

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Konsep Pendapatan**

##### **2.1.1 Pengertian Pendapatan**

Pendapatan atau penghasilan merupakan tolak ukur pendirian suatu usaha. Semua usaha pasti ingin pendapatannya selalu meningkat setiap waktunya. Pendapatan sendiri adalah komponen penting dalam menentukan laba rugi dan kelangsungan hidup usaha. Mardiasmo (2003) menyatakan bahwa pendapatan merupakan setiap kemampuan ekonomi tambahan yang diperoleh dari dalam negeri maupun luar negeri guna meningkatkan kekayaan suatu individu atau kelompok dalam bentuk apapun.

Menurut Suroto (dalam Sadan Madji et al., 2019), pendapatan berfungsi sebagai sumber penghasilan secara langsung dan tidak langsung yang membantu individu dalam mencukupi keperluan harian dan mempertahankan usaha. Dengan kata lain, seseorang tidak dapat menjalani kehidupan yang layak tanpa pendapatan yang cukup. Sedangkan menurut Sholihin (Ramadhan et al., 2023), pendapatan ialah total penerimaan, baik berupa uang tunai atau non-tunai yang dihasilkan dari aktivitas penjualan barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu.

Martani, dkk (dalam Ramadhan et al., 2023) mengemukakan bahwa pendapatan adalah hasil yang diperoleh dari aktivitas utama suatu entitas. Istilah pendapatan dapat bervariasi, seperti penjualan (*sales*), pendapatan atau jasa (*fees*), bunga, dividen (*dividend*), serta royalti (*royalty*). Peningkatan manfaat ekonomi yang dihasilkan selama periode akuntansi dapat diartikan juga sebagai pendapatan.

Secara umum, pendapatan dapat dipahami sebagai total uang yang diterima oleh individu atau organisasi selama periode waktu tertentu dari kegiatan ekonomi, seperti: penjualan barang, jasa, dan usaha lainnya. Pendapatan sangat penting untuk individu dan operasi usaha. Pendapatan yang stabil dan meningkat menunjukkan bahwa usaha berjalan dengan baik dan berkelanjutan. Selain itu, pendapatan juga menunjukkan peningkatan kinerja ekonomi dan kemampuan usaha guna mencapai tujuan.

### **2.1.2 Unsur-unsur Pendapatan**

Pendapatan dapat ditinjau dari unsur atau sumber perolehannya. Menurut Viera Valencia & Garcia Giraldo (2019), sumber-sumber tersebut meliputi:

1. Pendapatan hasil penjualan barang atau jasa
2. Imbalan yang diterima dari penggunaan aktiva atau sumber ekonomi perusahaan oleh individu atau pihak lain.
3. Penjualan aktiva yang tidak termasuk barang dagangan.

### 2.1.3 Klasifikasi Pendapatan

Pendapatan perusahaan tidak semata-mata diperoleh dari aktivitas utama, tetapi juga dari kegiatan lain di luar usaha utama. Oleh karena itu, menurut Wild & Subramanyam (dalam Sukma, 2022) pendapatan dapat digolongkan menjadi tiga jenis, yaitu:

1. Pendapatan operasional (*Operating Revenue*), yaitu penghasilan yang secara langsung dihasilkan oleh aktivitas bisnis utama organisasi.
2. Pendapatan non operasional (*Non-Operating Revenue*), merupakan penghasilan yang dihasilkan bisnis dari sumber selain aktivitas utama.
3. Pendapatan luar biasa (*extra ordinary*), merupakan penghasilan yang tidak terencana atau jarang terjadi dan diharapkan dapat terulang kembali.

### 2.1.4 Sumber-sumber Pendapatan

Terdapat empat macam sumber pendapatan menurut Faishal H. Basri (dalam Mala, 2019):

- a. Pendapatan upah dan gaji, adalah uang yang dihasilkan dari suatu pekerjaan/karyawan.
- b. Pendapatan dari usaha, adalah uang yang diterima seseorang sebagai pemilik bisnis.
- c. Pendapatan transfer dari rumah tangga lainnya, termasuk: hadiah, uang kiriman, hibah, warisan, dan bantuan.
- d. Sumber pendapatan lainnya termasuk: sewa, beasiswa, bunga, deviden, pensiun, dan lainnya.

