



**DETERMINAN PENDAPATAN UMKM SEKTOR PERDAGANGAN
SEBELUM DAN SETELAH PANDEMI COVID -19 DI KABUPATEN
JEMBER**

SKRIPSI

oleh:
Mujammilatul Mukaromah
NIM 180810101042

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2023**



**DETERMINAN PENDAPATAN UMKM SEKTOR PERDAGANGAN
SEBELUM DAN SETELAH PANDEMI COVID -19 DI KABUPATEN
JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ekonomi Pembangunan (S1) dan mencapai gelar Sarjana

oleh:

**Mujammilatul Mukaromah
NIM 180810101042**

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2023**

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ibunda Umi Kulsum dan Ayahanda Imam Budianto tercinta yang senantiasa telah memberikan iringan doa di setiap perjalanan hidup penulis, memberikan kasih sayang, semangat, dan pengorbanan yang tak terhingga kepada penulis;
2. Guru-guru sekolahku dari Taman Kanak-Kanak hingga Perguruan Tinggi, yang selalu memberikan sumbangsih ilmu dengan penuh kesabaran dan keikhlasan;
3. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.



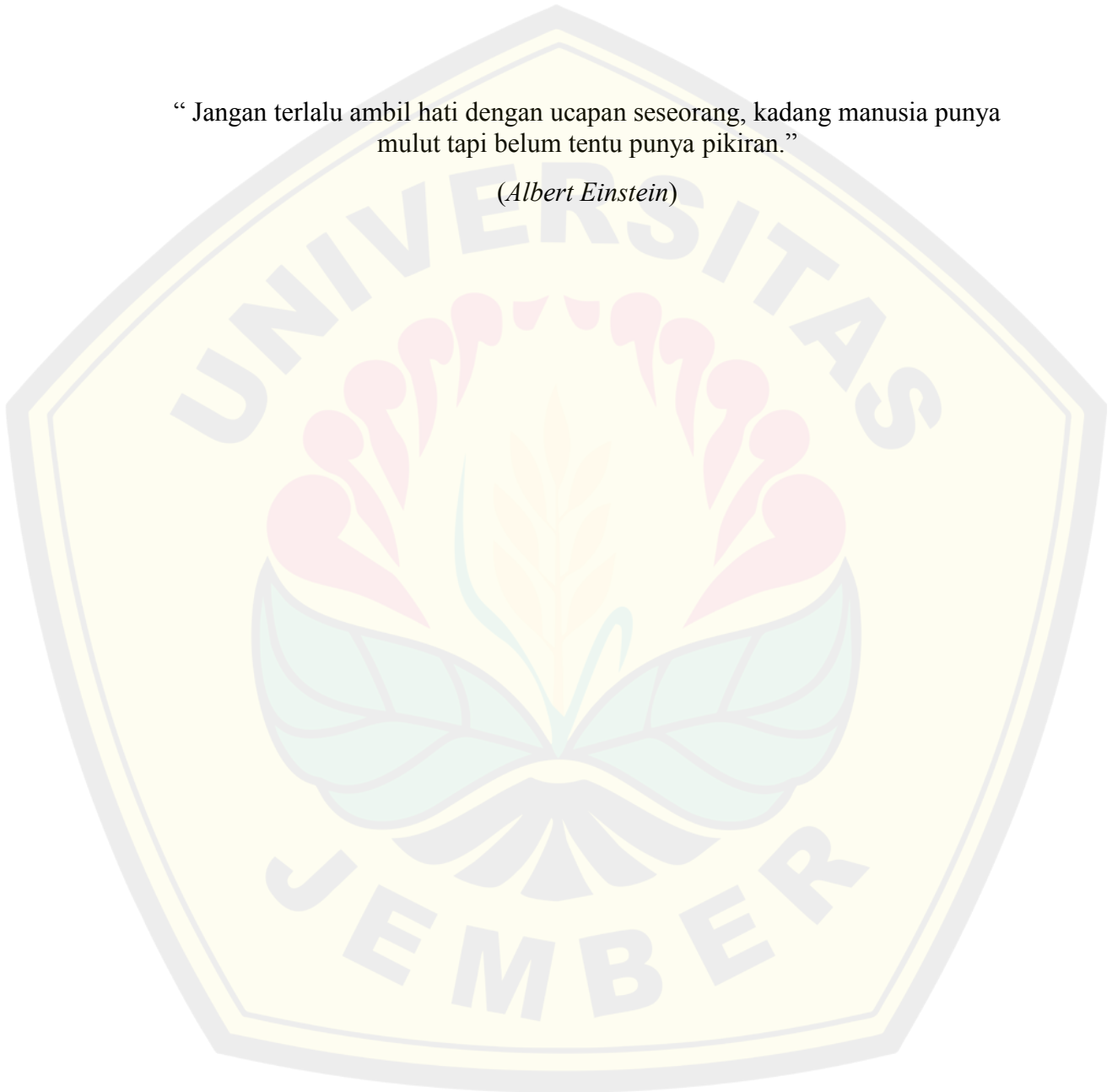
MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui.”

(QS Al-Baqarah:216)

“ Jangan terlalu ambil hati dengan ucapan seseorang, kadang manusia punya mulut tapi belum tentu punya pikiran.”

(Albert Einstein)



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mujammilatul Mukaromah

NIM : 180810101042

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “ Determinan Pendapatan UMKM Sektor Perdagangan Sebelum dan Setelah Pandemi Covid 19 di Kabupaten Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus di junjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya , tanpa ada tekanan dan paksaan dari mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 29 November 2022

Yang menyatakan,

Mujammilatul Mukaromah

NIM 180810101042

SKRIPSI

**DETERMINAN PENDAPATAN UMKM SEKTOR PERDAGANGAN
SEBELUM DAN SETELAH PANDEMI COVID 19 DI KABUPATEN
JEMBER**

Oleh

Mujammilatul Mukaromah

NIM 180810101042

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Prof. Dr. Mohammad Saleh, M.Sc

Dosen Pembimbing Anggota : M.Abd. Nasir, S.E., M.Sc

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Determinan Pendapatan UMKM Sektor Perdagangan
Sebelum Dan Setelah Pandemi Covid 19 Di Kabupaten
Jember

Nama Mahasiswa : Mujammilatul Mukaromah

NIM : 180810101042

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Ilmu Ekonomi

Konsentrasi : Ekonomi Sumber Daya Manusia

Tanggal Persetujuan : 09 Desember 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. Mohammad Saleh, M.Sc

NIP. 195608311984031002

M.Abd. Nasir, S.E., M.Sc

NIP. 199005172015041001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi

Dr. Herman Cahyo Diartho, S.E.,M.P

NIP. 197207131999031001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi

**DETERMINAN PENDAPATAN UMKM
SEKTOR PERDAGANGAN SEBELUM DAN SETELAH
PANDEMI COVID 19
DI KABUPATEN JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Mujammilatul Mukaromah

NIM : 180810101042

Jurusan : Ekonomi Pembangunan

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal :

29 Desember 2022

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

1. Ketua : Dr. Siti Komariyah, S.E., M.Si.
197106102001122002 (.....)
2. Sekretaris : Dra. Anifatul Hanim, M.Si.
196507301991032001 (.....)

Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Dekan,

Prof. Dr. Isti Fadah, M.Si., CRA
NIP. 1966102019990022001

Mujammilatul Mukaromah

*Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Jember*

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Jawa Timur merupakan sektor yang sangat penting bagi pertumbuhan perekonomian, Kabupaten Jember menduduki peringkat pertama dimana sebagai wilayah yang memiliki UMKM terbanyak dibandingkan Kabupaten/Kota lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal, Upah tenaga kerja, biaya pemasaran dan kredit modal terhadap pendapatan pelaku usaha sektor perdagangan sebelum dan setelah pandemi covid 19 di Kabupaten Jember. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode eksplanatori, metode eksplanatori adalah metode dengan menguji hubungan antara dua variabel atau lebih untuk mengetahui apakah suatu variabel dipengaruhi atau tidak oleh variabel yang lain. Penelitian ini menggunakan teknik Simple Random Sampling dengan 57 sampel yang berbentuk data cross section. Data dianalisis dengan regresi linier berganda. Data di uji dengan uji statistik dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menyatakan secara simultan atau secara bersama-sama modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran, kredit modal sebelum dan setelah pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sebelum dan setelah pandemi dan secara parsial modal dan kredit modal sebelum pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan umkm sektor perdagangan di pujasera Kabupaten jember.

Kata Kunci : Sektor perdagangan, Pusat jajanan serba ada, Covid 19, Pendapatan

Mujammilatul Mukaromah

*Department of Development Economic, Faculty of Economic and Business
University of Jember*

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises in East Java Province are a very important sector for economic growth, Jember Regency is ranked first as an area that has the most MSMEs compared to other Regencies/Cities. This study aims to determine the effect of capital. Labor wages, marketing costs and capital credit on the income of business actors in the trading sector before and after the COVID-19 pandemic in Jember Regency. The research method used is the explanatory method, the explanatory method is a method by testing the relationship between two or more variables to determine whether a variable is influenced or not by other variables. This study uses a simple random sampling technique with 57 samples in the form of cross section data. Data were analyzed by multiple linear regression. The data were tested by statistical tests and classical assumption tests. The results of the study stated that simultaneously or jointly capital, labor wages, marketing costs, capital credit before and after the pandemic had a positive and significant effect on income before and after the pandemic and partially capital and capital credit before the pandemic had a positive and significant effect on income. MSMEs in the trading sector in food courts, Jember Regency.

Keywords: Trade sector, convenience store hawkker center, Covid 19, Income

RINGKASAN

Determinan Pendapatan UMKM Sektor Perdagangan Sebelum dan Setelah Pandemi Covid 19 Di Kabupaten Jember; Mujammilatul Mukaromah, 180810101042; 2023, 95 halaman; Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Pendapatan merupakan penghasilan yang diperoleh masyarakat baik perseorangan maupun perusahaan dalam periode tertentu dalam satuan mata uang. Dalam bisnis, pendapatan dapat dikatakan jumlah uang yang didapatkan oleh suatu perusahaan dari adanya aktivitas yang dilakukannya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diperoleh seseorang dalam jangka waktu tertentu sebagai balas jasa karena adanya faktor-faktor produksi (Helmalia; Afrinawati, 2018;12).

Teori Milton Friedman mengatakan pendapatan ada dua yaitu, pendapatan permanen (permanent income) dan pendapatan sementara (transitory income). Dalam pendapatan permanen (modal manusia, properti, aset) Milton Friedman mengatakan pendapatan ada dua yaitu, pendapatan permanen (permanent income) dan pendapatan sementara (transitory income).

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran dan kredit modal terhadap pendapatan pelaku usaha sektor perdagangan sebelum dan setelah pandemi covid 19 di Kabupaten Jember. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode eksplanatori menggunakan teknik Simple Random Sampling dengan 57 sampel yang berbentuk data cross section.

Berdasarkan hasil olah data *SPSS for Windows version 22* dapat dilihat bahwa nilai sig. untuk modal sebelum pandemi sebesar $0,000 < 0,05$ kemudian nilai t hitung sebesar 7.539 dan t tabel sebesar 2.00665 artinya t hitung $>$ t tabel, maka H_a diterima H_o ditolak, hipotesis diterima. Kesimpulannya bahwa modal sebelum pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sebelum pandemi. Sedangkan nilai sig. untuk modal sesudah pandemi sebesar $0.000 < 0.05$ kemudian nilai t hitung sebesar 6.530 dan t tabel sebesar 2.00665 artinya t hitung $>$ t tabel, maka H_a diterima H_o ditolak, hipotesis diterima. Kesimpulannya bahwa modal sesudah pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sesudah pandemi.

Nilai sig. untuk upah tenaga kerja sebelum pandemi sebesar $0.021 < 0.05$ kemudian nilai t hitung sebesar -2.382 dan t tabel sebesar 2.00665 artinya t hitung $>$ t tabel, maka H_a diterima H_o ditolak, hipotesis diterima. Kesimpulannya bahwa upah tenaga kerja sebelum pandemi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan sebelum pandemi. Sedangkan nilai sig. untuk upah tenaga kerja sesudah pandemi sebesar $0.507 > 0.05$ kemudian nilai t hitung sebesar 0.668 dan t tabel sebesar 2.00665 artinya t hitung $<$ t tabel, maka H_a ditolak H_o diterima, hipotesis ditolak. Kesimpulannya bahwa upah tenaga kerja sesudah pandemi tidak berpengaruh terhadap pendapatan sesudah pandemi.

Nilai sig. untuk biaya pemasaran sebelum pandemi sebesar $0.895 > 0.05$ kemudian nilai t hitung sebesar 0.133 dan t tabel sebesar 2.00665 artinya t hitung $< t$ tabel, maka H_a ditolak H_o diterima, hipotesis ditolak. Kesimpulannya bahwa biaya pemasaran sebelum pandemi tidak berpengaruh terhadap pendapatan sebelum pandemi. Sedangkan nilai sig. untuk biaya pemasaran sesudah pandemi sebesar $0.981 > 0.05$ kemudian nilai t hitung sebesar 0.24 dan t tabel sebesar 2.00665 artinya t hitung $< t$ tabel, maka H_a ditolak H_o diterima, hipotesis ditolak. Kesimpulannya bahwa biaya pemasaran sesudah pandemi tidak berpengaruh terhadap pendapatan sesudah pandemi.

Nilai sig. untuk kredit modal sebelum pandemi sebesar $0.024 < 0,05$ kemudian nilai t hitung sebesar 2.332 dan t tabel sebesar 2.00665 artinya t hitung $> t$ tabel, maka H_a diterima H_o ditolak, hipotesis diterima. Kesimpulannya bahwa kredit modal sebelum pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sebelum pandemi. Sedangkan nilai sig. untuk kredit modal sesudah pandemi sebesar $0.448 > 0,05$ kemudian nilai t hitung sebesar 0.764 dan t tabel sebesar 2.00665 artinya t hitung $< t$ tabel, maka H_a ditolak H_o diterima, hipotesis ditolak. Kesimpulannya bahwa kredit modal sesudah pandemi tidak berpengaruh terhadap pendapatan sesudah pandemi.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT Yang Maha Esa atas berkah rahmat dan nikmatnya-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Determinan Pendapatan Pelaku Usaha Sektor Perdagangan Sebelum dan Setelah Pandemi Covid 19 Di Kabupaten Jember” yang disusun untuk memenuhi syarat kelulusan Sarjana (S1) pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

