

ANALISIS FAKTOR DETERMINAN PENINGKATAN PENDAPATAN
UMKM PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KAB TEGAL



TUGAS AKHIR

OLEH :

AFRIA NURHIDAYAH

NIM 18030107

PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI
POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir yang berjudul :

ANALISIS FAKTOR DETERMINAN PENINGKATAN PENDAPATAN
UMKM PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KAB TEGAL

Oleh mahasiswa :

Nama : Afria Nurhidayah

NIM : 18030107

Telah diperiksa dan dikoreksi dengan baik dan cermat. Karena itu pembimbing
menyetujui mahasiswa tersebut untuk memenuhi ujian tugas akhir.

Tegal, 28 Juli 2021

Pembimbing I,



Hesti Widianti, SE, M.Si
NIPY. 08.009. 043

Pembimbing II,



Dewi Kartika, S.E, M.Ak. CAAT
NIPY. 009. 013. 158

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir yang berjudul :

ANALISIS FAKTOR DETERMINAN PENINGKATAN PENDAPATAN
UMKM PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KAB TEGAL

Oleh :

Nama : Afria Nurhidayah

NIM : 18030107

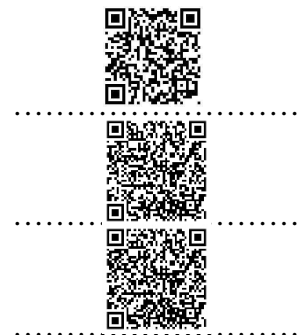
Program Studi : Akuntansi

Jenjang : Diploma III

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan didepan Tim Penguji Tugas Akhir Program
Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal.

Tegal, 28 Juli 2021

1. Hesti Widianti, SE,M.Si
Ketua Penguji
2. Andri Widiyanto SE,M.Si
Penguji 1
3. Fitri Amaliyah, SE, M.Ak
Penguji 2



Mengetahui, Ketua Program Studi



Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak,CA

NIPY. 03..013.142

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TA

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis dalam bentuk Tugas Akhir ini yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR DETERMINAN PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KAB TEGAL”**, beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan ini untuk dapat dijadikan pedoman bagi yang berkepentingan, dan saya siap menanggung segala resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya tulis saya ini, atau adanya klaim terhadap keaslian karya tulis saya ini.

Tegal, 28 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Afria Nurhidayan

NIM : 18030107

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai mahasiswa Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : AFRIA NURHIDAYAH

NIM : 18030107

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul analisis faktor determinan peningkatan pendapatan UMKM pada masa pandemi covid-19 di kab Tegal.

Dengan Hak Bebas Royalti non eksklusif ini Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama berhak menyimpan, mengalih-mediakan/formatkan mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya ke internet atau media lain untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama mencantumkan saya sebagai penulis/pencipta.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat sebenarnya.

Tegal, 28 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



AFRIA NURHIDAYAH
NIM. 18030107

HALAMAN MOTTO

“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat, Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

(Al-Mujadalah 11)

“ Maka Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan ”

(QS. Al- Insyirah: Ayat 5-6)

“ Musuh yang Paling Berbahaya di atas Dunia Ini Adalah Penakut dan Bimbang. Teman yang Paling Setia, Hanyalah Keberanian dan Keyakinan yang Teguh ”.

(Andrew Jackson)

" Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil; kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik ".

(Evelyn Underhill)

" Mahkota seseorang adalah akalny. Derajat seseorang adalah agamanya. Sedangkan kehormatan seseorang adalah budi pekertinya."

(Umar Bin Khattab)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini ku persembahkan untuk :

- ✚ Allah SWT sang Maha segalanya yang telah begitu banyak memberikan karunia-Nya berupa nikmat yang tiada habisnya dalam membantu apapun yang saya butuhkan dalam segala do'a serta selalu memudahkan segala urusan saya hingga bisa mencapai titik ini.
- ✚ Baginda besar Rasulullah SAW yang selalu menjadi panutan dari suri tauladan yang baik dalam menjalankan segala tindakan di kehidupan ini.
- ✚ Kedua orang tua yaitu Bapak Uripin maupun Ibu Muroatun tersayang terima kasih atas segala Pengorbanan, Do'a, kontribusi, dan kasih sayang yang tiada henti, serta selalu memberi dukungan dan dorongan semangat kepada saya untuk menggapai cita-cita.
- ✚ Ibu Hesti Widianti, SE, Si dan Ibu Dewi Kartika, SE, M.Ak.CAAT yang telah banyak memberikan koreksi, arahan, dan bimbingan dengan tidak kenal lelah, sehingga karya ilmiah berupa Tugas Akhir ini bisa saya selesaikan tepat pada waktu yang telah ditentukan.
- ✚ Afria Nurhidayah sebagai diri saya sendiri yang sudah mau terus berjuang dan berusaha sekuat dan semampunya dengan bersungguh-sungguh dalam melawan rasa malas yang ada dalam diri untuk menumbuhkan semangat dalam mengejar impian, harapan, dan cita-cita.
- ✚ Teman-Teman Angkatan 2018 khususnya Akuntansi kelas reguler "D", terima kasih atas kebersamaan selama 3 tahun ini yang penuh warna warni, banyak canda tawa, kekompakan, saling menyayangi satu sama lain dan pastinya saling support juga memberi semangat untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
- ✚ My Best Friends Frisca, Suci, Gay, Istiqiyah, Juni, Tiara, dan Farah. thank you for giving motivation in preparing the final assignment. Terima kasih selalu meluangkan waktu untuk hangout ketika isi kepala sudah mulai penat dan menebarkan canda tawa dikala mengerjakan tugas agar tidak terlalu membebani diri.

- ✚ Almamaterku, segenap Civitas Akademika Politeknik Tegal.
- ✚ Dan semua orang yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang telah berkontribusi dalam terselesaikannya Tugas Akhir ini, saya hanya bisa mengucapkan banyak terima kasih yang tidak ada habis-habisnya.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir dengan judul “Analisis Faktor Determinan Peningkatan Pendapatan UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 di KabTegal”.

Tugas akhir ini diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.

Penulis menyadari akan keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki, dalam penyusunan Tugas Akhir ini banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat:

1. Bapak Nizar Suhendra, SE, MPP selaku Direktur Politeknik Harapan Bersama.
2. Ibu Yeni Priatna Sari, S.E, M.Si, Ak, CA selaku Ka. Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.
3. Ibu Hesti Widianti, SE, Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, dan petunjuk hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Dewi Kartika, S.E, M.Ak. CAAT, selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bantuan dan bimbingan hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Teman-teman baik di kampus maupun di luar kampus, yang telah memberikan dorongan dan semangat serta semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, turut membantu selesainya Tugas Akhir ini.
6. Orangtua dan seluruh saudara yang sudah memberikan support baik materil maupun non materil, serta dukungan berupa doa dan semangat sehingga dapat terselesaikannya Tugas Akhir ini.

7. para pelaku UMKM kabupaten Tegal selaku responden, serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan motivasi, doa, bantuan serta dukungannya.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari sempurna, masih banyak kekurangan dan kelemahan di sana-sini. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan kelemahan yang ada. Akhirnya, penulis sangat berharap Tugas Akhir ini bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Tegal, 28 Juli 2021

AFRIA NURHIDAYAH

NIM. 18030107

ABSTRACT

Afria Nurhidayah. 2021. *Analisis Faktor Determinan Peningkatan Pendapatan UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kab Tegal*. Program Studi: Diploma III Akuntansi. Politeknik Harapan Bersama. Pembimbing I: Hesti Widianti, S.E., M.Si.; Pembimbing II: Dewi Kartika, S.E., M.Ak., CAAT.

UMKM berkontribusi cukup besar bagi perekonomian Indonesia. Masa pandemi saat ini berdampak terhadap keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Modal, Jumlah penjualan, Pemasaran, Dan Harga terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) pada para pelaku usaha di Kabupaten Tegal. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kabupaten Tegal. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari responden yang mengisi melalui kuesioner online. Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden yang dihitung dengan menggunakan rumus slovin. Alat yang digunakan untuk penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa Modal berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM dengan nilai signifikan 0,001, Jumlah Penjualan tidak berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM dengan nilai signifikan 0,120, Pemasaran tidak berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM dengan nilai signifikan 0,658. dan Harga berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM dengan nilai signifikan 0,000. Hasil dari koefisien determinasi diperoleh R^2 sebesar 0,708 atau 70,8%. Dapat diartikan bahwa 70,8% pendapatan UMKM dipengaruhi oleh modal, jumlah penjualan, pemasaran, dan harga, sedangkan sisanya 29,2% disebabkan oleh faktor lain yang diluar penelitian.

Kata kunci: Modal, Jumlah penjualan, Pemasaran, Harga Terhadap Pendapatan UMKM.

ABSTRACT

Nurhidayah, Afria. 2021. *The Analysis of Determinant Factors for Increasing MSME Income During the Covid-19 Pandemic in Tegal Regency.* Study Program: Accounting Associate Degree. Politeknik Harapan Bersama. Advisor: Hesti Widiyanti, S.E., M.Si.; Co-Advisor: Dewi Kartika, S.E., M.Ak., CAAT.

MSME contributes significantly to the Indonesian economy. The current pandemic has an impact on the existence of Mikro, Small and Medium Enterprises (MSME). This study was aimed to determine the effect of the variables of capital, sales, marketing, and prices on the income of micro, small and medium enterprises (MSME) on business actors in Tegal Regency. This research used quantitative research with descriptive research. The subject of this research was SMEs in Tegal Regency. The data used in this study was primary data obtained from respondents who filled out an online questionnaire. The sample of this study was 100 respondents which were calculated using the Slovin formula. The tool used for this study uses multiple linear regression analysis. T test analysis results show that Capital has a positive effect on MSME revenue with a significant value of 0.001, Total Sales is not positive towards MSME revenue with a significant value of 0.120, Marketing has no positive effect on MSME revenue with a significant value of 0.658. and Price is a positive towards MSME income with a positive significant value of 0.000. The results of the determination coefficient obtained R² of 0.708 or 70.8%. It can be interpreted that 70.8% of MSME income is determined by capital, total sales, marketing, and prices, while the remaining 29.2% is caused by other factors derived from research.

Key Words: *Capital, Total Sales, Marketing, Price Towards MSME Revenues.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TA	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah	6
1.6 Kerangka Berpikir	7
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Konsep Pendapatan	11
2.1.1 Pengertian Pendapatan	11
2.1.2 Jenis-jenis Pendapatan	12
2.1.3 Sumber-sumber Pendapatan.....	13
2.1.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi Pendapatan	14
2.2 UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)	14
2.2.1 Pengertian UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).....	14
2.2.2 Kriteria UMKM	15
2.2.3 Klasifikasi UMKM	17
2.2.4 Masalah yang dihadapi UMKM.....	18
2.2.5 Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM	20
2.3 Konsep Modal Usaha	21
2.3.1 Pengertian Modal Usaha	21
2.3.2 Sumber-sumber Modal	22

2.4	Konsep Harga Jual.....	22
2.4.1	Pengertian Harga Jual	22
2.4.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga.....	23
2.5	Konsep Pemasaran.....	25
2.5.1	Pengertian Pemasaran	25
2.5.2	Tujuan Pemasaran	26
2.6	Penelitian Terdahulu.....	26
2.7	Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN.....		34
3.1	Lokasi Penelitian	34
3.2	Waktu Penelitian	34
3.3	Jenis Data	34
3.3.1	Data Kualitatif.....	34
3.3.2	Data Kuantitatif.....	34
3.4	Sumber Data	34
3.4.1	Data Primer	35
3.4.2	Data Sekunder.....	35
3.5	Teknik Pengumpulan Data	35
3.5.1	Observasi	35
3.5.2	Angket/Kuesioner	36
3.5.3	Studi Pustaka.....	36
3.5.4	Wawancara.....	36
3.6	Definisi Operasional Variabel	37
3.6.1	Variabel Dependen	37
3.6.2	Variabel Independen.....	37
3.7	Populasi dan Sampel	37
3.7.1	Populasi.....	38
3.7.2	Sampel	38
3.8	Metode Analisis Data	40
3.8.1	Uji Instrument	41
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	42
3.8.3	Uji Regresi Linier Berganda.....	45
3.9	Uji Hipotesis.....	46
3.9.1	Uji t (Uji Parsial).....	47
3.9.2	Uji F (Uji Simultan).....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1	Gambaran Umum Kabupaten Tegal	49

4.2	Hasil Penelitian.....	50
4.2.1	Analisis Statistika Deskriptif Responden.....	50
4.2.2	Uji Instrumen Penelitian	52
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	55
4.2.4	Uji Regresi Linear Berganda	58
4.2.5	Uji Hipotesis	61
4.3	Pembahasan	64
4.3.1	Analisis Faktor Modal Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal	64
4.3.2	Analisis Faktor Jumlah penjualan Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal	65
4.3.3	Analisis Faktor Pemasaran Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal	67
4.3.4	Analisis Faktor Harga Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal	68
4.3.5	Analisis Faktor Modal, Jumlah penjualan, Pemasaran dan Harga Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		70
5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Saran	71
DAFTAR PUSTAKA		72
LAMPIRAN.....		75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	27
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Heterokedastisitas	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Atokorelasi	58
Tabel 4.10 Hasil Koefisien Determinasi.....	59
Tabel 4.11 Hasil Persamaan Regresi.....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji t	61
Tabel 4.13 Hasil Uji F	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka berpikir.....	8
-----------------------------------	---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	75
Lampiran 2. Tabulasi Hasil Kuesioner Modal	80
Lampiran 3. Tabulasi Hasil Kuesioner Jumlah penjualan.....	83
Lampiran 4. Tabulasi Hasil Kuesioner Pemasaran	87
Lampiran 5. Tabulasi Hasil Kuesioner Harga	91
Lampiran 6. Tabulasi Hasil Kuesioner Pendapatan	95
Lampiran 7. Data sampel UMKM.....	100
Lampiran 8. Output SPSS Statistika Deskriptif	104
Lampiran 9. Output SPSS Uji Validitas Modal	105
Lampiran 10. Output SPSS Uji Validitas Jumlah Penjualan.....	106
Lampiran 11. Output SPSS Uji Validitas Pemasaran.....	107
Lampiran 12. Output SPSS Uji Validitas Harga	108
Lampiran 13. Output SPSS Uji Validitas Pendapatan	109
Lampiran 14. Output SPSS Uji Reliabilitas Modal.....	110
Lampiran 15. Output SPSS Uji Reliabilitas Jumlah Penjualan.....	110
Lampiran 16. Output SPSS Uji Reliabilitas Pemasaran.....	110
Lampiran 17. Output SPSS Uji Reliabilitas Harga	110
Lampiran 18. Output SPSS Uji Reliabilitas Pendapatan.....	111
Lampiran 19 . Output SPSS Uji Normalitas	111
Lampiran 20. Output SPSS Uji Heteroskedastisitas	112
Lampiran 21. Hasil Output SPSS Uji Multikolinearitas	112
Lampiran 22. Hasil Output SPSS Uji Autokorelasi	113
Lampiran 23. Hasil SPSS Uji Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis	113

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pandemi Covid-19 adalah peristiwa menyebarnya Penyakit koronavirus 2019 (Bahasa Inggris: *Coronavirus disease 2019*, disingkat COVID-19) di seluruh dunia untuk semua Negara. Di Indonesia covid-19 ini dideteksi pada 2 Maret 2020. kasus virus corona di Indonesia terungkap usai ada laporan warga negara Jepang dinyatakan positif. Masalahnya, WN Jepang ini baru saja berkunjung ke Indonesia. Semakin hari kasus virus ini terus meningkat. Upaya pencegahan pun dilakukan seperti mengkampanyekan kepada masyarakat untuk tetap waspada dan selalu mengikuti protokol kesehatan dengan cara 3M yaitu mencuci tangan, memakai masker dan menjaga jarak. Kemudian pemerintah juga melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan mengkampanyekan Stay at home. Dengan diputuskannya kebijakan ini sangat berpengaruh kepada seluruh masyarakat Indonesia. Karena pergerakan mereka dibatasi oleh kebijakan tersebut. Pandemi ini memaksa masyarakat untuk membatasi setiap aktifitas mereka agar penyebaran virus yang terjadi bisa dicegah.

