

Determinan Tingkat Pendapatan UMKM di Kecamatan Umbulharjo

Guntur¹, Nugraheni Rintasari^{2*}

¹²Universitas Ahmad Dahlan

ARTICLE INFO

Article history:

Received July 09, 2024

Revised July 15, 2024

Accepted July 25, 2024

Available online 03 August, 2024

Keywords:

inklusi keuangan; pertumbuhan ekonomi; ketimpangan pendapatan

Keywords:

financial inclusion; economic growth; income inequality



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2024 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRACT

Penelitian Ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi Tingkat Pendapatan UMKM Di Kecamatan Umbulharjo. Variabel independen yang digunakan ialah Lokasi Usaha, Strategi Pemasaran, Modal Usaha, Tingkat Pendidikan serta variabel dependen yaitu Tingkat Pendapatan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel yang di peroleh sebanyak 52 responden dengan sampel UMKM yang ada di Kec.Umbulharjo. Penelitian ini menggunakan data primer yang merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung melalui kuesioner. Analisis yang digunakan ialah Regresi Linier Berganda yang diolah menggunakan SPSS25. Hasil penelitian ini menunjukkan Variabel Lokasi Usaha, strategi pemasaran, modal usaha, serta tingkat pendidikan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Penjualan. Kata Kunci: Pendapatan Penjualan, Lokasi Usaha, Strategi Pemasaran, Modal Usaha, Tingkat Pendidikan dan Regresi Linier Berganda.

ABSTRACT

This study aims to examine the factors that influence the level of income of MSMEs in Umbulharjo District. The independent variables used are Business Location, Marketing Strategy, Business Capital, Education Level and the dependent variable is Income Level. This study is a quantitative study. The sample obtained was 52 respondents with a sample of MSMEs in Umbulharjo District. This study uses primary data which is a source of data obtained directly through a questionnaire. The analysis used is Multiple Linear Regression processed using SPSS25. The results of this study indicate that the variables of Business Location, marketing strategy, business capital, and education level partially have a significant effect on Sales Income. Keywords: Sales Income, Business Location, Marketing Strategy, Business Capital, Education Level and Multiple Linear Regression.

PENDAHULUAN

UMKM merupakan salah satu tulang punggung perekonomian Indonesia, dan terbukti mampu bertahan lebih baik dalam kondisi perekonomian yang sulit ini. Usaha kecil dan menengah dapat memainkan peran yang semakin besar dalam proses penciptaan dan perluasan kesempatan kerja, memberikan layanan ekonomi kepada masyarakat lokal, dan mendistribusikan pendapatan secara merata di masyarakat, serta dapat mendorong dan mewujudkan pertumbuhan ekonomi serta stabilitas nasional. Alasan itulah yang mendorong mengapa usaha mikro kecil menengah perlu untuk dikembangkan (Danang, 2017).

Usaha Mikro Kecil Menengah adalah satu entitas pelaku usaha ekonomi yang eksistensinya memiliki dominasi terhadap perekonomian bangsa, baik di daerah perkotaan maupun didaerah pedesaan. Apalagi dengan adanya krisis moneter dan sebab lainnya yang menyebabkan perekonomian melemah, sehingga menjadikan sektor UMKM sebagai solusi dalam menyelesaikan ketahanan ekonomi bangsa. Terutama bagi rakyat kecil, hal tersebut merupakan keharusan bagi pemerintah Indonesia untuk lebih memeperhatikan nasib UMKM yang ada (Mayasari dkk, 2015). Bentuk usaha dari UMKM ini sifatnya ialah independen, dikerjakan atau dijalani orang serta elemen bisnis di setiap bidang perekonomian. Pada umumnya, kualifikasi antara UMKM tergantung pada harga sumber daya yang mendasarinya kecuali area dan bangunan, omset tahunan, normal atau tenaga kerja tetap (Sugiarto & Iskandar, 2023). Ada banyak variabel yang mempengaruhi pencapaian bisnis seorang pelaku bisnis, baik internal maupun eksternal. Faktor internal umumnya bersumber dari pelaku bisnis itu sendiri, antara lain landasan instruktif, usia, wawasan, pengalaman, inspirasi dan isu-isu internal lainnya. Faktor eksternal umumnya dihadapkan dengan isu-isu di luar organisasi meliputi: peluang, lingkungan, persaingan, kerangka data di seluruh dunia dan isu-isu luar lainnya. Jika tujuan dari suatu bisnis atau organisasi tercapai, dapat dikatakan bahwa bisnis atau organisasi tersebut telah memperoleh landasan dalam bisnis. (Purwanti, 2012).

*Corresponding author

E-mail addresses: guntur1700012178@webmail.uad.ac.id¹, nugraheni.rintasari@act.uad.ac.id²

Kriteria yang mendefinisikan UMKM pada PP No.7 Tahun 2021 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Usaha mikro merupakan unit usaha yang asetnya paling banyak Rp1 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan yang digunakan untuk tempat usaha, dan penjualan tahunannya tidak melebihi Rp2 miliar.
- 2) Usaha kecil merupakan usaha yang nilai asetnya melebihi Rp.1 miliar sampai dengan tidak melebihi Rp. 5 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan, dengan penjualan tahunan lebih dari Rp.2 miliar dan paling banyak Rp. 15 miliar, dan
- 3) Perusahaan menengah merupakan perusahaan yang nilai asetnya melebihi Rp.5 miliar sampai dengan tidak melebihi Rp. 10 miliar dengan penjualan tahunan melebihi Rp 15 miliar sampai dengan paling tinggi Rp 50 miliar.

Selain menggunakan nilai aset sebagai standar kriteria dalam membedakan antara usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan besar. Instansi pemerintah seperti Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS), selama ini juga menggunakan jumlah tenaga kerja sebagai ukuran. Misalnya, menurut Badan Pusat Statistik (BPS), usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki hingga 4 orang pekerja, antara 5 hingga 19 pekerja untuk usaha kecil, dan 20 hingga 99 pekerja untuk usaha menengah, sedangkan untuk usaha besar memiliki lebih dari 99 pekerja.

Usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan penopang utama kegiatan ekonomi di Indonesia, dan perkembangannya di masa depan bergantung pada kemampuannya untuk berkembang secara mandiri. Pada tahun 1999 UMKM Indonesia memberikan kontribusi sekitar 60% terhadap GDP, dimana tingkat kontribusi usaha kecil dan mikro adalah 42%, dan tingkat kontribusi usaha menengah adalah 18%.

Pemberdayaan UMKM sangat penting dan memiliki arti strategis untuk mengantisipasi perekonomian negara kedepannya, terutama memperkuat struktur perekonomian nasional. Krisis ekonomi nasional seperti saat ini telah berdampak besar pada stabilitas negara, ekonomi dan politik, dan berdampak terpuruknya kegiatan-kegiatan usaha besar, sedangkan kegiatan UMKM serta koperasi lebih dapat bertahan melakukan kegiatan usahanya.

Tujuan atau sasaran yang ingin dicapai secara umum ialah terwujudnya UMKM yang kuat dan berdiri sendiri, berdaya saing tinggi dan berperan besar dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.

Usaha mikro merupakan jenis usaha kecil dengan aset tidak lebih dari Rp1 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan milik usaha. Sesuai Keputusan Presiden Republik Indonesia nomor 99 Tahun 1998 mendefinisikan usaha kecil sebagai: "Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat".

Terdapat dua sumber yang bisa kita dapatkan untuk modal usaha, seperti modal pribadi hingga modal dari luar, khususnya dari yayasan perkreditan. Terlepas dari atribut usaha bisnis dan modal usaha, prosedur periklanan adalah bidang yang tidak dapat dipisahkan dari masyarakat yang lahiriah bebas. Prosedur periklanan mengingat suatu teknik tentang unsur-unsur atau faktor-faktor untuk paduan pertunjukan yang merupakan hubungan dari empat faktor utama dalam kerangka kerja pertunjukan, yaitu item/administrasi tertentu, nilai, penyebaran dan kemajuan. (Rahayu, 2020)

Ukuran modal untuk bisnis apapun adalah masalah vital. Modal yang sangat besar dari modal yang diperlukan akan memperbesar kesulitan pembiayaan, apalagi bila modal yang digunakan tidak modal pribadi (Meilinda & Kurniawan, 2024). Namun, modal yang sangat minim (dari kebutuhan) juga dapat mempersulit usaha untuk dilakukan. Sehingga, perusahaan mini dan mandiri, biasanya tidak ada pemisahan antara dana keluarga dan rekening bisnis, sehingga masalah ukuran modal menjadi penghambat pencapaian suatu bisnis.

Kendala yang biasa dihadapi oleh para pelaku UMKM di Kawasan Umbulharjo adalah dalam memulai suatu usaha, mereka memiliki pemikiran yang kurang matang dan daerah yang cukup sulit untuk dijangkau. Banyak membuka usaha hanya sebagai usaha dengan alasan bahwa pada umumnya mereka hanya memiliki instruksi yang tidak berdaya dan berpikir bahwa sulit untuk mengamankan posisi yang berbeda. Para pelaku UMKM memiliki cara memasarkan dengan lugas adalah karena mereka tidak banyak mengetahui cara menggunakan social media berbasis web.

Pemasaran ialah suatu latihan prinsip yang dikerjakan organisasi untuk menghadapi persaingan dan mengikuti kepraktisan bisnis sehingga mereka dapat terus berkembang dan memperoleh manfaat sesuai keinginan organisasi. Pemasaran ialah peredaran sosial dan tata kelola di mana orang atau asosiasi menemukan sesuatu yang diperlukan dan memperdagangkan sesuatu yang berharga dengan orang lain. Sehingga, karena adanya persaingan bisnis yang semakin agresif dan berubah, organisasi harus memiliki prosedur yang solid untuk mencapai tujuan organisasi.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Endang Purwanti, 2012) mengatakan pengaruh karakteristik kewirausahaan, modal usaha, strategi pemasaran secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap faktor karakteristik kewirausahaan terhadap tingkat pendapatan UMKM di Desa Dayaan dan Desa Kalilondo Salatiga. Sedangkan, dari penelitian yang dilakukan oleh (Dwi Rahayu, 2020) menyatakan bahwa modal usaha, strategi pemasaran, dan pelayanan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan UMKM. Dari referensi diatas menyatakan bahwa modal memiliki peranan penting dalam hal komponen berkaitan dengan pendapatan. Modal usaha merupakan aspek yang dapat menjadi bahan pertimbangan dalam penelitian lainnya di objek yang berbeda.

Selain faktor modal, pendidikan dan pendapatan juga memiliki hubungan yang signifikan. Pendidikan aspek yang mempengaruhi pola pemikiran dari para pelaku UMKM dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Dalam dunia usaha, telah terbukti di beberapa daerah bahwa besar jenjang pendidikan seseorang pengusaha/wirausahawan maka semakin tinggi pula pendapatan yang diterimanya sehingga kesejahteraannya semakin baik (Utama, 2012). Hal ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dipimpin Tarigan (2006) menyatakan bahwasannya pendidikan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan. Sehubungan dengan bisnis, untuk meningkatkan pendapatan pengusaha bisnis, pengusaha bisnis juga perlu mempertimbangkan jam kerja atau jam operasional atau jam buka bisnis.

