

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *Online Marketing*, Modal Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah pelaku UMKM di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari responden yang mengisi kuesioner. Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden yang ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu metode penentuan sampel berdasarkan kriteria dan syarat tertentu. Alat yang digunakan untuk penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa *Online Marketing* tidak berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM dengan nilai signifikan 0,967, Modal Kerja tidak berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM dengan nilai signifikan 0,677, dan Lokasi Usaha tidak berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM dengan nilai signifikan 0,491. Hasil dari koefisien determinasi diperoleh R² sebesar -0,024 atau 0,24%. Dapat diartikan bahwa 0,24% pendapatan UMKM dipengaruhi oleh *Online Marketing*, Modal Kerja dan Lokasi Usaha, sedangkan sisanya 99,76% disebabkan oleh faktor lain yang diluar penelitian.

**Kata Kunci : *Online Marketing*, Modal Kerja dan Lokasi Usaha
Terhadap Tingkat Pendapatan**

Abstract

This study aims to determine the effect of Online Marketing, Working Capital and Business Location variables on the Income of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the Province of the Special Region of Yogyakarta. This study uses quantitative research with a descriptive approach. The subjects of this research are SMEs in the Special Region of Yogyakarta. The data used in this study is primary data obtained from respondents who filled out the questionnaire. The sample of this study was 100 respondents who were determined using the purposive sampling method, namely the method of determining the sample based on certain criteria and conditions. The tool used in this study uses multiple linear regression analysis.

The results of the t-test analysis show that Online Marketing does not have a positive effect on MSME income with a significance value of 0.967, Working Capital does not have a positive effect on MSME income with a significance value of 0.677, and Business Location has a positive effect on MSME income. does not have a positive effect on MSME income with a significance value of 0.491. The results of the coefficient of determination obtained R² of -0.024 or 0.24%. It can be interpreted that 0.24% of MSME income is influenced by Online Marketing, Working Capital and Business Location, while the remaining 99.76% is caused by other factors outside the study.

**Keywords : Online Marketing, Working Capital and Business Location on
Income Level.**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pandemi covid-19 yang sedang melanda melahirkan beragam problematika dalam sendi kehidupan saat ini. Berbagai sektor dalam kehidupan manusia hampir lumpuh karena ketidaksiapan untuk menghadapi bencana non alam, yaitu pandemi Covid-19. Sektor yang paling terdampak salah satunya yakni sektor perekonomian. Pembatasan kegiatan masyarakat mempengaruhi aktifitas bisnis sehingga berimbas pada perekonomian.

Anjloknya nilai penjualan dan pendapatan memaksa sebagian besar perusahaan dan pabrik mulai dari yang berskala mikro, kecil sampai menengahpun mengurangi beban operasionalnya. Tidak sampai disitu, bahkan banyak diantara usaha menengah padat karya yang gulung tikar, kondisi tersebut berakibat pada melemahnya sektor perekonomian. Melemahnya kinerja ekonomi turut memberikan dampak bagi ketenagakerjaan di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia (Kemenaker RI), per 20 April 2020 saja terlapat 2.084.593 pekerja formal maupun informal yang di PHK dan dirumahkan, sementara 3,5 juta lebih pekerja yang terdampak Covid-19.

Pembangunan sektor perekonomian disuatu wilayah berlaku dalam jangka yang panjang yang dibarengi dengan sistem kelembagaan dan perencanaan (Michael P. Todaro & Stephen C. Smith, 2011). Pembangunan ekonomi pada dasarnya meliputi empat hal pokok yakni ; pertumbuhan, penanggulangan kemiskinan, perubahan ekonomi dan transformasi dari masyarakat agraris menuju

masyarakat industri. Perbedaan yang lebih umum antara pertumbuhan ekonomi dan pembangunan ekonomi adalah bahwa pertumbuhan ekonomi mengacu pada negara maju dan pembangunan ekonomi mengacu pada negara berkembang (Huda, 2015).