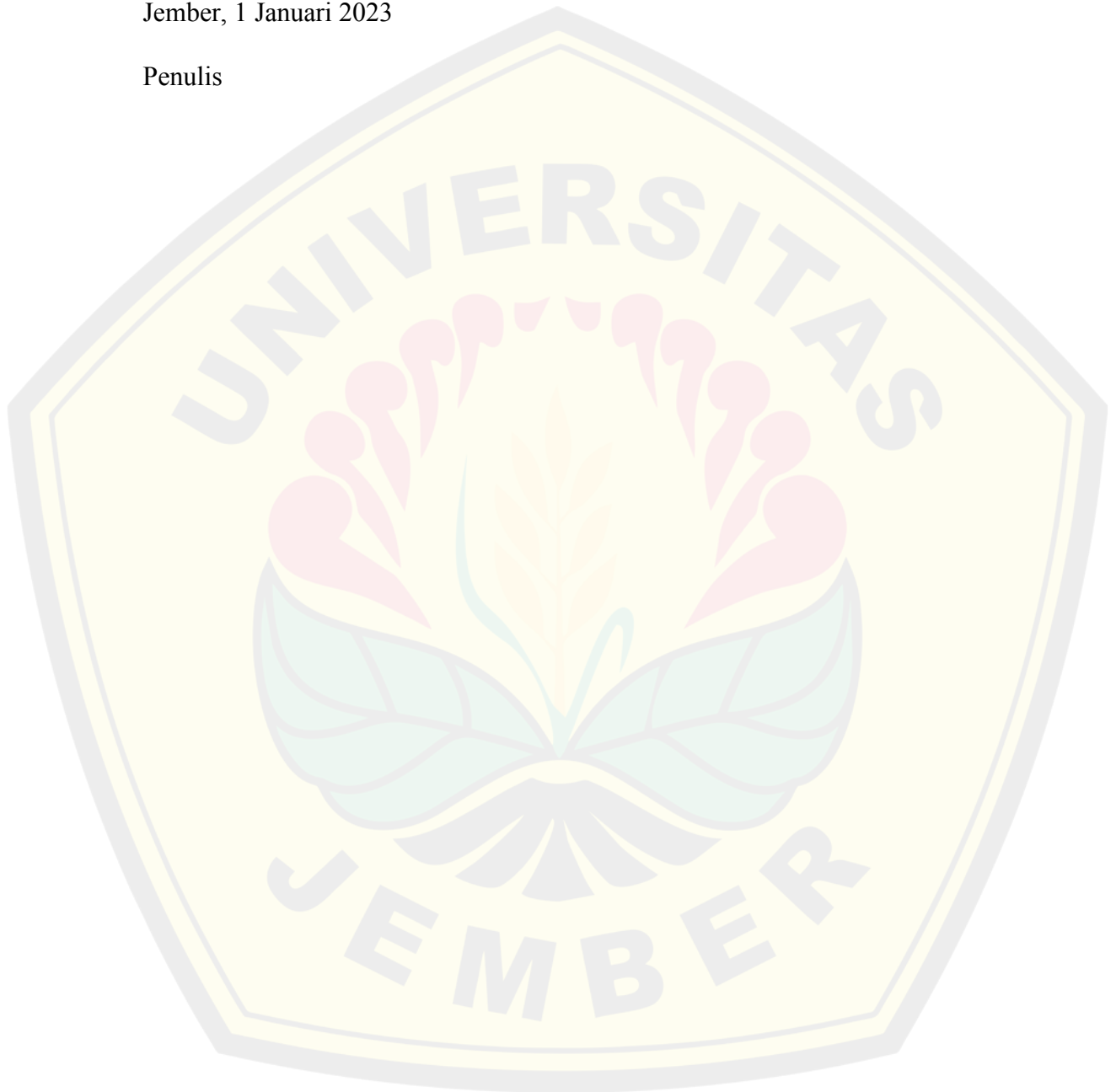
Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Mohammad Saleh, M.Sc., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatian selama penulisan skripsi;
2. Bapak M. Abd. Nazir, S.E, M.Sc., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatian selama penulisan skripsi;
3. Ibu Dr. Siti Komariyah, S.E., M.Si. dan Ibu Dra. Anifatul Hanim, M.Si., selaku penguji dalam ujian skripsi saya yang telah meluangkan waktu untuk menguji dan memberikan masukan yang berarti dalam skripsi ini;
4. Ibu Fivien Muslihatiningsih, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu dan membimbing penulis selama menjadi mahasiswa;
5. Kedua Orangtua Tercinta, Yaitu Ayahanda Imam Budianto dan Ibunda Umi Kulsum yang telah senantiasa mendukung, mendidik, memberikan kasih sayang, memotivasi dan memberikan nasihat selama ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Ilmu Ekonomi khususnya Program Studi Ekonomi Pembangunan, yang telah mendidik, memberikan pengarahan serta memotivasi selama menjalankan perkuliahan di Universitas Jember
7. Untuk calon suami Terkasih, Yaitu Ifan Yusuf Kurniadi yang telah senantiasa mendukung, memberikan semangat dan motivasi selama ini.
8. Teman - teman seperjuangan dibangku kuliah, Yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ekonomi Pembangunan angkatan 2018 yang telah mendukung, dan bekerja sama selama menepuh perkuliahan selama kurang lebih empat tahun di Universitas Jember.
9. Alifia Suci Rahma, Lina Gias, Ulfa Ardiya, Aprilia Nur, dan Dea Oktavia yang telah memberikan kasih sayang, memotivasi, mendukung, membantu dan mendengarkan keluh kesah selama masa perkuliahan dan di luar perkuliahan.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 1 Januari 2023

Penulis

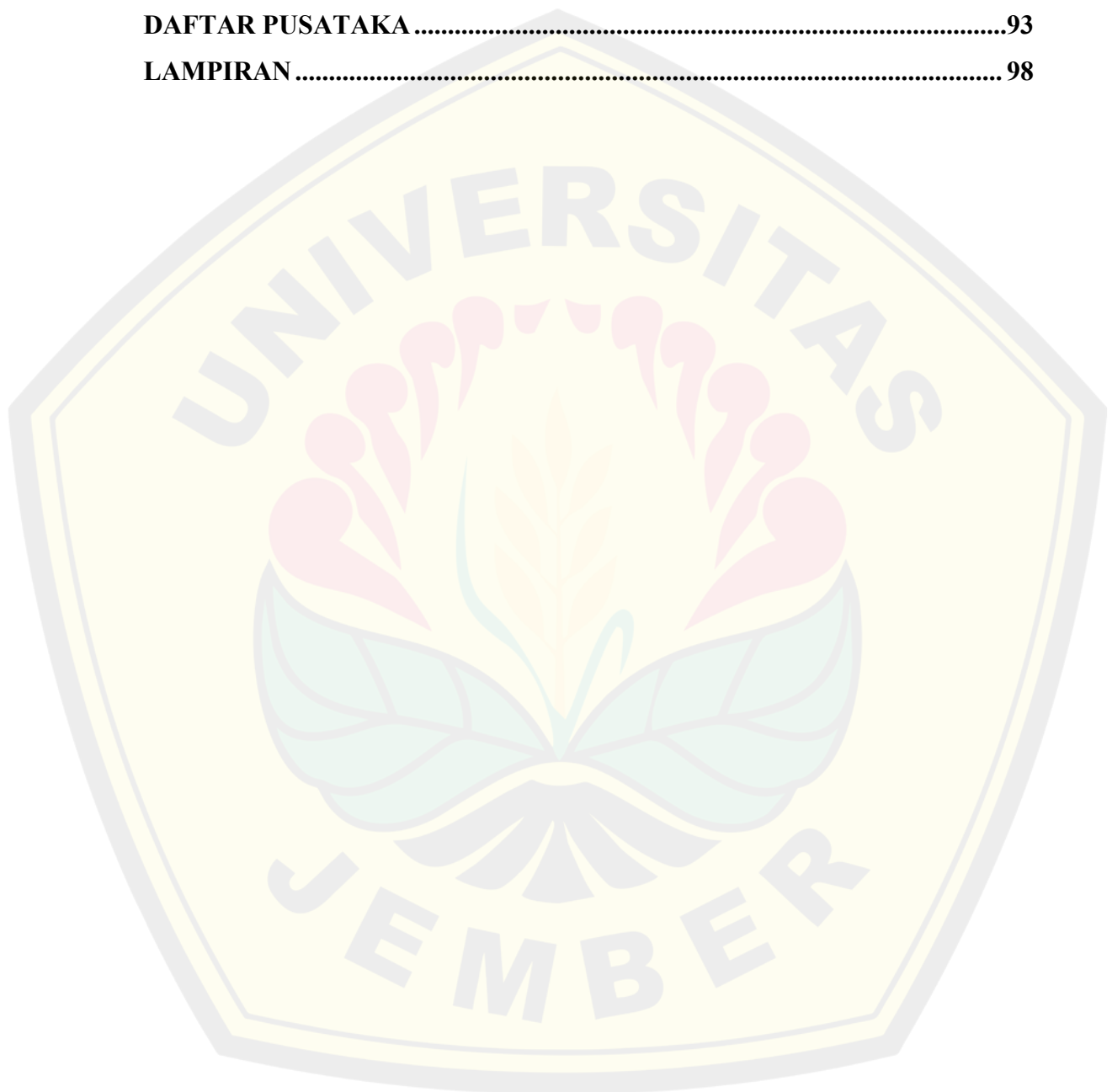


DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
RINGKASAN	x
PRAKATA	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Teori Fungsi Produksi Coubb Douglass.....	17
2. 1.2 Teori Pendapatan Milton Friedman.....	20
2.1.3 Teori Biaya Pemasaran Kotler.....	21
2.1.4 Teori Kredit Modal.....	25
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	30
2.3 Penelitian Terdahulu.....	32

2.4 Kerangka Konseptual.....	37
2.5 Hipotesis	40
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Rancangan Penelitian	41
3.1.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.2.1 Populasi	34
3.2.2 Sampel	42
3.3 Jenis dan Sumber Data	43
3.4 Metode Pengumpulan Data	43
3.5 Metode Analisis Data.....	44
3.6 Definisi Operasional Variabel	50
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1 Lokasi Kabupaten Jember	51
4.1.2 Lokasi Pujasera Kabupaten Jember	52
4.2 Gambaran Umum Variabel Penelitian	53
4.3.1 Modal Awal	53
4.3.2 Upah Tenaga Kerja	55
4.3.3 Biaya Pemasaran	56
4.3.4 Kredit Modal	57
4.3.5 Pendapatan	59
4.4 Hasil Penelitian	60
4.4.1 Statistik Deskriptif	60
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	64
4.4.3 Regresi Linear Berganda	70
4.4.4 Pengujian Hipotesis	74
4.4.5 Uji Beda Rata-Rata	81
4.5 Pembahasan	83
4.5.1 Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan	83
4.5.2 Pengaruh Upah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan	85

4.5.3 Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Pendapatan	87
4.5.4 Pengaruh Kredit Modal Terhadap Pendapatan	89
BAB 5. KESIMPULAN	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSATAKA	93
LAMPIRAN	98



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Perkembangan Rata-Rata Omzet UMKM Tahun 2018-2021	4
Tabel 1. 2 Jumlah UMKM di kawasan timur Jawa Timur	10
Tabel 1. 3 Jumlah UMKM per kecamatan	12
Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Data Jumlah UMKM Pujasera di Kabupaten Jember 2021	41
Tabel 4.1 Modal Awal Sebelum dan Setelah Pandemi	54
Tabel 4.2 Upah Tenaga Kerja Sebelum dan Setelah Pandemi	55
Tabel 4.3 Biaya Pemasaran Sebelum dan Setelah Pandemi	56
Tabel 4.4 Kredit Modal Sebelum dan Setelah Pandemi	58
Tabel 4.5 Pendapatan Sebelum dan Setelah Pandemi	59
Tabel 4.6 Deskripsi Data	61
Tabel 4.7 Uji Normalitas	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedasitas Glejser	67
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4.10 Uji Autokorelasi	69
Tabel 4.11 Uji Regresi Linear Berganda	70
Tabel 4.12 Hasil Korelasi Linear Berganda	75
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi	76
Tabel 4.14 Uji T	78
Tabel 4.15 Uji Beda Rata-Rata	82

DAFTAR GAMBAR

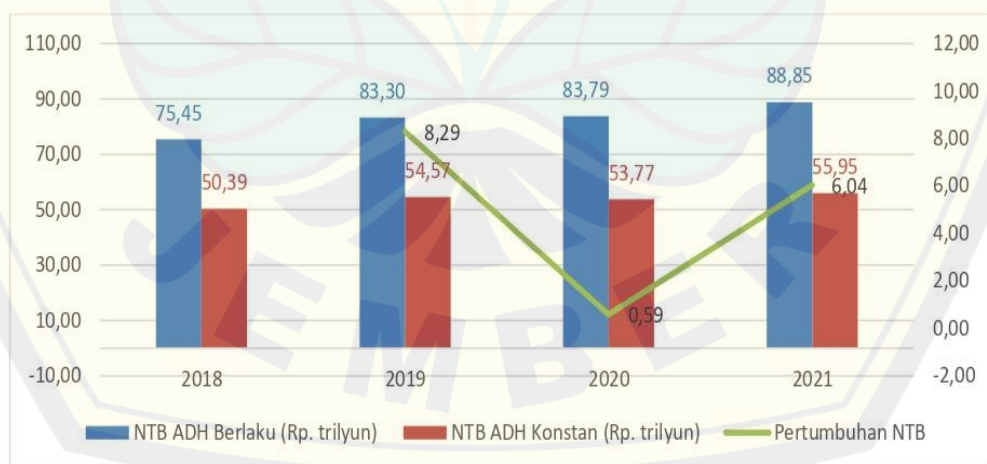
	Halaman
Gambar 1.1 Perkembangan Nilai Tambah Bruto Akomodasi Makanan	1
Gambar 1.2 Nilai Tambah UMKM.....	9
Gambar 1.3 Nilai Tambah UMKM Kabupaten Jember 2018-2021	10
Gambar 2.1 Tahapan Suatu Proses Produksi	18
Gambar 2.2 Kerangka Konsep	39
Gambar 4.1 Peta Wilayah Kabupaten Jember	53
Gambar 4.2 Lokasi Pujasera Kabupaten Jember	55
Gambar 4.3 Uji Normalitas	66
Gambar 4.4 Uji Heterokedasitas	68
Gambar 4.5 Uji T	82

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha kuliner, seperti produksi dan penjualan makanan dan minuman, tumbuh dan berkembang dalam masyarakat luas. Aneka makanan unik, wisata kuliner dan *trend* kuliner yang sudah menjadi gaya hidup masyarakat menjadi bukti pesatnya pertumbuhan bisnis kuliner. Meningkatnya jumlah bisnis kuliner merupakan fenomena yang disebabkan oleh semakin mudahnya membuka bisnis kuliner tersebut. Salah satu tempat kuliner yang sering dijumpai adalah tempat makan PUJASERA, tidak hanya di kota besar akan tetapi PUJASERA juga dapat dijumpai di daerah.

Jawa Timur merupakan pusat kuliner yang menjadi tujuan wisata lainnya di setiap sudut negara, termasuk wisatawan dari luar negeri. Selain itu juga Surabaya Ibu kota provinsi Jawa Timur ini merupakan kota besar di Indonesia. Obyek minat masyarakat terhadap berbagai kuliner khas Jawa Timur cukup menarik, sehingga kondisi ini mendorong munculnya berbagai kawasan dan pusat wisata kuliner di berbagai kota di Jawa Timur. Ini juga mempromosikan UKM, terutama perusahaan kecil penyediaan makanan dan minuman untuk mengikuti operasional kuliner di berbagai sentra sebuah kota di Jawa Timur.



Gambar 1.1 Perkembangan Nilai Tambah Bruto Lapangan Usaha Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum Tahun 2018 - 2021 (trilyun)

Sumber: Dinas Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Provinsi Jawa Timur, 2021

Berdasarkan gambar 1.1 data dari Dinas Koperasi dan UMKM (2021:92) pada tahun 2018-2020 jumlah nilai tambah bruto atas dasar harga berlaku masing-masing industri akomodasi, makanan dan minuman ini Rp. 75,45 triliun, Rp. 83,29 triliun dan Rp. 83,79 triliun. Jika dilihat dari ukurannya nilai tambah bruto tahun 2010, diproduksi atas dasar harga konstan tahun 2018-2020, bisnis akomodasi dan makanan serta minuman semakin berkembang. Ditolak pada tahun 2020 karena dampak pandemi Covid-19 nilai tambah di tahun 2018 produksi bruto atas dasar harga konstan tahun 2010 sebesar Rp. 50,39 triliun, kemudian pada tahun 2019 tumbuh sebesar 8,29 persen atau sebesar Rp54,57 triliun dan pada tahun 2020 sektor ekonomi ini akan menyusut sebesar 6,08 persen menjadi Rp. 53,77 triliun, kemudian naik menjadi Rp. 55,95 triliun pada tahun 2021.