Daerah Umbulharjo merupakan salah satu daerah di Yogyakarta. Sesuai informasi yang diambil di Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Tenaga Kerja dan Keimigrasian, kecamatan ini memiliki jumlah UMKM terbesar di Kota Yogyakarta. Sekedar informasi, jumlah UMKM di Kecamatan Umbulharjo per November 2020 sebanyak 847 UMKM yang terdiri dari Kelurahan Giwangan 154 usaha, Kelurahan Muja Muju 126 usaha, Kelurahan Pandeyan 189 usaha, Kelurahan Sorosutan 128 usaha, Kelurahan Semaki 89 usaha, Kelurahan Tahunan 94, dan Kelurahan Warungboto 67 usaha. Selain itu, pemilihan objek yang dilakukan mempertimbangkan faktor-faktor lainnya yang berkaitan dengan pendapatan asli daerah yang berasal dari pajak UMKM. Dari jumlah tersebut UMKM yang memiliki pendapatan, secara tidak langsung akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat di kecamatan tersebut.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (Utama, 2006) dan (Dwi Rahayu, 2020) yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan. Hal ini yang membedakan dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah berkaitan dengan penambahan beberapa variabel yang memiliki kemungkinan untuk pertimbangan dalam tingkat pendapatan. Hal lain yang membedakan berkaitan dengan objek penelitian, dikarenakan dari setiap objek penelitian terkadang masih terdapat perbedaan dalam hal hasilnya sehingga peneliti saat ini tertarik untuk melakukan penelitian di umbulharjo, kota Yogyakarta. Kecamatan Umbulharjo juga merupakan kecamatan yang memiliki pendapatan bruto UMKM serta salah satu jumlah UMKM terbesar di Kota Yogyakarta. Selain itu, atas judul tersebut sebagai bahan literasi untuk analisis atas komponen-komponen yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan guna kedepannya mampu meningkatkan pendapatan dan pengembangan UMKM tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, ada empat pertanyaan yang akan dibahas dalam penelitian ini:

- 1) Apakah Lokasi Usaha berpengaruh terhadap Tingkat Pendapatan UMKM di Kecamatan Umbulharjo ?
- 2) Apakah Strategi Pemasaran berpengaruh terhadap Tingkat Pendapatan UMKM di Kecamatan Umbulharjo ?
- 3) Apakah Modal Usaha berpengaruh terhadap Tingkat Pendapatan UMKM di Kecamatan Umbulharjo ?
- 4) Apakah Tingkat Pendidikan berpengaruh terhadap Tingkat Pendapatan UMKM di Kecamatan Umbulharjo ?

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2019) menyatakan bahwa hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan lokasi usaha terhadap pendapatan usaha mikro di kawasan Kelurahan Bangka. Kemudian yang dilakukan oleh Aji & Listyaningrum (2021) menyatakan bahwa lokasi usaha memiliki pengaruh terhadap pendapatan UMKM yang dilakukan pada UMKM Bantul. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Marfuah & Hartiyah (2019) pada UMKM di Kabupaten Wonosobo menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara lokasi usaha terhadap pendapatan UMKM.

Hasil penelitian yang diperoleh oleh Widyayanti & insiatiningsih (2021) adalah Strategi Pemasaran memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan usaha kuliner di Yogyakarta. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Ira Setiawati dan Penda Widyayanti (2017) ini menjawab pernyataan Hipotesis, yang menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran online berpengaruh positif terhadap Laba Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Jawa Tengah. Sedangkan penelitian menurut . Hanny Mariani (2018) terdapat pengaruh positif yang signifikan antara strategi pemasaran dengan keberhasilan usaha.

Selanjutnya, modal usaha dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa modal usaha memiliki peran signifikan terhadap pengembangan usaha UMKM. Dalam riset yang dilakukan (Rahayu, 2015) menyatakan bahwa modal usaha, strategi pemasaran dan pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM sektor servis sepeda motor yang ada pada Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan oleh Hanny Mariani (2018) menyatakan bahwa Modal, Tingkat Pendidikan dan Teknologi berpengaruh secara serentak(simultan) terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Pajangan Bantul.

Dari penelitian (Fitriyani, 2017) menyatakan bahwa modal dan kemampuan wirausaha tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pencapaian usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di pasar Tiban Sunday Morning UGM. Kemudian ada penelitian yang dilakukan oleh ; Rahmatia, dkk (2018) yang menyatakan bahwa modal usaha secara langsung berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap laba usaha sedangkan, secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba usaha mikro di Kota Palopo melalui omzet usaha dan labor cost. Adapun riset menurut Siti Sarah Sidik & Duniyanti Ilmiah (2021) Modal Usaha tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan di Kecamatan Panjang Bantul.

Menurut penelitian (Devi dkk, 2017) menyatakan bahwa tingkat pendidikan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas laporan keuangan UMKM di Kecamatan Buleleng. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Riyan Latifahul Hasanah dkk (2020) menyatakan bahwa Tingkat Pendidikan dinyatakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha di Kabupaten Purbalingga. Adapun hasil uji yang dilakukan oleh Hadi Noviono & Dyah Pelitawati (2019) menyatakan bahwa tingkat pendidikan secara parsial tidak berpengaruh terhadap pendapatan di sentra industri tas dan koper Tanggulangin.

Menurut Tjiptono (2002), lokasi usaha ialah dimana perusahaan bekerja atau lokasi perusahaan melaksanakan pelatihan yang dapat menghasilkan barang dan jasa yang mengutamakan pada bagian ekonominya. Hartono dan Deny (2014) dalam penelitiannya menyatakan variabel total biaya dan modal dibuktikan dengan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha. Oleh karena itu, strategi pengembangan usaha UMKM lebih dihususkan pada pemenuhan bahan baku, pemasaran, produksi, dan permodalan. Marfuah dan Sri (2019) menyatakan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal pribadi, kredit usaha rakyat (KUR), teknologi, umur usaha dan lokasi usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Suardana dkk. (2020) menyatakan hasil penelitian yang di analisis menghasilkan bahwa variabel modal usaha dan lokasi usaha memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Dalam penelitian ini lokasi usaha menjadi variabel yang menjadi pertimbangan dalam perkembangan UMKM, sehingga dalam penelitian ini sesuai dengan uraian diatas dapat dinyatakan hipotesisnya yaitu :

$H_1 =$ Lokasi usaha berpengaruh terhadap tingkat pendapatan UMKM.

1) Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap tingkat pendapatan UMKM

Strategi pemasaran yaitu serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan, acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah (Assauri, 2013).

Dalam penelitian, Purwanti (2012) dalam penelitiannya menunjukkan modal usaha secara individu berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa ketika menjalankan suatu usaha tidak menggunakan strategi pemasaran seperti kemasan, label atau merek, dan penetapan harga hanya mengikuti pesaing ternyata tidak terlalu berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Yasri dan bustari muchtar (2014) menyatakan lokasi usaha, berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM makanan ringan dikota Payakumbuh Sumtra Barat. Strategi produk sangat berpengaruh besar terhadap UMKM makanan ringan.