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan dan menopang perekonomian Indonesia. UMKM adalah usaha milik orang perorangan badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang dari perusahaan lain dengan kriteria memiliki modal usaha yang memiliki batasan batasan tertentu. UMKM memiliki peran yang strategis dalam pengembangan ekonomi nasional, berperan penting

dalam memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan. Dan ini akan membantu pemerintah dalam rangka memerangi kemiskinan dan pengangguran. UMKM juga memanfaatkan Sumber daya Alam yang terdapat di daerah untuk diolah sedemikian rupa.

Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas. Modal merupakan faktor yang mempunyai peranan yang cukup penting dalam proses produksi, karena tanpa adanya modal yang cukup maka akan berpengaruh terhadap kelancaran suatu usaha yang didirikan sehingga akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh. Menurut Riyanto (2001)^[1] modal tidak selalu identik dengan uang, namun dapat dikatakan sebagai segala sesuatu yang dapat dipakai untuk menghasilkan barang atau jasa. Pada saat pandemi seperti ini, pemasaran online juga akan menjadi alternative yang tepat bagi masyarakat. Ini peluang yang bagus untuk pelaku UMKM dalam menawarkan atau memasarkan produknya. Pemasaran merupakan salah satu faktor yang penting dalam meningkatkan pendapatan, karena pemasaran akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Menurut *American Marketing Association 2007*^[2] pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang

bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum (Tjiptono dan Chandra, 2012:3)^[3]. faktor harga juga merupakan elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan melalui penjualan. Oleh karena itu pelaku UMKM harus dapat menetapkan harga produknya dengan baik dan tepat sehingga konsumen tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan. Menurut Kotler dan Keller (2009:67)^[4] harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu.

Kabupaten Tegal merupakan salah satu daerah Kabupaten di Provinsi Jawa Tengah, Indonesia dengan Ibu Kota Slawi. terletak antara 108°57'6 s/d 109°21'30 Bujur Timur dan 6°50'41" s/d 7°15 15'30" Lintang Selatan. Luas wilayah Kabupaten Tegal 87.879 Ha, memiliki wilayah administrasi yang terdiri atas 18 kecamatan, 281 desa dan 6 kelurahan. Dasar hukum pembagian wilayah administrasi tersebut adalah Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-Daerah Kabupaten dalam lingkungan Propinsi Djawa Tengah. Perkembangan UMKM di Kabupaten Tegal cukup besar, Masyarakat Tegal selain sebagai petani, juga sebagian besar memiliki usaha sendiri di jaman modern ini dengan berbagai macam usaha yang dimiliki antara lain : usaha kuliner, usaha fashion, usaha agribisnis, usaha otomotif, usaha konveksi, dan lain sebagainya.

Permasalahan yang masih terdapat di dalam UMKM Kabupaten Tegal ini yaitu kurangnya strategi dan upaya dalam rangka meningkatkan

pendapatan pada usaha mereka di masa pandemi Covid-19. Kurangnya pemahaman akan hal pemuasan konsumen di waktu sekarang ataupun yang akan datang. Sulitnya daya saing dalam hal harga jual produk yang membuat minat akan masyarakat terhadap produk mereka menurun. Penerapan yang akan diterapkan yaitu dengan mengembangkan usaha mereka dalam hal pemasaran dengan menggunakan aplikasi digital yang membantu distribusi ke masyarakat. Para pelaku UMKM Kabupaten Tegal memiliki kesempatan dalam meningkatkan usahanya melalui system perdagangan elektronik dalam memasarkan produknya. Sehingga untuk bisa meningkatkan pendapatan UMKM tersebut diperlukan pemasaran yang tepat, kualitas produk yang baik untuk meningkatkan penjualan, dan harga jual produk yang dapat bersaing untuk meningkatkan kompetensi agar kompeten dalam menjalankan suatu usaha yang didirikan.

Dari uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “ ANALISIS FAKTOR DETERMINAN PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KAB TEGAL“

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah modal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di kabupaten Tegal pada masa pandemi covid-19 ?

2. Apakah jumlah penjualan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di kabupaten Tegal pada masa pandemi covid-19?
3. Apakah pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di kabupaten Tegal pada masa pandemi covid-19?
4. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di kabupaten Tegal pada masa pandemi covid-19?
5. Apakah modal, jumlah penjualan, pemasaran, dan harga berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di kabupaten Tegal pada masa pandemi covid-19?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh modal secara signifikan terhadap pendapatan UMKM di kabupaten Tegal pada masa pandemi covid-19
2. Untuk mengetahui pengaruh jumlah penjualan secara signifikan terhadap pendapatan UMKM di kabupaten Tegal pada masa pandemi covid-19
3. Untuk mengetahui pengaruh pemasaran secara signifikan terhadap pendapatan UMKM di kabupaten Tegal pada masa pandemi covid-19
4. Untuk mengetahui harga secara signifikan terhadap pendapatan UMKM di kabupaten Tegal pada masa pandemi covid-19
5. Untuk mengetahui modal, jumlah penjualan, pemasaran, dan harga secara signifikan terhadap pendapatan UMKM di kabupaten Tegal pada masa pandemi covid-19

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti berharap penelitian ini dapat menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan tentang mengoptimalkan usaha supaya bisa mengalami peningkatan pendapatan yang signifikan . Selain itu, juga dapat menjadikan referensi untuk melakukan suatu analisis dalam penelitian yang selanjutnya, khususnya dalam kajian yang sama bahkan mampu untuk memberikan beberapa perubahan yang bermanfaat.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kabupaten Tegal
Bagi UMKM Kabupaten Tegal Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai bagaimanakah meningkatkan pendapatan UMKM pada masa pandemi Covid-19 di kabupaten Tegal

b. Bagi Politeknik Harapan Bersama

Penelitian ini juga diharapkan dapat membawa nama baik Politeknik Harapan Bersama itu sendiri selaku tempat dari penulis dalam mengenyam pendidikan, sehingga mampu untuk melakukan penelitian yang memberikan manfaat sekaligus sebagai acuan untuk bahan pembelajaran kedepan. Khususnya mahasiswa dan mahasiswi POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA prodi Akuntansi.

1.5 Batasan Masalah

Permasalahan yang akan dibatasi dalam penyusunan penelitian ini yaitu :

1. Variabel yang diteliti

Faktor determinan dan pendapatan UMKM

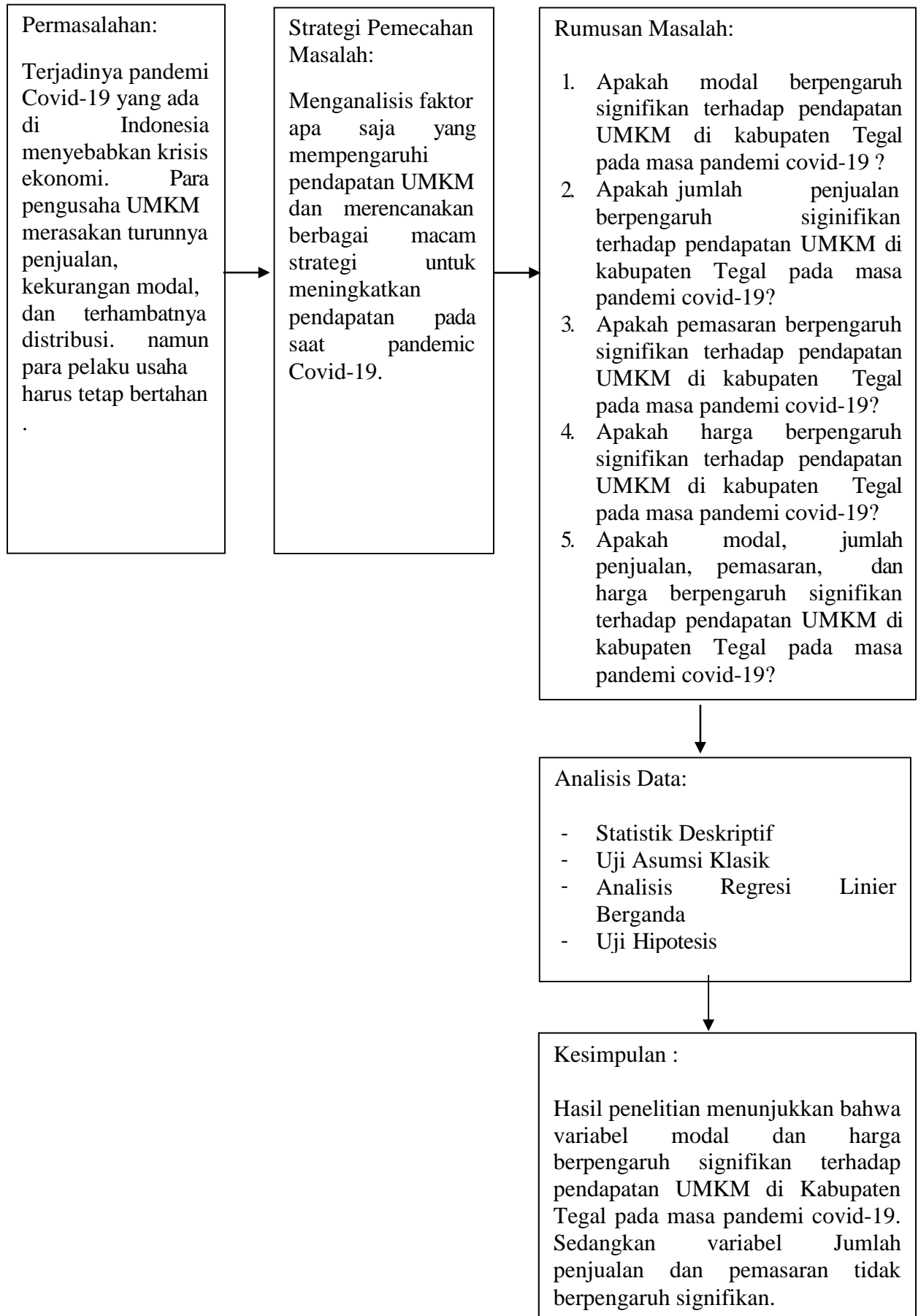
2. Data yang digunakan

Kuesioner Online UMKM Kabupaten Tegal

1.6 Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir dibuat untuk memberikan gambaran penelitian yang akan dilakukan yaitu mengenai identifikasi faktor determinan peningkatan pendapatan UMKM di kabupaten Tegal pada saat pandemi Covid-19. Alasan dilakukannya penelitian ini yaitu, untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat pendapatan para pelaku UMKM di kabupaten Tegal. Apalagi di masa pandemi ini, pelaku UMKM harus bisa mempertahankan usahanya agar tetap berjalan. Faktor apa saja yang mempengaruhi peningkatan pendapatan UMKM pada saat sebelum pandemi dan ketika pandemi berlangsung. Salah satu faktor yang berperan penting dalam usaha yaitu modal. Secara tidak langsung jika modal usaha yang kita miliki relatif besar akan memungkinkan suatu unit penjualan banyak jenis produknya, dengan cara ini sangat memungkinkan pendapatan yang di dapatkan juga semakin besar. Pada permasalahan diatas diperlukan strategi pemecahan masalah yang tepat yaitu melakukan cara atau upaya untuk meningkatkan pendapatan UMKM dengan menstabilkan kualitas produk, melakukan berbagai promosi dan yang lainnya.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, maka dapat dilakukan penyederhanaan menggunakan kerangka berpikir penelitian sebagai berikut :



Umpan balik

Gambar 1.1 Kerangka berpikir

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini, dibuat sistematika penulisan agar mudah untuk dipahami dan memberikan gambaran secara umum kepada pembaca mengenai tugas akhir ini. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagian awal

Bagian awal berisi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian Tugas Akhir (TA), halaman pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah untuk kepentingan akademis, halaman persembahan, halaman motto, kata pengantar, intisari/abstrak, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan lampiran. Bagian awal ini berguna untuk memberikan kemudahan kepada pembaca dalam mencari bagian-bagian penting secara cepat.

2. Bagian isi terdiri dari lima bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, kerangka berpikir dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat teori-teori tentang pengertian Pendapatan, UMKM, dan factor determinan yang mempengaruhi.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang lokasi penelitian (tempat dan alamat penelitian), waktu penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan laporan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan berisi tentang garis besar dari inti hasil penelitian, serta saran dari peneliti yang diharapkan dapat berguna bagi instansi atau perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang daftar buku, *literature* yang berkaitan dengan penelitian. Lampiran berisi data yang mendukung penelitian tugas akhir secara lengkap.

3. Bagian Akhir

LAMPIRAN

Lampiran berisi informasi tambahan yang mendukung kelengkapan laporan, antara lain Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian dari Tempat Penelitian, Kartu Konsultasi, Spesifikasi teknis serta data-data lain yang diperlukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Pendapatan

2.1.1 Pengertian Pendapatan

Pendapatan merupakan tujuan utama dalam mendirikan suatu perusahaan. Setiap perusahaan pasti akan menginginkan pendapatan yang banyak untuk usaha yang dijalankan mereka. Sebagai suatu organisasi yang berorientasi profit maka pendapatan mempunyai peran yang sangat penting dan besar dalam hal ini. Pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar pula kemampuan perusahaan dalam memenuhi kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan.

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2007)^[5] Pendapatan adalah arus masuk bruto manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama periode yang mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak termasuk dari kontribusi penanaman modal. Pendapatan hanya terdiri dari arus masuk bruto manfaat ekonomi yang diterima oleh perusahaan untuk dirinya sendiri. Jumlah yang ditagih untuk dan atau atas nama pihak ketiga bukan merupakan pendapatan karena tidak menghasilkan manfaat ekonomi bagi perusahaan dan tidak mengakibatkan kenaikan ekuitas.

Menurut Kusnadi (2000;9)^[6] Pendapatan merupakan penambahan aktiva yang dapat mengakibatkan bertambahnya modal namun bukan

dikarenakan mpenambahan modal dari pemilik atau bukan hutang namun melainkan melalui penjualan barang dan/atau jasa terhadap pihak lain, sebab pendapatan tersebut bisa dikatakan sebagai kontra perstasi yang didapatkan atas jasa-jasa yang sudah diberikan kepada pihak lain.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan jumlah masukan yang diterima oleh suatu perusahaan/organisasi yang didapat atas jasa yang diberikan meliputi dari penjualan produk dan atau jasa kepada pelanggan yang diperoleh dalam suatu aktivitas operasi suatu perusahaan untuk meningkatkan nilai aset serta menurunkan liabilitas yang timbul dalam penyerahan barang atau jasa, dimana semakin besar pendapatan, perusahaan tersebut dinilai semakin maju, begitu pula sebaliknya.

2.1.2 Jenis-jenis Pendapatan

Menurut Jaya (2011)^[7] Secara garis besar pendapatan digolongkan menjadi tiga golongan, yaitu :

1. Gaji dan upah, yaitu imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu atau satu bulan.
2. Pendapatan dari usaha sendiri merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dibayar dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga sendiri,

nilai sewa kapital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.

3. Pendapatan dari usaha lain, yaitu pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja dan ini merupakan pendapatan sampingan, antara lain pendapatan dari hasil menyewakan aset yang dimiliki, bunga dari uang, sumbangan dari pihak lain, pendapatan pensiun, dan lain-lain.