Sri Mulyani Indrawati yang menjabat sebagai Menteri Keuangan menyebutkan bahwa pertumbuhan perekonomian Indonesia diperkirakan berada pada minus 2,9 persen hingga minus 0,9 persen di kuartal IV 2020. Berdasarkan laporan dari Badan Pusat Statistik (BPS), pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada kuartal II 2020 yakni berada pada minus 5,32 persen (Hendartyo, 2020). Kendati demikian pemerintah berusaha keras melakukan berbagai upaya dengan menerbitkan berbagai macam kebijakan dalam rangka memulihkan perekonomian nasional. Salah satu bentuk langkah serius pemerintah dalam membangkitkan kembali perekonomian yakni dengan memberikan dukungan kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

UMKM memiliki peran yang sangat strategis dalam menopang perekonomian sebuah bangsa, termasuk Indonesia, terutama ditengah ketiaktastian ekonomi akibat teradampak pandemic covid-19. Sektor UMKM diharapkan mampu menopang perekonomian nasional dan berkontribusi untuk kebangkitan ekonomi Indonesia saat ini, selain itu UMKM juga diharapkan mampu berkontribusi dalam mengatasi masalah pengangguran.

Pemerintah memberikan perhatian khusus terhadap UMKM dalam rangka pengetasan kemiskinan karena UMKM mempunyai karakteristik tidak sensitif terhadap suku bunga dan masih berkembang meskipun dalam keadaan masalah

ekonomi (Indriyatni, 2013). UMKM adalah unit bisnis yang sudah teruji mempunyai daya tahan untuk menghadapi krisis ekonomi. Hal itu terlihat dari adanya peningkatan jumlah koperasi dan UMKM yg terus semakin tinggi, sebagai akibatnya jumlah pekerja yg diperlukan guna membantu lini produksi untuk pengembangan UMKM.

Menurut Tambunan (2014), UMKM memainkan peran yang sangat penting dan strategis dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia setiap tahunnya. UMKM telah membuktikan keefektifannya dan tidak berdampak pada krisis. Ketika keadaan berfluktuasi selama periode 1997-1998 dikenal sebagai krisis keuangan Asia dan krisis ekonomi global 2008-2009. Dengan demikian, kelompok usaha dianggap sebagai perusahaan yang berfungsi untuk pengembangan bisnis yang lebih aktif, dan selama krisis hanya UMKM yang dapat bertahan dan berdiri kokoh dan benar-benar mengalami peningkatan tenaga kerja yang signifikan.

Menurut Kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Indonesia tahun 2018, jumlah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah usaha dengan serapan 117 juta tenaga kerja. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sangat berkembang pesat di Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri. Perkembangan ini menjangkau 4 kabupaten dan 1 kota, dengan hampir semua UMKM dikelola oleh Dinas Koperasi dan UKM Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan pemberdayaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KUKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta, diharapkan UMKM semakin produktif dan efektif lagi dalam memasarkan produknya.

Tabel 1. 1 Jumlah UMKM Yang Terdaftar Di Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil, Menengah (KUKM) Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2017 - 2020

No.	Skala Usaha	Tahun			
		2017	2018	2019	2020
1.	Usaha Mikro	135.799	141.991	143.385	188.033
2.	Usaha Kecil	62.042	64.896	65.533	58.980
3.	Usaha Menengah	37.472	39.196	39.581	30.664

Sumber : Website Dinas Koperasi Dan UKM DIY

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa dalam waktu empat tahun terakhir jumlah pelaku UMKM mengalami pertumbuhan, yang dimana pada tahun 2017 UMKM di yang terdaftar di Dinas Koperasi Dan UKM DIY berjumlah 235.313 unit. Dari jumlah tersebut 135.799 unit diantaranya merupakan jenis usaha mikro, 62.042 unit merupakan usaha yang berskala kecil, dan sebanyak 37.472 unit dikategorikan sebagai usaha menengah. Ditahun 2018 jumlah UMKM mengalami peningkatan sebesar 4,58% atau sejumlah 10.770 unit. Pada tahun 2019 jumlah UMKM kembali mengalami pertumbuhan rata – rata 0,98% atau sebanyak 2.416 unit. Sedangkan pada tahun 2020 jumlah rata – rata UMKM mengalami peningkatan yang sangat signifikan yakni sebesar 11,74% atau sejumlah 29.178 unit.