Dalam penelitian ini strategi pemasaran menjadi variabel yang menjadi pertimbangan dalam perkembangan UMKM, sehingga dalam penelitian ini sesuai dengan uraian diatas dinyatakan hipotesisnya yaitu :

$H_2 =$ Strategi Pemasaran berpengaruh terhadap tingkat pendapatan UMKM.

Modal usaha ialah sesuatu yang dimanfaatkan untuk membangun atau menjalankan sebuah usaha. Modal ini bisa berupa uang tunai dan tenaga (kemampuan). Modal berupa uang biasanya digunakan untuk mendanai berbagai kebutuhan bisnis, misalnya biaya pra-usaha, rencana otorisasi, biaya spekulasi untuk membeli sumber daya, hingga modal kerja (Sadono Sukirno dkk, 2006).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Vijaya (2017) menyatakan bahwa modal, karakteristik wirausaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Belalang berpengaruh positif dan signifikan. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Istinganah dan Widiyanto (2020)

menyatakan bahwa modal usaha terhadap perkembangan UKM di Kecamatan Pedurungan Kota Semarang berpengaruh secara simulatan dan parsial. Dalam menjalankan bisnis selain modal yang dibutuhkan perlu ditambah dengan tekad, pengalaman, keberanian, pengetahuan, jaringan kolaborasi. Namun kebanyakan orang terhambat memulai usaha karena hanya memikirkan modal.

Dalam penelitian ini modal usaha menjadi variabel yang menjadi pertimbangan dalam perkembangan UMKM, sehingga dalam penelitian ini sesuai dengan uraian diatas dinyatakan bawa hipotesis yaitu :

H₃ = Modal usaha berpengaruh terhadap tingkat pendapatan UMKM

Tingkat Pendidikan atau jenjang pendidikan adalah tingkatan dalam proses pembelajaran yang berkelanjutan, yang dihasilkan berdasarkan tingkatan pengembangan peserta didik, tingkat kesulitan acuan pengajaran serta cara penyampaian bahan pengajaran. (Notoatmodjo, 2010)

Utari dan Putu (2014) menyatakan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap UMKM di kasawan Imam Bonjol Denpasar Barat. Penelitian ini menyatakan bahwa tingkat pendidikan pada lelaki dapat di andalkan dalam meningkatkan penghasilan keluarga. Tetapi baik laki laki dan perempuan setara dalam menjalankan sebuah bisnis meskipun tidak memiliki tingkat pendidikan yang tinggi. Karena tingkat pendidikan tinggi bukan menjadi faktor yang paling utama dalam memulai sebuah bisnis. Frima dan Firman (2018) dalam penelitiannya menunjukkan tingkat pendidikan terhadap kinerja UMKM tidak berpengaruh.

Dalam penelitian ini tingkat pendidikan menjadi variabel yang menjadi pertimbangan dalam perkembangan UMKM, sehingga dalam penelitian ini sesuai dengan uraian diatas dinyatakan hipotesisnya yaitu :

H₄ = Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan UMKM.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Sugiyono (2018) penelitian dengan metodologi kuantitatif merupakan suatu strategi pengujian dimana informasi yang digunakan bergantung pada informasi yang substansial, informasi sebagai angka kemudian di uji menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan. Populasi yang dimanfaatkan ialah semua UMKM berasal dari kecamatan Umbulharjo. Populasi adalah total dari keseluruhan obyek yang akan diteliti. Teknik penentuan sampel yang berkaitan dengan penelitian ini menggunakan purposive sampling. Purposive sampling ialah suatu sampel dengan karakter-karakter tertentu (Devina L dan Saerang, 2016). Kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel ini yaitu :

- 1) Usaha sudah mulai berjalan > 3 tahun
- 2) Memiliki omset > 50 juta
- 3) Melakukan pencatatan berkaitan dengan keuangan

Sample ialah sebagian dari subjek dalam populasi, sampel yaitu bagian dari sejumlah umkm dan komponen yang populasi miliki. Sampel yang diambil untuk penelitian ialah pelaku UMKM yang ada di Kecamatan Umbulharjo. Didalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer. Data primer ialah data yang didapatkan dengan cara turun langsung dari lapangan melakukan observasi. Yang dimaksud data utama pada penelitian ialah kuesioner yang disebarakan lalu diisi oleh pelaku UMKM di Umbulharjo. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner melalui metode survey. Yang dimaksud metode survey di penelitian ini ialah suatu teknik pengumpulan data dengan cara menggunakan pertanyaan yang telah ditulis berupa kuesioner. Populasi pada penelitian ini yaitu UMKM yang ada di daerah Kec.Umbulharjo. Pengambilan sempel pada penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling. Teknik pengambilan sampel Purposive Sampling yaitu pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu. Berdasarkan pengambilan sampel sebelumnya, maka sampel yang di peroleh sebanyak 52 responden dengan sampel UMKM yang ada di Kec.Umbulharjo. Penelitian ini menggunakan data primer yang merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung melalui kuesioner.

Deskriptif responden pada penelitian ini mendeskripsikan Jenis Kelamin, Pendidikan Terakhir, dan Lama Usaha. Deskripsi responden terdapat pada tabel 1, 2, dan 3 dalam bentuk persentase sebagai berikut. Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1 Deskriptif Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	30	57,7%
Perempuan	22	42,3%

Sumber: Data Primer, diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 1 diatas dapat diketahui bahwa UMKM yang berjenis kelamin laki-laki lebih banyak dibandingkan perempuan. Untuk mengetahui karakteristik pendidikan terakhir dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2 Deskriptif Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
S3 Akuntansi/Lainnya		
S2 Akuntansi/Lainnya	2	3,8%
S1 Akuntansi/Lainnya	22	42,3%
D3/Akademi Akuntansi/Lainnya	1	1,9%
SMA/ sederajat	24	46,2%
Lainnya	3	5,8%

Sumber: Data Primer, dioalah (2022)

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa jumlah responden diatas dengan tingkat Pendidikan Terakhir tertinggi berada pada SMA/ sederajat dan responden yang terendah pada tingkat Pendidikan D3/Akademi Akuntansi/Lainnya.