### **2.1.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan**

Pendapatan usaha dipengaruhi oleh sejumlah faktor internal dan eksternal. Pendapatan UMKM dipengaruhi oleh beberapa faktor penting, yaitu:

- 1) Modal Usaha: Besarnya modal yang dipunyai sangat ditentukan oleh kapasitas usaha dan potensi pendapatan. Modal yang besar memungkinkan usaha dapat berkembang dan meningkatkan usaha.
- 2) Lama Usaha: Usaha yang telah berjalan lama cenderung mempunyai konsumen tetap sehingga pendapatan lebih stabil dan tinggi dibandingkan usaha baru.
- 3) Inovasi Produk: Memudahkan UMKM dalam menyediakan kebutuhan pasar yang terus berjalan. Menciptakan produk unik dan lebih menarik dapat meningkatkan daya tarik dan penjualan.
- 4) Jam Kerja: Lama dan intensitas jam mempunyai pengaruh besar dengan pendapatan. Karena semakin lama jam kerja maka kesempatan mendapatkan penghasilan juga meningkat.
- 5) Lokasi Usaha: Lokasi strategis memudahkan akses pasar dan konsumen, sehingga dapat meningkatkan pendapatan usaha.
- 6) Tingkat Pendidikan: Pendidikan yang tinggi biasanya meningkatkan keterampilan dan kemampuan kerja. Oleh karena itu, tingkat pendidikan dapat mempengaruhi pendapatan usaha.

- 7) Keterampilan dan keahlian: Kemampuan khusus dan keahlian teknis meningkatkan efisiensi kerja dan nilai tambah produk atau jasa yang dapat menaikkan pendapatan.
- 8) Strategi pemasaran dan promosi: Strategi pemasaran yang baik dan promosi produk dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan UMKM.

## **2.2 Modal Usaha**

### **2.2.1 Pengertian Modal Usaha**

Jumlah uang yang dikeluarkan oleh pemilik bisnis untuk memulai bisnis disebut modal. Kasmir (2010) juga menyatakan bahwa modal usaha ialah dana yang dimanfaatkan untuk menjalankan dan mengembangkan usaha, baik yang berasal dari pribadi, pinjaman, maupun pihak lain. Seiring perkembangan, konsep modal semakin menekankan nilai, daya beli, dan kemampuan menggunakan aset. Dengan kata lain semakin besar modal yang dimiliki oleh pelaku UMKM, maka semakin besar pula peluang untuk meningkatkan kapasitas produksi, memperluas pasar, serta meningkatkan pendapatan usaha.

Dengan demikian, pendapatan dalam konteks UMKM mencakup seluruh penerimaan usaha baik dari aktivitas utama maupun tambahan yang secara langsung mempengaruhi kelangsungan dan perkembangan usaha.

### **2.2.2 Struktur Permodalan**

Usaha memerlukan modal atau dana untuk dimulai. Tanpa modal, usaha tidak dapat berjalan. Modal dapat diperoleh melalui pinjaman bank atau dengan bekerja terlebih dahulu (Ariyanto et al., 2021). Berdasarkan sumbernya, modal dibagi menjadi tiga yaitu sebagai berikut:

1) Modal Sendiri (*Internal Capital*)

Modal sendiri merupakan istilah untuk dana yang disumbangkan oleh investor atau pemilik perusahaan yang tidak dibayarkan kembali. Simpanan pokok, tabungan wajib, uang cadangan, hibah, dan laba ditahan adalah beberapa contoh jenis modal ini.

2) Modal pinjaman (*External Capital*)

Modal pinjaman adalah modal yang dipinjam dari pihak eksternal guna mengembangkan usaha. Sumber modal ini berasal dari bank, koperasi pinjaman, *fintech*, atau lembaga keuangan.

3) Modal Campuran

Modal ini merupakan gabungan antara jenis modal sebelumnya. Biasanya digunakan oleh UMKM yang ingin memperluas usaha tanpa sepenuhnya bergantung pada pinjaman.

### **2.2.3 Peran Modal dalam Pengembangan Usaha**

Menurut Riyanto (dalam Damanik & Hidayatulloh, 2019) dan Kasmir (2010) modal memiliki beberapa peran penting dalam pengembangan usaha, yaitu:

1) Modal sebagai pondasi awal dan penentu perkembangan usaha.