Usaha kuliner PUJASERA termasuk dalam kriteria Usaha Mikro kecil dan menengah termasuk dalam sektor informal yang mana memiliki peranan penting dalam pertumbuhan perekonomian suatu negara. Hal ini dikarenakan Usaha kecil Mikro dan Menengah mampu menjadi stabilisator dan dinamisator bagi negara, terutama negara berkembang seperti Indonesia. Di Indonesia posisi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) telah lama diakui sebagai sektor usaha yang sangat penting, karena berbagai perannya yang *rill* dalam perekonomian. Mulai dari perannya dalam pembentukan PDB sekitar 63,58%, kemampuannya menyerap tenaga kerja sebesar 99,45% atau sangat besarnya jumlah unit usaha yang terlibat yakni sekitar 99,84% dari seluruh unit usaha yang ada, sehingga perannya cukup signifikan dalam nilai ekspor total, yang mencapai 18,72% (Niode, 2009:36).

Konsep yang sangat penting dan sering digunakan dalam mengukur status keuangan pelaku usaha UMKM adalah tingkat pendapatan. Meningkatkan pendapatan usaha yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu merupakan hal yang sangat penting bagi setiap pelaku usaha UMKM. Salah satu tujuan memulai usaha atau bisnis adalah untuk meningkatkan penjualan. Ketika pendapatan meningkat, maka dapat dikatakan bahwa usaha atau perusahaan tersebut mengalami kemajuan dengan baik (Helmalia dan Afrinawati, 2018:12). Pendapatan UMKM dapat dijadikan indikator besar kecilnya perusahaan dan

kinerja bisnis dan analisis deskripsi pengembangan bisnis UMKM di Pulau Jawa Timur. Semakin tinggi omzet UMKM, semakin besar cakupan dan efisiensi usaha UMKM harus dapat diperbarui.

(Ardiansyah, 2016:34) menjelaskan bahwa pendapatan dibagi menjadi dua bagian yaitu pendapatan kotor dan pendapatan bersih. Pendapatan kotor diperoleh dari penjualan barang atau jumlah pendapatan penjualan. Laba bersih sama dengan penjualan dikurangi pembelian bahan produksi, biaya transportasi, biaya tenaga kerja, dan biaya makan, atau total pendapatan, dimana total pendapatan dikurangi total biaya. Jumlah pendapatan kotor ini secara langsung mempengaruhi pendapatan bersih harian. John Maynard Keynes mengatakan, berdasarkan teori pendapatan, bahwa pendapatan yang tersedia atau diterima pada saat tertentu juga mempengaruhi gizi manusia pada saat itu. Sementara itu, teori Milton Friedman mengklaim bahwa ada dua jenis pendapatan, yaitu pendapatan tetap dan pendapatan sementara. Pendapatan tetap (modal pribadi, properti, aset) termasuk pendapatan seumur hidup seseorang, bukan pendapatan mereka saat ini. Berbeda dengan pendapatan tetap, pendapatan sementara berfluktuasi (Dornbush et al. 1986:208).

Pandemi COVID 19 telah berdampak pada seluruh aspek kehidupan. Efek ini dirasakan hampir di semua sektor baik dari sisi permintaan maupun sisi penawaran. Perekonomian Indonesia didominasi oleh sisi penawaran Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), pandemi ini melanda perusahaan maupun pelaku bisnis tersebut sangat keras. Selain itu pandemi juga berdampak pada sisi permintaan yang menurunkan daya beli Publik. Penurunan daya beli juga berdampak langsung pada pendapatan UMKM (W. Sunardi et al. 2020:77). Dampak pandemi Covid-19 terhadap sektor UMKM sangat mempengaruhi keadaan perekonomian Indonesia, dimana kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia sangat besar di banyak tempat. Dampak Covid-19 telah dialami oleh beberapa kategori industri di Jawa Timur, dimana omzet penjualan beberapa kategori industri tersebut mengalami penurunan, namun ada juga yang nilainya tetap mungkin juga meningkat.

Tabel 1.2 Perkembangan Rata-Rata Omset UMKM Berdasarkan Lapangan Usaha Tahun 2018-2021 (Juta Rupiah)

Kategori Lapangan Usaha	Tahun			
	2018	2019	2020	2021
Pertanian Kehutanan dan Perikanan	938.498,49	787.161,168	738.981,80	761.468,9
Pertambangan	54.675,55	17.148,84	16.047,04	16.517,85
Penggalian				
Industry Pengolahan	506.571,68	525.651,40	392.422,50	412.653,8
Pengadaan Listrik, Gas Upap/Air Panas dan Udara Dingin	59.052,83	57.728,47	28.220,26	29.344,74
Treatment Air, Treatment Air limbah, Treatment dan Pemulihan Material Sampah, Dan Aktivitas Remediasi	3.407,18	3.484,28	1.615,89	1.696,32
Konstruksi	92.396,17	75.990,64	46.546,70	48.094,71
Perdagangan Besar dan Eceran ; Reparasi Mobil dan Motor	254.701,76	249.734,62	207.935,84	216.752,6
Pengangkutan dan Pergudangan	205.772,33	311.612,41	257.488,22	265.450
Penyedia akomodasi makan dan minum	682.110,90	286.334,12	154.966,03	162.442,5
Informasi dan Komunikasi	6.117,12	6.494,12	5.634,14	6.016,49
Aktivitas Keuangan dan Asuransi	55.014,45	194.549,63	50.860,81	53.619,22
Real Estate	21.773,89	22.245,20	13.812,23	14.526,27
Jasa Perusahaan	87.079,44	127.306,71	65.457,84	68.537,71
Pendidikan	63.050,29	64.106,96	84.779,09	89.850,64
Kesehatan Manusia dan Aktivitas Sosial	14.645,23	16.147,31	18.174,32	19.180,85
Aktivitas Jasa Lainnya	26.061,48	24.258,32	15.865,37	16.023,85

Sumber: Dinas Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Provinsi Jawa Timur, 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2021 nilai penjualan Usaha kecil dan menengah tahun 2021 akan meningkat secara berbeda

di semua sektor. Sebab, roda ekonomi mulai berputar pasca guncangan di tengah pandemi Covid-19 yang merebak di awal tahun 2020, yang melemahkan mobilitas dan daya beli masyarakat. Kondisi tersebut terutama dirasakan pada sektor manufaktur pada tahun 2020 yang mengalami penurunan hingga 25% pada tahun 2020. Pada tahun 2021, pemulihan ekonomi usaha UMKM menjadi fokus pemerintah dari tingkat nasional hingga daerah, sehingga bisnis UKM dapat pulih kembali sehingga mengalami peningkatan penjualan. Sementara itu, sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan menghasilkan rata-rata pangsa pendapatan tertinggi dengan nilai pendapatan sebesar Rp762 miliar atau 34,92 persen dari total pendapatan UMKM di Jawa Timur, sedangkan industri manufaktur menduduki peringkat teratas. Yang kedua industry pengolahan menyumbang 18,90 persen dari total omset usaha kecil dan menengah di Jawa Timur dengan nilai omzet 413 miliar rupiah. Pada saat yang sama, pendapatan terendah diperoleh di industri penyediaan air, pengelolaan limbah, limbah dan daur ulang, yaitu Rp 1,7 miliar atau 0,08 persen dari total nilai produksi UMKM di Jawa Timur.

Usaha kuliner PUJASERA bekerja dengan tujuan mendapatkan penghasilan untuk penghidupan. Untuk melaksanakannya diperlukan beberapa perangkat dan dipengaruhi oleh banyak faktor yang mendukung keberhasilan operasinya. Faktor yang mempengaruhi pendapatan dan produksi industri kuliner adalah sektor sosial dan ekonomi yang berasal dari jumlah modal yang terdiri dari karyawan, pengalaman kerja dan teknologi (Salim, 2014:89). Pendapatan usaha kuliner didasarkan pada besar kecilnya kapasitas produksi, sehingga semakin besar modal usaha maka semakin besar pula kemampuan usaha kuliner tersebut untuk memproduksi berbagai macam makanan atau minuman, tetapi meskipun usaha kuliner tersebut ditopang oleh modal usaha yang besar tidak didukung oleh tenaga terampil, usaha produksi kuliner tidak akan mencapai hasil yang memuaskan dan sangat berkorelasi dengan pendapatan dan tingkat produksi. Oleh karena itu, ada juga beberapa faktor lain yang dapat menentukannya, yakni selain faktor sosial dan ekonomi yang telah disebutkan di atas. Pendapatan sangat dipengaruhi oleh faktor kredit modal, serta biaya-biaya yang dikeluarkan untuk

kegiatan operasi seperti biaya upah tenaga kerja dan biaya pemasaran. Seperti yang diketahui bahwa dalam teori faktor produksi, jumlah produksi atau output berkaitan erat dengan pendapatan dan *output* (Sukirno, 2008:14).

Modal adalah bagian penting dari kegiatan operasi usaha, yang tujuannya adalah untuk meningkatkan produktivitas bisnis. Modal yang digunakan UMKM adalah modal sendiri atau pinjaman dari bank, koperasi dan pihak lain. UMKM terutama menggunakannya untuk gerobak, meja, kursi, peralatan, dan objek bisnis. Oleh karena itu modal merupakan faktor yang sangat penting untuk meningkatkan pendapatan UMKM yang dibutuhkan untuk memulai usaha. Sejalan dengan yang dijelaskan oleh Tambunan dalam (Setiawan, 2020) bahwa modal adalah salah satu faktor paling penting bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah, maupun besar. Modal dan pendapatan memiliki hubungan yang sangat erat sehingga apabila terjadi guncangan pada modal maka akan menimbulkan dampak susulan yang lebih hebat pada pendapatan. Permasalahan kurangnya modal dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu ketiadaan sumber modal di masyarakat dan ketiadaan dana modal untuk membiayai pembentukan modal baru. Keterbatasan modal *finansial* tercermin dari terbatasnya infrastruktur dan terbatasnya ketersediaan mesin-mesin modern. Keadaan tersebut membawa akibat yang sangat penting bagi perekonomian, yang pada gilirannya menyebabkan penurunan produktivitas beberapa kegiatan, sehingga pendapatan tenaga kerja juga rendah.

Dalam memenuhi kebutuhan modal, peran lembaga keuangan sangat penting. Sumber utama pembiayaan di negara berkembang umumnya masih didominasi oleh pinjaman perbankan. Di Indonesia, sektor perbankan menguasai sekitar 93 persen dari total aset sektor keuangan. Menanggapi kebutuhan modal usaha kecil, Bank Indonesia sebagai otoritas moneter mengeluarkan paket kebijakan pada tahun 1990. Kebijakan tersebut mewajibkan setiap bank untuk mengalokasikan hingga 20 persen dari total pinjamannya dalam bentuk pinjaman usaha kecil. Namun, pada tahun 2001 bank Indonesia memberlakukan Peraturan No. 3/2/PBI/2001 yang menyatakan bahwa pemberian kredit usaha kecil oleh bank diserahkan kepada kemampuan masing-masing bank. Kebijakan ini

menggantikan komitmen Bank dalam melakukan alokasi Kredit Usaha Kecil (Suarmanayasa, 2021:323).

Tenaga kerja sebagai faktor penting lainnya yang menentukan keberhasilan operasional UMKM, dimana faktor tenaga kerja sendiri merupakan salah satu faktor produksi. Kualitas dan kuantitas serta tingkat gaji per karyawan sangat menentukan kinerja UMKM. Setiap industri memiliki struktur karyawan yang berbeda dari satu industri ke industri lainnya. Transaksi di antara UMKM juga berbeda sesuai dengan produk yang diproduksi. Hal ini dikarenakan sifat dan kompleksitas proses produksi di masing-masing bidang usaha pun berbeda. Selain itu Jumlah karyawan juga menentukan produktivitas perusahaan, terutama bagi pengusaha yang keahlian dan pelatihan khusus, sehingga kemampuan unit usaha untuk meningkatkan produksi juga tergantung padanya jumlah tenaga kerja dan jumlah upah yang diterima (W. Sunardi et al. 2020). Menurut data yang diperoleh dari Dinas Koperasi dan UMKM (2021) sebagian besar UMKM memiliki karyawan hanya satu karyawan atau direktur swasta, yaitu pengusaha itu sendiri bekerja dengan 38 persen saham dalam manajemen perusahaannya, sedangkan 36 persen UMKM memiliki 2-4 karyawan, 18 persen memiliki 5-19 karyawan dan 7% sisanya memiliki lebih dari 20 karyawan kerja (Dinas Koperasi dan UMKM, 2021:69). Tenaga kerja yang dipekerjakan meliputi tenaga kerja dari keluarga dan dari luar keluarga. Jumlah karyawan masih sangat terbatas, jika melihat kondisi pandemi yang terjadi selama ini, banyak UMKM yang harus mengurangi jumlah karyawan karena penurunan pendapatannya. Hal ini memang sangat mempengaruhi sebab dengan semakin banyaknya tenaga kerja yang dipekerjakan maka semakin banyak pula biaya yang harus dikeluarkan pelaku usaha sebagai beban upah tenaga kerja.

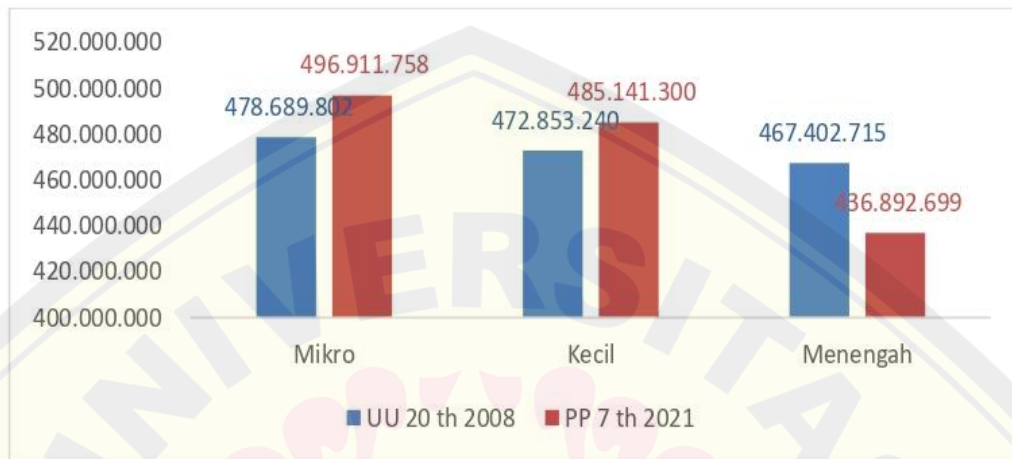
Strategi pemasaran merupakan faktor produksi selanjutnya yang dapat mempengaruhi pendapatan. Dalam meningkatkan perkembangan bisnis, pemasar perlu memperbaiki strategi pemasarannya. Strategi pemasaran sebagai cara untuk memenangkan persaingan yang terus-menerus bagi pengusaha. Menurut Dinas Koperasi dan UMKM (2021:70) ragam produk UMKM, salah satu indikatornya adalah luas pasar. Wilayah pasar perusahaan menunjukkan keadaan perusahaan,

khususnya wilayah dalam penelitian ini, bidang pemasaran dibagi menjadi empat (empat) bidang, yaitu. (1) lokal adalah wilayah pemasaran produk perusahaan di daerah setempat Kabupaten/kota, (2) negara bagian adalah wilayah pasar produk perusahaan antar kabupaten/kota administratif suatu negara, (3) wilayah antarprovinsi adalah suatu wilayah pemasaran produk untuk usaha lintas provinsi, dan (4) ekspor merupakan wilayah pemasaran produk perdagangan antarnegara. Sebagian besar UMKM berada di wilayah Jawa Timur menggunakan wilayah pasar lokal dengan pangsa 55 persen, kemudian menguasai 41 persen wilayah ekonomi regional antara komunitas administratif/kota negara federal, 3 persen memiliki luas pemasaran regional antar provinsi, dan 1 persen UKM memiliki pasar ekspor.

Pendapatan UMKM Jawa Timur dapat dinilai dari nilai tambah bruto dimana nilai tersebut merupakan selisih atas nilai produksi dikurangi biaya produksi sebagai pembentuk komponen PDRB (Produk Regional Domestik Bruto). Distribusi nilai tambah koperasi dan UKM di Jawa Timur terkonsentrasi di kota Surabaya di Kab. Sidoarjo, Kab. Pasuruan, Cab. Gresik, Kab. Malang dan Kab. Jember. Hal penting lainnya dapat dilihat di Kota Blitar, Kota Mojokerto dan Kota Pasuruan yang merupakan penghasil GVA (nilai tambah bruto) UMKM terendah di Provinsi Jawa Timur pada tahun 2021 per gubernur/kota. Perbedaan distribusi dipengaruhi oleh banyak faktor seperti kondisi perekonomian masing-masing daerah. (Dinas Koperasi dan UMKM, 2021:15).