2.1.3 Sumber-sumber Pendapatan

Samuelson dan Nordhaus, (2005:250)^[8] menyatakan secara umum pendapatan dapat diperoleh melalui tiga sumber, yaitu:

1. Gaji dan upah Suatu imbalan yang diperoleh seseorang setelah melakukan suatu pekerjaan untuk orang lain, perusahaan swasta atau pemerintah.
2. Pendapatan dari kekayaan Pendapatan dari usaha sendiri.
Merupakan nilai total produksi dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan baik dalam bentuk uang atau lainnya, tenaga kerja keluarga dan nilai sewa kapital untuk sendiri tidak diperhitungkan.
3. Pendapatan dari sumber lain Dalam hal ini pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja antara lain penerimaan dari pemerintah, asuransi pengangguran, menyewa aset, bunga bank dan sumbangan dalam bentuk lain serta laba dari usaha. Tingkat pendapatan (*income level*) adalah tingkat

hidup yang dapat dinikmati oleh seorang individu atau keluarga yang didasarkan atas penghasilan mereka atau sumber-sumber pendapatan lain.

2.1.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi Pendapatan

Menurut Boediono, (2002;150)^[9] pendapatan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain dipengaruhi :

1. Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada hasil-hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian .
2. Harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi..
3. Hasil kegiatan oleh anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan.

2.2 UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

2.2.1 Pengertian UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi. Pada prinsipnya pembedaan antara usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, usaha besar umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun, definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara. Oleh karena itu memang sulit membandingkan pentingnya atau peran UMKM antar negara.

Definisi UMKM menurut Kementerian Koperasi dan UMKM dalam AUFAR (2014:8)^[10] : Usaha Kecil (UK), termasuk usaha Mikro (UMI) adalah entitas usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000. Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200.000.000 s.d. Rp. 10.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan.

Badan Pusat Statistik (BPS) mengelompokkan UMKM berdasarkan jumlah tenaga kerja. Usaha yang memiliki 1-4 orang tenaga kerja dikelompokkan sebagai usaha mikro, 5-19 orang tenaga kerja sebagai usaha kecil, 20-99 orang tenaga kerja sebagai usaha menengah dan bila mencapai 100 orang tenaga kerja atau lebih digolongkan sebagai usaha besar (Wismiansi, 2008:6)^[11].

Berdasarkan definisi di atas dapat dikatakan bahwa UMKM adalah usaha milik orang perorangan badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang dari perusahaan lain dengan kriteria memiliki modal usaha yang memiliki batasan-batasan tertentu.

2.2.2 Kriteria UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni:
- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)
- b. Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria yakni:
- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha

yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta`rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2.2.3 Klasifikasi UMKM

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM):

- 1) *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja

untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.

- 2) *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- 3) *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- 4) *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).

2.2.4 Masalah yang dihadapi UMKM

Perkembangan usaha mikro dan kecil di Indonesia tidak lepas dari berbagai macam masalah. Tingkat intensitas dan sifat dari masalah-masalah tersebut tidak bisa berbeda tidak hanya menurut jenis produk atau pasar yang dilayani, tetapi juga berbeda antar wilayah atau lokasi, antar sentra, antar sektor atau subsektor atau jenis kegiatan, dan antar unit usaha dalam kegiatan atau sektor yang sama (Tambunan, 2002)^[11]. Meski demikian masalah yang sering dihadapi oleh usaha mikro dan kecil menurut (Tambunan, 2002)^[12].

1. Kesulitan pemasaran

sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan usaha mikro dan kecil. Salah satu aspek yang

terkait dengan masalah pemasaran adalah tekanan-tekanan persaingan, baik pasar domestic dari produk serupa buatan usaha besar dan impor, maupun di pasar ekspor.

2. Keterbatasan financial

Usaha mikro dan kecil, khususnya di Indonesia menghadapi dua masalah utama dalam aspek financial : mobilitas modal awal (*startup capital*) dan akses ke modal kerja, financial jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan demi pertumbuhan output jangka panjang.

3. Keterbatasan SDM

Keterbatasan SDM juga merupakan salah satu kendala serius bagi banyak usaha mikro dan kecil di Indonesia, terutama dalam aspek aspek *entrepreneurship*, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, *engineering design*, *quality control*, organisasi bisnis, akuntansi, data *processing*, teknik pemasaran, dan penelitian pasar. Keterbatasan ini menghambat usaha mikro dan kecil Indonesia untuk dapat bersaing di pasar domestik maupun pasar internasional.

4. Masalah bahan baku

Keterbatasan bahan baku dan input-input lainnya juga sering menjadi salah satu kendala serius bagi pertumbuhan output atau kelangsungan produksi bagi banyak usaha mikro dan kecil di Indonesia. Keterbatasan ini dikarenakan harga baku yang

terlampau tinggi sehingga tidak terjangkau atau jumlahnya terbatas

5. Keterbatasan teknologi

Usaha mikro dan kecil di Indonesia umumnya masih menggunakan teknologi lama atau tradisional dalam bentuk mesin-mesin tua atau alat-alat produksi yang sifatnya manual. Keterbelakangan teknologi ini tidak hanya membuat rendahnya total faktor produktivitas dan efisiensi di dalam proses produksi, tetapi juga rendahnya kualitas produk yang dibuat.

2.2.5 Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM di masa pandemi yaitu:

1. *Social distancing*, menurut (Telkom Indo-nesia, 2020)^[13] Social Distancing merupakan serangkaian tindakan pengendalian infeksi yang dimaksudkan untuk menghentikan atau memperlambat penyebaran penyakit menular seperti Covid-19.
2. PSBB, berdasarkan UU 6/2018, Pasal 1 angka 11 Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) adalah istilah kekarantinaan kesehatan di Indonesia yang didefinisikan sebagai “Pembatasan kegiatan tertentu pen-duduk dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi penyakit dan/atau terkontaminasi sedemikian rupa

untuk mencegah kemungkinan penyebaran penyakit atau kontaminasi.

3. Teknologi, menurut KBBI teknologi adalah metode ilmiah untuk mencapai tujuan praktis atau ilmu pengetahuan terapan. Adapun lebih lanjut teknologi adalah keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia.
4. Kesulitan penjualan, menurut Fitriani dan Mulyadi (2008)^[14] penjualan adalah suatu kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, secara kredit maupun secara tunai.
5. Harga dan bahan baku meningkat, menurut Yusniaji dan Widajanti (2013)^[15] bahan baku adalah persediaan yang dibeli oleh perusahaan untuk diproses menjadi barang setengah jadi dan akhirnya barang jadi atau produk akhir dari perusahaan.

2.3 Konsep Modal Usaha

2.3.1 Pengertian Modal Usaha

Secara garis besar pengertian modal adalah kemampuan perusahaan ditinjau dari banyaknya barang modal yang dimiliki perusahaan dilihat dari neraca perusahaan dimana dalam neraca tersebut terlihat jelas bagaimana posisi harta, utang, dan modal perusahaan baik itu berupa modal sendiri maupun modal asing (Brigham dan Houston, 2001:7)^[16].

Pengertian modal menurut Riyanto (2001:17)^[1] adalah hasil produksi yang akan digunakan untuk memproduksi lebih lanjut. Dalam perkembangannya, pengertian modal kemudian berubah menjadi bersifat non physical oriented yaitu lebih ditekankan kepada nilai daya beli, kekuasaan memakai atau menggunakan hal-hal yang terkandung dalam barang-barang modal. Permasalahan modal merupakan salah satu hal yang sangat penting mengingat perusahaan akan dapat berjalan dan berkembang dengan baik apabila didukung dengan modal yang cukup sesuai dengan kebutuhan.

2.3.2 Sumber-sumber Modal

1. Modal sendiri Modal sendiri adalah modal yang diperoleh dari pemilik perusahaan dengan cara mengeluarkan saham. Saham yang dikeluarkan perusahaan dapat dilakukan secara tertutup atau terbuka.
2. Modal asing (pinjaman) Modal asing atau modal pinjaman adalah modal yang diperoleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya diperoleh dari pinjaman. Penggunaan modal pinjaman untuk membiayai suatu usaha akan menimbulkan beban biaya bunga, biaya administrasi, serta biaya provisi.

2.4 Konsep Harga Jual

2.4.1 Pengertian Harga Jual

Menurut Kotler dan Keller^[4] menyatakan bahwa harga jual adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa

atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat, karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga jual atau harga penawaran adalah perusahaan menghitung biaya produk dan kemudian menambahkan dengan laba yang diinginkan.

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli yaitu peranan alokasi dan peranan informasi. Peranan alokasi dari harga adalah fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan membelinya, sedangkan peranan informasi dari harga adalah fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor produksi.

2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga adalah sebagai berikut (Basu Swastha dan Irawan, 2005:242)^[17]

1. Keadaan perekonomian. Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku.
2. Penawaran dan permintaan Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta lebih besar. Sedangkan penawaran merupakan kebalikan dari permintaan, yaitu suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu. Pada

umumnya, harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar.

3. Elastisitas permintaan, Faktor lain yang dapat mempengaruhi harga adalah sifat permintaan pasar. Sebenarnya sifat permintaan pasar ini tidak hanya mempengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual.
4. Persaingan, Harga jual beberapa macam barang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada. Dalam persaingan, penjual yang berjumlah banyak aktif menghadapi pembeli yang banyak pula. Banyaknya penjual dan pembeli akan mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga lebih tinggi kepada pembeli yang lain.
5. Biaya, Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya akan menghasilkan keuntungan.
6. Tujuan manajer, Penetapan harga suatu barang sering dikaitkan dengan tujuan yang akan dicapai. Setiap perusahaan tidak selalu mempunyai tujuan yang sama dengan perusahaan lainnya.
7. Pengawasan pemerintah, Pengawasan pemerintah juga merupakan faktor penting dalam penentuan harga. Pengawasan pemerintah tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk penentuan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga, serta

praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha kearah monopoli.

2.5 Konsep Pemasaran

2.5.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan dalam rangka mencapai tujuan yaitu mempertahankan kelangsungan hidup untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Pemasaran juga merupakan faktor penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk itu kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan konsumen jika perusahaan tersebut menginginkan usahanya tetap berjalan terus atau menginginkan konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan.

Definisi pemasaran menurut William J. Stanton yang dikutip oleh Swastha dan Handoko (2000: 4) : Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatankegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Pengertian pemasaran menurut Kotler (2000: 19) : “adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain”.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran mempunyai arti yang lebih luas daripada penjualan, pemasaran mencakup usaha perusahaan yang ditandai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipuaskan, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara promosi dan penjualan produk tersebut. Jadi, pemasaran juga merupakan kegiatan saling berhubungan sebagai suatu system untuk menghasilkan laba.

2.5.2 Tujuan Pemasaran

Volume penjualan yang menguntungkan merupakan tujuan pemasaran, artinya laba dapat diperoleh melalui pemuasan konsumen. Laba dapat membuat perusahaan tumbuh dan berkembang, menggunakan kemampuan yang lebih besar kepada konsumen serta memperkuat kondisi perekonomian secara keseluruhan. Laba merupakan tujuan umum dari perusahaan. Tujuan pemasaran merupakan wujud rencana yang terencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal.

2.6 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan suatu penelitian, perlu adanya jurnal dari penelitian terdahulu dan penelitian yan diambil dapat digunakan sebagai bahan rujukan atau referensi dan acuan dalam membuat penelitian ini. Tujuan dari adanya referensi penelitian terdahulu ini yaitu untuk menghindari adanya duplikasi dan penelitian yang sama dengan yang dibuat oleh peneliti sebelumnya, diantaranya sebagai berikut :

Tabel 2.2 penelitian terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Metode Penelitian	adalah	Hasil Penelitian	Penelitian
1	Gina Nurushohifa Khaeruddin, Dkk (2020)	Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan umkm di masa pandemi covid-19 (studi kasus pedagang kaki lima di desa bantar jaya bogor)	Metode Penelitian kuantitatif.	Metode Penelitian	adalah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan sebelum dan saat pandemi tidak menunjukkan perbedaan yang sangat signifikan terhadap pendapatan sebelum dan saat pandemi.	Penelitian terkait ini menunjukkan bahwa pendapatan sebelum dan saat pandemi tidak menunjukkan perbedaan yang sangat signifikan terhadap pendapatan sebelum dan saat pandemi.
2	Haposan Hutahaean (2020)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha kecil menengah (UMKM) masa pandemi covid-19 di kabupaten deliserdang	Metode Penelitian kuantitatif.	Metode Penelitian	adalah	Faktor modal dan tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha mikro di Kabupaten Deliserdang , sehingga apabila modal dan tenaga kerja meningkat maka pendapatan usaha mikro pun ikut meningkat pula.	
3	Ratih Rosita Dkk (2020)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus Wisata Taman	Metode Penelitian kuantitatif.	Metode Penelitian	adalah	Hasil dari penelitian yaitu bahwa Kemasan, Modal , dan Waktu Dagang berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan Pedagang Kaki Lima di	

		Jomblo Jambi Pandemi Covid- 19)	Kotabaru Pasca				Wisata Taman Jomblo Kotabaru Jambi.
4	Ni Rai Artini (2019)	Analisis Faktor Mempengaruhi Pendapatan UMKM Kabupaten Tabanan	Faktor- Yang Di	Metode kuantitatif.	Penelitian	adalah	Hasil dari penelitian yaitu bahwa Kemasan, Modal , dan Waktu Dagang berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Wisata Taman Jomblo Kotabaru Jambi.
5	Robert Sinaga Dkk (2020)	Pengaruh Pandemi virus (covid-19) terhadap pendapatan pedagang sayur dan buah di pasar tradisional “Pajak pagi pasar V” padang bulan	Pandemi corona	Metode kuanlitatif.	Penelitian	adalah	Hasil penelitian ini bahwa Pedagang sayur dan buah memilih untuk tetap bertahan melanjutkan usahanya demi memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari walaupun daya jual semakin menurun akibat jumlah pembeli yang semakin berkurang di masa pandemi Covid-19.

Sumber : Penelitian Terdahulu, 2021

2.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis pada dasarnya merupakan dugaan atau jawaban sementara atas permasalahan yang diteliti. Ditinjau dalam hubungannya dengan variabel penelitian, hipotesis merupakan pernyataan tentang keterkaitan

antara variabel-variabel (hubungan atau perbedaan antara dua variabel atau lebih).

Berdasarkan pada permasalahan yang telah dirumuskan dan dikaitkan dengan teori yang ada serta penelitian terdahulu, maka hipotesis penelitian yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Pengaruh Faktor Modal Usaha terhadap pendapatan UMKM

Dalam menjalankan sebuah usaha, salah satu faktor pendukung yang dibutuhkan adalah modal. Modal usaha menjadi pondasi dalam memulai usaha. Sumber modal usaha dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan pemerintah, lembaga keuangan baik bank dan non bank. Modal merupakan input dari faktor produksi yang sangat penting dalam upaya untuk menentukan tinggi rendahnya pendapatan, namun bukan berarti merupakan faktor satu-satunya yang dapat meningkatkan pendapatan (Suparmoko, 1986).

Menurut Ryanto (2001), yang menyatakan semakin besar modal perusahaan maka akan berpengaruh positif terhadap pendapatan yang diterima. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Apsari, bahwa modal adalah sebuah bentuk investasi perusahaan meliputi kas, piutang, dan persediaan barang, membayar upah karyawan dan lain sebagainya. Dimana modal dikeluarkan dengan harapan akan dapat kembali masuk kedalam perusahaan dan mendapatkan keuntungan. Hal ini sejalan dengan Penelitian Eva Rosadi (2019) menyebutkan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan, dalam

melakukan sebuah usaha baik skala besar maupun kecil tentu perlu biaya atau pengeluaran (modal) baik itu untuk biaya produksi, pembelian bahan baku, upah dan lain sebagainya yang berhubungan dengan melakukan sebuah usaha. Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut :

H_1 = Modal berpengaruh secara signifikan terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

2. Pengaruh Faktor Jumlah Penjualan terhadap pendapatan UMKM

Penjualan adalah jumlah uang dibebankan dan dapat dilakukan secara kredit maupun tunai dan pada umumnya kepada beberapa pelanggan. Penjualan pun diukur dengan seberapa banyak barang atau produk yang dijual oleh suatu perusahaan yang biasa disebut dengan volume (jumlah). Tujuan dari penjualan sendiri tentunya ialah untuk mendapatkan keuntungan yang ditargetkan oleh setiap perusahaan. Maka dari itu, untuk bisa meraih keuntungan yang maksimal perlu adanya peningkatan pada jumlah penjualan usaha. Di dalam penelitian yang dilakukan oleh Sumantri yang telah dipaparkan pada pernyataan sebelumnya, terdapat pernyataan yang menjelaskan bahwa jika pedagang ingin meningkatkan pendapatan usahanya maka ia harus meningkatkan volume penjualan yakni jumlah produk yang akan dijual. Untuk meningkatkan volume penjualan perlu dilakukan upaya dan strategi yang tepat dan efektif.

Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis kedua sebagai berikut :

H₂ = Jumlah Penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

3. Pengaruh Faktor Pemasaran terhadap pendapatan UMKM

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan perkembangan usahanya dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan tergantung pada kemampuan dan keahlian bidang pemasaran. Dalam pencapaian tujuan perlu adanya strategi pemasaran yaitu suatu rencana yang dimiliki oleh suatu perusahaan sebagai pedoman bagi kegiatankegiatan pemasaran guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan (Swastha & Irawan, 2005). Menurut Purwanti (2012) faktor strategi pemasaran berpengaruh terhadap perkembangan usaha sehingga adanya keterkaitan dengan pendapatan pemilik usaha UMKM.

Tujuan pemasaran yaitu meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen, menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, menentukan tingkat harga, mempromosikan agar produk dikenal konsumen dan mendistribusikan produk ke tempat konsumen. Maka dari itu diperlukan strategi pemasaran yang baik agar bisa mengembangkan usaha dengan baik, strategi pemasaran merupakan

salah satu faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha. Seperti dalam penelitiannya Yasri (2014: 293) mengungkapkan bahwa positioning, strategi produk, harga, distribusi dan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan UMKM.

Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut :

H_3 = Pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

4. Pengaruh Faktor Harga terhadap pendapatan UMKM

Harga jual juga mempunyai peranan yang cukup penting bagi pelaku usaha, guna meningkatkan daya saing dan menarik minat pembeli. Semakin rendah harga maka minat para pembeli akan semakin banyak, begitupun juga sebaliknya, semakin tinggi harga maka minat para pembeli akan sedikit. Namun kita juga harus memperhitungkan ketika menentukan harga jual, karena apabila kita salah menghitung selaris apapun usaha kita akan mengakibatkan sulitnya usaha untuk bertahan karena dapat mengalami kerugian. Selain itu, penentuan harga yang tidak sesuai dengan kualitas produk yang kita jual menyebabkan pelaku usaha tidak disukai oleh pembeli.

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga jual paling tinggi (Tjiptono, 2005:152). Harga jual sangat berhubungan dengan pendapatan, karena harga jual yang ditetapkan

perusahaan terhadap produk yang dijual akan memberikan pendapatan atau keuntungan kepada perusahaan, maka harga jual mempunyai peran yang penting didalam perusahaan dan menentukan tinggi atau rendahnya pendapatan suatu perusahaan (Rivandi dan Jannah, 2018). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Crisdandi (2015) yaitu adanya pengaruh positif yang signifikan harga jual terhadap pendapatan. H_4 = Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

5. Pengaruh Modal, Jumlah Penjualan, Pemasaran dan Harga terhadap Pendapatan UMKM

Pengujian dilakukan secara signifikan. Hipotesis yang telah diuraikan di atas merupakan hipotesis untuk pengujian secara signifikan Hipotesis untuk pengujian secara signifikan yaitu sebagai berikut :

H_5 = Modal, Jumlah Penjualan, Pemasaran dan Harga berpengaruh signifikan terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat pada UMKM Kabupaten Tegal.

3.2 Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 5 bulan, terhitung dari tanggal 1 Februari sampai dengan 25 Juni 2021.

3.3 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

3.3.1 Data Kualitatif

Data kualitatif menurut Suliyanto (2005:134)^[19] yaitu data dalam bentuk kata-kata atau bukan bentuk angka. Data ini biasanya menjelaskan karakteristik atau sifat. Data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pengertian, penjelasan mengenai teori modal, jumlah penjualan, pemasaran, harga dan pendapatan umkm.

3.3.2 Data Kuantitatif

Data kuantitatif menurut Suliyanto (2005:135)^[19] yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan merupakan hasil dari perhitungan dan pengukuran. Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini berupa data kuesioner pelaku UMKM kabupaten tegal.

3.4 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.4.1 Data Primer

Data Primer menurut Suliyanto (2005:131)^[19] adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama.

Dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh langsung dari responden pemilik UMKM yang menjadi sampel dalam penelitian ini, meliputi besarnya modal, jumlah penjualan, pemasaran, harga dan pendapatan UMKM.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder menurut Suliyanto (2005:132)^[19] adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini seperti jumlah UMKM di Kabupaten Tegal dan data lainnya yang terdapat pada tinjauan pustaka.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data atau keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, maka metode penelitian yang digunakan penulis ialah sebagai berikut :

3.5.1 Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2014: 145)^[18] yaitu teknik pengumpulan data yang berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi dalam penelitian ini dilakukan secara langsung pada

instansi dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penyusunan tugas akhir ini.

3.5.2 Angket/Kuesioner

Menurut Sunandar et al., (2019: 101)^[20] kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara membagi daftar pertanyaan kepada responden agar responden tersebut memberikan jawabannya. Penulis melakukan pembagian angket/ kuesioner tersebut secara online atau tidak langsung dengan melalui google form.

3.5.3 Studi Pustaka

Studi Pustaka menurut Sugiyono (2012:291)^[18] merupakan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literature-literatur ilmiah.

3.5.4 Wawancara

Wawancara menurut Suliyanto (2004:137)^[26] yaitu teknik pengambilan data dimana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali informasi dari responden. Dalam penelitian ini peneliti melakukan tanya jawab secara langsung dengan Pelaku UMKM Kabupaten Tegal.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Menurut sugiyono (2015)^[30] Variable penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel terikat dan bebas.

Menurut Sugiyono (2015)^[30], pengertian variabel terikat dan variabel bebas sebagai berikut :

3.6.1 Variabel Dependen

Variabel dependen disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Pendapatan UMKM.

3.6.2 Variabel Independen

Variabel Independen sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Modal, Jumlah Penjualan, Pemasaran dan Harga.

3.7 Populasi dan Sampel

Desain Penelitian yang tertuang dalam modul Metodologi Penelitian menurut

pendapat dari Sunandar et al., (2019: 53)^[20] menyatakan bahwa desain penelitian adalah suatu rencana tentang bagaimana mengumpulkan dan mengolah data agar penelitian yang diharapkan dapat tercapai. Dalam desain penelitian ini, penulis akan mengumpulkan dan mengolah data berupa penentuan populasi dan sampel yang dibutuhkan untuk menunjang sebuah penelitian diantaranya sebagai berikut:

3.7.1 Populasi

Sugiyono (2013)^[18] menyatakan bahwa populasi terkait dengan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek dengan kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM di Wilayah di Kabupaten Tegal sebanyak 173.113 UMKM yang terdiri dari 18 kecamatan di Kabupaten Tegal yang terdaftar dalam Dinas Perdagangan Koperasi Dan UKM Kabupaten Tegal.

3.7.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi. Sampel terdiri dari jumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan kata lain, sejumlah, tetapi tidak semua elemen populasi akan membentuk sampel. Sampel adalah sub kelompok atau sebagian dari populasi. Dengan mempelajari sampel, peneliti akan bisa mengambil kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terhadap populasi penelitian (Sekaran, 2006)^[21].

Teknik sampling merupakan teknik yang digunakan untuk mengambil sampel agar terjamin representasinya terhadap populasi. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan probability sampling yang diartikan sebagai teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama setiap populasi untuk dijadikan sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel dengan probability sampling dalam penelitian ini menggunakan random sampling sederhana yaitu teknik pengambilan sampling yang setiap sampel diambil secara acak (random) untuk dijadikan sebagai sampel (Ismail, 2018)^[22].

Rumus yang digunakan untuk menentukan sampel yaitu menggunakan rumus *Slovin* :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = Besaran Sampel

N = Besaran Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan

Dalam penelitian ini populasi (N) adalah sebanyak 100 responden. Sampel yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{173.113}{1 + 173.113 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{173.113}{1 + 173.113 (0,1)^2}$$

$$1 + 1.732,13$$

$n = 99,9$ dibulatkan menjadi 100 responden

3.8 Metode Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Metode analisis data ini yaitu deskriptif kuantitatif menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22. Kegiatan analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mantabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Sugiyono (2015)^[30].

Skala yang sering di gunakan dalam transformasi data kualitatif menjadi data kuantitatif adalah skala model Likert yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan sebagai berikut:

Skala Model Likert

Pilihan Jawaban	Bobot Nilai
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Sugiyono (2016:94)^[29].

Skala likert digunakan pada penelitian dengan metode pengambilan menggunakan kuisisioner dengan data berbentuk kuantitatif (bukan angka). Sedangkan analisis statistic mengharuskan penelitian memiliki

bentuk data berupa angka (kuantitatif) sehingga skala likert digunakan untuk mengkuantitatifkan (merubah data dalam bentuk angka) data berbentuk kuantitatif yang didapatkan dari kuisisioner. Skala likert biasanya digunakan pada data ordinal.

3.8.1 Uji Instrument

3.8.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu data yang dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Menurut Sugiyono (2015)^[30]. Dikatakan valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur. Pengujian terhadap validitas dilakukan dengan menggunakan metode *alpha cronbach*. Untuk menentukan apakah intrumen tersebut valid dapat digunakan ketentuan sebagai berikut :
Dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, apabila r hitung > r tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid sedangkan apabila r hitung < r tabel, maka variabel tersebut tidak valid. Untuk mencari r tabel adalah

$$r_{\text{tabel}} = n$$

Uji validitas juga dapat ditentukan dengan menggunakan Pearson Correlation yaitu dengan cara tingkat signifikansi

dari hasil korelasi setiap indikator dengan total indikator, apabila nilai Sig. < 0,05 maka variabel tersebut valid.

3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan uji keandalan dari suatu alat ukur. Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Sugiyono (2015)^[30]. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai (α) 0,60. Butir kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika cronbach's alpha > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika cronbach's alpha < 0,60.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi yang baik harus memenuhi tidak adanya masalah asumsi klasik dalam modelnya. Jika masih terdapat asumsi klasik, maka model regresi tersebut masih memiliki bias. Jika suatu model masih terdapat adanya masalah asumsi klasik, maka akan dilakukan langkah revisi model ataupun penyembuhan untuk menghilangkan masalah tersebut. Pengujian asumsi klasik akan dilakukan sebagai berikut:

3.8.2.1 Uji Normalitas

Menurut Imam, Ghozali (2011)^[31], uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi,

variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal P-P *Plot of Regression Standardized Residual* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Jika hasil uji Kolmogorov Smirnov lebih besar dari 0,05 atau nilai Sig. > 0,05 maka suatu model regresi dikatakan normal dan berlaku sebaliknya.

3.8.2.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2011:105)^[31] Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel *independent*. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas, dan jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.8.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2011:139) [17] uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu

pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heterokedastisitas.

Dasar pengambilan keputusan pada uji heterokedastisitas sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi $>$ alpha 0,05 maka tidak terkena gejala heterokedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi $<$ alpha 0,05 maka terjadi gejala heterokedastisitas.

3.8.2.4 Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2011:110)^[31] Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi.

Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Syarat untuk regresi ganda adalah tidak ada autokorelasi antar variabel bebas. Uji Autokorelasi menggunakan uji Runs Test dilakukan dengan melihat nilai $\text{sig} > 0,05$ data tidak mengalami atau mengandung autokorelasi.

3.8.3 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan variabel bebas yaitu Modal, Jumlah penjualan, Pemasaran dan Harga terhadap variabel tidak bebas yaitu Pendapatan Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Dalam analisis regresi linier berganda uji yang diperlukan antara lain :

3.8.3.1 Koefisien Determinasi (Adj R²)

Menurut Sugiyono (2012:97)^[16] koefisien determinasi = R² (koefisien korelasi pangkat dua) ialah besarnya sumbangan/andil (share) dari X terhadap variasi (naik turunnya) Y. Nilai koefisien determinasi ini dapat dihitung dengan formula sebagai berikut :

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan :

KD = Koefisien Detreminasi

R² = Nilai koefisien korelasi

3.8.3.2 Persamaan Regresi

Persamaan regresi digunakan untuk mengetahui hubungan positif atau negatif antar variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh Modal (X1), Jumlah

Penjualan (X2) Pemasaran (X3) Harga (X4) terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Y).
 Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi X₁

b₂ = Koefisien regresi X₂

b₃ = Koefisien regresi X₃

b₄ = Koefisien regresi X₄

X₁ = Modal

X₂ = Jumlah Penjualan

X₃ = Pemasaran

X₄ = Harga

e = Error

3.9 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menggunakan metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan secara simultan menggunakan uji F.

3.9.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t bertujuan untuk menguji secara parsial atau individu variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam pengujian t perlu ditentukan terlebih dahulu tingkat kesalahan atau alpha (α) yang akan digunakan dalam penelitian. Tingkat kesalahan yang digunakan yaitu sebesar 1%, 5%, 10%. Dasar pengambilan keputusan uji t dengan dua cara :

1) Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} :

a. H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

b. H_0 ditolak (H_a diterima) jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Cara mencari t Tabel :

$df = n - k$

Keterangan :

n = banyaknya responden/data

k = variabel penelitian

2) Dengan menggunakan angka signifikansi

a. H_0 diterima jika angka signifikannya $> 0,05$

(misal pada $\alpha = 5\%$)

b. H_0 ditolak (H_a diterima) jika signifikannya $<$

0,05 (misal pada $\alpha = 5\%$)

3.9.2 Uji F (Uji Simultan)

Dalam penelitian ini untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel *independent* secara simultan tanda

variabel *dependent* di lakukan dengan menggunakan uji F_{tes} yaitu dengan cara membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} .

Dalam pengambilan keputusan dengan dua cara, yaitu :

- a. Dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel}
 - H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ $\alpha = 5\%$
 - H_0 ditolak (H_a diterima) jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$
- b. Dengan berdasarkan angka probabilitasnya
 - H_0 diterima jika angka probabilitasnya $> 0,05$
 - H_0 ditolak (H_a diterima) jika probabilitasnya $< 0,05$

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Kabupaten Tegal

Untuk dapat memberikan gambaran umum tentang kondisi objek penelitian, dalam bab ini akan diuraikan mengenai gambaran umum dari daerah peneliti yang menyangkut berbagai aspek di dalamnya. Diharapkan deskripsi ini dapat memberikan gambaran umum yang berhubungan dengan penelitian.

Kabupaten Tegal adalah salah satu daerah Kabupaten yang terletak di Propinsi Jawa Tengah dengan Ibu Kota Slawi. Terletak antara $108^{\circ}57'6''$ s/d $109^{\circ}21'30''$ Bujur Timur dan $6^{\circ}50'41''$ s/d $7^{\circ}15'30''$ Lintang Selatan. Dengan keberadaan sebagai salah satu daerah yang melingkupi wilayah pesisir utara bagian barat Jawa Tengah, Kabupaten Tegal menempati posisi strategis di persilangan arus transportasi Semarang-Cirebon-Jakarta dan Jakarta-Tegal-Cilacap dengan fasilitas pelabuhan di Kota Tegal.

Luas wilayah Kabupaten Tegal adalah 878,79 km² yang berupa daratan dan lautan seluas 121,50 km². Secara administrasi, wilayah Kabupaten Tegal terdiri dari 18 wilayah Kecamatan, 6 Kelurahan, dan 281 Desa. Adapun batas-batas wilayah Kabupaten Tegal, yaitu: Sebelah Utara Kota Tegal, Sebelah Timur Kabupaten Pemalang, Sebelah Barat Kabupaten Brebes, Sebelah Selatan Kabupaten Brebes dan Banyumas.