Modal merupakan sumber dana yang dibutuhkan untuk memulai perusahaan baru atau mengembangkan perusahaan yang telah ada sebelumnya. Dengan modal yang mencukupi, usahawan dapat membeli berbagai inventaris, peralatan, bahan baku, dan pengembangan produk serta layanan. Namun jika modal tidak cukup, maka sulit untuk memulai usaha atau meluncurkan produk dan jasa baru. Modal adalah pondasi yang kuat agar rumah (usaha) dapat berdiri.

2) Modal membantu melindungi risiko kegagalan.

Modal yang memadai, cukup untuk mengatasi risiko dan masalah seperti turunnya tingkat penjualan atau kenaikan biaya operasional. Oleh sebab itu, modal berfungsi sebagai sumber cadangan keuangan bagi usaha agar dapat bertahan dalam keadaan sulit.

3) Modal memperluas jangkauan dan memungkinkan ekspansi usaha.

Modal cukup adalah kunci untuk memanfaatkan peluang pertumbuhan dan ekspansi usaha. Dengan modal, pelaku usaha dapat memperluas usahanya dengan membuka cabang baru, menambah pilihan produk, atau menawarkan layanan yang baru. Seiring dengan perluasan tersebut akan meningkatkan pendapatan dan potensi pertumbuhan.

4) Modal membantu operasional harian usaha.

Kebutuhan operasional harian dapat dilakukan dengan modal. Modal meliputi: pembayaran gaji/upah karyawan, membeli baku produksi

dan menyewa tempat usaha. Modal dapat mempertahankan stabilitas arus kasnya serta menghindari hambatan dalam menjalankan aktivitas.

## **2.3 Inovasi Produk**

### **2.3.1 Pengertian Inovasi Produk**

Inovasi ialah suatu konsep baru yang belum pernah terpikirkan sebelumnya dan diharapkan menarik sekaligus praktis. Kotler & Keller (2016) mendefinisikan inovasi sebagai produk, layanan, ide atau gagasan baru dari individu yang dipresepsikan oleh pelanggan. Segala sesuatu yang dapat dijual dengan tujuan dibeli atau dikonsumsi guna memenuhi kebutuhan atau keinginan dianggap sebagai produk (Saragih & Muhammad, 2023). Kemampuan untuk menciptakan, menambah nilai atau manfaat, memilih, serta mengembangkan atau meningkatkan suatu produk disebut dengan inovasi produk. Inovasi yang dilakukan oleh UMKM dapat meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan menarik minat konsumen. Selain itu, inovasi dilakukan dengan tujuan untuk mempertahankan kualitas produk agar memiliki perbedaan dari versi awalnya (Sanana et al., 2021).

### **2.3.2 Aspek Utama Inovasi Produk**

Menurut Kotler dan Amstrong (2004, dalam Zhang & Utami, 2023) inovasi produk terdiri atas tiga aspek utama yaitu:

1. Kualitas Produk yaitu kapabilitas dimana produk dapat menjalankan kegunaannya, termasuk: daya tahan, keandalan, dan ketelitian hasil yang akan diberikan kepada pelanggan.
2. Varian Produk yaitu ragam atau variasi yang ditawarkan oleh penjual untuk membedakan produk dengan kompetitor serta memenuhi kebutuhan pelanggan yang beraneka selera.
3. Gaya dan Desain Produk yaitu penampilan atau rancangan produk yang menambah nilai bagi pelanggan. Gaya mengutamakan pada tampilan atau kemasan.

### **2.3.3 Faktor Pendorong Inovasi pada Produk Makanan**

Salah satu taktik paling krusial bagi bisnis untuk mempertahankan daya saing di pasar yang terus berubah adalah inovasi produk. Keberhasilan dari inovasi produk dapat dilihat dari respon positif pelanggan. Tanggapan yang positif menunjukkan bahwa produk tersebut mampu memenuhi ekspektasi pelanggan. Berikut ini adalah beberapa faktor yang mendorong inovasi dalam produk makanan:

- 1) Perubahan selera dan preferensi konsumen

Faktor utama yang mendorong inovasi dalam industri makanan adalah perubahan preferensi dan selera konsumen. Produk yang tidak hanya enak tetapi juga sehat, bergizi, dan ramah lingkungan akan semakin dicari oleh konsumen. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa pemahaman terkait kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan dasar usaha dalam menciptakan produk yang inovatif.