Dengan pertumbuhan jumlah UMKM yang begitu signifikan, tentu ini merupakan potensi yang sangat besar. Dari potensi – potensi tersebut pemerintah daerah harus terus memberikan dorongan kepada pelaku UMKM agar terus maju

agar laju perekonomian daerah terus meningkat sehingga menjadikan pembangunan dan pemerataan ekonomi di Provinsi DIY.

Saat ini UMKM masih dihadapkan dengan berbagai tantangan dan hambatan dalam menghadapi persaingan. Tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam memajukan usahanya yakni angka penjualan yang belum maksimal. Produk – produk UMKM saat ini masih berumpu pada penjualan dan pemasaran lewat offline, dengan menitipkan barang di toko/ kios dan tengkulak, kadang sesekali membuka stand di acara – acara tertentu atau pameran (Yunadi & Ardiyanti, 2018). Di era digital seperti saat ini, yang dimana jaringan internet sudah bisa digunakan dimana saja dan kapan saja sehingga hampir semua kalangan sudah bisa mengakses internet.

Dengan perkembangan teknologi computer dan internet yang begitu pesat, seharusnya para pelaku UMKM mengambil bagian darinya dengan cara memasarkan produknya lewat internet (Online Marketing) supaya meningkatkan angka penjualan dan pendapatan. Selain memberikan banyak peluang, keandalan teknologi komputer juga dapat dimanfaatkan bahkan untuk kepentingan bisnis oleh para pelaku UMKM (Hidayah, 2018). Online Marketing merupakan kegiatan promosi dan memasarkan produk lewat media online dengan memanfaatkan sarana jejaring sosial (Sulaksono, 2020).

Tingkat pendapatan adalah akumulasi dari jumlah penjualan barang atau jasa. Dalam perhitungannya, pendapatan tidak terlepas dari modal yang dikeluarkan dalam bentuk investasi dan menentukan besar kecilnya usaha yang secara langsung mempengaruhi pendapatan (Rahayu, 2017).

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi pendapatan UKM adalah online marketing. Online marketing atau pemasaran online, adalah kegiatan menggunakan Internet sebagai sarana untuk menjual barang kepada konsumen.(Suripto, 2019). Menurut Saifuddin & Soraya (2014), Pemasaran digital atau pemasaran online adalah penggunaan teknologi elektronik, khususnya dalam bentuk teknologi informasi, untuk melakukan setiap proses bisnis, termasuk pembelian dan penjualan produk, layanan dan informasi, peningkatan permintaan, dan pelayanan pelanggan dengan menggunakan teknologi digital. Dengan memanfaatkan media internet diharapkan pelaku UMKM mampu memperluas jagkauan pasar bagi produk – produknya, baik dari segi kalangan maupun wilayah.

Faktor kedua yang dapat mempegaruhi tingkat pendapatan UMKM yaitu modal kerja. Modal kerja merupakan aspek utama untuk mengembangkan suatu usaha, karena penggunaan modal bagi pelaku UMKM sangat diperlukan dalm proses produksi. Jika tidak memiliki modal yang cukup, maka akan mempengaruhi kelancaran bisnis Anda, yang akan menghasilkan pendapatan.

Modal adalah kunci awal untuk setiap bisnis dimana modal yang besar memengaruhi perkembangan bisnis. Memiliki banyak modal yang berkelanjutan pada akhirnya akan menghasilkan peningkatan output, yang juga akan menghasilkan peningkatan pendapatan. Rendahnya permodalan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) disebabkan karena usaha ini merupakan usaha yang dimiliki oleh orang perseorangan (perseorangan) atau badan hukum, modalnya

berasal dari pemilik sendiri dan jumlahnya terbatas sehingga menghambat perkembangan usaha. (Sumaliyana Sari & Sandayani, 2020).

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi tingkat pendapatan bagi UMKM yaitu lokasi usaha. Lokasi usaha merupakan tempat suatu usaha menjalankan aktivitasnya mulai dari menghasilkan barang dan jasa sampai kepada penjualan barang dan jasa. Memilih lokasi bisnis yang tepat akan sangat membantu dalam mendukung perkembangan bisnis Anda dan menghasilkan pendapatan. (Indriyatni, 2013). Semakin strategis lokasi bisnis Anda dan semakin mudah menjangkau konsumen, maka pendapatan bisnis Anda akan semakin besar. (Marfuah & Sri Hartiyah, 2019).