Secara Topografis wilayah Kabupaten Tegal terdiri dari 3 (tiga) kategori daerah yaitu :

1. Daerah pantai meliputi kecamatan Kramat, Suradadi dan Warureja.
2. Daerah daratan rendah meliputi Kecamatan Adiwerna, Dukuhturi, Talang, Tarub, Pagerbarang, Dukuhwaru, Slawi, Lebaksiu sebagian wilayah Suradadi, Warureja, Kedungbanteng dan Pangkah.
3. Daerah dataran tinggi/pegunungan meliputi Kecamatan Jatinegara, Margasari, Balapulang, Bumijawa, Bojong, sebagian Pangkah dan Kedungbanteng.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Analisis Statistika Deskriptif Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Tegal sebanyak 100 orang. Karakteristik responden yang diperoleh dari hasil pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner ini terdiri dari jenis kelamin, usia dan pendidikan terakhir. Deskripsi data responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini :

Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	47	47 %
Perempuan	53	53 %
Total	100	100 %

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa dari 100 responden atau pelaku UMKM di Kabupaten Tegal. Jumlah responden

berjenis kelamin laki-laki adalah 47 responden atau 47%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 53 responden atau persentase 53% . Deskripsi data responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini :

Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
< 25 Tahun	37	37 %
26 - 35 Tahun	36	36 %
36 - 45 Tahun	21	21%
46 - 55 Tahun	6	6%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.2, diketahui bahwa dari 100 responden atau pelaku UMKM di Kabupaten Tegal didominasi usia <25 tahun dengan jumlah 37 responden atau persentase 37%. Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan pelaku UMKM di Kabupaten Tegal berusia antara <25 tahun. Deskripsi data responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini :

Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SD	11	11%
SMP/Sederajat	11	11%
SMA/Sederajat	59	59%
Perguruan Tinggi	19	19%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.3, diketahui bahwa dari 100 responden atau pelaku UMKM di Kabupaten Tegal didominasi pendidikan

terakhir SMA/SMK yaitu dengan jumlah 59 responden atau persentase 59%. Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan pelaku UMKM di Kabupaten Tegal berpendidikan terakhir SMA/SMK.

4.2.2 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya tiap indikator pada suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Berikut adalah hasil dari uji validitas untuk tiap item pernyataan :

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Person Corelation	Sig. (2tailed)	Keterangan
Modal (X1) :			
- Modal 1	0,666	0,000	Valid
- Modal 2	0,549	0,000	Valid
- Modal 3	0,500	0,000	Valid
- Modal 4	0,720	0,000	Valid
- Modal 5	0,699	0,000	Valid
Jumlah Penjualan (X2) :			
- Jumlah Penjualan 1	0,641	0,000	Valid
- Jumlah Penjualan 2	0,712	0,000	Valid
- Jumlah Penjualan 3	0,712	0,000	Valid
- Jumlah Penjualan 4	0,676	0,000	Valid
- Jumlah Penjualan 5	0,661	0,000	Valid
Pemasaran (X3) :			

- Pemasaran 1	0,623	0,000	Valid
- Pemasaran 2	0,655	0,000	Valid
- Pemasaran 3	0,688	0,000	Valid
- Pemasaran 4	0,661	0,000	Valid
- Pemasaran 5	0,643	0,000	Valid
Harga (X4) :			
- Harga 1	0,833	0,000	Valid
- Harga 2	0,860	0,000	Valid
- Harga 3	0,816	0,000	Valid
- Harga 4	0,853	0,000	Valid
- Harga 5	0,835	0,000	Valid
Pendapatan UMKM (Y) :			
- Pendapatan 1	0,375	0,000	Valid
- Pendapatan 2	0,495	0,000	Valid
- Pendapatan 3	0,704	0,000	Valid
- Pendapatan 4	0,793	0,000	Valid
- Pendapatan 5	0,783	0,000	Valid

Sumber : Data diolah, 2021

Uji validitas menggunakan Pearson Correlation dapat diketahui dengan mengukur tingkat signifikansi dari hasil korelasi setiap indikator dengan total indikator, apabila nilai signifikansi < 0,05, maka variabel tersebut dikatakan valid. Dilihat dari tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa setiap pernyataan dari semua variabel dinyatakan valid karena mempunyai nilai signifikansi < 0,05.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu uji yang digunakan untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu instrumen penelitian. Reliabilitas atau tidaknya instrumen penelitian dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar daripada 0,60 ($>0,6$). Jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,60$ maka pertanyaan-pertanyaan untuk mengukur variabel yang diamati tidak reliabel.

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Seluruh Variabel

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Modal (X ₁)	0,605	Reliabel
Jumlah penjualan (X ₂)	0,704	Reliabel
Pemasaran (X ₃)	0,665	Reliabel
Harga (X ₄)	0,893	Reliabel
Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Y)	0,620	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas pada tabel 4.5, dapat diketahui bahwa variabel Modal (X₁), Jumlah Penjualan (X₂), Pemasaran (X₃), Harga (X₄) dan Pendapatan (Y) diperoleh nilai reliabilitas lebih besar bila dibandingkan nilai cronbach alpha 0,6. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel Modal (X₁), Jumlah Penjualan (X₂), Pemasaran (X₃)

Harga (X4) dan Pendapatan (Y) dapat dikatakan reliabel atau handal.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Metode regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal (Umar, 2015).

Uji normalitas ini dimaksudkan untuk mengetahui bahwa distribusi penelitian tidak menyimpang secara signifikan dari distribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan Kolmogorov- Smirnov Test dalam aplikasi SPSS, jika nilai sig (signifikansi) $>0,05$ maka data berdistribusi normal dan apabila nilai sig (signifikansi) $<0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas

<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	Keterangan
.083 ^c	Terdistribusi normal

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.6 di atas menunjukkan nilai signifikansi (2-tailed) sebesar $0,083 > 0,05$ yang berarti data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan bentuk pengujian yang menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan angka 10. Jika nilai VIF < 10 atau memiliki *Tolerance* $> 0,10$ maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas.

Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
Modal (X_1)	0,493	2,029
Jumlah Penjualan (X_2)	0,710	1,409
Pemasaran (X_3)	0,771	1,297
Harga (X_4)	0,494	2,025

Sumber : Data diolah, 2021

Dari hasil analisis pada tabel 4.7 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* $0,439 > 0,10$ serta nilai VIF $2,275 < 10$ (variabel Modal). Nilai *Tolerance* $0,710 > 0,10$ serta nilai VIF $1,409 < 10$ (variabel Jumlah Penjualan). Nilai *Tolerance* $0,771 > 0,10$ serta nilai VIF $1,297 < 10$ (Pemasaran). Nilai *Tolerance* $0,494 > 0,10$ serta nilai VIF $2,052 < 10$ (variabel Harga). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada masing-masing variabel.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah varian dari variabel pada model regresi sama atau tidak. Yang diharapkan adalah variasi variabelnya sama (homoskedastisitas). Uji heterokedastisitas menggunakan uji statistic *Glejser* dilakukan dengan melihat masing-masing variabel independen memiliki nilai sig. $>$ alpha 0,05 (dengan dependen variabel yang sudah ditransform) maka model regresi tidak terkena gejala heterokedastisitas (varian data homogen).

Hasil analisis untuk mengetahui adanya heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut :

Tabel 4.8 Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Signifikansi
Modal (X ₁)	0,477
Jumlah penjualan (X ₂)	0,335
Pemasaran (X ₃)	0,659
Harga (X ₄)	0,534

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil analisis Uji Glejser menunjukkan nilai Sig variabel Modal sebesar $0,477 >$ alpha 0,05, Sig variabel Jumlah Penjualan sebesar $0,335 >$ alpha 0,05, Sig variabel Pemasaran $0,659 >$ alpha 0,05, dan Sig variabel Harga $0,534 >$ alpha 0,05 yang berarti model regresi tidak terkena gejala heterokedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Uji Autokorelasi menggunakan uji Runs Test dilakukan dengan melihat nilai $\text{sig} > 0,05$ data tidak mengalami atau mengandung autokorelasi.

Hasil analisis untuk mengetahui adanya autokorelasi dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut :

Tabel 4. 9 Hasil Uji Atokorelasi

<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	Keterangan
0,054	Tidak mengalami autokorelasi

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 di atas menunjukkan nilai signifikansi (2-tailed) sebesar $0,054 > 0,05$ yang berarti data tidak mengalami atau mengandung autokorelasi.

4.2.4 Uji Regresi Linear Berganda

1) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi diperlukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas modal (X_1), jumlah penjualan

(X2) pemasaran (X3) harga (X4) terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Y) yang merupakan variabel terikat. Hasil analisis untuk mengetahui jumlah R^2 dengan menggunakan SPSS 22 dapat dilihat dari tabel 4.10 berikut:

Tabel 4.10 Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
1	0,848 ^a	0,720	0,708

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa faktor determinan berupa modal, jumlah penjualan, pemasaran dan harga secara bersama-sama terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebesar 0,708 atau 70,8%, sedangkan sisanya 29,2% dijelaskan oleh variabel lainnya diluar penelitian ini.

2) Persamaan Regresi

Persamaan Regresi digunakan untuk menggambarkan model serta besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi ini memuat nilai konstanta dan nilai variabel dependen. Hasil persamaan regresi dengan menggunakan SPSS 22 dapat dilihat dari tabel 4.11 berikut:

Tabel 4.11 Hasil Persamaan Regresi

Variabel Independen	Koefisien Regresi
Konstanta	4,814
Modal	0,250
Jumlah Penjualan	-0,146
Pemasaran	0,049
Harga	0,517

Sumber : Data diolah, 2021

$$Y = 4,814 + 0,250 X_1 + - 0,146 X_2 + 0,049 X_3 + 0,517 X_4 + e$$

- a. Nilai konstanta sebesar 4,814 yang menunjukkan bahwa jika modal, jumlah penjualan, pemasaran dan harga sebesar 0 satuan maka pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebesar 4,814satuan.
- b. Nilai koefisien regresi sebesar 0,250 menunjukkan bahwa setiap peningkatan modal sebesar 1 satuan dapat menyebabkan peningkatan pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebesar 0,250 satuan.
- c. Nilai koefisien regresi sebesar -0,146 menunjukkan bahwa setiap peningkatan jumlah penjualan sebesar 1 satuan dapat menyebabkan penurunan pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebesar -0,146 satuan.
- d. Nilai koefisien regresi sebesar 0,049 menunjukkan bahwa setiap peningkatan pemasaran sebesar 1 satuan dapat menyebabkan peningkatan pendapatan Usaha Mikro

Kecil dan Menengah (UMKM) sebesar 0,049 satuan.

- e. Nilai koefisien regresi sebesar 0,517 menunjukkan bahwa setiap peningkatan harga sebesar 1 satuan dapat menyebabkan peningkatan pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebesar 0,517 satuan.

4.2.5 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini secara parsial menggunakan uji t dan secara simultan menggunakan uji F.

1. Uji t (Uji Parsial)

Digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial atau individu variabel independen terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dengan berdasarkan angka signifikansi (tingkat signifikansi 95%) yaitu :

- H_0 diterima jika angka signifikansinya $> 0,05$, yang artinya variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.
- H_0 ditolak (H_a diterima) jika signifikansinya $< 0,05$, yang artinya variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

Tabel 4.12 Hasil Uji t

Variabel Independen	t	Signifikansi
Modal	3,487	0,001
Jumlah Penjualan	-1,567	0,120
Pemasaran	0,444	0,658
Harga	7,811	0,000

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.12 dengan melihat nilai angka signifikansi, maka dapat disimpulkan bahwa :

- b. Nilai signifikansi variabel Modal $0,001 < 0,05$ yang artinya bahwa H_a diterima, sehingga Modal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
- c. Nilai signifikansi variabel jumlah penjualan sebesar $0,120 > 0,05$ yang artinya bahwa H_0 diterima, sehingga jumlah penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
- d. Nilai signifikansi variabel pemasaran sebesar $0,658 > 0,05$ yang artinya bahwa H_0 diterima, sehingga pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

e. Nilai signifikansi variabel harga sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya bahwa berarti H_a diterima, sehingga harga berpengaruh signifikan terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan atau bersama variabel independen terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan dengan berdasarkan angka signifikansi (tingkat signifikansi 95%) yaitu :

- H_0 diterima jika angka signifikansinya $> 0,05$, yang artinya variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.
- H_0 ditolak (H_a diterima) jika signifikansinya $< 0,05$, yang artinya variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.13 Hasil Uji F

F	Signifikansi
61,014	0,000

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.13 dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi pada uji F yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya modal, jumlah penjualan, pemasaran dan harga berpengaruh terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Faktor Modal Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal

Dari hasil perhitungan uji hipotesis (Uji t) dengan menggunakan SPSS, diperoleh nilai signifikansi variabel modal sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Modal berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). dengan demikian hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa Modal memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal hipotesis diterima. Berdasarkan nilai koefisien determinasi faktor determinan berupa modal, jumlah penjualan, pemasaran dan harga secara bersama-sama terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebesar 0,708 atau 70,8%, sedangkan sisanya 29,2% dijelaskan oleh variabel lainnya diluar penelitian ini.

Faktor pertama yang mempengaruhi pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal yaitu Faktor Modal. Modal adalah faktor yang

mempunyai peran cukup penting dalam proses produksi, karena modal diperlukan ketika pengusaha hendak mendirikan perusahaan baru atau untuk memperluas usaha yang sudah ada, tanpa modal yang cukup maka akan berpengaruh terhadap kelancaran usaha, sehingga akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh.

Artinya semakin besar modal pemilik yang digunakan untuk keperluan proses produksi, maka pendapatan yang diperoleh akan semakin meningkat. Sejalan dengan teori dan penelitian terdahulu yang disampaikan oleh (Marfuah dan Hartiyah 2019), menyatakan bahwa modal sendiri (awal) mempunyai pengaruh positif terhadap pendapatan pengusaha UMKM. Menurut Ryanto (2001), yang menyatakan semakin besar modal perusahaan maka akan berpengaruh positif terhadap pendapatan yang diterima. Adapun hubungannya dengan penelitian ini bahwa modal sama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM.

4.3.2 Pengaruh Faktor Jumlah penjualan Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal

Dari hasil perhitungan uji hipotesis (Uji t) dengan menggunakan SPSS, diperoleh nilai signifikansi variabel jumlah penjualan sebesar $0,120 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah penjualan tidak berpengaruh positif terhadap tingkat pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). dengan demikian hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa Jumlah

penjualan memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal hipotesis ditolak. faktor determinan berupa modal, jumlah penjualan, pemasaran dan harga secara bersama-sama terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebesar 0,708 atau 70,8%, sedangkan sisanya 29,2% dijelaskan oleh variabel lainnya diluar penelitian ini.

Hal ini mengandung arti bahwa Jumlah penjualan yang banyak tidak serta merta dapat selalu meningkatkan pendapatan pada UMKM di Kabupaten Tegal. Karena jika jumlah penjualan dengan skala yang besar dapat meningkatkan pendapatan pada UMKM tetapi pengeluaran yang dilakukan oleh pelaku UMKM itu sendiri juga cukup besar, bahkan lebih dari hasil pendapatan UMKM yang diterima maka tidak bisa meningkatkan pendapatan pada UMKM. Artinya terdapat faktor lain yang menyebabkan jumlah penjualan ini tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sumantri (2017) yaitu adanya pengaruh signifikan volume penjualan terhadap pendapatan.

4.3.3 Pengaruh Faktor Pemasaran Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal

Dari hasil perhitungan uji hipotesis (Uji t) dengan menggunakan SPSS, diperoleh nilai signifikansi variabel pemasaran sebesar $0,658 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pemasaran tidak berpengaruh positif terhadap tingkat pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). dengan demikian hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan bahwa pemasaran memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal hipotesis ditolak. faktor determinan berupa modal, jumlah penjualan, pemasaran dan harga secara bersama-sama terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebesar 0,708 atau 70,8%, sedangkan sisanya 29,2% dijelaskan oleh variabel lainnya diluar penelitian ini.