## 2) Kemajuan Teknologi

Inovasi muncul karena adanya kemampuan untuk memanfaatkan teknologi baru serta kebutuhan untuk merespon permintaan konsumen. Teknologi dapat disertakan dalam proses produksi, pengemasan, dan distribusi. Teknologi juga memungkinkan penciptaan produk baru yang lebih efisien, tahan lama, serta gizi yang lebih baik. Contoh dari teknologi dalam bidang makanan, seperti: fermentasi, pengeringan, pasteurisasi, dan pengalengan.

## 3) Persaingan Pasar

Persaingan yang kian kompetitif antar pelaku usaha mendorong perlunya inovasi sebagai bentuk pembeda (diferensiasi) produk.

## 4) Tren Sosial dan Lingkungan

Peningkatan kesadaran lingkungan di kalangan masyarakat membuat perusahaan terdorong untuk menghasilkan produk yang lezat sekaligus ramah lingkungan. Pelaku usaha dapat menggunakan bahan baku yang berkelanjutan dan kemasan yang dapat didaur ulang.

## 5) Regulasi dan Kebijakan Pemerintah

Perubahan regulasi dan kebijakan tentang standar kualitas, kemasan makanan, dan label produk ikut serta mendorong munculnya inovasi di bidang makanan. Hal ini untuk menjamin keamanan, kualitas, dan gizi produk makanan, serta memastikan ketahanan pangan nasional dilakukan dengan baik.

### 2.3.4 Dampak Inovasi terhadap Daya Saing dan Pendapatan

Daya saing bisnis dan peningkatan kinerja perusahaan sangat dipengaruhi oleh inovasi, terutama bagi Usaha, Kecil dan Menengah (UKM) (Jordão & Novas dalam Farida & Setiawan, 2022). Faktanya produk-produk saat ini lebih rentan terhadap siklus produk yang lebih pendek, perubahan selera konsumen, terobosan teknologi, dan perubahan kebutuhan. UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka, baik di tingkat domestik maupun global, serta menciptakan produk yang lebih relevan melalui inovasi produk. Adanya adaptasi terhadap perubahan teknologi dan pasar membuat UMKM lebih tahan terhadap persaingan ketat dan mampu bertahan dalam berbagai kondisi. Inovasi juga menjadikan UMKM lebih fleksibel sehingga dapat bersaing dalam masa komputerasi yang berkelanjutan.

Inovasi memiliki dampak besar pada daya saing dan pendapatan UMKM. Misalnya, inovasi dalam sistem distribusi dan perubahan pola pembelian dari *offline* ke *online* memudahkan pelaku usaha untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Selain itu, inovasi dalam desain kemasan yang lebih modern dapat membuat produk terlihat lebih menarik sehingga mampu meningkatkan pembelian. Inovasi pada varian rasa juga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Semakin banyak pilihan varian produk yang ditawarkan, maka minat beli konsumen akan meningkat dan daya saing terhadap kompetitor pun semakin kuat. Pada akhirnya akan berdampak positif terhadap kenaikan pendapatan usaha.

## **2.4 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

### **2.4.1 Pengertian UMKM**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah komponen penting dari perekonomian suatu negara atau daerah. UMKM adalah bisnis rakyat berskala kecil dan menengah yang perlu dijaga untuk menghindari persaingan yang tidak sehat. Sedangkan Halim (dalam Fadhillah et al., 2024) menyatakan UMKM merupakan kegiatan usaha yang memproduksi barang atau jasa dengan memanfaatkan bahan baku utama dari sumber daya alam, keterampilan, dan seni tradisional khas daerah setempat.

Menurut penjelasan Tambunan yang dikutip oleh Muh. Khoiruddin (2023), UMKM merupakan kegiatan usaha produktif yang dijalankan secara mandiri oleh individu maupun badan usaha yang tersebar di berbagai sektor ekonomi. Soerjono et al (dalam Afendi et al., 2024) usaha kecil yaitu usaha yang didirikan oleh pemilik atau kelompok dan merupakan cabang atau anak perusahaan.

