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Semakin pelaku UMKM berpersepsi positif terhadap pentingnya kualitas produk maka UMKM akan mengalami peningkatan pendapatannya. Biaya produksi berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Semakin pelaku UMKM berpersepsi positif terhadap pentingnya biaya produksi maka UMKM akan mengalami peningkatan pendapatannya.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, objek penelitian terbatas pada UMKM di wilayah Kabupaten Sukoharjo. Penelitian ini menggunakan data kuesioner sebagai instrumen penelitian, dan hasil koefisien determinasi (Adjust R square) sebesar 0,387. Peneliti selanjutnya perlu memperluas objek penelitian tidak hanya terbatas di Kabupaten Sukoharjo tetapi bisa ditambahkan kabupaten lainnya. Peneliti selanjutnya dapat menambah instrumen penelitian yaitu kuesioner dan wawancara dan diharapkan untuk menambah variabel penelitian baru agar dapat mengetahui lebih banyak lagi faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan UMKM. Misalnya faktor penerapan *financial technology* dalam UMKM.

Daftar Pustaka

- Amalia, N. (2022). Pengaruh Modal Biaya Produksi Jumlah Tenaga Kerja dan Tingkat Pendidikan terhadap Pendapatan UMKM pada Industri Batu Bata di Kecamatan Teras. *Jurnal Manajemen Informatika & Teknologi*, 10-19.
- Gonibala, N., Masinambow, V., & Maramis, M. (2019). Analisis Pengaruh Modal dan Biaya Produksi terhadap Pendapatan UMKM di Kota Kotamobagu. *Berkala Ilmiah Efisiensi*, 56-67.
- Jasri, Arfan, N., Hasanuddin, & Hasan, H. A. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *II Tizam Journal of Shariah Economics Research*, 212-224.
- Khoiroini R, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Tenaga Kerja terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh. 1-9. (Other thesis, UIN Ar-Raniry, 2021). Diakses dari <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/29408>

- Kieso, D., Weygandt, J., & Warfield, T. (2018). *Akuntansi Keuangan Menengah*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kurniati. (2023). Pengaruh Biaya Produksi terhadap Peningkatan Pendapatan Petani Tambak di Desa Panaikang Kecamatan Sinjai Timur. 88-100. (Undergraduate thesis, Universitas Islam Ahmad Dahlan, 2023). Diakses dari <https://repository.uiad.ac.id/id/eprint/1518>
- Kusumawati, E., Putri, E., & Sasongko, N. (2021). *Manajemen Keuangan Teori dan Kasus dari Perspektif Akuntansi*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Lia, R. A. (2023). Pengaruh Modal Kerja dan Kualitas Produk terhadap Pendapatan Pedagang Toko Kelontong Desa Wagir Kidul, Kecamatan Pulung, Kabupaten Ponorogo. (Other thesis, IAIN Ponorogo, 2023). Diakses dari <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/26068>
- Mulyadi. (2018). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Polandos, P. M., Engka, D., & Tolosang, K. D. (2019). Pengaruh Modal, Lama Usaha, dan Jumlah Tenaga Kerja terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Langowan Timur. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 36-47.
- Rani, S. W. (2021). Pengaruh Pelatihan, Sosialisasi, Tingkat Pendidikan dan Persepsi Ekonomi Digital terhadap Pendapatan UMKM di Kota Salatiga. (Undergraduate thesis, Universitas Tidar, 2021). Diakses dari <https://repositori.untidar.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=19861&bid=10492>
- Rohi, S. S. (2021). Pengaruh Modal, Usaha dan Tingkat Pendidikan terhadap Pendapatan Usaha Jagung Bakar di Jalan Eltari 1 Kota Kupang. (Undergraduate thesis, Universitas Nusa Cendana, 2021). Diakses dari http://skripsi.undana.ac.id/index.php?p=show_detail&id=2083&keywords=
- Safrianti, T. N. (2020). Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce), Modal, dan Lama Usaha terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal. (Undergraduate thesis, Universitas Pancasakti Tegal, 2020). Diakses dari <http://repository.upstegal.ac.id/id/eprint/2060>
- Setiawati, E., Sari, S. P., & Putri, E. (2022). *Statistika Teori dan Soal Latihan*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Sugiarti, N., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2019). Peran Fintech dalam Meningkatkan Literasi Keuangan pada Usaha Mikro Kecil Menengah di Malang. *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 131–139. <https://doi.org/10.30997/jsei.v8i1.4879>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sukoharjo, D. (2025, January 9). Retrieved from <https://www.instagram.com/p/DEmANzHzaop/#:~:text=SEPUTAR%20DATA%20%23DATADISKOPUMDAG%5D-,Tahukah%20Kamu%3F,Usaha%20Kecil%20dan%20Usaha%20Menengah.>
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008*. 1.
- Wandra, R. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Mengah (UMKM) menurut Persepektif Ekonomi Islam. (Diploma thesis, UIN Raden Intan Lampung, 2022). Diakses dari <https://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/21508>
- Zafira, A. (2021). Pengaruh Ekonomi Digital, Modal dan Tingkat Pendidikan terhadap Pendapatan Usaha (Studi Pada Usaha Mikro di Kota Tangerang). (Undergraduate thesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021). Diakses dari <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/56788>