Hal ini mengandung arti bahwa setiap pelaku UMKM memiliki cara masing-masing untuk meningkatkan pendapatan usahanya. Tidak serta merta hanya mengandalkan atau mengedepankan dari faktor pemasaran saja. Biaya pemasaran akan mempengaruhi pendapatan usaha. Setiap pelaku usaha harus mempertimbangkan biaya yang akan dikeluarkan. Jika dalam hal ini biaya pemasaran yang dikeluarkan lebih besar maka tidak bisa meningkatkan pendapatan usaha.

Hal ini tidak sejalan dengan teori menurut Purwanti (2012) bahwa faktor pemasaran berpengaruh terhadap perkembangan usaha sehingga adanya keterkaitan dengan pendapatan pemilik usaha UMKM.

4.3.4 Pengaruh Faktor Harga Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal

Dari hasil perhitungan uji hipotesis (Uji t) dengan menggunakan SPSS, diperoleh nilai signifikansi variabel Harga sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). dengan demikian hipotesis keempat (H_4) yang menyatakan bahwa Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal hipotesis diterima. faktor determinan berupa modal, jumlah penjualan, pemasaran dan harga secara bersama-sama terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebesar 0,708 atau 70,8%, sedangkan sisanya 29,2% dijelaskan oleh variabel lainnya diluar penelitian ini.

Harga merupakan faktor yang sangat sensitif karena daya tawar konsumen yang tinggi akibat banyaknya pesaing yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di Kabupaten Tegal. Hal ini berpengaruh terhadap penetapan harga yang dilakukan oleh pelaku UMKM di Kabupaten Tegal. Mereka harus menetapkan harga

didasarkan pada mutu yang ditampilkan oleh produk yang mereka jual, semakin baik kualitasnya maka harga yang ditawarkan juga semakin tinggi. Harga disini bukan berarti harga yang murah saja ataupun harga yang tinggi, akan tetapi yang dimaksud adalah harga yang tepat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Crisdandi (2015) yaitu adanya pengaruh positif yang signifikan harga jual terhadap pendapatan.

4.3.5 Pengaruh Faktor Modal, Jumlah penjualan, Pemasaran dan Harga Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal

Dari hasil perhitungan uji hipotesis (Uji t) dengan menggunakan SPSS, dapat disimpulkan bahwa faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan UMKM di kabupaten Tegal yaitu faktor Modal dengan nilai signifikan sebesar 0,001 dan faktor harga dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Sedangkan faktor jumlah penjualan dan pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal.

Dan hasil dari koefisien determinasi menunjukkan bahwa faktor determinan berupa modal, jumlah penjualan, pemasaran dan harga secara bersama-sama terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebesar 0,708 atau 70,8%, sedangkan sisanya 29,2% dijelaskan oleh variabel lainnya diluar penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan bab-bab sebelumnya maka peneliti dapat memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian hipotesis pertama menunjukkan bahwa Modal (X1) berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan (Y) UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Tegal.
2. Hasil penelitian hipotesis kedua menunjukkan bahwa Jumlah Penjualan (X2) tidak berpengaruh terhadap Pendapatan (Y) UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Tegal.
3. Hasil penelitian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa Pemasaran (X3) tidak berpengaruh terhadap Pendapatan (Y) UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Tegal.
4. Hasil penelitian hipotesis keempat menunjukkan bahwa Harga (X4) berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan (Y) UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Tegal.
5. Hasil koefisien determinasi menunjukkan Modal, Jumlah Penjualan, Pemasaran dan Harga berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM di kabupaten Tegal Pada Masa Pandemi Covid-19 sebesar 70,8% sedangkan sisanya sebesar 29,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan dari beberapa kesimpulan yang telah dijelaskan maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Diharapkan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Tegal untuk dapat meningkatkan pendapatan usaha yang dikelolanya dengan cara menambah faktor produksi yang mempunyai pengaruh langsung terhadap produktivitas usaha, sehingga pada akhirnya juga akan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan pelaku usaha.
2. Diharapkan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Tegal untuk lebih mendalami lagi strategi pemasaran yang dilakukan dan meningkatkan kualitas produk, hal ini agar konsumen dan pelanggan lebih banyak lagi sehingga dalam usaha meningkatkan pendapatan dapat berjalan lebih efektif.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat digunakan sebagai bahan referensi. Peneliti mengharapkan untuk peneliti selanjutnya agar menggunakan atau menambah variabel berbeda untuk lebih mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi pendapatan, serta dapat mencari objek atau lokasi penelitian yang berbeda dari yang sudah diteliti. Peneliti menyadari dari penelitian ini masih banyak keterbatasan dan kekurangan sehingga perlu adanya penelitian selanjutnya yang lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Budastra, I.K. (2020). Dampak Sosial Ekonomi Covid-19 dan Program Potensial Untuk Penanganannya : Studi Kasus di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Agrimansion*. Vol. 20 No.1 April 2020. 48-57 [2]
- Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi R&D*. Cetakan Kedua puluh, Alfabeta. Bandung
- [2] Burhanuddin, C.I., Abdi, M.N. (2020). Ancaman Krisis Ekonomi Global dari Dampak Penyebaran Virus Corona (Covid-19). *Jurnal AkMen STIE Nobel Indonesia*. Vol. 17 No. 1 Maret 2020. 90-98.
- [3] Kusnadi (2000;9) “Akuntansi Keuangan Menengah (Intermediate): Prinsip, Prosedur, dan Metode“
- [4] Jaya, A. H. M. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Sekitar Pantai Losari Kota Makassar. *Skripsi*. Makassar: Jurusan Ilmu Ekonomi Feb Unhas. Gga
- [5] Samuelson. (2005). *Ilmu Ekonomi Makro*, edisi 17, Penerbit Salemba, Jakarta.
- [6] Brigham, F dan Houston, J. 2001. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 8, Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- [7] Endang Purwanti, Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga, STIE AMA Salatiga, 2012
- [8] Eko Widodo, *Akuntansi Manajemen* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 184.

- [9] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2 (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 439.
- [10] Afifi, Zulfa Nur. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Induk Wonosobo Setelah Relokasi Sementara Pasca Kebakaran Tahun 2014. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017.
- [11] Asmie, Poniwatie. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Neo-Bis*, Volume 2 No. 2 Desember, Hal. 197-210., 2008.
- [12] Artini, N. R. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM di Kabupaten Tabanan. *Ganec Swara*, 13(1), 71-77.
- [13] Hutahaean, H. (2020). ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHIPENDAPATAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM) MASA PANDEMI COVID 19 DI KABUPATEN DELISERDANG. *JOURNAL ECONOMICS AND STRATEGY*, 1(1), 1-10.
- [14] Maheswara, A. A. N. G., Setiawarna, N. J., & Saskara, I. A. N. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UKM sektor perdagangan di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(2016), 4271-4298.
- [15] Khaeruddin, G. N., Nawawi, K., & Devi, A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Umkm Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Di Desa Bantar Jaya Bogor). *Jurnal Akrab Juara*, 5(4), 86-101.

- [16] Suryanti, E., Lesmana, H., & Mubarok, H. (2021). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi*, 13(1), 60-72.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER

Kepada Yth.

Saudara/I Pelaku UMKM Kabupaten Tegal Di Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Saudara/I dalam rangka menyelesaikan tugas akhir pada Program Studi di DIII Akuntansi di Politeknik Harapan Bersama Tegal, maka dalam kesempatan ini, saya:

Nama : Afria Nurhidayah

NIM : 18030107

Jurusan : DIII Akuntansi

Pada saat ini sedang mengadakan penelitian tugas akhir mengenai “Analisis Faktor determinan peningkatan pendapatan umkm pada masa pandemi covid-19 di Kabupaten Tegal ”. Untuk itu dengan segala kerendahan hati memohon Saudara/i agar dapat meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini dengan sebenar benarnya.

Manfaat dari pengisian kuesioner ini tidak hanya membantu saya pribadi dalam penyelesaian penelitian, namun juga dapat menjadi masukan untuk pihak yang berkepentingan dan masyarakat umum yang terkait dengan judul tugas akhir saya

Demikian penjelasan saya, atas perhatian dan bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Hormat Saya

Afria Nurhidayah

II. Petunjuk Pengisian

Responden dapat memberikan jawaban dengan memberikan tanda silang (X) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia. Hanya satu jawaban saja yang dimungkinkan untuk setiap pertanyaan. Pada masing- masing pertanyaan terdapat lima alternative jawaban yang mengacu pada teknik skala Likert, yaitu:

- Sangat Setuju (SS) = 5
- Setuju (S) = 4
- Kurang Setuju (KS) = 3
- Tidak Setuju (TS) = 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Data responden dan semua informasi yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya,oleh sebab itu dimohon untuk mengisi kuesioner dengan sebenarnya dan seobjektif mungkin.

X1 (Modal)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Modal yang saya miliki merupakan modal sendiri bukan dari pinjaman pihak lain					
2	Usaha yang saya jalankan mengalami penurunan dengan menggunakan modal sendiri.					
3	Modal yang saya miliki dapat menopang produksi sehingga meningkatkan pendapatan usaha selama pandemi.					
4	Saya tidak kekurangan modal untuk produksi selama pandemi					
5	Modal yang saya miliki sangat bermanfaat bagi perkembangan usaha saya.					

X2 (Jumlah penjualan)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Jumlah penjualan selama pandemi mengalami penurunan					
2	Selama pandemi, selalu mencapai target penjualan.					
3	Selama pandemi, semua produk terjual dengan mudah.					
4	Selama pandemi, saya tidak pernah kesulitan dalam memasarkan produk karena masyarakat sudah mengetahui produk.					
5	Produk yang saya produksi sangat dibutuhkan masyarakat pada saat pandemi..					

X3 (Pemasaran)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Lokasi usaha saya strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen.					
2	Saya sulit mendapatkan bahan baku untuk produksi selama pandemi.					
3	Media sosial efektif untuk promosi produk saya selama pandemi.					
4	Tawaran potongan harga (discount) membuat pembeli tertarik terhadap produk yang dijual.					
5	Harga produk saya tidak berubah selama pandemi.					

X4 (Harga)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Harga produk yang saya jual sesuai dengan kualitas yang ada.					
2	Selama pandemi, harga produk yang saya jual dapat bersaing dengan produk lain.					
3	Harga produk yang saya jual dapat dijangkau oleh semua konsumen selama pandemi.					
4	Harga produk yang saya jual lebih murah dibandingkan produk sejenis di pasaran selama pandemi.					
5	Harga produk yang saya jual sesuai dengan persepsi pembeli.					

Pendapatan (Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Pendapatan yang saya terima pada saat pandemi menurun.					
2	Pendapatan yang saya terima lebih banyak pada saat pandemi dibandingkan sebelum pandemi.					
3	Selama pandemi, usaha saya dapat berkembang sesuai yang diharapkan.					
4	Pendapatan usaha dapat meningkat jika pemilik usaha dapat mengelola aset dengan baik.					
5	Pendapatan usaha dapat ditingkatkan dengan program pemasaran dan harga yang bersaing.					

Lampiran 2. Tabulasi Hasil Kuesioner Modal

No Responden	Modal					Total X1
	1	2	3	4	5	
1	2	4	2	3	2	13
2	4	4	2	2	4	16
3	1	1	1	2	1	6
4	4	5	3	3	4	19
5	5	5	5	1	5	21
6	5	4	3	5	5	22
7	4	2	4	4	4	18
8	4	1	3	3	4	15
9	5	2	3	2	5	17
10	4	2	3	1	4	14
11	2	5	5	3	5	20
12	5	5	3	3	5	21
13	4	4	3	4	4	19
14	4	1	4	4	4	17
15	5	3	5	4	4	21
16	4	4	3	3	4	18
17	4	2	3	2	3	14
18	1	3	5	2	5	16
19	3	2	4	1	4	14
20	1	3	3	3	4	14
21	4	4	2	2	3	15
22	1	1	1	1	2	6
23	4	3	2	2	3	14
24	2	2	4	1	4	13

25	5	1	3	4	5	18
26	4	1	5	4	5	19
27	5	2	2	2	4	15
28	4	3	4	3	4	18
29	4	4	4	3	5	20
30	3	2	4	3	3	15
31	5	4	4	3	4	20
32	5	4	3	1	3	16
33	5	1	5	5	5	21
34	4	3	4	3	5	19
35	5	4	4	3	4	20
36	1	2	3	3	2	11
37	5	3	3	3	4	18
38	2	4	4	4	4	18
39	4	1	2	4	5	16
40	5	1	4	4	5	19
41	4	3	3	4	5	19
42	4	2	4	4	4	18
43	4	3	4	4	4	19
44	4	4	2	3	5	18
45	3	4	2	2	3	14
46	5	4	3	4	4	20
47	4	3	4	3	4	18
48	5	4	3	4	4	20
49	5	3	4	4	4	20
50	4	4	4	4	4	20
51	4	4	3	3	4	18

52	5	3	4	3	4	19
53	5	3	4	4	4	20
54	5	4	2	4	4	19
55	5	4	2	3	4	18
56	5	3	3	5	5	21
57	5	4	3	4	4	20
58	5	4	4	5	5	23
59	1	2	3	3	4	13
60	5	3	4	4	4	20
61	5	4	2	1	1	13
62	4	3	3	4	4	18
63	5	1	3	2	5	16
64	4	1	4	2	4	15
65	5	4	3	3	4	19
66	4	4	4	2	3	17
67	4	5	2	4	3	18
68	1	2	3	3	4	13
69	4	5	3	2	3	17
70	4	3	4	4	4	19
71	4	2	4	2	4	16
72	5	1	4	4	4	18
73	4	3	4	4	4	19
74	1	2	2	3	4	12
75	2	3	3	4	4	16
76	5	3	4	4	4	20
77	5	2	4	4	4	19
78	5	2	5	5	5	22

79	1	2	5	4	5	17
80	4	3	3	4	4	18
81	5	4	3	4	5	21
82	1	2	5	4	5	17
83	4	2	4	4	4	18
84	2	2	4	4	4	16
85	4	3	3	3	4	17
86	5	2	4	4	4	19
87	5	1	2	1	4	13
88	5	2	4	4	4	19
89	4	4	3	3	3	17
90	5	5	3	5	5	23
91	5	5	3	5	5	23
92	5	5	4	5	5	24
93	5	4	5	5	5	24
94	5	4	4	5	5	23
95	2	2	3	5	5	17
96	5	5	4	5	5	24
97	5	5	3	5	5	23
98	5	5	3	5	5	23
99	5	5	4	5	5	24
100	5	5	3	5	5	23

Lampiran 3. Tabulasi Hasil Kuesioner Jumlah penjualan

No Responden	Jumlah Penjualan					Total X2
	1	2	3	4	5	

1	4	4	4	5	5	22
2	4	4	4	4	4	20
3	5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	3	3	18
5	5	4	4	4	4	21
6	4	4	4	3	3	18
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	3	4	19
10	4	4	3	4	3	18
11	4	4	4	4	3	19
12	3	3	4	5	5	20
13	4	3	3	4	4	18
14	3	4	4	3	3	17
15	3	3	4	4	4	18
16	4	4	4	4	5	21
17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	4	4	3	19
19	4	3	3	4	5	19
20	4	4	3	4	4	19
21	3	3	3	4	4	17
22	5	5	4	4	5	23
23	4	3	3	3	3	16
24	4	4	4	4	5	21
25	3	3	3	4	4	17
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	4	4	20