Perubahan peraturan perundang-undangan terkait klasifikasi usaha mikro, kecil, dan kecil tingkat rata-rata berarti perubahan signifikan dalam jumlah perusahaan di setiap klasifikasi. Klasifikasi perusahaan mikro dan kecil menunjukkan tingkat nilai tambah UMKM bruto lebih tinggi di Provinsi Jawa Timur tahun 2021 dengan regulasi baru, yaitu PP No. 7 Tahun 2021. Sekaligus kelas menengah menunjukkan nilai tambah bruto UKM pada tahun 2021 dengan peraturan baru yang lebih sedikit dibandingkan dengan divisi perusahaan hukum lama. Nilai tambah bruto UMKM klasifikasi pengendalian usaha mikro Rp478.689.802 ribu menurut UU No. 28 tahun 2008 atau Rp 496.911.758 ribu berdasarkan PP 7 Tahun 2020. Klasifikasi pengendalian usaha kecil

Rp472.853.240 ribu menurut UU No. 28 tahun 2008 atau Rp485141.300 ribu berdasarkan PP 7 Tahun 2020. Klasifikasi pengendalian usaha menengah Rp436.892.699 ribu menurut UU No. 28 tahun 2008 atau Rp467.402.715 ribu berdasarkan PP 7 Tahun 2020.



Gambar 1.2 Nilai Tambah UMKM berdasarkan Klasifikasi Usaha Provinsi Jawa Timur Tahun 2021

Sumber: Dinas Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Provinsi Jawa Timur, 2021

Kabupaten Jember merupakan wilayah timur yang terletak 200 km sebelah timur Surabaya. Terdapat 1.059.648 UMKM di Kabupaten Jember, dimana 365.195 merupakan UMKM bidang pertanian, peternakan dan kehutanan. UMKM non pertanian sebanyak 656.934 unit. UMKM sendiri berperan dalam perekonomian, hal ini tercermin dari GVA (nilai tambah bruto) dari tahun 2018 hingga 2021 yang secara umum stabil termasuk GVA yang berkelanjutan pada tahun 2018, yaitu sebesar 35.421 *crores* (nilai tambah bruto konstan) pada tahun 2010 dan meningkat menjadi 37.336 *crores* pada tahun 2019, kemudian turun menjadi Rp35.566 dan pada tahun 2020 PDRB menjadi Rp54.688 dan meningkat sebesar Rp38,439 miliar pada tahun 2021. Dengan PDRB yang stabil dari tahun 2018 hingga 2021, secara umum stabil dan menjadi Rp51,371 miliar pada tahun 2018, meningkat sebesar Rp54,200 miliar pada tahun 2019, turun sebesar Rp52,587 miliar pada 2020. Berikut hasil pengembangan nilai tambah di Kabupaten Jember Tahun 2018-2021 sebagai berikut:



Gambar 1.3 Nilai Tambah Bruto Koperasi dan UMKM di Kabupaten Jember Tahun 2018- 2021.

Sumber: Dinas Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Provinsi Jawa Timur, 2021

Kabupaten Jember tidak hanya menjadi kabupaten yang punya potensi besar dalam bidang pertanian. Lebih dari itu Jember juga memiliki jumlah Usaha Kecil Mikro (UKM) terbesar di Jawa Timur (BAPPEDA Jawa Timur, 2016). Potensi besar UKM inilah akan jadi kekuatan ekonomi, sekaligus bagaimana pelaku UKM dan Industri Kecil Menengah (IKM) diberikan perlindungan jaminan ketenagakerjaan.

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Kawasan bagian timur Provinsi Jawa Timur

No	Nama Kabupaten	Jumlah UMKM
1	Banyuwangi	480.687
2	Bondowoso	271.793
3	Jember	647.416
4	Lumajang	287.778
5	Pasuruan	362.230
6	Situbondo	217.042
7	Probolinggo	333.453

Sumber : <https://diskopukm.jatimprov.go.id/info/data-ukm>, 2018

Berdasarkan tabel diatas, Kabupaten Jember menduduki peringkat pertama dimana sebagai wilayah yang memiliki UMKM terbanyak. Ditunjukkan bahwa jumlah UMKM di Kabupaten Jember sebanyak 647.416. berdasarkan data diatas

jember memiliki potensi untuk meningkatkan perekonomian indonesia lebih besar dibandingkan Kabupaten/Kota lainnya. Kontribusi yang cukup besar tersebut, artinya UMKM di Kabupaten Jember harus diperhatikan.

Dalam rangka penguatan dan pemberdayaan pelaku UMKM, perlu dikaji faktor-faktor penentu pendapatan pelaku UMKM selama masa pandemi Covid-19. teori perilaku produsen adalah teori yang menjelaskan bagaimana perilaku produsen untuk menghasilkan produk secara efisien dalam kegiatan produksinya. Produsen berusaha menghasilkan produk yang baik dengan mengatur faktor produksinya. Peneliti telah melakukan studi pendahuluan untuk mengetahui masalah faktor keuangan yang dihadapi UMK. Studi pendahuluan dilakukan dengan UMK di Kabupaten Jember. Hasilnya yaitu 50% lima UMK di Kabupaten Jember yang diwawancarai tentang masalah keuangan apa yang dihadapi oleh UMK, mereka menjawab bahwa masalah yang sering dihadapi adalah membutuhkan tambahan modal yang digunakan untuk mengembangkan usahanya dan kesulitan dalam pemasaran dikarenakan adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk memutus penyebaran covid-19.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Orbawati et.al (2022) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan adalah modal. Sedangkan penelitian yang dilakukan Kesuma et.al (2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang tradisional di Kota Denpasar. Adapun hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada pihak dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember bahwa pada tahun 2021 Kabupaten Jember memiliki 6.547 UMKM yang terdiri dari sektor perdagangan, sektor jasa dan industri pengolahan.

Gambar 1.2 Jumlah UMKM per Kecamatan di Kabupaten Jember Tahun 2022

No	Nama Kecamatan	Jumlah UMKM
1	Sumberbaru	65
2	Tanggul	102
3	Semboro	74
4	Kencong	71
5	Jombang	57
6	Umbulsari	84
7	Gemukmas	61
8	Puger	164
9	Balung	65
10	Bangsalsari	85
11	Rambipuji	71
12	Ajung	68
13	Wuluhan	70
14	Ambulu	213
15	Jenggawah	75
16	Tempurejo	50
17	Silo	83
18	Sukowono	76
19	Ledokombo	62
20	Kalisat	68
21	Sumberjambe	71
22	Jelbuk	69
23	Arjasa	142
24	Pakusari	84
25	Sumbersari	1.580
26	Patrang	1.579
27	Kaliwates	1.069
28	Sukorambi	105
29	Panti	59
30	Mumbulsari	57
31	Mayang	74
	Jumlah	6.547

Sumber : (Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Jember 2021, diolah)

Berdasarkan Gambar diatas dapat diketahui Kecamatan Sumbersari menduduki peringkat pertama dengan jumlah pelaku usaha UMK sebesar **1580** .

patrang memiliki jumlah pelaku usaha UMK sebesar **1579**, Kaliwates memiliki jumlah UMK **1069**, ambulu memiliki jumlah pelaku usaha sebesar UMK **213**, Puger memiliki jumlah UMK sebesar **164**. Dalam rangka penguatan dan pemberdayaan pelaku UMK, perlu dikaji faktor-faktor penentu pendapatan pelaku UMKM selama masa Pandemi Covid-19. Perkembangan UMK memiliki hambatan produksi yang di tinjau dari dua faktor. Di antaranya di pengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, untuk menangani hal tersebut maka diperlukan strategi guna meningkatkan kinerja dan keberlangsungan UMK.

Pandemi yang terjadi saat ini tentu saja mempengaruhi pendapatan UMKM Jember, sehingga pemulihan pasca pandemi sangat dibutuhkan untuk mencegah perekonomian Jember hilang begitu saja dan pendapatan masyarakat turun drastis. Sehingga dalam keadaan normal mereka tetap membutuhkan dukungan dari berbagai pihak untuk mengembangkan usahanya Suminah et.al (2016), terutama yang terkena dampak Pandemi COVID-19 yang belum diketahui ujungnya. Menurunnya tingkat pendapatan selama pandemi berdampak pada daya beli yang juga melemah.

Pentingnya nilai pendapatan bagi UMKM mendorong peneliti untuk melakukan penelitian ini. Mengacu pada penelitian sebelumnya oleh Humaira (2022) dimana objek penelitiannya adalah pendapatan. Dimana peneliti menganalisa perbandingan pendapatan sebelum dan sesudah pandemi. Berdasarkan hasil penelitiannya yang dilakukan di Desa Sungai Jariang terkait seberapa besar perbandingan pendapatan *home industry* sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 dapat disimpulkan bahwa pendapatan para pelaku usaha home industry di desa ini memang menurun dan ada beberapa pelaku usaha yang mengalami penurunan pendapatan sebesar 50% ke atas.

Menurut penelitian oleh Aditya (2019:27) dengan judul penelitian “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Mikro” dijelaskan bahwa terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha antara lain: a) Kondisi dan kemampuan penjualan, b) Kondisi pasar, c) Modal, d) Kondisi operasional perusahaan, e) Produk, f) Harga, g) Distributor, h) Promosi. Adapun hasil dari penelitiannya disimpulkan bahwa modal, tenaga kerja, strategi

pemasaran dan teknologi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan. Sedangkan penelitian Purwanti (2013) menyimpulkan hasil dari penelitiannya bahwa modal dan karakteristik wirausaha berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan sedangkan, strategi pemasaran berpengaruh negatif terhadap pendapatan.

Selanjutnya dijelaskan juga beberapa unsur-unsur faktor pendapatan menurut Dinas Koperasi dan UMKM (2021, 28) antara lain: (a) Balas jasa pegawai, (b) Pendapatan dari perusahaan tidak berbadan hukum, (c) Pendapatan sewa tanah dan kepemilikan, (d) Bunga neto, (e) Keuntungan perusahaan berbadan hukum. Sedangkan unsur-unsur faktor pendapatan selain dari balas jasa pegawai biasanya dikelompokkan sebagai surplus usaha.

Merujuk pada penelitian-peneliti sebelumnya, peneliti dapat melakukan studi lapangan untuk melihat secara pasti faktor apa saja yang dapat mempengaruhi nilai pendapatan baik sebelum maupun sesudah pandemi. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menentukan pendapatan UMKM di Kabupaten Jember, oleh sebab itu peneliti tertarik mengambil topik penelitian dengan judul **“Determinan Pendapatan Sektor Perdagangan Sebelum dan Setelah Pandemi Covid-19 di Kabupaten Jember (UMKM Pujasera)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijelaskan di atas, berikut ini akan peneliti paparkan mengenai rumusan masalah yaitu sebagai berikut.

1. Apakah modal awal berpengaruh terhadap pendapatan pada pelaku usaha sektor perdagangan sebelum dan setelah pandemi covid-19 di Kabupaten Jember?
2. Apakah upah tenaga kerja berpengaruh terhadap pendapatan pada pelaku usaha sektor perdagangan sebelum dan setelah pandemi covid-19 di Kabupaten Jember?
3. Apakah biaya pemasaran berpengaruh terhadap pendapatan pada pelaku usaha sektor perdagangan sebelum dan setelah pandemi covid-19 di Kabupaten Jember?
4. Apakah kredit modal berpengaruh terhadap pendapatan pada pelaku usaha sektor perdagangan sebelum dan setelah pandemi covid-19 di Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, berikut ini akan peneliti paparkan mengenai tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui dan menganalisis terdapat atau tidaknya pengaruh modal terhadap pendapatan pada pelaku usaha sektor perdagangan sebelum dan setelah pandemi covid-19 di Kabupaten Jember.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis terdapat atau tidaknya pengaruh upah tenaga kerja terhadap pendapatan pada pelaku usaha sektor perdagangan sebelum dan setelah pandemi covid-19 di Kabupaten Jember.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis terdapat atau tidaknya pengaruh biaya pemasaran terhadap pendapatan pada pelaku usaha sektor perdagangan sebelum dan setelah pandemi covid-19 di Kabupaten Jember.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis terdapat atau tidaknya pengaruh kredit modal terhadap pendapatan pada pelaku usaha sektor perdagangan sebelum dan setelah pandemi covid-19 di Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian tersebut, manfaat penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan literatur dan referensi dalam memberikan pengetahuan konseptual untuk penelitian selanjutnya. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi sarana pengembangan kemampuan dalam bidang penelitian, khususnya dalam bidang Ilmu Ekonomi yang berkaitan dengan pendapatan umkm di suata daerah.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan pemerintah Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk memberikan pertimbangan kepada Pemerintah Kabupaten Jember dalam membuat dan menetapkan kebijakan untuk meningkatkan pendapatan usaha mikro di Kabupaten Jember.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1. Hubungan Fungsi Produksi Cobb Douglas

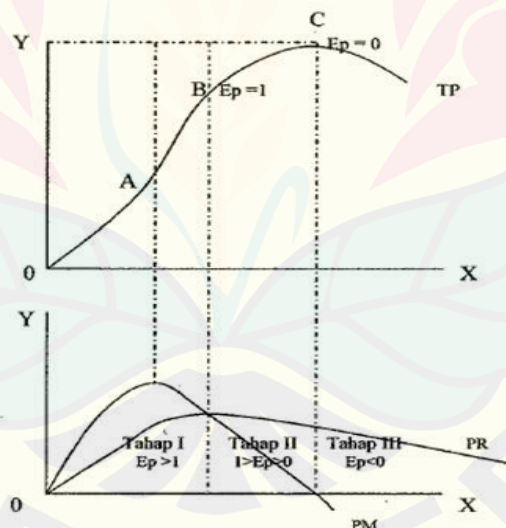
Menurut Budiono (1992), setiap proses produksi memiliki landasan teknis, yang dalam teori ekonomi disebut fungsi produksi. Fungsi produksi merupakan suatu persamaan yang memperlihatkan hubungan antara tingkat keluaran dan kombinasi penggunaan masukan. Dalam teori ekonomi, asumsi dasar dibuat tentang sifat fungsi produksi, fungsi produksi dari semua produksi. Dalam teori ini, semua produsen tunduk pada hukum yang disebut "hukum hasil yang semakin berkurang". Hukum ini menyatakan bahwa jika masukan lain tetap konstan dan keluaran ditambahkan untuk penggunaannya, keluaran tambahan yang dihasilkan dari setiap masukan tambahan awalnya akan meningkat, tetapi karena input harus ditambahkan, maka keluaran tambahan yang dihasilkan dari penambahan masukan disebut produk fisik marjinal (MPP) dari input tersebut (Soetrisno, 2014:34).

Salah satu bentuk fungsi produksi yang sering peneliti gunakan adalah fungsi produksi Cobb Douglas. Fitur ini pertama kali diusulkan oleh Cobb, C.W dan Douglas, P.H., dalam artikel tahun 1928 di jurnal ilmiah Amerika Tinjauan Ekonomi 18 berjudul Teori Produksi. Fungsi Produksi Cobb-Douglas adalah fungsi atau persamaan yang mengandung dua atau lebih variabel dimana satu variabel disebut variabel dependen yang dideklarasikan (Y) dan yang lainnya disebut variabel bebas (X) yang menjelaskan. Keretakan hubungan antara Y dan X biasanya dilakukan dengan regresi, yaitu, variasi Y adalah dipengaruhi oleh variasi X. Oleh karena itu aturan garis regresi juga berlaku untuk solusi fungsi Cobb-Douglas (Putong, 2014).