Dari pengertian diatas, dapat diambil kesimpulan jika UMKM yaitu unit usaha berskala mikro hingga menengah yang dikelola secara mandiri oleh individu atau badan usaha. Produksi barang atau jasa dengan memanfaatkan sumber daya lokal, keterampilan, dan seni tradisional adalah fokus utama UMKM. Usaha bukanlah anak perusahaan atau cabang dari perusahaan, tetapi UMKM memainkan peranan penting dalam menyediakan lapangan pekerjaan serta mendorong pertumbuhan ekonomi.

### **2.4.2 Kriteria UMKM**

UMKM dibagi berdasarkan kriteria modal usaha dan jumlah penjualan pertahunnya, Kegiatan usaha harus didaftarkan atau didirikan sesuai dengan kriteria yang ada dalam pasal 35 PP No. 7 tahun 2021. Beberapa ketentuan umum dan kriteria yang tertuang dalam undang-undang tersebut adalah sebagai berikut:

1. Usaha mikro mempunyai kekayaan bersih maksimal Rp1.000.000.000 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta omset penjualan maksimal Rp. 2.000.000.000 (dua miliar rupiah).
2. Usaha kecil mempunyai kekayaan bersih lebih dari Rp. 1.000.000.000 (satu miliar rupiah) hingga Rp. 5.000.000.000 (lima miliar rupiah) dengan omset penjualan lebih dari Rp. 2.000.000.000 (dua miliar rupiah) hingga Rp. 15.000.000.000 (lima belas miliar rupiah)
3. Usaha menengah mempunyai kekayaan bersih lebih dari Rp. 5.000.000.000 (lima miliar rupiah) hingga Rp. 10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah) dengan omset penjualan lebih dari Rp.15.000.000.000 (lima belas miliar rupiah) hingga Rp. 50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah).

Tabel 2. 1 Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

<b>NO</b>	<b>URAIAN</b>	<b>ASET</b>	<b>OMSET</b>
1	Usaha Mikro	Maksimal Rp. 1 M	Maksimal Rp. 2 M
2	Usaha Kecil	> Rp. 1 M – 5 M	> Rp. 2 M – 15 M

---

3	Usaha Menengah	> Rp. 5 M - < 10 M	> Rp 15 M – 50 M
---	----------------	--------------------	------------------

---

Sumber: PP No. 7 Tahun 2021

### 2.4.3 Klasifikasi UMKM

Dilihat dari skala usahanya, Tambunan (2022) menguraikan UMKM diklasifikasikan menjadi 2 yaitu skala rumahan dan skala toko. Usaha rumahan adalah usaha yang didirikan dirumah. Terbentuknya usaha rumahan ini yakni keterbatasan modal dari pemilik usaha. Jika suatu bisnis beralih dari skala rumahan ke skala toko, bisnis tersebut dianggap mengalami kemajuan. Dengan kata lain, modal dan keuntungan kian meningkat dari skala sebelumnya. Pemilik usaha biasanya sudah mempekerjakan orang.

Resalawati (dalam Mailizar, 2022) menyatakan bahwa ada empat tingkatan yang dapat digunakan untuk mengkategorikan pertumbuhan UMKM di Indonesia, yaitu :

- 1) Aktivitas hidup (*Livelihood Activities*), adalah usaha kecil yang dijalankan sebagai mata pencaharian utama atau sumber pendapatannya hanya untuk kebutuhan sehari-hari.
- 2) Mikro usaha (*Micro Enterprise*), adalah usaha mikro yang biasanya dikelola oleh individu atau badan usaha kecil dengan keterbatasan modal dan tenaga kerja.
- 3) Usaha kecil dinamis (*Small Dynamic Enterprise*) adalah usaha kecil yang mulai berkembang, memiliki manajemen yang baik, dan berfokus pada pasar yang lebih luas.

- 4) Usaha dengan pertumbuhan pesat (*Fast Moving Enterprise*) merupakan UMKM yang memiliki jiwa kewirausahaan dan berpotensi tumbuh menjadi perusahaan besar (UKM) dianggap sebagai perusahaan yang bergerak cepat.