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan lama usaha dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 3 Deskriptif Berdasarkan Lama Usaha

Lama usaha	Jumlah	Persentase
0-2 tahun	17	32,7%
3-4 tahun	21	40,4%
5-6 tahun	9	17,3%
Diatas 6 tahun	5	9,6%

Sumber: Data Primer, diolah (2022)

Bersadarkan pada Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa lama usaha terbanyak pada lama usaha 3-4 tahun sedangkan pada lama usaha terendah Diatas 6 tahun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4. 4 Validitas Variabel Tingkat Pendapatan (Y)

Butir	Sig 2 tailed	Keterangan
Variabel Y Pertanyaan 1	0,007	Valid
Variabel Y Pertanyaan 2	0,000	Valid
Variabel Y Pertanyaan 3	0,000	Valid
Variabel Y Pertanyaan 4	0,000	Valid
Variabel Y Pertanyaan 5	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS25

Pada hasil pengujian validitas table 4.4, diketahui seluruh pertanyaan nilai sig 2 tailed sebesar $0.000 < 0,05$ sehingga seluruh pertanyaan Tingkat Pendapatan (Y) dinyatakan valid dan dapat digunakan.

Tabel 4. 5 Validitas Lokasi Usaha (X1)

Butir	Sig 2 tailed	Keterangan
Variabel 1 Pertanyaan 1	0,001	Valid
Variabel 1 Pertanyaan 2	0,000	Valid
Variabel 1 Pertanyaan 3	0,000	Valid
Variabel 1 Pertanyaan 4	0,000	Valid
Variabel 1 Pertanyaan 5	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS25

Pada hasil pengujian validitas table 4.5, diketahui seluruh pertanyaan nilai sig 2 tailed sebesar $0.000 < 0,05$ sehingga seluruh pertanyaan lokasi usaha (X1) dinyatakan valid dan dapat digunakan.

Tabel 4. 6 Validitas Strategi Pemasaran (X2)

Butir	Sig 2 tailed	Keterangan
Variabel 2 Pertanyaan 1	0,001	Valid
Variabel 2 Pertanyaan 2	0,000	Valid
Variabel 2 Pertanyaan 3	0,001	Valid
Variabel 2 Pertanyaan 4	0,000	Valid
Variabel 2 Pertanyaan 5	0,008	Valid
Variabel 2 Pertanyaan 6	0,008	Valid
Variabel 2 Pertanyaan 7	0,001	Valid
Variabel 2 Pertanyaan 8	0,004	Valid

Variabel 2 Pertanyaan 9	0,003	Valid
-------------------------	-------	-------

Sumber: Data Diolah SPSS25

Pada hasil pengujian validitas table 4.6, diketahui seluruh pertanyaan nilai sig 2 tailed sebesar $0.000 < 0,05$ sehingga seluruh pertanyaan strategi pemasaran (X2) dinyatakan valid dan dapat digunakan.

Tabel 4. 7 Validitas Modal Usaha (X3)

Butir	Sig 2 tailed	Keterangan
Variabel 3 Pertanyaan 1	0,000	Valid
Variabel 3 Pertanyaan 2	0,000	Valid
Variabel 3 Pertanyaan 3	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS25

Pada hasil pengujian validitas table 4.7, diketahui seluruh pertanyaan nilai sig 2 tailed sebesar $0.000 < 0,05$ sehingga seluruh pertanyaan modal usaha (X3) dinyatakan valid dan dapat digunakan.

Tabel 4. 8 Validitas Tingkat Pendidikan

Butir	Sig 2 tailed	Keterangan
Variabel 4 Pertanyaan 1	0,006	Valid
Variabel 4 Pertanyaan 2	0,000	Valid
Variabel 4 Pertanyaan 3	0,000	Valid
Variabel 4 Pertanyaan 4	0,014	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS25

Pada hasil pengujian validitas table 4.8, diketahui seluruh pertanyaan nilai sig 2 tailed sebesar $0.000 < 0,05$ sehingga seluruh pertanyaan tingkat pendidikan (X4) dinyatakan valid dan dapat digunakan.

Tabel 4. 9 Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpa	Keterangan
Y	0.480	Reliabel
X ₁	0.545	Reliabel
X ₂	0.530	Reliabel
X ₃	0.715	Reliabel
X ₄	0.648	Reliabel

Sumber: Data Diolah SPSS25

Pada hasil pengujian Reliabilitas table 4.9, diketahui seluruh independent dan variabel dependen dinyatakan Reliabel.

Tabel 4. 10 Uji Normalitas

Keterangan	Unstandardized Residual
N	52
Asymp. Sig (2-tailed)	0.200

Sumber: Data Diolah SPSS25

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai Asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,200, dalam hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikasi lebih dari 0,05. Jadi data pada penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 4. 11 Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Lokasi Usaha	0.919	1.089	Tidak terjadi multikolinearitas
Strategi Pemasaran	0.739	1.352	Tidak terjadi multikolinearitas
Modal Usaha	0.845	1.183	Tidak terjadi multikolinearitas
Tingkat Pendidikan	0.736	1.350	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data Diolah SPSS25

Dari hasil Tabel 4.11 diketahui variabel independen adalah Lokasi Usaha, Strategi Investasi, Modal Usaha, Tingkat Pendidikan menunjukkan nilai tolerance yang $> 0,10$ dan VIF < 10 . Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas pada variabel independen.