Elastisitas output (E_p) adalah persentase perubahan output sebagai akibat dari persentase input. Ini menunjukkan bahwa fase bisnis menyebabkan peristiwa input tambahan yang meningkatkan output tambahan (tingkat pertumbuhan) dan kemudian turun menjadi produk marjinal (PM) negatif. Dalam teori ekonomi, asumsi mendasar tentang sifat fungsi produksi adalah hukum pengembalian yang

semakin berkurang. Definisi bentuk fungsi produksi dapat ditulis dalam tiga langkah. Secara umum hubungan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut (Mubyarto, 1991 dalam Soetriono, 2014:34).

- a. Level 1: $E_p > 1$, output total, output rata-rata meningkat, nilai produk marjinal juga meningkat dan kemudian menurun hingga sama dengan output rata-rata karena produsen meningkatkan output dengan meningkatkan input, terdapat margin yang tidak rasional.
- b. Level II: Nilai E_p adalah $1 > E_p > 0$, output total meningkat, tetapi output rata-rata menurun, dan nilai produk marjinal juga menurun hingga nol, memberikan kisaran yang masuk akal untuk keputusan produksi. Jadi area ini dibuat secara efektif.
- c. Level III: Nilai $E_p < 0$, Produk total dan rata-rata menurun, tetapi nilai produk marjinal negatif, input tambahan mengurangi output, jadi ini juga merupakan domain irasional.



Gambar 2.1 Tahapan dari Suatu Proses Produksi

Fungsi produksi menggambarkan proses produksi yang aktual dan terukur. Pada fungsi produksi untuk mengetahui berapa output yang dihasilkan bila jumlah input ditambah dengan rasio yang sama, hal ini dapat dilihat dari *return to scale* yang dihasilkan. Skala pengembalian adalah rasio dari semua

perubahan total input terhadap total output. Ada tiga kemungkinan situasi ketika kembali ke skala (Vinta, 2013:19):

- a. Menambahkan hasil penskalaan (kembali ke penskalaan) $\alpha + \beta > 1$. Artinya, bagian tersebut berasal dari tambahan faktor produksi menghasilkan bagian yang lebih besar dari produksi tambahan.
- b. Standar hasil pengukuran (skala kontinyu) $\alpha + \beta = 1$. Ini berarti rasio faktor produksi tambahan akan menjadi menghasilkan output tambahan dalam proporsi yang sama.
- c. Mengurangi skala hasil (*diminishing return to scale*) $\alpha + \beta < 1$. Ini berarti rasio faktor produksi tambahan akan menjadi menghasilkan proporsi output tambahan yang lebih kecil.

Menurut Soekartawi (1990), secara umum dalam menentukan model fungsi produksi Cobb-Douglas dengan menggunakan data *cross-sectional* (survey), terdapat beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan dalam melakukan analisis, yaitu sebagai berikut: (Soetrisno, 2014:36):

- a. Tidak ada nilai pengamatan yang bernilai nol, sebab logaritma dari nol adalah suatu bilangan yang besarnya tidak diketahui (*infinite*).
- b. Variasi dari berbagai variabel yang tidak disertai dalam analisis hendaknya kecil.
- c. Variasi kombinasi input yang digunakan oleh sampel lebih beragam.
- d. Jumlah sampel yang dibutuhkan harus cukup (minimal 40 sampel).
- e. Asumsi fungsi Cobb-Douglas harus menggunakan asumsi yang benar. Asumsi-asumsi tersebut adalah: a) Teknologi dianggap netral. Artinya, intersep bisa berbeda, tetapi kemiringan garis estimasi Cobb-Douglas diasumsikan sama. b) Sampel dianggap sebagai pengambil harga.
- f. Perbedaan lokasi (pada fungsi produksi) seperti iklim sudah termasuk dalam faktor kesalahan.
- g. Setiap variabel X adalah ras sempurna.

2.1.2. Teori Pendapatan Milton Friedman

Teori ini disampaikan oleh Milton Friedman. Menurut teori ini pendapatan masyarakat dapat diklasifikasikan menjadi 2 yaitu pendapatan permanen (permanent income) dan pendapatan sementara (transitory income) dengan definisi sebagai berikut:

- 1) Pendapatan permanen ialah pendapatan yang orang harapkan untuk terus bertahan di masa depan (Mankiw, 2003:443).
- 2) Pendapatan sementara ialah pendapatan yang tidak bisa diperkirakan sebelumnya. (Guritno dan Algifari, 1998: 72).

Selain itu, Friedman juga membagi pengeluaran konsumsi menjadi 2 yaitu:

- 1) Pengeluaran konsumsi permanen (konsumsi yang direncanakan)
- 2) Pengeluaran konsumsi sementara (konsumsi yang tidak direncanakan)

Friedman beranggapan bahwa tidak terdapat korelasi antara pendapatan/konsumsi sementara dengan pendapatan/konsumsi permanen, maupun konsumsi sementara dengan pendapatan sementara. Kecenderungan mengkonsumsi dari pendapatan sementara sama dengan nol, artinya jika konsumen menerima pendapatan sementara yang positif maka tidak akan mempengaruhi konsumsi. Jika konsumen menerima pendapatan sementara yang negatif maka tidak akan mengurangi konsumsi (Goeritno dan Algifari, 1998:72).

Mankiw (2003:444) menyatakan, jika pendapatan sekarang secara temporer naik di atas pendapatan permanen, kecenderungan untuk mengkonsumsi rata-rata secara temporer akan turun. Bila pendapatan sekarang turun secara temporer di bawah pendapatan permanen, kecenderungan mengkonsumsi rata-rata secara temporer akan naik. Kesimpulannya, teori konsumsi dari Milton Friedman berpikiran bahwa pendapatan permanen akan mempengaruhi besarnya jumlah kecenderungan mengkonsumsi rata-rata masyarakat. Kecenderungan mengkonsumsi tersebut bisa saja mengarah pada jenis makanan atau non makanan

bergantung pada besar-kecilnya jumlah pendapatan yang diterima oleh masyarakat.

Pada hakekatnya konsep dasar pendapatan adalah bahwa pendapatan merupakan proses arus yaitu “penciptaan barang dan jasa oleh perusahaan selama jangka waktu tertentu”. Pendapatan atau income dari seorang warga masyarakat adalah hasil penjualan dari faktor-faktor produksi yang memilikinya kepada sektor produksi. Sektor produksi membeli faktor-faktor produksi tersebut untuk digunakan sebagai input produksi dengan harga yang berlaku di pasar produksi ditentukan oleh kekuatan tarik-menarik antara penawaran dan permintaan.

Pendapatan merupakan imbalan atas pertambahan hasil nilai produksi yang diterima dari tenaga kerja (Samuelson dan Nordhaus, 1985:291). Seorang individu dapat memperoleh pendapatan dengan jalan bekerja, pendapatan juga diperoleh dari harta benda yang dimilikinya misalnya tanah, mesin-mesin, rumah atau uang. Pendapatan yang diperoleh dalam jangka waktu tertentu sama dengan pengeluaran jangka waktu tersebut. Pendapatan senantiasa harus sama dengan pengeluaran karena kedua istilah itu menunjukkan hal yang sama hanya dipandang dengan pandangan lain. Persamaan antara pendapatan dengan pengeluaran tidak berlaku bagi seorang individual atau suatu kelompok individu-individu yang jumlahnya kurang dari pada seluruh individu dari sebuah perekonomian. Menurut Suroto (1992:33) pendapatan merupakan seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun dari hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku pada saat itu. Pendapatan terdiri dari pendapatan total dan pendapatan bersih. Pendapatan total (total revenue) adalah hasil dari perkalian harga jual dan jumlah output (Gilarso, 1991:136)

2.1.3 Teori Biaya Pemasaran Kotler

Menurut Kotler (2004:4) pemasaran pada dasarnya dipandang sebagai tugas menciptakan, menyajikan dan menawarkan barang dan jasa bagi konsumen dan perusahaan. Faktanya, pemasar memasarkan produk, layanan, memperkaya

pengalaman, acara, orang, tempat, aset, organisasi, informasi, dan ide dalam 10 format berbeda. Juga Kotler dan Armstrong (2001:7) menjelaskan bahwa pemasaran adalah proses sosial dan ekonomi yang mendorong individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan dan butuhkan. Melalui penciptaan dan saling tukar menukar produk dan nilai dengan pihak lain. Kotler (2010) juga mencatat bahwa bauran pemasaran adalah suatu kesatuan perlengkapan atau alat seorang pemasar, yang terdiri dari berbagai elemen program pemasaran yang harus diperhatikan agar berhasil menerapkan strategi pemasaran yang telah ditetapkan.

Kotler (2010) lebih lanjut menjelaskan mengenai konsep bauran pemasaran tradisional (perdagangan) dimana terdiri dari 4P, yaitu. produk, harga, lokasi dan promosi yaitu : (Abubakar 2018:19)

1. Produk

Menurut pemasaran, produk adalah bentuk fisik dari produk dengan seperangkat gambar dan layanan untuk konsumen. Produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar, baik produk riil maupun produk (jasa) yang tidak berwujud, sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pasar. Pelanggan lebih menyukai produk yang berkualitas dengan kegunaan yang lebih dan tampilan yang menarik, dan pelanggan yang puas dengan produk yang ditawarkan merasa loyal atau loyal terhadap produk tersebut. Oleh karena itu, arahan dalam masalah desain produk, pemilihan produk, dan branding diperlukan agar produk dimiliki dan dikendalikan oleh perusahaan yang ingin melindungi reputasinya dan memaksimalkan keuntungannya. Produk yang dibeli konsumen pada dasarnya dapat dibagi menjadi lima tingkatan, yaitu : (Abubakar, 2018:20)

- a. Produk inti adalah inti dari produk yang diperoleh pelanggan atau konsumen dari produk tersebut.
- b. Produk formal, bentuk, model, kualitas, merk dan kemasan yang menyertai produk.

c. Produk tambahan adalah produk tambahan dengan berbagai layanan tambahan, seperti misalnya Instalasi, layanan, pemeliharaan, dan transportasi gratis.

d. Kemungkinan produk, setiap penambahan atau perubahan yang mungkin dihilangkan dari produk di masa mendatang. Produk yang diharapkan, sekumpulan karakteristik dan persyaratan produk yang biasanya diharapkan dan diterima sebagai kekayaan.

2. Harga

Salah satu masalah dalam pemasaran adalah penetapan harga yang merupakan bagian sensitif bagi konsumen dan merupakan isu penting bagi produsen. Harga adalah sejumlah uang tunai atau uang yang harus digunakan konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa yang telah mereka peroleh melalui pembelian untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Dari sudut pandang konsumen, harga sering digunakan sebagai indikator yang digunakan untuk nilai utilitas yang dirasakan dari suatu barang atau jasa. Untuk mengantisipasi daya beli pelanggan, perusahaan memproduksi berbagai kemasan, ukuran dan jenis yang berbeda-beda. Konsumen secara rasional berpikir bahwa harga yang rendah tidak menjamin kualitas yang tinggi. Meskipun harga tinggi dapat memberikan produk berkualitas. Pelaku bisnis harus sangat kritis dalam menentukan harga produk karena kesalahan harga dapat menimbulkan kesalahpahaman di kalangan konsumen Abubakar (2018:30).

Terdapat beberapa langkah-langkah yang diperlukan pelaku usaha dalam menentukan harga produk : (Sumarwan, 2015:65)

- a. Memutuskan target harga.
- b. Nyatakan permintaan.
- c. Perhitungan biaya.
- d. Mengevaluasi harga, biaya dan penawaran pesaing.
- e. Menentukan metode penetapan harga.

Penetapan harga akhir. Pelaku usaha harus membuat kebijakan penetapan harga. Kebijakan tersebut harus memastikan keuntungan jangka panjang dari semua

biaya dan manfaat, bahkan ketika pelaku usaha berada dalam masa sulit (Putra, 2020:22).

Tujuan penetapan harga adalah sebagai berikut:

- a. Pencapaian *capital gain*,
- b. menstabilkan harga,
- c. mempertahankan pangsa pasar
- d. menghadapi pesaing
- e. memaksimalkan keuntungan (Abubakar, 2018: 42).

3. Tempat

Tempat adalah tempat dimana suatu usaha dapat didirikan dan berlokasi serta diyakini memiliki nilai yang signifikan yang dapat mempengaruhi penjualan dan meningkatkan keuntungan usaha baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Lokasi mempengaruhi keberhasilan pemasaran. Lokasi yang strategis menarik banyak pelanggan baru dibandingkan dengan lokasi yang sulit dijangkau pelanggan. Gunakan produk atau layanan kami untuk menentukan tempat yang tepat untuk membeli. Dalam menentukan lokasi harus mempertimbangkan akses jalan yang mudah dan strategis serta layanan pendukung seperti website, telepon, media sosial dan lain-lain.

4. Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan elemen yang sangat penting dalam pemasaran karena dapat meningkatkan *brand recognition* dan penjualan. Menurut Musfar (2020:17) promosi terdiri dari berbagai macam elemen, seperti:

a. Periklanan.

Periklanan adalah salah satu bentuk promosi penjualan yang paling umum digunakan. Iklan termasuk metode komunikasi berbayar seperti iklan televisi, radio, cetak dan *online*. Iklan merupakan elemen yang sangat penting dalam pemasaran karena dapat meningkatkan *brand awareness* dan penjualan.

b. Promosi penjualan.

Promosi adalah persuasi langsung melalui berbagai imbalan yang dapat digunakan untuk segera mendorong pembelian suatu produk dengan

meningkatkan jumlah pembelian. Pelaku usaha atau pedagang dapat menerapkan langkah-langkah promosi dengan diskon dan layanan tambahan. Pelaku usaha juga dapat meningkatkan kesadaran dan citra produknya melalui sponsorship. Pelaku usaha juga dapat menginformasikan pelanggannya secara langsung tentang produknya melalui berbagai media seperti media *online* Abubakar (2018:28).

c. Publisitas dan Hubungan masyarakat

Humas adalah upaya pelaku bisnis secara keseluruhan untuk mempengaruhi pendapat, persepsi dan keyakinan, serta sikap kelompok terhadap pendapat perusahaan. Periklanan dan hubungan masyarakat biasanya merupakan bentuk komunikasi impersonal bebas yang ditujukan untuk mempromosikan dan melindungi citra perusahaan atau produk individu. Keuntungan dari iklan jenis ini adalah efektifitas biaya, karena perusahaan tidak membayar untuk komunikasi massa. Namun publisitas negatif dapat merugikan perusahaan dan seperti bentuk publisitas lainnya, publisitas jenis ini tidak dapat dikendalikan (Abubakar, 2020:28)

d. Penjualan langsung

Pemasaran langsung adalah pemasaran interaktif yang menggunakan satu atau lebih media periklanan untuk menghasilkan tanggapan atau peristiwa yang diukur di satu tempat. Penjualan langsung merupakan kombinasi promosi penjualan yang efektif dan interaktif karena menawarkan banyak manfaat bagi pelanggannya. Bauran atau strategi pemasaran dapat menjadi acuan bagi pelaku ekonomi untuk secara efektif menentukan kisaran biaya pemasaran sehingga mereka dapat terus mencapai hasil pendapatan yang maksimal.

2.1.4 Kredit Modal

Pinjaman modal kerja adalah salah satu jenis pinjaman kreditur memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan pembiayaan dalam meningkatkan kemampuan usaha untuk beroperasi, sehingga operasi usaha dapat berjalan dengan baik dan sehat. Kredit modal kerja adalah kredit yang

diberikan untuk kinerja kebutuhan modal kerja perusahaan maupun pelaku usaha. Prinsip modal kerja ini adalah modal yang digunakan selama siklus ekonomi pembelian tunai dari pinjaman bank kemudian digunakan untuk pembelian barang atau bahan baku yang kemudian diolah menjadi barang jadi kemudian dijual kepada pelanggan baik secara tunai atau secara kredit. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, pelaku usaha maupun perusahaan membutuhkan dana yang cukup untuk menjamin kelangsungan operasinya (Marwa, 2017:4).