#### **2.4.4 Peran UMKM dalam Perekonomian**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjalankan peran krusial dalam perekonomian Indonesia. Usaha ini juga merupakan tulang punggung ekonomi domestik. Beberapa peran utama UMKM dalam perekonomian yaitu sebagai berikut:

- 1) Penggerak Utama Ekonomi Nasional

UMKM memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), menyumbang sebagian besar unit usaha, serta menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dengan presentasi masing-masing 60,5%, 99% dan 96,9%. Hal ini membuat UMKM sebagai sektor yang menjadi fondasi kuat dalam menjalankan roda perekonomian negara.

- 2) Mendorong Pemerataan Ekonomi

UMKM tersebar diberbagai wilayah, termasuk daerah pedesaan dan daerah yang kurang berkembang. Keberadaan UMKM dapat membantu mengurangi kesenjangan pendapatan, menekan angka kesenjangan antara yang kaya dan miskin serta menurunkan tingkat urbanisasi.

- 3) Kesejahteraan Masyarakat Naik

UMKM menaikkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat sekitar dengan memanfaatkan sumber daya manusia lokal. Hal tersebut dapat membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat, terutama kelompok yang berpenghasilan rendah.

#### 4) Tingkat Devisa Negara Naik

UMKM mempunyai potensi pemasukan bagi negara dengan mengekspor produk buatan lokal seperti: kerajinan tangan, kain, dan makanan olahan yang disukai oleh konsumen dari luar negeri. Dengan melakukan ekspor produk UMKM, negara tidak hanya bergantung pada satu sumber pendapatan saja. UMKM juga dapat membantu memperkuat neraca pembayaran negara.

#### 5) Mengembangkan Jiwa Kewirausahaan dan Inovasi

UMKM adalah tempat yang paling ideal untuk kewirausahaan dan inovasi untuk berkembang. Banyak konsep atau ide baru muncul, diuji dan ditingkatkan. Dikarenakan usahanya masih kecil, UMKM lebih mudah dan cepat dalam mencoba cara baru tanpa harus mengikuti aturan rumit seperti di perusahaan besar. Selain itu, UMKM dapat menjadi tempat lahirnya berbagai inovasi baik dalam produk, layanan maupun cara menjalankan usaha.

## **2.5 Penelitian Terdahulu**

Dalam menyusun sebuah penelitian, sangat penting untuk merujuk pada hasil-hasil penelitian sebelumnya. Referensi dari penelitian terdahulu berperan sebagai dasar acuan yang membantu peneliti terdahulu berperan sebagai dasar

acuan yang membantu peneliti mengembangkan kajian baru. Tujuan utamanya adalah untuk memastikan bahwa penelitian yang dilakukan tidak mengulang atau menduplikasi studi yang telah ada. Berikut ini merupakan tabel referensi penelitian terdahulu:

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Resti Laila Giyona, Setyaningsih Sri Utami (2024)	Pengaruh Modal Usaha, Jam Kerja dan Lama Usaha terhadap pendapatan UMKM (Survei pada Pedagang Ikan Asap di Waduk Kedungombo Grobogan (Jawa Tengah)	Metode Kuantitatif	Modal usaha tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan UMKM, sementara jam kerja dan lama usaha memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan UMKM.
2	Achmad Syakur, Franciskus Antonius Alijoyo	Pengaruh Strategi Digital Marketing, Inovasi Produk, dan Modal Usaha	Metode Kuantitatif	Digital marketing, inovasi, dan modal usaha memiliki pengaruh signifikan terhadap minat sebesar

	(2024)	Terhadap pendapatan UMKM		82% berdasarkan nilai koefisien determinasi, sementara 18% dipengaruhi oleh faktor lain.
3	Siskawati A. Zakaria, Muhammad Amir Arham, Ronald S. Badu (2024)	Pengaruh Modal Usaha terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Makanan dan Minuman di Kota Gorontalo	Metode Kuantitatif	Terdapat hubungan positif antara modal usaha dan pendapatan usaha. Dengan kata lain, peningkatan modal usaha cenderung diikuti oleh peningkatan pendapatan yang diperoleh.
4	Fahmi Muhammad Irfan, Suharto, Hanif (2023)	Pengaruh Modal Usaha dan Product Innovation terhadap Eksistensi UMKM dengan Digital Marketing Sebagai Variabel Moderating dalam Perspektif Ekonomi Islam	Metode Kuantitatif	Modal usaha dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM dengan digital Marketing sebagai variabel moderasi.