Tabel 4. 12 Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized B	Coefficients Std.Error
(Constant)	1.882	3.385
Lokasi Usaha	.273	.108

Strategi Pemasaran	.312	.090
Modal Usaha	-.077	.074
Tingkat Pendidikan	.146	.143

Sumber: Data Diolah SPSS25

Persamaannya sebagai berikut : $Tingkat\ Pendapatan = 1.882 + 0.273\ Lokasi\ usaha + 0.312\ Strategi\ Pemasaran - 0.77\ Modal\ Usaha + 0.146 + e$

Hasil Nilai koefisien regresi sebesar 1.882 Artinya Jika ada dan tidaknya variabel Lokasi Usaha (X_1), Strategi Pemasaran (X_2), Modal Usaha (X_3), Tingkat Pendidikan (X_4) dan mangalami perubahan satuan maka Tingkat pendapatan (Y) akan bernilai tetap sebesar 1.882.

Hasil Nilai koefisien regresi sebesar 0.273. Artinya Jika ada dan tidaknya variabel Lokasi Usaha (X_1) dan mangalami perubahan satuan maka Tingkat pendapatan (Y) akan bernilai tetap sebesar 0.273 serta bernilai positif.

Hasil Nilai koefisien regresi sebesar 0.312. Artinya Jika ada dan tidaknya variabel Strategi Pemasaran (X_2) dan mangalami perubahan satuan maka Tingkat pendapatan (Y) akan bernilai tetap sebesar 0.312 serta bernilai positif.

Hasil Nilai koefisien regresi sebesar -0.077. Artinya Jika ada dan tidaknya variabel Modal Usaha (X_3) dan mangalami perubahan satuan maka Tingkat pendapatan (Y) akan bernilai tetap sebesar -0.077 serta bernilai negatif.

Hasil Nilai koefisien regresi sebesar 0.146. Artinya Jika ada dan tidaknya variabel Tingkat pendidikan (X_4) dan mangalami perubahan satuan maka Tingkat pendapatan (Y) akan bernilai tetap sebesar 0.146 serta bernilai positif.

Tabel 4. 13 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate
1	.727	0.629	0.588	1.156

Sumber: Data Diolah SPSS25

Hasil Tabel 4.13 perhitungan pengujian adjusted R Square, hasil Adjusted R Square adalah 0.588 artinya variabel Lokasi Usaha (X_1), Strategi Pemasaran (X_2), Modal Usaha (X_3) dan Tingkat Pendidikan (X_4) mempengaruhi Tingkat Pendapatan Sebesar 58.80% sedangkan sisanya 41.20% dipengaruhi variabel diluar model.

Tabel 4. 14 Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	70.428	4	17.607	13.177	0.000
Residual	204.379	47	1.336		
Total	133.231	51			

Sumber: Data Diolah SPSS25

Berdasarkan table 4.14 persamaan ini memiliki signifikansi sebeesar 0,000 lebih kecil dari 0.05. Hasil tersebut berarti bahwa semua variabel independen yang meliputi variabel Lokasi Usaha (X_1), Strategi Pemasaran (X_2), Modal Usaha (X_3) dan Tingkat Pendidikan (X_4) secara Bersama-sama mempengaruhi Tingkat pendapatan (Y).

Tabel 4. 15 Uji Parsial (Uji T)

Variabel	T	Sig.	Keteranngan
C	0.556	0.581	
Lokasi Usaha (X_1)	2.524	0.015	Signifikan
Strategi Pemasaran (X_2)	-1.272	0.001	Signifikan
Modal Usaha (X_3)	4.384	0.304	Tidak Signifikan
Tingkat Pendidikan (X_4)	1.026	0.310	Tidak Signifikan

Sumber: Data Diolah SPSS25

Hasil dari uji parsial pada table 4.15 di atas dapat dilihat sebagai berikut :

- 1) Nilai Prob. Lokasi usaha (X_1) sebesar .0015. Maka hasil nilai Prob. dibandingkan dengan nilai prob. 0.05 adalah $0,015 < 0,05$, maka dapat disimpulkan Lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan (Y).
- 2) Nilai Prob. Strategi pemasaran (X_2) sebesar .0001. Maka hasil nilai Prob. dibandingkan dengan nilai prob. 0.05 adalah $0,001 < 0,05$, maka dapat disimpulkan strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan (Y).
- 3) Nilai Prob. Modal usaha (X_3) sebesar .0304. Maka hasil nilai Prob. dibandingkan dengan nilai prob. 0.05 adalah $0.304 > 0.05$, maka dapat disimpulkan Modal usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan (Y).
- 4) Nilai Prob. Tingkat Pendidikan (X_4) sebesar .0310. Maka hasil nilai Prob. dibandingkan dengan nilai prob. 0.05 adalah $0.310 > 0.05$, maka dapat disimpulkan tingkat pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan (Y).
- 5) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pengaruh lokasi usaha terhadap tingkat pendapatan menunjukkan nilai Prob. Lokasi usaha (X_1) sebesar .0015. Maka hasil nilai Prob. dibandingkan dengan nilai prob. 0.05 adalah $0,015 < 0,05$, maka dapat disimpulkan Lokasi Usaha berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan (Y). Hal ini berarti bahwa lokasi usaha masih menjadi hal penting dalam menunjang suatu usaha dan juga dapat memberikan dampak pada tingkat pendapatan, sehingga dapat dijadikan pertimbangan oleh para pelaku usaha untuk memulai usaha.
- 6) Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2019) menyatakan bahwa hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan lokasi usaha terhadap pendapatan usaha mikro di kawasan Kelurahan Bangka. Kemudian didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Aji & Listyaningrum (2021) menyatakan bahwa lokasi usaha memiliki pengaruh terhadap pendapatan UMKM yang dilakukan pada UMKM Bantul. Serta penelitian yang dilakukan oleh Marfuah & Hartiyah (2019) pada UMKM di Kabupaten Wonosobo menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara lokasi usaha terhadap pendapatan UMKM.
- 7) Berdasarkan hasil uji hipotesis strategi pemasaran terhadap tingkat pendapatan menunjukkan nilai Prob. Strategi pemasaran (X_2) sebesar .0001. Maka hasil nilai Prob. dibandingkan dengan nilai prob. 0.05 adalah $0,001 < 0,05$, maka dapat disimpulkan strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan (Y). Hal ini menunjukkan bahwasannya strategi pemasaran masih memiliki pengaruh dalam meningkatkan umkm dimana jika terus dikembangkan akan berguna untuk pelaku usaha tersebut.
- 8) Hasil penelitian yang diperoleh oleh Widyayanti & insiatiningsih (2021) adalah Strategi Pemasaran memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan usaha kuliner di Yogyakarta. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Ira Setiawati dan Penda Widyayanti (2017) ini menjawab pernyataan Hipotesis, yang menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran online berpengaruh positif terhadap Laba Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Jawa Tengah. Sedangkan penelitian menurut Hanny Mariani (2018) terdapat pengaruh positif yang signifikan antara strategi pemasaran dengan keberhasilan usaha dimana hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian ini.
- 9) Berdasarkan hasil uji hipotesis modal usaha terhadap tingkat pendapatan menunjukkan nilai Prob. Modal usaha (X_3) sebesar .0304. Maka hasil nilai Prob. dibandingkan dengan nilai prob. 0.05 adalah $0.304 > 0.05$, maka dapat disimpulkan modal usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan (Y). Dalam hal ini berarti dengan adanya peningkatan modal usaha pada unit usaha dapat berdampak pada tingkat pendapatan usaha.
- 10) Dari penelitian (Fitriyani, 2017) menyatakan bahwa modal dan kemampuan wirausaha tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pencapaian usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di pasar Tiban Sunday Morning UGM. Kemudian ada penelitian yang dilakukan oleh Rahmatia, dkk (2018) yang menyatakan bahwa modal usaha secara langsung berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap laba usaha sedangkan, secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba usaha mikro di Kota Palopo melalui omzet usaha dan labor cost. Adapun riset menurut Siti Sarah Sidik & Duniyanti Ilmiah (2021) Modal Usaha tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan di Kecamatan Panjang Bantul dimana hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian ini.
- 11) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap tingkat pendapatan menunjukkan nilai Prob. Tingkat Pendidikan (X_4) sebesar .0310. Maka hasil nilai Prob. dibandingkan dengan nilai prob. 0.05 adalah $0.310 > 0.05$, maka dapat disimpulkan tingkat pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan (Y). Dari penelitian ini responden memiliki jenjang pendidikan SMA sederajat, SMP sederajat, dan SD sederajat yang masih memiliki bekal