28	5	4	4	4	4	21
29	4	4	3	3	4	18
30	3	2	4	4	3	16
31	4	4	4	3	4	19
32	4	4	4	4	4	20
33	4	4	3	3	3	17
34	4	4	4	4	4	20
35	5	5	4	4	4	22
36	4	4	4	4	3	19
37	2	4	4	5	5	20
38	4	3	4	3	4	18
39	4	4	4	5	5	22
40	2	2	4	4	4	16
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	4	4	20
43	4	4	4	5	4	21
44	3	3	4	4	4	18
45	4	4	4	4	3	19
46	3	3	4	5	5	20
47	2	2	4	4	4	16
48	3	3	3	5	5	19
49	5	5	5	3	3	21
50	4	4	4	4	4	20
51	4	5	5	5	4	23
52	3	2	3	4	4	16
53	3	5	5	5	5	23
54	4	4	4	4	4	20

55	3	4	4	4	4	19
56	4	4	4	4	4	20
57	4	3	4	3	3	17
58	4	4	4	4	4	20
59	3	3	3	4	4	17
60	5	4	4	4	4	21
61	5	5	4	4	4	22
62	3	4	4	3	4	18
63	4	4	4	4	4	20
64	4	3	3	3	3	16
65	3	3	4	4	4	18
66	4	3	4	3	3	17
67	4	3	4	4	4	19
68	3	3	4	4	4	18
69	4	4	4	3	4	19
70	5	5	4	4	4	22
71	5	4	5	4	5	23
72	4	3	4	4	4	19
73	4	4	4	4	4	20
74	4	3	4	4	4	19
75	4	4	4	5	5	22
76	4	3	4	3	4	18
77	3	3	3	2	2	13
78	3	4	3	3	3	16
79	4	4	4	3	3	18
80	4	4	4	4	4	20
81	3	3	3	3	3	15

82	3	3	4	3	4	17
83	4	4	4	3	4	19
84	5	4	4	4	4	21
85	3	3	3	3	3	15
86	4	3	4	3	3	17
87	3	2	3	3	3	14
88	3	4	3	3	3	16
89	4	4	4	5	4	21
90	4	4	3	4	4	19
91	3	3	3	4	3	16
92	3	3	4	3	4	17
93	3	3	4	4	4	18
94	4	3	4	4	4	19
95	3	5	4	4	4	20
96	3	3	3	3	4	16
97	3	4	3	3	3	16
98	3	3	2	2	3	13
99	4	4	4	4	4	20
100	3	4	3	3	3	16

Lampiran 4. Tabulasi Hasil Kuesioner Pemasaran

No Responden	Pemasaran					Total X3
	1	2	3	4	5	
1	4	4	4	4	4	20
2	5	5	5	4	4	23
3	4	4	4	4	5	21

4	4	4	4	5	5	22
5	4	4	4	4	3	19
6	4	4	4	4	4	20
7	5	5	5	5	5	25
8	4	4	4	4	5	21
9	5	5	5	4	4	23
10	4	4	4	5	5	22
11	4	4	4	4	3	19
12	5	4	4	5	5	23
13	4	4	3	4	3	18
14	4	4	3	3	4	18
15	5	5	4	4	4	22
16	5	4	4	4	4	21
17	4	4	4	4	3	19
18	5	4	4	4	4	21
19	5	5	4	4	4	22
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	3	4	4	19
22	5	5	4	5	5	24
23	3	4	3	4	3	17
24	5	5	4	5	4	23
25	5	5	4	4	5	23
26	5	4	4	4	4	21
27	4	4	4	5	5	22
28	4	5	4	4	4	21
29	4	4	4	4	4	20
30	4	3	4	4	4	19

31	5	4	3	4	4	20
32	4	4	4	5	5	22
33	4	4	3	4	4	19
34	5	5	4	5	5	24
35	5	5	4	5	5	24
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	5	5	22
38	5	4	4	4	4	21
39	4	4	3	4	4	19
40	4	3	3	4	4	18
41	4	4	4	5	4	21
42	5	5	4	4	4	22
43	5	5	4	5	4	23
44	4	4	4	5	5	22
45	4	5	4	5	4	22
46	5	4	4	4	4	21
47	4	4	4	4	4	20
48	5	3	3	5	5	21
49	5	5	5	5	5	25
50	4	4	4	5	5	22
51	5	5	5	5	5	25
52	4	4	3	4	4	19
53	4	5	4	4	4	21
54	4	4	3	3	4	18
55	4	5	4	4	4	21
56	4	5	4	5	4	22
57	5	5	4	4	4	22

58	5	5	4	4	5	23
59	4	3	3	4	5	19
60	4	4	4	4	4	20
61	5	5	4	5	5	24
62	5	5	4	4	4	22
63	4	4	4	4	4	20
64	4	4	3	4	4	19
65	4	4	4	4	4	20
66	5	4	4	4	4	21
67	4	4	4	5	5	22
68	4	4	4	4	5	21
69	4	4	4	5	5	22
70	4	4	4	4	4	20
71	5	5	3	5	5	23
72	5	4	3	3	4	19
73	5	4	4	4	5	22
74	5	4	4	4	4	21
75	5	5	4	5	5	24
76	4	4	3	4	4	19
77	5	5	4	4	4	22
78	4	4	4	4	5	21
79	4	3	3	5	5	20
80	4	4	4	5	5	22
81	4	4	3	3	4	18
82	4	4	3	4	4	19
83	5	5	4	4	4	22
84	5	4	4	4	4	21

85	4	4	4	4	4	20
86	4	4	3	4	4	19
87	5	3	2	5	4	19
88	4	4	4	4	4	20
89	4	4	4	4	4	20
90	5	5	4	4	5	23
91	4	4	3	3	4	18
92	4	4	4	4	4	20
93	4	4	4	4	4	20
94	5	4	4	4	4	21
95	5	4	3	4	5	21
96	5	3	3	5	5	21
97	4	4	3	3	3	17
98	5	5	4	4	4	22
99	5	4	4	4	4	21
100	4	4	3	4	4	19

Lampiran. 5 Tabulasi Hasil Kuesioner Harga

No Responden	Harga					Total X4
	1	2	3	4	5	
1	1	1	2	2	4	10
2	4	4	4	4	4	20
3	1	1	1	1	1	5
4	5	4	5	3	4	21
5	5	5	5	2	4	21
6	5	4	3	5	4	21

7	4	2	4	2	4	16
8	4	3	3	3	4	17
9	5	3	5	3	3	19
10	5	5	3	3	4	20
11	5	4	5	3	3	20
12	5	5	5	5	5	25
13	5	5	5	4	5	24
14	5	3	4	4	4	20
15	5	5	5	5	5	25
16	4	4	4	3	3	18
17	4	3	3	1	4	15
18	5	4	4	4	4	21
19	5	4	3	3	4	19
20	5	5	4	4	5	23
21	4	4	3	3	3	17
22	1	1	1	1	1	5
23	4	4	5	3	4	20
24	5	3	4	4	4	20
25	5	5	5	5	5	25
26	5	5	5	5	5	25
27	5	4	4	5	4	22
28	4	3	4	4	4	19
29	4	4	4	4	4	20
30	4	2	3	2	3	14
31	4	3	4	4	4	19
32	3	4	4	5	3	19
33	5	5	5	5	5	25

34	5	4	5	4	5	23
35	5	4	4	3	4	20
36	3	3	3	3	3	15
37	4	4	3	3	3	17
38	5	4	4	4	4	21
39	5	4	4	4	5	22
40	5	4	4	5	5	23
41	5	5	5	3	3	21
42	4	3	4	2	4	17
43	4	4	4	4	4	20
44	5	5	5	4	4	23
45	3	4	3	3	3	16
46	5	4	4	4	4	21
47	5	2	4	3	4	18
48	5	4	3	4	4	20
49	5	5	5	5	4	24
50	5	5	3	4	5	22
51	4	4	4	4	5	21
52	5	5	4	4	4	22
53	5	5	5	4	4	23
54	4	5	3	4	4	20
55	4	4	4	4	5	21
56	4	4	4	5	5	22
57	5	4	4	4	5	22
58	4	4	5	3	4	20
59	4	4	4	4	4	20
60	5	4	4	4	4	21

61	4	4	4	3	4	19
62	4	4	4	4	4	20
63	5	5	5	5	5	25
64	1	3	4	1	2	11
65	4	4	4	4	5	21
66	4	4	4	3	4	19
67	4	4	4	5	4	21
68	4	4	4	3	4	19
69	4	4	4	4	4	20
70	5	4	4	5	4	22
71	4	4	4	4	4	20
72	5	5	5	4	4	23
73	5	4	5	4	4	22
74	4	4	4	3	3	18
75	4	3	4	4	5	20
76	4	4	4	4	4	20
77	4	4	4	4	4	20
78	4	5	4	4	4	21
79	5	5	4	4	5	23
80	4	5	5	4	4	22
81	5	4	4	4	4	21
82	4	4	5	5	5	23
83	4	4	4	4	4	20
84	4	4	4	4	4	20
85	4	4	4	3	4	19
86	4	4	4	4	4	20
87	4	5	5	5	5	24

88	4	4	4	4	4	20
89	4	4	4	4	4	20
90	5	5	5	5	5	25
91	5	5	5	5	5	25
92	5	5	5	5	5	25
93	5	5	5	5	5	25
94	5	5	5	5	5	25
95	5	5	5	5	5	25
96	5	5	5	5	5	25
97	5	5	5	5	5	25
98	5	5	5	5	5	25
99	5	5	5	5	5	25
100	5	5	5	5	5	25

Lampiran 6 Tabulasi Hasil Kuesioner Pendapat

No Responden	Pendapatan					Total Y
	1	2	3	4	5	
1	1	3	2	3	2	11
2	5	2	3	4	4	18
3	1	1	1	1	1	5
4	5	1	1	4	4	15
5	5	1	1	5	5	17
6	3	2	3	4	4	16
7	2	2	4	4	4	16
8	5	1	1	4	4	15
9	3	3	3	3	3	15

10	4	4	2	4	4	18
11	5	1	1	5	5	17
12	5	5	2	4	4	20
13	4	3	3	5	5	20
14	4	1	2	5	5	17
15	5	3	3	5	5	21
16	5	1	2	3	4	15
17	4	2	3	5	3	17
18	5	1	2	4	5	17
19	5	1	3	4	4	17
20	4	3	3	5	5	20
21	4	2	2	3	3	14
22	1	1	1	1	1	5
23	5	2	2	3	4	16
24	3	2	2	5	5	17
25	3	5	4	5	5	22
26	5	3	4	4	4	20
27	3	4	4	3	2	16
28	4	2	3	4	4	17
29	4	1	3	4	4	16
30	5	4	3	3	3	18
31	4	4	3	4	4	19
32	5	2	2	5	4	18
33	2	5	5	5	5	22
34	4	3	4	5	4	20
35	5	1	3	5	5	19
36	2	2	3	2	2	11

37	5	2	3	5	5	20
38	4	3	3	5	4	19
39	4	4	1	4	4	17
40	4	3	4	5	5	21
41	3	3	3	5	5	19
42	4	2	2	4	4	16
43	4	3	4	4	4	19
44	5	1	2	3	4	15
45	3	3	3	4	3	16
46	5	2	3	5	5	20
47	1	4	4	4	4	17
48	5	3	3	5	5	21
49	3	3	4	5	5	20
50	5	1	3	5	5	19
51	5	3	3	3	4	18
52	3	3	5	5	5	21
53	3	4	4	5	5	21
54	5	1	3	5	5	19
55	5	2	3	3	3	16
56	4	3	2	4	3	16
57	4	3	3	4	4	18
58	4	3	3	3	3	16
59	5	1	3	4	5	18
60	5	3	4	4	4	20
61	4	2	4	4	4	18
62	4	4	4	4	4	20
63	5	1	2	5	5	18

64	1	1	2	4	4	12
65	4	3	3	3	4	17
66	4	4	4	4	4	20
67	5	1	3	5	5	19
68	5	1	3	4	4	17
69	5	1	2	3	3	14
70	3	3	3	5	4	18
71	2	4	4	4	4	18
72	1	5	5	4	4	19
73	3	4	4	4	5	20
74	4	3	4	4	3	18
75	3	3	4	4	5	19
76	4	3	3	4	4	18
77	3	4	4	4	4	19
78	3	5	4	4	5	21
79	2	4	5	5	4	20
80	4	3	3	4	4	18
81	5	3	4	4	5	21
82	1	5	5	4	5	20
83	3	3	3	5	5	19
84	3	3	4	4	4	18
85	4	4	4	5	4	21
86	2	4	4	4	4	18
87	4	2	1	4	5	16
88	3	3	4	4	4	18
89	4	3	2	4	4	17
90	5	3	5	5	5	23

91	5	3	4	5	5	22
92	5	3	4	5	5	22
93	3	5	5	5	5	23
94	5	3	5	5	5	23
95	4	3	5	5	5	22
96	5	3	5	5	5	23
97	5	3	5	5	5	23
98	5	3	5	5	5	23
99	5	3	5	5	5	23
100	5	2	4	5	5	21

Lampiran 7 Data sampel UMKM

No.	Nama Pemilik Usaha	Jenis Usaha	Alamat	
			Desa	Kecamatan
1.	Argina Vidya Amalia	Produk kecantikan	Slawi kulon	Slawi
2.	Nur Khafidin	Fotocopy	Kambangan	Lebaksiu
3.	Yuliyanto Nurdiyansyah	Angkringan	Banjaranyar	Balapulang
4.	Nuruo eva yuliyanti	Makanan ringan	Adiwerna	Adiwerna
5.	Dani Anggri Irawan	Kedai Trotoart	Balapulang Kulon	Balapulang
6.	Abdurrohman Wahid	Jasa Sablon Plastik	Kalisoka	Dukuhwaru
7.	Mujahidin	Percetakan	Kalimati	Adiwerna
8.	Mokhammad Reza	Sembako	Ujungrusi	Adiwerna
9.	Toko Tirto	Toko kelontong	Lawatan	Dukuhturi
10.	Atika Rahma Diana	Kuliner	Slawi kulon	Slawi
11.	Kasripah	Toko sembako	Dukuhbangsa	Jatinegara
12.	Indra	Kuliner	Slawi Kulon	Slawi
13.	Maslikha	RM. Padang	Pengarasan	Dukuhturi
14.	Suwisnu	Furniture	Bumijawa	Bumijawa
15.	Indah Novitasari	Kuliner	Bumijawa	Bumijawa
16.	Abdul Heri	Konveksi	Pagedangan	Adiwerna
17.	Candra Deni Iskandar	Clothing line	Lebaksiu Lor	Lebaksiu
18.	Rosikin	Percetakan, fotocopy	Sidomulyo	Pagerbarang
19.	M.Khairudin	Kuliner	Kesuben	Lebaksiu
20.	Siti Nurul Huda	Fashion	Balapulang	Balapulang
21.	Mike	Kuliner	Kalisapu	Slawi
22.	M. Aji mulya	Sperpart mobil	Lebaksiu Lor	Lebaksiu
23.	Alkindi	Kuliner	Pagiyanten	Adiwerna

24.	Nur Zubaedah	Furniture	Lebaksiu Lor	Lebaksiu
25.	Meyti Farah Mutiarani	Rias Pengantin	Dukuhwaru	Dukuhwaru
26.	Mugi Wahyu Nurul Lesatari	Online Shop	Penusupan	Pangkah
27.	Nur Annisa	Produk kecantikan	Kajen	Lebaskiu
28.	Jumaroh	Sembako	Lebaksiu Lor	Lebaskiu
29.	Mira Aulia	Agen Pulsa dan PPOB	Kajen	Lebaskiu
30.	Aidilla dwi	Butik	Bojong	Bojong
31.	Muhajirin	Makanan ringan	Yamansari	Lebaaksiu
32.	Khari Muhdani	Kuliner	Jatilawang	Kramat
33.	Liona	Konter Hp	Kedungbanteng	Kedungbanteng
34.	berlianshop	Konter	Kedungbanteng	Kedungbanteng
35.	Uripin	Kuliner	Lebaksiu Lor	Lebaksiu
36.	Ananda Putri Jasmine	Makanan ringan	Debong	Dukuhturi
37.	Nur	Rias Pengantin	Kajen	Lebaksiu
38.	Muafi	Konveksi	Balamoa	Tarub
39.	Sugiarti	Online Shop	Kajen	Lebaksiu
40.	Rifatul Inayah	Toko bahan kue	Lebaksiu kidul	Lebaksiu
41.	Bagja	Kuliner	Slawi	Slawi
42.	Siswanto	Kuliner	Kemantran	Kramat
43.	Ani kurniasih	Online shop	Kemantran	Kramat
44.	Ramini	Kuliner	Kemantran	Kramat
45.	Maimunah	Kuliner	Slawi	Slawi
46.	April	Angkringan	Pagerbarang	Pagerbarang
47.	Nanda Sandika	Online shop	Pepedan	Dukuhturi
48.	Fatin	Rias Pengantin	Danawarih	Lebaskiu
49.	Habibi	Konter Hp	Lebaksiu kidul	Lebaksiu
50.	Lina	Frozen food	Adiwerna	Adiwerna