5	Cika Irlia Azzahra, Suyanto, Elmira Febri Darmayanti (2021)	Pengaruh Kreativitas, Modal Usaha, Diversifikasi Produk dan Kebijakan Pemerintah terhadap Keberlanjutan Bisnis Umkm (Studi pada UMKM Bidang Perdagangan di Kelurahan Iringmulyo Kota Metro	Metode Kuantitatif	Kreativitas, diversifikasi produk, dan kebijakan pemerintah berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM, sedangkan modal usaha tidak berpengaruh. Secara simultan, keempat faktor tersebut berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM.
---	--	--	-----------------------	--

---

Sumber: Berbagai Jurnal Penelitian

## 2.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan yaitu sebagai berikut:

### 2.6.1 Pengaruh Modal Usaha terhadap Pendapatan UMKM

Modal adalah dasar untuk menjalankan operasi bisnis adalah modal. Berbagai sumber termasuk pemerintah, bank, Lembaga keuangan non-bank, dan modal ekuitas dapat digunakan oleh pelaku usaha. Modal tidak

hanya terdiri dari uang tetapi juga dari semua sumber daya yang diperlukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup usaha.

Menurut Riyanto (dalam Nurhidayah, 2021), modal yang semakin besar akan berpengaruh positif terhadap pendapatan yang diterima. Sesuai dengan definisi Prof. Meij (dalam Riyanto, 2015) yang menjelaskan bahwa modal adalah semua barang yang ada pada neraca bagian debit atau diartikan sebagai barang-barang dalam perusahaan dan berfungsi produktif untuk menghasilkan pendapatan. Hal ini sejalan dengan penelitian Chaedar et al (2023) bahwa modal mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha. Hasil pendapatan yang kian naik disebabkan karena terjadi kenaikan pada jumlah produksi yang kemudian akan meningkatkan usaha mikro. Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut:

**H<sub>1</sub>** = Modal Usaha berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM bawang goreng di Kabupaten Brebes.

### **2.6.2 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Pendapatan UMKM**

Inovasi merupakan proses pengembangan ide untuk menghasilkan suatu produk baru. Prasetyo (dalam Manajemen & Pamulang, 2024) mendefinisikan inovasi sebagai gagasan baru yang menarik yang sengaja dikembangkan agar mampu bersaing dengan perusahaan lain. Inovasi yang tepat sasaran dapat menarik minat dan meningkatkan loyalitas konsumen. Dengan meningkatnya minat dan permintaan konsumen

terhadap produk inovatif, maka volume penjualan akan bertambah yang secara langsung berdampak pada peningkatan usaha. Sehingga, dibutuhkan upaya dan strategi yang efektif guna meningkatkan volume penjualan. Hasil penelitian dari Nova Dwi Rizky dkk (2024) juga mengemukakan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis kedua sebagai berikut:

**H<sub>2</sub>** = Inovasi Produk berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM bawang goreng di Kabupaten Brebes.

### **2.6.3 Pengaruh Modal Usaha dan Inovasi Produk terhadap Pendapatan UMKM**

Modal usaha dan inovasi produk merupakan faktor penting dalam mendorong peningkatan pendapatan UMKM. Modal yang memadai memungkinkan para pelaku usaha meningkatkan kapasitas produksi dan volume penjualan. Di sisi lain inovasi memungkinkan UMKM menciptakan pembaharuan produk, meningkatkan daya saing serta menarik minat konsumen yang terus berubah. Jika kedua faktor berjalan beriringan, maka UMKM memiliki peluang lebih besar dalam meningkatkan pendapatan secara berkelanjutan. Sejalan dengan penelitian dari Santi Nurmalasari (2023) bahwa e-commerce, inovasi produk, dan modal usaha berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap peningkatan pendapatan. Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut:

**H<sub>3</sub>** = Modal Usaha dan Inovasi Produk berpengaruh terhadap pendapatan UMKM bawang goreng di Kabupaten Brebes.