Menurut (Wijaya, 2001:27), Pinjaman modal kerja adalah pinjaman yang bank berikan kepada pelanggan (debitur) sebagai pemenuhan kebutuhan untuk menutupi modal kerja debitur. Kasmir (2011:76) menyatakan bahwa pinjaman modal kerja diberikan untuk melayani kebutuhan keuangan jangka pendek dalam jangka waktu tertentu penghasilan maksimal satu tahun (dapat diperpanjang pada saat jatuh tempo), dan bunga berubah sesuai dengan jumlah pemakaian.

Komponen pinjaman pemberian kredit oleh bank didasarkan pada kepercayaan, jadi pemberian kredit adalah pemberian kepercayaan. Artinya bank memberikan pinjaman dengan keyakinan penuh bahwa peminjam akan mengembalikan pinjaman yang diterima pada waktu dan sesuai dengan syarat yang disepakati kedua belah pihak. Tanpa kepercayaan ini, lembaga perbankan tidak akan lagi menerima simpanan masyarakat. Unsur kredit menurut (Abdullah, 2018:114):

1. Keyakinan

Keyakinan yaitu keyakinan dalam meminjamkan bahwa kredit yang diberikan (dalam bentuk uang, barang atau jasa) benar-benar akan diterima kembali di kemudian hari. Kepercayaan ini berasal dari bank yang memiliki sejarah melakukan riset pelanggan baik internal maupun eksternal. Penelitian dan investigasi kondisi masa lalu dan sekarang dari pemohon pinjaman.

2. Perjanjian

Perjanjian ini dilakukan antara pemberi pinjaman dan peminjam. Perjanjian ini didefinisikan dalam kontrak (akad pembiayaan) di mana kedua belah pihak menandatangani hak dan kewajiban mereka.

3. Jangka Waktu

Jangka waktu setiap pinjaman yang diberikan memiliki jangka waktu tertentu yang mencakup jangka waktu pengembalian yang telah disepakati. Periode ini bisa pendek, sedang atau panjang.

4. Risiko

Adanya jangka waktu pengembalian pinjaman mengandung risiko bahwa pinjaman tidak akan ditagih atau diblokir. Semakin lama pinjaman, semakin besar risikonya dan sebaliknya. Bank menanggung risiko ini baik risiko yang disengaja maupun risiko yang tidak disengaja dari pelanggan yang ceroboh.

5. Pelunasan

Pelunasan adalah manfaat dari pinjaman atau tahap, yang kita kenal sebagai bunga. Kompensasi dalam bentuk bunga dan pengelolaan kredit dianggap sebagai keuntungan

Pemberian fasilitas kredit memiliki tujuan tertentu. Sasaran Penyaluran kredit tidak lepas dari misi bank didirikan. Menurut Kasmir (2014:88) terdapat beberapa tujuan pemberian kredit modal yaitu sebagai berikut:

1. Klaim Manfaat

Hal ini dimaksudkan untuk menghasilkan hasil dari pinjaman. Hasilnya terutama dalam bentuk bunga atau *profit* bagi bank sebagai *fee* dan biaya administrasi kredit yang diberikan kepada nasabah. Keuntungan ini sangat penting bagi bank jika bank terus menderita kerugian besar kemungkinan bank akan dilikuidasi.

2. Dukungan perusahaan klien

Tujuan lainnya adalah untuk membantu bisnis klien membutuhkan dana, baik reksa dana maupun dana modal kerja. Debitur menanggung dana ini dapat mengembangkan dan memperluas usahanya.

3. Untuk membantu pemerintah

Semakin banyaknya pinjaman yang diberikan oleh sektor perbankan, hal tersebut membuat lebih baik, mengingat lebih banyak kredit berarti peningkatan pembangunan di daerah tersebut berkembang diberbagai sektor. Adapun manfaat yang didapatkan pemerintah dengan menyebarkan pemberian kredit yaitu sebagai berikut: (Kasmir, 2014:88)

- a. Penghasilan kena pajak dari laba yang diperoleh pelanggan dan bank.
- b. Terbukanya kesempatan kerja, dalam hal ini pinjaman untuk pengembangan usaha baru atau perluasan usaha membutuhkan pekerja baru untuk beroperasi mengambil tenaga kerja yang menganggur.
- c. Peningkatan yang jelas dalam jumlah barang dan jasa bahwa sebagian besar kredit dibayar meningkatkan jumlah barang dan jasa publik.
- d. Menghemat mata uang lokal, terutama pada produk-produk yang sebelumnya diimpor dan dapat dilakukan di dalam negeri, selanjutnya jalur kredit yang sudah ada ternyata bisa menyelamatkan mata uang negara.
- e. Kenaikan nilai tukar negara untuk produk kredit dibiayai untuk keperluan ekspor.

Sedangkan menurut Sujarweni (2019: 165) tujuan kredit mencakup berbagai macam, kredit mencakup dua fungsi utama, yaitu: a) Profitabilitas, tujuannya adalah untuk memperoleh hasil pinjaman berupa keuntungan dari pemungutan bunga. b) Keamanan, keamanan pelayanan atau fasilitas yang diberikan harus benar-benar dapat diakses secara bebas.

Kredit modal membawa fungsi besar bagi beberapa perusahaan maupun pelaku usaha dalam menjalankan operasi usahanya. Adapun beberapa fungsi kredit modal menurut (Kasmir, 2014:89) sebagai berikut:

1. Peningkatan utilitas uang

Kegunaan uang meningkat ketika masyarakat menggunakannya. Jadi, bank tidak hanya menawarkan layanan simpanan. Layanan pinjaman

diperkenalkan untuk menyimpan uang sebagai pendapatan dan menghasilkan keuntungan bagi bank.

2. Perbaiki peredaran uang

Pinjaman bisnis digunakan untuk membeli barang dan jasa untuk bisnis. Jika suatu perusahaan atau pelaku usaha sudah memiliki produk, maka dapat melakukan perdagangan dengan konsumen. Alhasil, peredaran uang di daerah pun meningkat berkat penggunaan pinjaman tersebut.

3. Insentif Bisnis

Rata-rata pengusaha mundur begitu menyadari bahwa modal kerja yang dibutuhkan tidak sedikit. Peran jasa kredit adalah mendorong para pengusaha untuk mempromosikan usahanya. Mereka tidak perlu menunda pengembangan usaha karena bisa meminjam uang terlebih dahulu.

4. Meningkatkan ketersediaan sarana produksi

Salah satu alasan orang membutuhkan kredit adalah untuk mengembangkan produk mereka. Bantuan kredit dari perbankan masuk akal sebagai modal untuk meningkatkan kualitas produk. Pengusaha dapat menggunakan bahan baku dengan kualitas terbaik untuk meningkatkan ketersediaan barang.

5. Meningkatkan stabilitas ekonomi

Kredit juga digunakan untuk mengalokasikan barang ekspor ke pasar luar negeri. Kurs atau hasil ekspor mengalir ke pendapatan negara. Akibatnya, stabilitas ekonomi meningkat akibat kegiatan ekspor ini. Selain itu, Indonesia lebih kompetitif di pasar internasional.

6. Meningkatkan distribusi pendapatan

Semakin banyak kredit yang diberikan, semakin baik, terutama dalam kaitannya dengan pertumbuhan penjualan.

7. Meningkatkan hubungan internasional.

Dalam hal pinjaman internasional akan dapat meningkatkan saling membutuhkan antara penerima kredit dengan pemberi kredit. Pemberian

kredit oleh negara lain akan meningkatkan kerja sama di bidang lainnya.

Pemberian pinjaman modal adalah hal terbaik yang diharapkan oleh para pengusaha, karena dengan adanya pemberian pinjaman modal ini, mereka dapat melanjutkan usahanya walaupun dengan kondisi keuangan yang pas-pasan untuk mendapatkan tambahan modal guna pengembangan usaha yang lebih baik.

2.2 Hubungan Antar Variabel

Hubungan antar dua variabel yaitu variabel bebas independen/ pengaruh (modal awal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran dan kredit modal) dengan variabel terikat dependen/terpengaruh (pendapatan) sebagai berikut :

1. Hubungan modal awal dan pendapatan

Semakin besar modal awal yang digunakan maka semakin besar pendapatan yang diperoleh. Modal dan pendapatan memiliki hubungan yang sangat erat sehingga apabila terjadi guncangan pada modal maka akan menimbulkan dampak susulan yang lebih hebat pada pendapatan. Penurunan modal akan menyebabkan dampak pada penurunan pendapatan dibawah kapasitas. Peranan modal terhadap kapasitas produksi memang sangat besar, karena modal merupakan salah satu faktor produksi yang sangat penting. Masalah kekurangan modal dapat ditinjau dari dua aspek, yaitu kekurangan dana modal yang terdapat dalam masyarakat dan kekurangan dana modal untuk membiayai pembentukan modal baru. Terbatasnya alat-alat modal perekonomian dapat dilihat dari terbatasnya jumlah prasarana dan terbatasnya mesin-mesin modern yang tersedia. Keadaan ini menimbulkan implikasi yang sangat serius pada perekonomian, yang nantinya akan menyebabkan sebagian kegiatan ekonomi produktifitasnya rendah sehingga pendapatan yang diperoleh juga rendah.

2. Hubungan upah tenaga kerja dan pendapatan

Jumlah pendapatan yang diterima oleh pengusaha UKM sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya tingkat upah yang diberikan ke

para pekerjanya dikarenakan kenaikan tingkat upah merupakan bentuk penyemangat kerja yang diberikan kepada pekerjanya, agar lebih giat dalam bekerja. Peningkatan tingkat upah berpengaruh terhadap tingkat pendapatan UMKM yang memiliki beberapa arti yaitu semakin besar tingkat upah yang didapat para pekerja itu dikarenakan tingkat produktivitas perusahaan mengalami peningkatan dalam memproduksi barang dagangannya dan pendapatan yang diterima perusahaan mengalami peningkatan, sehingga pengusaha ingin memberikan sebuah bentuk penghargaan untuk para pekerja atas prestasi yang dibuatnya dalam bentuk peningkatan upah. Dan juga peningkatan upah diberikan agar para pekerja lebih bersemangat dalam bekerja.

3. Hubungan Biaya Pemasaran dan Pendapatan

Biaya pemasaran terkait biaya tetap yang termasuk dalam biaya promosi dan biaya iklan. Kegiatan periklanan yang dilakukan perusahaan sudah dipastikan memiliki tujuan yang berimbang pada kenaikan maupun penurunan tingkat penjualan. Gitosudarsono (2014) dengan membaca atau melihat iklan itu diharapkan para konsumen dan calon konsumen akan terpengaruh lalu tertarik untuk membeli produk yang akan diiklankannya tersebut. Dengan begitu maka dapat membantu pedagang dalam memperkenalkan produk baru, mempertahankan produk yang telah ada kemudian selanjutnya mencari sasaran baru yaitu pembeli yang potensial atau mempertahankan customer dan juga untuk goodwill kepada pedagang. Jika dalam berpromosi suatu produk atau jasa telah berhasil maka dapat berpengaruh dalam peningkatan penjualan yang mana mampu menaikkan pendapatan pedagang atau UMKM.

4. Hubungan kredit modal dan pendapatan

Pengembangan usaha dilakukan untuk meningkatkan pendapatan atau penghasilan dengan harapan dapat untuk mencapai kesejahteraan. Dalam pengembangan usaha ini kendala modal akan menjadi masalah yang sangat fundamental, kebijakan dari debitur untuk mengajukan pinjaman kredit merupakan langkah awal untuk memulai pengembangan

usahanya. Dana dari pinjaman kredit ini akan sangat membantu bagi mereka untuk mengembangkan usaha, dalam pengembangan usaha yang dijalankan tentu akan membutuhkan modal yang tidak sedikit, maka dengan melakukan pinjaman mereka akan dapat memperoleh dana untuk melakukan ekspansi. Pendapatan bersih para pedagang adalah selisih antara pendapatan kotor dengan pengeluaran total para pedagang sehingga dapat diukur dengan melihat laba yang diperoleh oleh para pedagang.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah ilmu yang dalam cara berpikir menghasilkan kesimpulan berupa ilmu pengetahuan yang dapat diandalkan, dalam proses berfikir menurut langkah-langkah tertentu yang logis dan didukung oleh fakta empiris. Dari penelitian terdahulu saya dapat menemukan beberapa judul yang sama, tetapi penelitian terdahulunya lebih ke meneliti secara menyeluruh sedangkan penelitian saya sudah menentukan titik khusus penelitian. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa proposal terkait dengan penelitian yang dilakukan :

Penelitian yang dilakukan oleh Orbawati, et al (2022) penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak dari pandemi terhadap pendapatan pedagang di kota Magelang pada tahun 2021. Metode penelitian yang digunakan adalah regresi linear berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan adalah modal, tenaga kerja, lama usaha dan pengunjung. Sedangkan penelitian yang dilakukan Kesuma, M. et al (2019) Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi usaha, jam kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang toko tradisional di kota Denpasar. Harga barang modal usaha dan tenaga kerja berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang tradisional di Kota Denpasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Auliyah et al (2022) Berdasarkan dari hasil penelitian, menunjukkan bahwa modal dan jam kerja berpengaruh positif terhadap pendapatan. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini variabel

modal mampu menjadi faktor yang mempengaruhi pendapatan. Sebaliknya variabel harga tidak dapat menjadi faktor yang mempengaruhi pendapatan. Sedangkan penelitian Ningsih, S. et.al (2019) Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat pendapatan keluarga pedagang kaki lima yang diperoleh dari berjualan makanan dan minuman di objek wisata Pantai Suwuk Kabupaten Kebumen. Hasil estimasi menunjukkan bahwa modal awal usaha, jumlah tenaga kerja, dan lama usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha. Sedangkan jenis kelamin dan tingkat pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha.

Penelitian yang dilakukan Aditya.F (2020) Hasil dari penelitian ini modal, tenaga kerja, strategi pemasaran dan teknologi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan. Sedangkan penelitian Purwanti, E(2013) Hasil dari penelitian ini modal dan karakteristik wirausaha berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan sedangkan, strategi pemasaran berpengaruh negatif terhadap pendapatan.

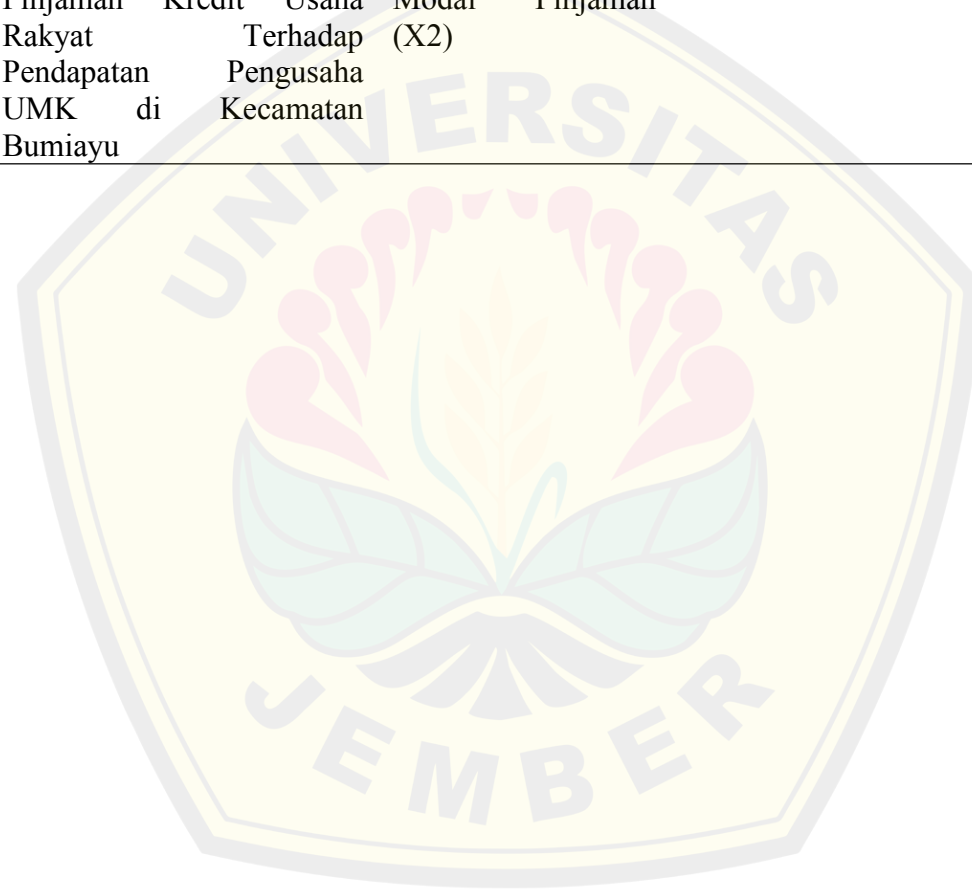
Nurwahyuni, S. et al (2021) Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal dan upah tenaga kerja secara parsial berpengaruh positif terhadap pendapatan. Penelitian Prayitno, B. et al (2020) Hasil dari penelitian ini penjualan output, Gaji Karyawan, dan jam kerja berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan.

Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti Dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Orbawati,et al (2022)	Determinan Income Of Merchants In Magelang City During the COVID - 19 Pandemic	Pendapatan (Y) Modal (X1) Tenaga Kerja(X2) Lama Usaha(X4) Pengunjung(X5)	Regresi Berganda Linear	Variabel yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan adalah modal, tenaga kerja, lama usaha dan pengunjung.
2	Kesuma,M.et al (2019)	Resistence Of Traditional Storage In Encounter Mini-Market Competitors In Denpasar City	Pendapatan (Y) Modal (X3) Tenaga Kerja(X4) Jam Kerja (X5) Lokasi Usaha Harga	Path Analysis	Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi usaha, jam kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang toko tradisional di kota Denpasar. Harga barang modal usaha dan tenaga kerja berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pendapatan pedagang tradisional di Kota Denpasar.
3	Suminah,et al (2022)	Determinan Of Micro, Small And Medium-Scala Enterprise Perormance Income During the COVID - 19 Pandemic era	Pendapatan (Y) Modal Usaha (X1) Jumlah tenaga Kerja(X2) Modal Manusia(X3) Pemberdayaan (X4) Usia (X5)	Ordinary Least Square (OLS)	Variabel yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan adalah modal manusia, jumlah tenaga kerja, dan modal usaha. Sedangkan Pemberdayaan dan usia berpengaruh negatif terhadap pendapatan.
4	Auliyah et al (2022)	The Effect of Capital, Working Hours, and Prices on Income of Fish Traders	Pendapatan (Y) Modal (X1) Jam Kerja(X2)	Analisis Regresi Linear Sederhana	Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal dan jam kerja berpengaruh positif terhadap

		During The 2019 Corona Virus Disease	Harga (X4)			pendapatan. Sedangkan harga berpengaruh negatif terhadap pendapatan.
5	Ningsih, S. et al (2019)	The Analysis of Factors Affecting Income Level of Street Vendors	Pendapatan (Y) Pendidikan (X1) Lama Usaha(X2) Modal (X3) Tenaga Kerja(X4) Jenis Kelamin (X5)	Analisis Regresi Linear Sederhana		Hasil estimasi menunjukkan bahwa modal awal usaha, jumlah tenaga kerja, dan lama usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha. Sedangkan jenis kelamin dan tingkat pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha.
6	Nurwahyuni, S. et al (2021)	Pengaruh Modal dan Upah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatn UMKM Mandar Sutera Campalagian Periode 2018-2020	Pendapatan (Y) Modal (X1) Upah Tenaga Kerja (X2)	Analisis Regresi Linear Berganda		Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal dan upah tenaga kerja secara parsial berpengaruh positif terhadap pendapatan.
7	Aditya.F (2020)	Anlysis Of Factors That Influence Jamu Micro Business Income	Pendapatan (Y) Modal (X1) Tenaga Kerja(X2) Strategi Pemasaran(X3)	Regresi Berganda	Linear	Hasil dari penelitian ini modal, tenaga kerja, strategi pemasaran dan teknologi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan
8	Prayitno, B. et al (2020)	Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Saat Pandemi Covid 19 Di Kota Surabaya Tahun 2020	Pendapatan (Y) Penjualan Output (X1) Gaji Karyawan (X2) Jam Kerja (X3)	Regresi Berganda	Linear	Hasil dari penelitian ini penjualan output , Gaji Karyawan, dan jam kerja berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan
9	Purwanti, E(2013)	The effect of entrepreneurship charachteristic, business	Pendapatan (Y) Modal (X1) Strategi	Regresi Berganda	Linear	Hasil dari penelitian ini modal dan karakteristik wirausaha berpengaruh secara signifikan

10	Ananda, E. et al (2017)	Analisis Pengaruh Modal Sendiri dan Modal Pinjaman Kredit Usaha Rakyat Terhadap Pendapatan UMK di Kecamatan Bumiayu	capital, straegy marketing on MSME Income In Dayaana Villaga Salatiga Wirausaha(X3) Pemasaran(X2) Karakteristik Wirausaha(X3) Pendapatan (Y) Modal Sendiri (X1) Modal Pinjaman (X2) Regresi Linear Berganda	terhadap pendapatan sedangkan, strategi pemasaran berpengaruh negatif terhadap pendapatan. Hasil dari penelitian ini modal sendiri dan modal pinjaman berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan pengusaha UMK.
----	-------------------------	---	---	---



2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dibuat dengan memperhatikan uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka pada bagian ini akan diuraikan beberapa hal yang dijadikan penelitian sebagai landasan berpikir untuk kedepannya. Landasan yang dimaksud akan lebih mengarahkan penelitian untuk menemukan data dan informasi dalam penelitian ini guna memecahkan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya.

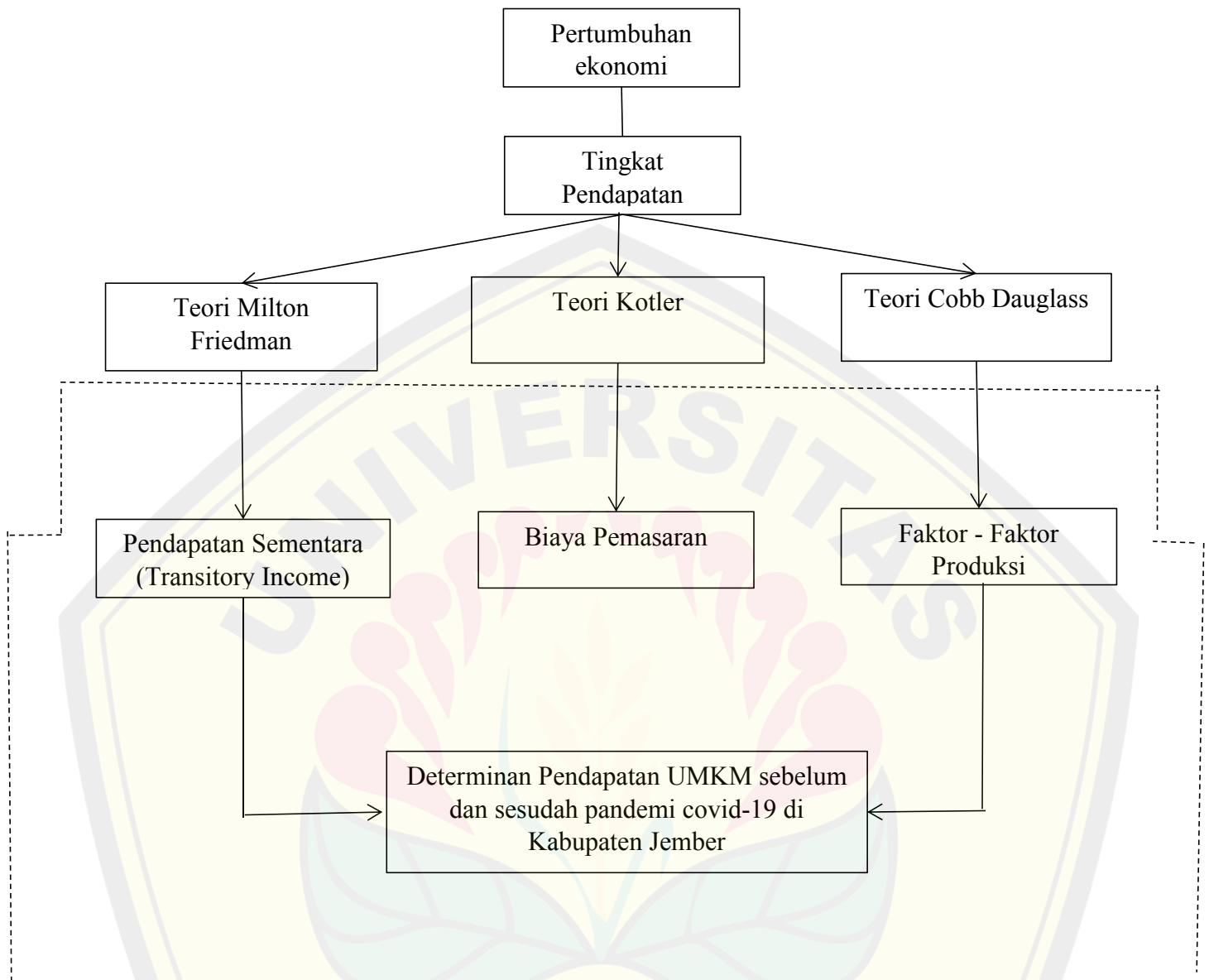
Pendapatan merupakan penghasilan yang diperoleh masyarakat baik perseorangan maupun perusahaan dalam periode tertentu dalam satuan mata uang. Dalam bisnis, pendapatan dapat dikatakan jumlah uang yang didapatkan oleh suatu perusahaan dari adanya aktivitas yang dilakukannya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diperoleh seseorang dalam jangka waktu tertentu sebagai balas jasa karena adanya faktor-faktor produksi (Helmalia; Afrinawati, 2018). Teori John Maynard Keynes mengatakan pendapatan yang tersedia atau diterima pada saat tertentu juga mempengaruhi manusia pada saat itu. Sementara itu, teori Milton Friedman mengklaim bahwa ada dua jenis pendapatan, yaitu pendapatan tetap dan pendapatan sementara. Pendapatan tetap (modal pribadi, properti, aset) termasuk pendapatan seumur hidup seseorang, bukan pendapatan mereka saat ini. Berbeda dengan pendapatan tetap, pendapatan sementara berfluktuasi (Dornbusch, 1986:208).

Usaha kuliner PUJASERA bekerja dengan tujuan mendapatkan penghasilan untuk penghidupan. Untuk melaksanakannya diperlukan beberapa perangkat dan dipengaruhi oleh banyak faktor yang mendukung keberhasilan operasinya. Faktor yang mempengaruhi pendapatan dan produksi industri kuliner adalah sektor sosial dan ekonomi yang berasal dari jumlah modal yang terdiri dari karyawan, pengalaman kerja dan teknologi (Salim, 2014:89). Pendapatan usaha kuliner didasarkan pada besar kecilnya kapasitas produksi, sehingga semakin besar modal usaha maka semakin besar pula kemampuan usaha kuliner tersebut untuk memproduksi berbagai macam makanan atau minuman. Oleh karena itu,

ada juga beberapa faktor lain yang dapat menentukannya, yakni selain faktor sosial dan ekonomi yang telah disebutkan di atas. Pendapatan sangat dipengaruhi oleh faktor kredit modal, serta biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan operasi seperti biaya upah tenaga kerja dan biaya pemasaran. Seperti yang diketahui bahwa dalam teori faktor produksi, jumlah produksi atau output berkaitan erat dengan pendapatan dan *output* (Sukirno, 2008:14).

Untuk memenuhi kebutuhan modal, peran lembaga keuangan sangat penting. Sumber utama pembiayaan di negara berkembang umumnya masih didominasi oleh pinjaman perbankan. Di Indonesia, sektor perbankan menguasai sekitar 93 persen dari total aset sektor keuangan. Menanggapi kebutuhan modal usaha kecil, Bank Indonesia sebagai otoritas moneter mengeluarkan paket kebijakan pada tahun 1990. Kebijakan tersebut mewajibkan setiap bank untuk mengalokasikan hingga 20 persen dari total pinjamannya dalam bentuk pinjaman usaha kecil. Namun, pada tahun 2001 bank Indonesia memberlakukan Peraturan No. 3/2/PBI/2001 yang menyatakan bahwa pemberian kredit usaha kecil oleh bank diserahkan kepada kemampuan masing-masing bank. Kebijakan ini menggantikan komitmen Bank dalam melakukan alokasi Kredit Usaha Kecil (Suwarmanayasa, 2021:323).

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi pendapatan adalah tenaga kerja. Seperti yang dijelaskan (Lesmana et al, 2020) tenaga kerja merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan operasional UMKM. Tenaga kerja yang dipekerjakan meliputi tenaga kerja dari keluarga dan dari luar keluarga. Jumlah karyawan masih sangat terbatas, jika melihat kondisi pandemi yang terjadi selama ini, banyak UKM yang harus mengurangi jumlah karyawan karena penurunan pendapatannya. Hal ini memang sangat mempengaruhi sebab dengan semakin banyak nya tenaga kerja yang dipekerjakan maka semakin banyak pula biaya yang harus dikeluarkan pelaku usaha sebagai beban upah tenaga kerja.



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

Keterangan :

- : Hubungan Langsung
- - - - -> : Ruang Lingkup Penelitian

2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian, telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka fikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang rumuskan.

1. Modal memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kabupaten Jember
2. Upah Tenaga Kerja memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kabupaten Jember
3. Biaya Pemasaran memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kabupaten Jember
4. Kredit Modal memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kabupaten Jember

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, sehingga rancangan dalam penelitian ini termasuk dalam Explanatory Research, yaitu penelitian yang digunakan dalam menunjukkan kedudukan variabel yang diteliti dan pengaruh variabel satu dengan variabel lainnya (Sugiyono, 2012:21).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013:15), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang dapat ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dapat menarik kesimpulannya. Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM Pujasera di Kabupaten Jember.

Tabel 3.1 Data Jumlah UMKM Pujasera di Kabupaten Jember 2022

No	Nama Pujasera	Alamat	Jumlah UMKM
1	Pujasera PB.Sudirman	Jl. PB.Sudirman	32
2	Pujasera Java Square	Jl. Jawa	6
3	Pujasera 2	Jl. Gajah Mada, Kaliwates	9
4	Pujasera Kalimantan	Jl. Kalimantan	26
5	Food Terrace	Jl. Mastrip	27
6	Pujasera Food Corner	Jl. Gajah Mada No.165, Kaliwates	19
7	Pujasera Majapahit	Jl. Majapahit	15
Total			134

Sumber : Data Primer, Kabupaten Jember 2022 (Data di olah)

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi yang dapat mewakili populasi tersebut (Sugiyono, 2013:20). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *random sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan tujuan yang dapat memberikan peluang kepada anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Pengambilan sampelnya dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi. Sampel yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM pujasera di Kabupaten Jember.

Dalam penelitian ini penarikan sampel dengan menggunakan Rumus Slovin. Rumus Slovin adalah sebuah rumus atau formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti. Rumus ini pertama kali diperkenalkan oleh Slovin pada tahun 1960. Rumus Slovin ini biasa digunakan dalam penelitian survey dimana biasanya jumlah sampel besar sekali, sehingga diperlukan sebuah formula untuk mendapatkan sampel yang sedikit tetapi dapat mewakili keseluruhan populasi.