51.	Yono	Kuliner	Jatiwangi	Margasari
52.	Verina	Online shop	Balapulang	Balapulang
53.	Isna florist	Flowers & bucket	Dukuhlo	Adiwerna
54.	Fauzan	Sewa dekorasi layos	Margasari	Margasari
55.	Defan Collection	Konveksi	Balamoa	Pangkah
56.	Ceker pedas mba umi	Kuliner	Adiwerna	Adiwerna
57.	Ayam bakar Mas eko	Kuliner	Lebaksiu kidul	Lebaksiu
58.	Toko Sekar	Sembako	Purbayasa	Pangkah
59.	Umami collection	Fashion	Slawi	Slawi
60.	Mie ayam leo fahrul	Kuliner	Slawi	Slawi
61.	Titis setiawati	Kuliner	Banjaranyar	Balapulang
62.	Trias	Kuliner	Pangkah	Pangkah
63.	Juni Budiman	Kuliner	Sesepan	Balapulang
64.	Faiz khasbulloh	Handmade craft	Balapulang	Balapulang
65.	Elok shop	Fashion	Margasari	Margasari
66.	Octavia Snack	Makanan ringan	Pangkah	Pangkah
67.	Bher Clothing	Fashion	Pesarean	Adiwerna
68.	Indah salon slawi	Salon kecantikan	Pakembaran	Slawi
69.	Isna	Online shop	Wanakersa	Dukuhwaru
70.	Lok Lok Ngapak	Frozen Food	Kudaile	Slawi
71.	Musollin	Kuliner	Pengabean	Dukuhturi
72.	Ceker abbas	Kuliner	Kradenan	Talang
73.	Masakan Padang selera bersama	Kuliner	Kebandingan	Kedungbanteng
74.	Toko Mery	Sembako	Milangse	Suradadi
75.	Gading	Kuliner	Sidoarjo	Suradadi
76.	Yusuf	Pengrajin	Kaladawa	Talang

		sepatu kulit		
77.	Egy cell	Konter	Pasangan	Talang
78.	Bagong Top Cell	Konter	Sidaharja	Suradadi
79.	Madu murni Tegal	Toko Madu	Kademangaran	Suradadi
80.	Percetakan Happy Printing	Percetakan	Kabukan	Tarub
81.	Biela Makeup	Rias pengantin	Kalijambe	Tarub
82.	Grosir masker kain	Konveksi	Dukuhturi	Dukuhturi
83.	Toko berkah tani	Toko pertanian	Kebandingan	Kedungbanteng
84.	Rattan Furniture	Furniture	Kademangan	Dukuhturi
85.	Wiwin	Kuliner	Brekat	Tarub
86.	Mawar super Laundry	Toko pewangi	Bulakwaru	Tarub
87.	Kurniawan	Kuliner	Dukuhwaru	Dukuhwaru
88.	Daffa	Fotocopy	Suradadi	Suradadi
89.	Pizza otten	Kuliner	Bumiharja	Tarub
90.	Tedi	Kuliner	Kalisalak	Margasari
91.	Nafis	Kuliner	Wanasari	Margasari
92.	Omah Seblak	Kuliner	Bojong	Bojong
93.	Dias cell	Toko Ponsel	Bojong	Bojong
94.	Akhdan	Fotocopy	Randusari	Pagerbarang
95.	Toko Toisah	Sembako	Surokidul	Pagerbarang
96.	Omah fashion	Fashion	Kademangaran	Dukuhturi
97.	Rumah niyaz	Konveksi	Harjowinangun	Balapulang
98.	Barokah Snack	Makanan Ringan	Penyalahan	Jatinegara
99.	AA Sticker	Toko motor temple	Lawatan	Dukuhturi
100.	Al Madeena cathering	Kuliner	Kepandean	Dukuhturi

Lampiran 8 Output SPSS Statistika Deskriptif

Statistics

		Umur	jenis_kelamin	pendidikan
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		1.96	1.53	2.86
Median		2.00	2.00	3.00
Mode		1	2	3
Std. Deviation		.909	.502	.853
Variance		.827	.252	.728
Range		3	1	3
Minimum		1	1	1
Maximum		4	2	4
Sum		196	153	286

umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<25	37	37.0	37.0	37.0
	26 s/d 35	36	36.0	36.0	73.0
	36 s/d 45	21	21.0	21.0	94.0
	46 s/d 55	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

jenis_kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	47	47.0	47.0	47.0
	perempuan	53	53.0	53.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	11	11.0	11.0	11.0
	SMP	11	11.0	11.0	22.0
	SMA/SMK	59	59.0	59.0	81.0
	Perguruan Tinggi	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 9 Output SPSS Uji Validitas Modal

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	MODAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.284**	.091	.262**	.295**	.666**
	Sig. (2-tailed)		.004	.366	.008	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.284**	1	-.067	.196	.105	.549**
	Sig. (2-tailed)	.004		.507	.050	.297	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.091	-.067	1	.316**	.473**	.500**
	Sig. (2-tailed)	.366	.507		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.262**	.196	.316**	1	.523**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.008	.050	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.295**	.105	.473**	.523**	1	.699**
	Sig. (2-tailed)	.003	.297	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
MODAL	Pearson Correlation	.666**	.549**	.500**	.720**	.699**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 10 Output SPSS Uji Validitas Jumlah Penjualan

		Correlations					JUMLAH_PENJ UALAN
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
X2.1	Pearson Correlation	1	.584**	.368**	.073	.093	.641**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.473	.355	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.584**	1	.425**	.188	.156	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.061	.121	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.368**	.425**	1	.381**	.347**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.073	.188	.381**	1	.684**	.676**
	Sig. (2-tailed)	.473	.061	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.093	.156	.347**	.684**	1	.661**
	Sig. (2-tailed)	.355	.121	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
JUMLAH_PENJUALAN	Pearson Correlation	.641**	.712**	.712**	.676**	.661**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 11 Output SPSS Uji Validitas Pemasaran

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	PEMASARAN
X3.1	Pearson Correlation	1	.419**	.254*	.164	.240*	.623**
	Sig. (2-tailed)		.000	.011	.103	.016	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.419**	1	.525**	.129	.066	.655**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.199	.517	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.254*	.525**	1	.274**	.195	.688**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000		.006	.051	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.164	.129	.274**	1	.580**	.661**
	Sig. (2-tailed)	.103	.199	.006		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.240*	.066	.195	.580**	1	.643**
	Sig. (2-tailed)	.016	.517	.051	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
PEMASARAN	Pearson Correlation	.623**	.655**	.688**	.661**	.643**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 12 Output SPSS Uji Validitas Harga

		Correlations					
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	HARGA
X4.1	Pearson Correlation	1	.658**	.629**	.586**	.635**	.833**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.658**	1	.672**	.668**	.596**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.629**	.672**	1	.570**	.587**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	.586**	.668**	.570**	1	.712**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.5	Pearson Correlation	.635**	.596**	.587**	.712**	1	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
HARGA	Pearson Correlation	.833**	.860**	.816**	.853**	.835**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 13 Output SPSS Uji Validitas Pendapatan

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	PENDAPATAN
Y1	Pearson Correlation	1	-.366**	-.144	.301**	.365**	.375**
	Sig. (2-tailed)		.000	.152	.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	-.366**	1	.581**	.142	.088	.495**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.159	.386	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	-.144	.581**	1	.378**	.333**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.152	.000		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.301**	.142	.378**	1	.814**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.002	.159	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.365**	.088	.333**	.814**	1	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.386	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
PENDAPATAN	Pearson Correlation	.375**	.495**	.704**	.793**	.783**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 14. Output SPSS Uji Reliabilitas Modal

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.605	.623	5

Lampiran 15 Output SPSS Uji Reliabilitas Jumlah Penjualan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.704	.711	5

Lampiran 16. Output SPSS Uji Reliabilitas Pemasaran

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.665	.666	5

Lampiran 17. Output SPSS Uji Reliabilitas Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.893	.895	5

Lampiran 18. Output SPSS Uji Reliabilitas Pendapatan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.620	.624	5

Lampiran 19 . Output SPSS Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.97958969
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.067
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.083 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 20. Output SPSS Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.801	1.538		1.821	.072
	MODAL	-.031	.043	-.103	-.713	.477
	JUMLAH_PENJUALAN	-.054	.056	-.116	-.969	.335
	PEMASARAN	.029	.066	.051	.442	.659
	HARGA	-.025	.040	-.090	-.623	.534

a. Dependent Variable: abres

Lampiran 21 Hasil Output SPSS Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.814	2.555		1.884	.063		
	MODAL	.250	.072	.270	3.487	.001	.493	2.029
	JUMLAH_PENJUALAN	-.146	.093	-.101	-1.567	.120	.710	1.409
	PEMASARAN	.049	.110	.027	.444	.658	.771	1.297
	HARGA	.517	.066	.604	7.811	.000	.494	2.025

a. Dependent Variable: PENDAPATAN

Lampiran 22. Hasil Output SPSS Uji Autokorelasi

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.20526
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	41
Z	-2.010
Asymp. Sig. (2-tailed)	.054

a. Median

Lampiran 23. Hasil SPSS Uji Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.848 ^a	.720	.708	1.723

a. Predictors: (Constant), HARGA, PEMASARAN, JUMLAH_PENJUALAN, MODAL

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	724.676	4	181.169	61.014	.000 ^b
	Residual	282.084	95	2.969		
	Total	1006.760	99			

a. Dependent Variable: PENDAPATAN


b. Predictors: (Constant), HARGA, PEMASARAN, JUMLAH_PENJUALAN, MODAL

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.814	2.555		1.884	.063
	MODAL	.250	.072	.270	3.487	.001
	JUMLAH_PENJUALAN	-.146	.093	-.101	-1.567	.120
	PEMASARAN	.049	.110	.027	.444	.658
	HARGA	.517	.066	.604	7.811	.000

a. Dependent Variable: PENDAPATAN

Lampiran 24. Buku Bimbingan



BUKU BIMBINGAN TUGAS AKHIR
PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI
TAHUN AKADEMIK GENAP 2020/2021

Nama Mahasiswa : Afria Nurhidayah

NIM : 18030107

Semester & Kelas : 6D

Pembimbing 1 : Hesti widianti, SE, M.Si

Pembimbing 2 : Dewi kartika, SE, M.Ak, CAA

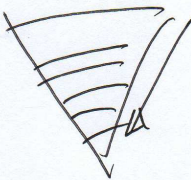
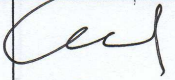

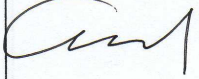


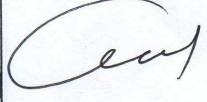

Judul Tugas Akhir : ANALISIS FAKTOR DETERMINAN
PENINGKATAN PENDAPATAN
UMKM PADA MASA PANDEMI
COVID-19 DI KAB TEGAL.

PHB



PEMBIMBING 1

1. Nama Siswa/Dosen: ...
2. Matrikulasi Minimal 12 kali sampai kelas IV (Tegal AKAU) ...
3. Disampaikan Pada Saat Penyerahan Tugas ...

No	Hari / Tanggal	Substansi / Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing I
	28/03 - 2021	pengajuan judul Acc judul Revisi proposal  Lihat catatan	  
	26/05. 2021	Acc proposal Siapkan TA Bab I - III Bab I Acc Bab II Revisi Lihat catatan. Bab III Revisi	 
	3/06. 21	Bab II Hip = tujuan (lihat catatan) Bab III Acc Siapkan bab III	
	7/07. 2021	Bab III Acc Bab IV Revisi	

- Catatan :**
1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
 2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
 3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)






No	Hari / Tanggal	Substansi / Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing I
	10/07 2021	<p>Lengkapi pembahasannya</p> <ul style="list-style-type: none">- Bab <u>IV</u> Lengkapi point 5 pada pembahasan.- Bab <u>IV</u> ACC- ACC Tugas Akhir	

- Catatan :**
1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
 2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
 3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)



PEMBIMBING 2

Penyusunan dan Penyempurnaan Buku Pembimbing Jajagan Kelas Pembimbing
Kejuruan Teknik Listrik (TKL) dan Teknik Elektronika Dasar (TED) Kota Tegal
Politeknik Harapan Bersama Kota Tegal (PHB)

No	Hari / Tanggal	Substansi / Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing II
1.	Selasa 24 Feb 2021	penyusunan judul	
2.	Kamis 15 April 2021	Pengajuan proposal TA	
3.	Selasa 20 April 2021	Perbaiki Daftar Delatung Masalah	
4.	Jumat 23 April 2021	pedoman & baca kembali Perbaiki penusunan masalah, Hipotesis, metode penelitian tambah kan populasi & sampel	
5.	Selasa 27 April 2021	Acc proposal lanjutan tugas Akhir	
6.	Kamis 8 Juli 2021	Perbaiki tabel penelitian terdahulu, perbaiki tabel pada bab 9	
7.	Senin 19 Juli 2021	ACC Tugas Akhir	

- Catatan :**
1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
 2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
 3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)

Lampiran 25. Surat Kesiediaan Membimbing Tugas Akhir

IK | P2M | PHB | 07.d.4.1

**SURAT KESEDIAAN MEMBIMBING TUGAS AKHIR
PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hesti Widianti S.E M.Si
NIPY : 08.009. 043
Jabatan : Pembimbing 1

Dengan ini menyatakan bersedia untuk membimbing Tugas Akhir Mahasiswa berikut :

Nama : Afria Nurhidayah
NIM : 18030107
Kelas : 6 D
Judul TA : Analisis Faktor Determinan peningkatan pendapatan UMKM pada masa pandemi covid-19 di Kabupaten Tegal.

Kesiediaan membimbing tersebut termasuk di dalamnya adalah kesiediaan untuk menyediakan waktu minimal dua kali perminggu untuk membimbing, yaitu :

1. Hari : Senin
Waktu : Menyesuaikan
Tempat : Menyesuaikan
2. Hari : Rabu
Waktu : Menyesuaikan
Tempat : Menyesuaikan

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, agar maklum.

Tegal, 12 Maret 2021
Pembimbing 1,



(Hesti Widianti S.E M.Si)
NIPY. 08.009. 043

**SURAT KESEDIAAN MEMBIMBING TUGAS AKHIR
PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dewi Kartika S.E M.Ak CAAT
NIPY : 009. 013. 158
Jabatan : Pembimbing 2

Dengan ini menyatakan bersedia untuk membimbing Tugas Akhir Mahasiswa berikut :

Nama : Afria Nurhidayah
NIM : 18030107
Kelas : 6 D
Judul TA : Analisis Faktor Determinan peningkatan pendapatan UMKM pada masa pandemi covid-19 di Kabupaten Tegal.

Kesediaan membimbing tersebut termasuk di dalamnya adalah kesediaan untuk menyediakan waktu minimal dua kali perminggu untuk membimbing, yaitu :

1. Hari : Senin
Waktu : Menyesuaikan
Tempat : Menyesuaikan

2. Hari : Rabu
Waktu : Menyesuaikan
Tempat : Menyesuaikan

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, agar maklum.

Tegal, 12 Maret 2021
Pembimbing 2,



(Dewi Kartika S.E M.Ak CAAT)
NIPY. 009. 013. 158