

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

Afria Nurhidayah, Hesti Widiyanti, Dewi Kartika

^{1,2,3} Program Studi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama

Koresponden email : afria3491@gmail.com

Abstrak

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.

THE ANALYSIS OF DETERMINANT FACTORS FOR INCREASING MSME INCOME DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN TEGAL REGENCY

Abstrack

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 R^2 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.

PENDAHULUAN

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.

Kabupaten Tegal merupakan salah satu daerah Kabupaten di Provinsi Jawa Tengah, Indonesia dengan Ibu Kota Slawi. 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.

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuesioner yang berupa paparan pertanyaan. Dan data kuantitatif yang digunakan adalah berdasarkan jawaban dari kuesioner yang telah dibagikan kepada responden yaitu pelaku UMKM di Kabupaten Tegal.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 5 bulan, terhitung dari bulan Februari sampai Juni 2021. Dan lokasi penelitian ini bertempat di Kabupaten Tegal.

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelaku UMKM di Kabupaten Tegal sebanyak 173.113 UMKM yang terdiri dari 18 kecamatan di Kabupaten Tegal yang terdaftar dalam Dinas Perdagangan Koperasi Dan UMKM Kabupaten Tegal. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 100 sampel. 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).

Prosedur

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Dimana data populasi dan sampel dalam penelitian ini berasal dari data Dinas Perdagangan Koperasi dan UMKM Kabupaten Tegal. Penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada pelaku UMKM. Dan hasil dari kuesioner diolah dengan menggunakan program SPSS versi 22.

Data

Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sekunder. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah jawaban terhadap daftar kuesioner. Sedangkan data sekunder berasal dari literatur berupa tulisan laporan, pedoman, peraturan dan sumber – sumber yang menunjang penelitian ini.

Instrumen

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Dimana variabel independen yang terdapat dalam penelitian ini adalah Modal (X1), Jumlah Penjualan (X2), Pemasaran (X3) dan Harga (X4) . Sedangkan variabel dependen yaitu Pendapatan UMKM (Y).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, studi pustaka dan kuesioner. Observasi dalam penelitian ini dilakukan secara langsung pada UMKM di Kabupaten Tegal. Sedangkan wawancara dilakukan dengan tanya jawab secara langsung dengan pelaku UMKM. Studi pustaka yang dilakukan dalam penelitian ini

bersumber dari buku dan jurnal ilmiah. Dan peneliti menyebarkan kuesioner dengan penentuan responden berdasarkan teknik random sampling sederhana.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan perhitungan menggunakan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 22. Adapun metode analisis yang digunakan yaitu :

- Analisis statistik deskriptif
- Uji instrumen data meliputi uji validitas dan uji reliabilitas
- Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas dan uji autokorelasi.
- Analisis regresi linier berganda
- Uji hipotesis terdiri dari uji t (uji parsial) dan uji F (uji simultan).
- Koefisien determinasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada pelaku UMKM di Kabupaten Tegal sebanyak 100 sampel, maka diperoleh data responden :

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

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

Sumber : Data diolah, 2021

Tabel 2. Usia Responden

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%

Sedangkan Klasifikasi Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir dapat dilihat pada :

Tabel 3. Pendidikan Terakhir Responden

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

Sumber : Data diolah, 2021

Menurut Priyatno (2014) Uji validitas item merupakan uji instrumen data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur.

Tabel 4. Uji Validitas

Variabel	Person Correlation	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) :

	0,375	0,000	Valid
- Pendapatan 1			
- 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

Data 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 di atas menunjukkan bahwa setiap pernyataan dari semua variabel dinyatakan valid karena mempunyai nilai signifikansi $< 0,05$.

Menurut Priyatno (2014), Uji Reabilitas merupakan alat untuk mengetahui konsistensi atau keajegan alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner.

Tabel 5 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Modal (X1)	0,605	Reliabel

Jumlah penjualan (X2)	0,704	Reliabel
Pemasaran (X3)	0,665	Reliabel
Harga (X4)	0,893	Reliabel
Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Y)	0,620	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas pada tabel 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.