pengetahuan tentang usaha yang masih kurang dalam menjalan usahanya. Para responden masih memerlukan pelatihan-pelatihan akademik dan non-akademik agar mendapatkan pemahaman yang lebih luas tentang usaha mereka dan dapat mengembangkan usahanya.

- 12) Menurut penelitian (Devi dkk, 2017) menyatakan bahwa tingkat pendidikan memiliki pengaruh positif terhadap kualitas laporan keuangan UMKM di Kecamatan Buleleng dimana penelitian tersebut bertolakbelakang dengan temuan hasil penelitian ini. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Riyan Latifahul Hasanah dkk (2020) menyatakan bahwa Tingkat Pendidikan dinyatakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha di Kabupaten Purbalingga seta hasil penelitian yang dilakukan oleh Hadi Noviono & Dyah Pelitawati (2019) menyatakan bahwa tingkat pendidikan secara parsial tidak berpengaruh terhadap pendapatan di sentra industri tas dan koper Tanggulangin dimana hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian ini.
- 13) Secara lebih lanjut, untuk mengetahui pendapatan UMKM, pelaku perlu belajar mengenai pembukuan dan akuntansi. Walaupun Ikatan Akuntan Indonesia telah menetapkan Standar Akuntansi Keuangan untuk sektor UMKM, semakin besar ukuran usaha maka akan semakin besar pula kebutuhan mengenai standar akuntansi (Munandar & Hidayatulloh, 2019). Pelatihan keuangan juga dapat diupayakan karena dapat meningkatkan kelengkapan laporan keuangan. Usaha lain untuk meningkatkan pendapatan UMKM adalah dengan pemanfaatan sosial media. (Sari & Hidayatulloh, 2019) menyebutkan bahwa pemanfaatan sosial media berdampak positif untuk kinerja UMKM.
- 14) Meningkatkan pendapatan UMKM tentu akan lebih mudah apabila pelaku memiliki pengalaman berwirausaha. (Fikrianoor et al., 2021) menyebutkan pengalaman berwirausaha mempengaruhi empati, kewajiban modal, dukungan sosial dan efikasi. Jika seseorang percaya dengan kemampuan dirinya sendiri, maka semakin besar pula keyakinan terhadap dirinya untuk mendapatkan hasil dari keputusan yang telah diambil dan percaya kepada dirinya untuk mencoba apa yang dilihat orang lain beresiko (Safitri & Winarso, 2019)

SIMPULAN

- 1) Variabel Lokasi Usaha (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Penjualan (Y).
- 2) Variabel Strategi Pemasaran (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Penjualan (Y).
- 3) Variabel Modal Usaha (X_3) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Penjualan (Y).
- 4) Variabel Tingkat Pendidikan (X_4) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Penjualan (Y).
- 5) Variabel variabel Lokasi Usaha (X_1), Strategi Pemasaran (X_2), Modal Usaha (X_3) dan Tingkat Pendidikan (X_4) secara Bersama-sama mempengaruhi Tingkat pendapatan (Y).