Jenis penelitian yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu dengan metode kuantitatif. Metode kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh online marketing, modal kerja dan lokasi usaha terhadap tingkat pendapatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Alat ukur dalam penelitian ini yakni berupa kuesioner. Pada umumnya survei menggunakan kuesioner sebagai alat pengambil data (Sarwono, 2006).

Data yang digunakan dalam penelitian ini yakni data sekunder, yaitu data – data yang diambil dari data yang telah ada baik dari internal maupun eksternal yang berupa laporan tentang tingkat pendapatan UMKM dalam periode tertentu.

Data tersebut diperoleh dari instansi pemerintahan terkait yakni Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Daerah Istimewa Yogyakarta.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti ingin meneliti tentang **“PENGARUH ONLINE MARKETING, MODAL KERJA, DAN LOKASI USAHA TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN UMKM”**.

B. Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang diatas maka penulis mencoba menguji pengaruh beberapa variabel independent yang dipilih yakni Online marketing, Modal Kerja, dan Lokasi Usaha terhadap tingkat pendapatan UMKM. Oleh karena itu, penulis merumuskan rumusan masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini. Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah online marketing berpengaruh positif terhadap tingkat pendapatan UMKM.?
2. Apakah modal kerja berpengaruh positif terhadap tingkat pendapatan UMKM.?
3. Apakah lokasi usaha berpengaruh positif terhadap tingkat pendapatan UMKM?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian yang ingin di capai adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan pengaruh online marketing terhadap tingkat pendapatan UMKM.
2. Untuk menjelaskan pengaruh modal kerja terhadap tingkat pendapatan UMKM.

3. Untuk menjelaskan pengaruh lokasi usaha terhadap tingkat pendapatan UMKM.

D. Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat dan berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan. Beberapa manfaat yang diharapkan dijelaskan sebagai berikut:

1. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi pada penelitian dengan topik serupa dimasa mendatang, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan pustaka bagi pihak akademisi.

2. Bagi praktisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan serta dapat menambah informasi dan pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh online marketing, modal kerja, dan lokasi usaha terhadap tingkat pendapatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dalam sebuah perusahaan khususnya pelaku usaha yang masih berdiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Boediono. (2002). *PENGANTAR EKONOMI*. Erlangga.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanggita, A. T. (2018). Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Jasa Pada Umkm Di Kecamatan Paciran. *Manajemen Bisnis*, 8(2), 167–176. <https://doi.org/10.22219/jmb.v8i2.7069>
- Hendartyo, M. (2020). *Sri Mulyani Perkiraan Pertumbuhan Ekonomi Kuartal IV 2020 -0,9 Persen*. Tempo.Co.
- Hidayah, N. (2018). Analisis Etika Kerja Islam dan Etika Penggunaan Komputer terhadap Ketidaketisan Penggunaan Komputer oleh Pengguna Teknologi Informasi di UMKM Kabupaten Bantul. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 8(1), 59. [https://doi.org/10.21927/jesi.2018.8\(1\).59-73](https://doi.org/10.21927/jesi.2018.8(1).59-73)
- Huda, N. (2015). *Ekonomi Pembangunan Islam*. Prenadamedia Group.
- Husein, U. (2014). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT.Raja Grafindo Persada.
- Indriyatni, L. (2013). Analisis faktor faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil (studi pada usaha kecil di semarang barat). *Jurnal STIE Semarang*, 5(1), 54–70.
- Irianto, A. (2007). *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Kencana.
- Kasmir. (2015). *ANALISIS LAPORAN KEUANGAN*. Raja Grafindo Persada.
- Laili, Y. F., & Setiawan, A. H. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Sntra Batik Di Kota Pekalongan. *Journal Of Economics*, 9, 1–10.
- Lumingkewas, V. A. (2013). Pengakuan Pendapatan dan Beban Atas Laporan Keuangan Pada PT. Bank Sulut. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Marfuah, S. T., & Sri Hartiyah. (2019). Pengaruh Modal Sendiri, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Teknologi, Lama Usaha, dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Usaha. *Journal of Economic*, 1(1), 183–195.
- Mauludin, A. (2016). *Tekhnik Belajar Statistika 1*. Alim' Publishing.
- Michael P. Todaro & Stephen C. Smith. (2011). *Economic Development* (11th ed.). Pearson Education Limited.
- Mubarak, R. A., & Sulistyowati, L. (2020). Manfaat Internet Marketing