Menurut Ghozali (2016:154) “Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak.

Tabel 6 Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
.083 ^e	Terdistribusi normal

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 6 di atas menunjukkan nilai signifikansi (2-tailed) sebesar $0,083 > 0,05$ yang berarti data terdistribusi normal.

Menurut Ghozali (2016:134) “Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain”.

Tabel 7 Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi
Modal (X1)	0,477
Jumlah penjualan (X2)	0,335
Pemasaran (X3)	0,659
Harga (X4)	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.

Menurut Ghozali (2016:103) Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*).

Tabel 8 Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Modal (X1)	0,493	2,029
Jumlah Penjualan (X2)	0,710	1,409
Pemasaran (X3)	0,771	1,297
Harga (X4)	0,494	2,025

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan Dari hasil analisis pada tabel 8 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.

Menurut Ghozali (2016:107) 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).

Tabel 9 Uji Autokorelasi

Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
------------------------	------------

0,054	Tidak mengalami autokorelasi
-------	------------------------------

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 9 di atas menunjukkan nilai signifikansi (2-tailed) sebesar $0,054 > 0,05$ yang berarti data tidak mengalami atau mengandung autokorelasi.

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan variabel bebas (X) secara serentak terhadap variabel tidak bebas (Y). Untuk melihat hubungan antara variabel digunakan rumus regresi berganda (Supranto, 2010: 155).

Tabel 10 Uji Regresi Linear Berganda

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

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat ditulis persamaan regresi:

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

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

- 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.
- 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.
- 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.

- 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.
- 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.

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, dilakukan secara parsial (uji T) dan simultan (uji F).

Uji T bertujuan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh signifikan dari variabel bebas, yaitu variabel modal, jumlah penjualan, pemasaran dan harga terhadap variabel terikat, yaitu pendapatan umkm.

Tabel 11 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 11 dengan melihat nilai angka signifikansi, maka dapat disimpulkan bahwa :

- Nilai signifikansi variabel Modal $0,001 < 0,05$ yang artinya bahwa H_0 diterima, sehingga Modal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
- 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).

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

Uji F dilakukan untuk membuktikan apakah secara serentak seluruh variabel independen yaitu modal, jumlah penjualan, pemasaran dan harga mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen yaitu pendapatan umkm.

Tabel 12 Uji F

F	Signifikansi
61,014	0,000

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 12 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).

Tabel 13 Uji Koefisiensi Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,848 ^a	0,720	0,708

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 13 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.

Pengaruh Faktor Modal Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal

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.

Pengaruh Faktor Jumlah penjualan Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal

Hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa Jumlah penjualan memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal hipotesis ditolak.

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.

Pengaruh Faktor Pemasaran Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal

Hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa pemasaran memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal hipotesis ditolak.

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.

Pengaruh Faktor Harga Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal

Hipotesis keempat (H4) yang menyatakan bahwa Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal hipotesis diterima..

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.

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% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian “analisis faktor determinan peningkatan pendapatan umkm pada masa pandemi covid 19 di kab tegal ”, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu variabel modal dan

harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan umkm. Sedangkan berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa modal, jumlah penjualan, pemasaran dan harga berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal.

Saran

Adapun saran untuk UMKM di Kabupaten Tegal yang penulis ajukan yaitu 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.

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.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penelitian ini dapat dilaksanakan dengan baik berkat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada pelaku usaha di Kabupaten Tegal, Dosen pembimbing 1 dan pembimbing 2 serta pihak Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama yang telah memberikan kerjasama dengan baik dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Ismail,Fajri.2018.Statistika untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-ilmu Sosial, Jakarta : Prenadamedia Group.

Priyatno. (2014). *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta : CV Andi Offset.

Supranto, J. (2010). *Statistik Teori dan Aplikasi. Edisi Ketujuh*. Penerbit Erlangga.