REFERENSI

- Aji, A.W & Listysningrum, S.P. (2019). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Dan Teknologi Informasi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Bantul.
- Anthony, Robert N., Vijay Govindarajan. (2005). Sistem pengendalian manajemen. Edisi Sebelas. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Ardana, I Komang, Ni Wayan Mujiati, I Wayan Mudiarta Utama, (2012). Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Baswir, R. (1997). Akuntansi Pemerintahan Indonesia. Yogyakarta: BPFE.
- Devi, dkk (2017). Pengaruh tingkat pendidikan, pemahaman akuntansi dan ukuran usaha terhadap kualitas laporan keuangan (Studi empiris pada UMKM di Kecamatan Buleleng).
- Fikrianoor, K., Nugroho, A. D., Ganinda, F. P., & Hidayatulloh, A. (2021). Determinants of Student Interest to Become Entrepreneurs. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 11(2), 321-331. <https://doi.org/10.22219/jrak.v11i2.17541>
- Fitriyani. (2017). Faktor-faktor penentu keberhasilan usaha di kalangan pedagang "Sunday Morning" UGM Yogyakarta.
- Frima, Rini & Firman Surya. (2018). Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Penggunaan Informasi Akuntansi Manajemen Terhadap Kinerja UMKM di Kota Padang. Vol 13 No.1 (2018): Akuntansi dan Manajemen.
- Hartono dan Deny Dwi Hartomo. (2014) Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM di Surakarta. *Jurnal Bisnis & Manajemen* Vol. 14, No. 1, 2014 : 15 - 30
- Hindrayani, A. (2010). Manajemen Operasi. Yogyakarta: Pohon Cahaya <https://bps.co.id>
- Instruksi Presiden No. 15 Tahun 1974
- Istinganah, Nur Fajar & Widiyanto. (2020). Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, dan Karakteristik Wirausaha terhadap Perkembangan UKM. *EEAJ* 9 (2) (2020) 438-455

- Kasmir, (2014). Analisis Laporan Keuangan, cetakan ke-7. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Lanan, Deran Florentina (2019). Pengaruh Modal Usaha, Daya Saing Dan Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Di Kelurahan Tlogomas Kecamatan Lowokwaru Kota Malang.
- Marfuah, Siti Turyani & Sri Hartiyah. (2019). Pengaruh modal sendiri, kredit usaha rakyat (KUR), teknologi, lama usaha, dan lokasi usaha terhadap pendapatan usaha (studi kasus pada UMKM di Kabupaten Wonosobo). Jurnal Akuntansi Vol 1 No 1 2019 Oktober
- Maheswara, A.G.N.H, dkk (2016). Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Pendapatan UKM Sektor Perdagangan Di Kota Denpasar.
- Meilinda, R. P., & Kurniawan, M. L. A. (2024). [The role of social variables on growth in South of Sumatera: A dynamic panel data analysis](#). Journal of Socioeconomics and Development, 7(1), 68-76.
- Munandar, W. A., & Hidayatulloh, A. (2019). Determinan Kebutuhan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik. Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan, 8(1), 70. <https://doi.org/10.25273/jap.v8i1.3311>
- Munawaroh, Munjiati. (2013). Manajemen Operasi. Yogyakarta. LP3M UMY
- Nainggolan, Romauli. (2016). Gender, Tingkat Pendidikan Dan Lama Usaha Sebagai Determinan Penghasilan UMKM Kota Surabaya.
- Notoatmodjo, S. (2010). Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta : Rineka Cipta.
- Noviano, Hadi & Peliwati Dyah (2013). Pengaruh Modal Kerja, Pendidikan Dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Sentra Industri Tas Dan Koper Tanggulangan.
- Pratiwi, S.B. (2019). Pengaruh Pinjaman Modal, Lokasi Usaha, Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro.
- Purwanti, Endang. (2012). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga Vol. 5 No. 9, Juli 2012. STIE AMA Salatiga. 13-28 hal.
- Rohmawati, Nining. (2021). Pengaruh Modal Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan UMKM Menurut Perspektif Ekonomi Islam.
- Radiosunu (1987). "Manajemen Pemasaran; Suatu Pendekatan Analisis", Edisi Kedua, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Rahayu Dwi (2020). Pengaruh Modal Usaha, Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Prima Terhadap Perkembangan Umkm (Studi Kasus pada Reparasi Sepeda Motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman) Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, Volume 9, Nomor 1, Tahun 2020.
- Rahmatia, dkk. (2018). Pengaruh Modal Usaha, Tenaga Kerja, Dan Lama Usaha Terhadap Laba Usaha Mikro Di Kota Palopo Provinsi Sulawesi Selatan, Volume 4, No.2, Tahun 2018.
- Riyanto, B. (2001). Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan. Yogyakarta: BPPE.
- Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- Safitri, Y., & Winarso, B. S. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Mahasiswa Dalam Berwirausaha. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 1-17. <http://eprints.uad.ac.id/id/eprint/15319>
- Sari, Y., & Hidayatulloh, A. (2019). Antecedents of the Utilization of Social Media and its Impact on Micro and Small Enterprises Performances. Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPBE), 7(2), 120-128. <https://doi.org/10.21009/jpeb.007.2.3>
- Sidik S.S. Ilmiah. (2021). Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan Dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikri Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Panjang Bantul.
- Sidik, S.S. (2021). Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan, Dan Teknologi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kecamatan Panjang Bantul.
- Suardana, dkk. (2020). Pengaruh penggunaan informasi akuntansi, modal usaha, lama usaha, dan lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha mikro Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur
- Sugiarto, R. M., & Iskandar, D. A. (2023). Technology Improvement and Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) on Regional Development in Special Region of Yogyakarta. Optimum: Jurnal Ekonomi dan Pembangunan, 13(1), 1-13.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, Sadono, et al. (2006). Pengantar Bisnis. Jakarta: Kencana.
- Tarigan, R. (2006). Ekonomi Regional: Teori dan Aplikasi (Edisi Revisi). Jakarta: Bumi Aksara
- Tjiptono, Fandy. (2002). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tulus T.H. Tambunan. (2002). Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

- Utari, Tri & Ni Putu Martini Dewi. (2014). Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat. Vol. 3, No 12, Desember 2014
- UU Sistem Pendidikan Nasional No. 20 Tahun 2003
- Vijaya, Diota Prameswari. (2017). Pengaruh modal psikologis, karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha UMKM di kecamatan Buleleng tahun 2017. *Ekuitas Jurnal Pendidikan Ekonomi*.
- Widyayanti, E.R & Insiatiningsih. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Dengan Aplikasi Gojek Fitur Gofood Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Kuliner Di Yogyakarta.
- Wirawan, K.A & Purbadharmaja, I.B.P. (2015). Pengaruh Bantuan Dana Reguler, Modal Kerja, Lokasi Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Sektor Industri Di Kota Denpasar.
- Yasri, dan Bustari Muchtar. (2014). Strategi pemasaran dan pengaruhnya terhadap perkembangan usaha UMKM Makanan ringan di Kota Payakumbuh Sumatera Barat.