Dalam meningkatkan Pendapatan Umkm Puree Mangga. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 7(1), 272–287.

Ni Rai Artini, I Made Gitra Aryawan, I. N. W. A. (2019). Pengaruh Modal Sendiri dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapa*, 35–39.

Polandos, P. M., Engka, D. S. M., Tolosang, K. D., Pembangunan, I. E., Ekonomi, F., & Ratulangi, U. S. (2019). Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha, Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Langowan Timur. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(04), 36–47.

Putri, N. M. D. M. & I. M. J. (2016). Pengaruh Modal Sendiri dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Tabanan (Modal Pinjaman sebagai Variabel Intervening). *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan • Agustus 2016, Vol. 9 No.(2)*, 142–150.

Rahayu, E. T. (2017). Analisis Pendapatan Usaha Ternak Sapi Perah Di Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali. *Sains Peternakan*, 11(2), 99. <https://doi.org/10.20961/sainspet.v11i2.4852>

Riawan, R., & Kusnawan, W. (2018). Pengaruh Modal Sendiri dan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Terhadap Pendapatan Usaha (Studi Pada UMKM di Desa Platihan Kidul Kec. Siman). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 19(1), 31. <https://doi.org/10.29040/jap.v19i1.158>

Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 62–70.

Rusman, T. (2015). *Statistika Penelitian Dan Aplikasinya Dengan SPSS*. Graha Ilmu.

Saifuddin, M. (2014). *DENGAN MEMANFAATKAN APLIKASI PEMASARAN BERBASIS ANDROID (Studi kasus pada unit bisnis kidpreneur di Yayasan AL MALINA Surabaya)*. 16–20.

Saifuddin, M., & Soraya, F. (2014). E-Marketing Dalam Pandangan Bisnis. *Jurnal Bisnis Dan Teknologi*, 1, 47–52.

Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova. *Visi Komunikasi*, 16(01), 71–90.

Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu.

Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat.

Setiawati, I. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba Umkm. *Strategi Komunikasi Pemasaran*, 20, 1–5.

Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharso, P. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis Pendekatan Filosofis Praktis*. PT Indeks.
- Sujianto, A. E. (2009). *Aplikasi Statistik SPSS 16.0*. Prestasi Pustaka.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS* (Edisi1 ed.). ANDI Yogyakarta.
- Sumaliyana Sari, & Sandayani, R. (2020). *Analisis Modal Kerja Dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) (Studi Kasus Pada Ukm Bakso Pradah Di Kota Samarinda)*. 2(1), 560–567.
- Sunyoto, D. (2007). *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat Ringkasan dan Kasus*. Amara Books.
- Supagat, A. (2007). *Statistika: Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, Dan Nonparametrik*. Kencana.
- Suripto, T. (2019). Kajian Literatur Efektifitas Pemasaran Produk Dengan Menggunakan Sistem Online Marketing di Era Disruption. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 8(2), 120. [https://doi.org/10.21927/jesi.2018.8\(2\).120-128](https://doi.org/10.21927/jesi.2018.8(2).120-128)
- Tambunan, T. (2014). *UMKM Indonesia Rangkuman Sejumlah Penelitian*. Penerbit Universitas Trisakti.
- Teguh, M. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi; Teori dan Aplikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Yunadi, A., & Ardiyanti, W. (2018). Pengaruh Program Kampung UKM Digital terhadap Omzet Penjualan (Studi Kasus UKM Batik Kayu Krebet, Pajangan, Bantul). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 8(1), 50. [https://doi.org/10.21927/jesi.2018.8\(1\).50-58](https://doi.org/10.21927/jesi.2018.8(1).50-58)