Populasi dari penelitian ini adalah **134** dengan menggunakan rumus Solvin maka diperoleh sampel sejumlah: 57 pelaku UMKM di Kabupaten jember. Untuk menentukan besarnya jumlah sampel dengan jumlah populasi yang sudah diketahui digunakan rumus Slovin dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(1 + N e^2)} = \frac{134}{(1 + 134 \times 0,1 \times 0,1)} = 57,26 \text{ atau } 57$$

Keterangan :

n =Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi UMKM di Kabupaeten jember

e = *error tolerance*

3.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif, karena dalam penelitian data yang digunakan berupa angka, atau data kualitatif yang dijadikan data kuantitatif sebab perolehan hasil jawaban dari responden yang akan diolah dengan teknik perhitungan statistik. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

a. Data Primer

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung di lapangan, serta memberikan hasil berupa data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018:225). Dengan memberikan beberapa pertanyaan dalam angket atau kuesioner sehingga dapat memberikan informasi dan data yang dapat diolah. Angket atau kuesioner dapat digunakan untuk mengetahui secara langsung tanggapan dari responden mengenai beberapa butir pertanyaan. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner di lapangan kepada pelaku UMKM dari 7 Pujasera di Kabupaten Jember.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Kuesioner

Menurut Teguh (2005:141-142), kuesioner merupakan sejumlah daftar pernyataan dan beberapa pertanyaan yang telah dirancang oleh peneliti untuk kemudian diajukan kepada responden guna memperoleh data atau pendapat yang diketahui responden dan akan diolah oleh peneliti guna menjelaskan data yang telah diperoleh.

a. Studi Pustaka

Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh data dapat berupa informasi-informasi jumlah UMKM di Kabupaten Jember Dalam Angka 2022 (Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, 2021).

3.5 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu dengan model regresi linear berganda. Dalam regresi linear berganda ini, data yang digunakan ialah data crossection. Untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis maka diperlukan alat analisis data dan mengetahui pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat (pendapatan UMKM).

3.5.1 Uji Asumsi Klasik

Sebuah model regresi akan digunakan untuk melakukan peramalan, sebuah model yang baik adalah model dengan kesalahan peramalan yang seminimal mungkin. Karena itu, sebuah model sebelum digunakan seharusnya memenuhi beberapa asumsi, yang disebut asumsi klasik (Santoso 2018, 393).

Uji asumsi klasik dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah regresi berdistribusi normal, tidak memiliki gejala multikolinearitas, tidak memiliki gejala heteroskedastisitas serta tidak memiliki gejala autokorelasi.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan (Ghozali, 2018:161). Penggunaan model regresi untuk prediksi akan menghasilkan kesalahan (disebut residu), yakni selisih antara data aktual dan data hasil peramalan. Residu yang ada seharusnya berdistribusi normal. Pada SPSS, akan digunakan fasilitas Histogram dan *Normal Probability Plot* untuk mengetahui kenormalan residu dari model regresi (Santoso, 2018:393). Pada uji normalitas peneliti menggunakan uji One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji One Sample Kolmogorov Smirnov menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Pada model regresi yang bagus, variabel-variabel independen seharusnya tidak berkorelasi satu dengan yang lain. Efek dari multikolinearitas ini adalah menyebabkan tingginya variabel pada sampel. Hal tersebut berarti standar error besar, akibatnya ketika koefisien diuji, t-hitung akan bernilai kecil dari t-tabel. Hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan linear antara variabel independen yang dipengaruhi dengan variabel dependen (Santoso, 2018:394). Pada uji multikolinearitas peneliti menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebagai dasar keputusan yakni $VIF > 10$ antar variabel independen terjadi korelasi, sedangkan $VIF < 10$ antar variabel independen tidak terjadi korelasi. Menurut Ghozali (2018:107) nilai tolerance rendah sama dengan nilai VIF tinggi, dimana nilai $VIF = 1/\text{tolerance}$, dan menunjukkan terdapat kolinearitas yang tinggi. Nilai cut off yang digunakan adalah untuk nilai tolerance diatas angka 0,1 atau nilai VIF diatas angka 1 dibawah angka 10.

3. Uji Heteroskedastisitas

Residu yang ada seharusnya mempunyai varians yang konstan (homoskedastisitas). Jika varians dari residu tersebut semakin meningkat atau menurun dengan pola tertentu, hal itu disebut dengan heteroskedastisitas. Pada SPSS, adanya heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan plot khusus (Santoso, 2018:394). Untuk model penelitian yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas. Pada uji heteroskedastisitas peneliti menggunakan uji glejser. Dasar keputusannya (Ghozali, 2018:142) adalah sebagai berikut:

H_0 : tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

H_a : terjadi gejala heteroskedastisitas

Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sedangkan sebaliknya apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

4. Uji Autokorelasi

Khusus untuk regresi yang berbasis waktu (time-series), seharusnya tidak ada korelasi antara data waktu ke t dan waktu sebelumnya ($t-1$). Pada SPSS, hal ini dapat dideteksi dengan angka Durbin-Watson (Santoso, 2018:394). Adapun dasar pengambilan keputusannya yang juga diungkapkan Durbin Watson (1951) dalam (Andy, 2013:221) adalah sebagai berikut:

“As a very conservative rule of thumb, values less than 1 or greater than 3 are definitely cause for concern; however, values closer to 2 may still be problematic depending on your sample and model”.

Terjemahan:

“Sebagai aturan praktis yang sangat konservatif, nilai kurang dari 1 atau lebih besar dari 3 pasti menjadi perhatian; namun, nilai yang mendekati 2 mungkin masih menjadi masalah tergantung pada sampel dan model Anda”.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dasar keputusannya yakni jika nilai $1 > DW < 3$ maka tidak ada gejala autokorelasi.

3.5.2 Regresi Linier Berganda

Penelitian menggunakan satu variabel bebas dan satu variabel terikat sehingga teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis linier berganda. Analisis ini memberikan gambaran dan penjelasan pada hasil pengujian masalah pada hipotesis dengan melakukan pengukuran dan pembuktian data yang ada. Analisis regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = \beta + \beta_1 X_{1.a} + \beta_2 X_{2.a} + \beta_3 X_{3.a} + \beta_4 X_{4.a} + \varepsilon$$

$$Y_2 = \beta + \beta_1 X_{1.b} + \beta_2 X_{2.b} + \beta_3 X_{3.b} + \beta_4 X_{4.b} + \varepsilon$$

Keterangan :

Y_1 = Pendapatan sebelum pandemi

Y_2 = Pendapatan setelah pandemi

$X_{1.a}$ = Modal sebelum pandemi

$X_{1.b}$ = Modal setelah pandemi

- $X_{2.a}$ = Upah Tenaga Kerja sebelum pandemi
 $X_{2.b}$ = Upah Tenaga Kerja setelah pandemi
 $X_{3.a}$ = Biaya Pemasaran sebelum pandemi
 $X_{3.b}$ = Biaya Pemasaran setelah pandemi
 $X_{4.a}$ = Kredit Modal sebelum pandemi
 $X_{4.b}$ = Kredit Modal setelah pandemi
 β = konstanta (nilai Y, apabila $X_1, X_2, X_3, X_4 = 0$)
 $\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$ = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)
 ε = *Error Term* / Residual

3.5.3 Uji Hipotesis

Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Koefisien Determinasi (R^2). Uji Koefisien Secara Bersama-Sama (Uji-F). Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T)

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui berapa persen pengaruh hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan diambil berdasarkan hasil perhitungan *SPSS for windows version 22* yang dimunculkan dari tabel *Model Summary*^b dengan menilai besar persentase pada hasil R Square nya, yakni menentukan seberapa besar dari variabel-variabel independen mempengaruhi variabel dependen, dimana sisa persentase ditentukan oleh sebab-sebab lain yang tidak dijelaskan.

2. Uji F

Tujuan dilakukannya uji F yakni untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan (jelas) antara rata-rata hitung beberapa kelompok data. Adapun asumsi yang digunakan pada uji F (Santoso 2018, 315) adalah sebagai berikut:

- a. Populasi-populasi yang akan di uji berdistribusi normal.
- b. Varians dari populasi-populasi tersebut adalah sama.
- c. Sampel tidak berhubungan satu dengan yang lain.

Dasar pengambilan keputusan diambil berdasarkan hasil perhitungan *SPSS for windows version 22* yang dimunculkan dari tabel ANOVA dengan menilai apakah nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak begitupun sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (Santoso, 2018:321).

Penentuan Hipotesis 0 (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_a) digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh positif antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Hipotesis 0 (H_0) adalah hipotesis yang menegaskan bahwa variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y, dan dalam hal itu dilaporkan ditolak. Hipotesis penelitian yang diajukan adalah hipotesis alternatif (H_a), sedangkan untuk analisis statistik berpasangan antara hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) sebagai berikut:

1. $H_0: X_a = 0$ Secara simultan modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran, kredit modal sebelum covid-19 tidak berpengaruh terhadap pendapatan pada pelaku usaha sektor perdagangan di Kabupaten Jember.
2. $H_0: X_b = 0$ Secara simultan modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran, kredit modal sesudah covid-19 tidak berpengaruh terhadap pendapatan pada pelaku usaha sektor perdagangan di Kabupaten Jember.
3. $H_0: X_a \neq 0$ Secara simultan modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran, kredit modal sebelum covid-19 berpengaruh terhadap pendapatan pada pelaku usaha sektor perdagangan di Kabupaten Jember.
4. $H_0: X_b \neq 0$ Secara simultan modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran, kredit modal sesudah covid-19 berpengaruh terhadap pendapatan pada pelaku usaha sektor perdagangan di Kabupaten Jember.

3. Uji t

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, dalam pengujian ini sampel bisa saling berhubungan (variabel independen dengan variabel dependen) maupun kedua sampel tidak ada hubungannya (Santoso 2018, 279). Dasar pengambilan keputusan diambil berdasarkan hasil perhitungan *SPSS for windows version 22* yang dimunculkan dari tabel *Coefficients^a*

dengan menilai apakah nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_o diterima dan H_a ditolak, begitupun sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_o ditolak dan H_a diterima (Santoso, 2018:290).

Penentuan Hipotesis 0 (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_a) digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh positif antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Hipotesis 0 (H_0) adalah hipotesis yang menegaskan bahwa variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y, dan dalam hal itu dilaporkan ditolak. Hipotesis penelitian yang diajukan adalah hipotesis alternatif (H_a), sedangkan untuk analisis statistik berpasangan antara hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) sebagai berikut:

1. $H_0: X_{1a} = 0$ Secara parsial modal sebelum covid-19 tidak berpengaruh terhadap pendapatan pada pelaku usaha sektor perdagangan di Kabupaten Jember.
2. $H_0: X_{1b} = 0$ Secara parsial modal sesudah covid-19 tidak berpengaruh terhadap pendapatan pada pelaku usaha sektor perdagangan di Kabupaten Jember.
3. $H_0: X_{2a} = 0$ Secara parsial biaya tenaga kerja sebelum covid-19 tidak berpengaruh terhadap pendapatan pada pelaku usaha sektor perdagangan di Kabupaten Jember.
4. $H_0: X_{2b} = 0$ Secara parsial biaya tenaga kerja sesudah covid-19 tidak berpengaruh terhadap pendapatan pada pelaku usaha sektor perdagangan di Kabupaten Jember.
5. $H_0: X_{3a} = 0$ Secara parsial biaya pemasaran sebelum covid-19 tidak berpengaruh terhadap pendapatan pada pelaku usaha sektor perdagangan di Kabupaten Jember.
6. $H_0: X_{3b} = 0$ Secara parsial biaya pemasaran sesudah covid-19 tidak berpengaruh terhadap pendapatan pada pelaku usaha sektor perdagangan di Kabupaten Jember.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Variabel Operasional bertujuan untuk mendefinisikan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian sehingga memudahkan dalam pemahaman terhadap masalah penelitian. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah tingkat pendapatan dan variabel independen yang digunakan adalah modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran, kredit modal dan harga.

a. Pendapatan (Y)

Sejumlah penghasilan yang diperoleh masyarakat atas prestasi kerjanya dalam periode bulanan akan tetapi bukan merupakan kegiatan utama. (satuan rupiah). (Badan Pusat Statistik)

b. Modal Awal (X1)

Modal awal merupakan harta milik usaha sendiri tanpa adanya kontribusi dari usaha/ pihak lain (satuan rupiah) (Badan Pusat Statistik)

c. Upah Tenaga Kerja (X2)

Upah tenaga kerja adalah balas jasa perusahaan/ pengusaha untuk pekerja berupa uang . (satuan rupiah) (Badan Pusat Statistik)

d. Biaya Pemasaran (X3)

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh pelaku usaha untuk kepentingan promosi , yang berkaitan dengan pemasaran produk. (satuan rupiah) (Badan Pusat Statistik)

e. Kredit Modal (X4)

Kredit modal adalah fasilitas kredit yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan modal yang habis dalam siklus suatu usaha. (satuan rupiah) (Badan Pusat Statistik)

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Kabupaten Jember adalah salah satu kabupaten di Indonesia yang merupakan bagian dari wilayah Provinsi Jawa Timur. Penduduk Kabupaten Jember sebagian besar berprofesi sebagai petani dan wirausaha didukung dengan perekonomian yang banyak ditunjang dari sektor pertanian, perdagangan, hotel dan restoran. Kabupaten Jember memiliki luas wilayah kurang lebih 3.293,34 km², dengan panjang garis pantai lebih kurang 170 km (Bappeda, 2013).

4.1.1 Gambaran Geografis Kabupaten Jember



Gambar 4.1 Peta Wilayah Kabupaten Jember

Secara geografis Kabupaten Jember terletak pada posisi 7059'6" sampai 8033'56" Lintang Selatan dan 113016'28" sampai 114003'42" Bujur Timur dengan batasbatas wilayah sebagai berikut :

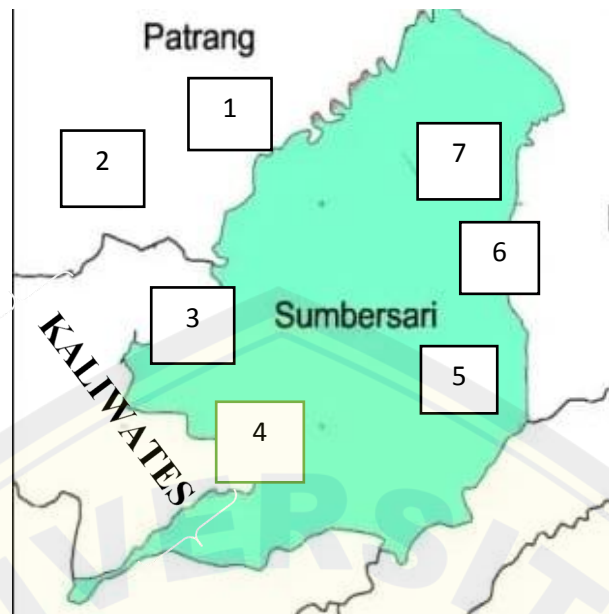
- 1) Sebelah Utara : Kabupaten Bondowoso dan Kabupaten Probolinggo
- 2) Sebelah Timur : Kabupaten Banyuwangi
- 3) Sebelah Barat : Kabupaten Lumajang

4) Sebelah Selatan : Samudra Hindia

Secara administratif wilayah Kabupaten Jember terbagi menjadi 31 Kecamatan yang terdiri dari 28 kecamatan dengan 226 desa dan 3 kecamatan dengan 22 kelurahan, 1000 dusun, 4313 RW serta 15.205 RT. Kecamatan terluas terletak pada Kecamatan Tempurejo dengan luas 54,46 Km² atau 15,9% dari total luas wilayah Kabupaten Jember. Sedangkan Kecamatan terkecil terletak pada Kecamatan Kaliwates yaitu dengan luas 29,94 Km² atau 0,76%. Penggunaan lahan di Kabupaten Jember didominasi oleh fungsi kegiatan budidaya, dimana lahan yang dibudidayakan untuk pertanian adalah seluas 46,41 % dari luas wilayah, sedangkan sisanya digunakan untuk permukiman seluas 9,93 %, hutan seluas 21,17 % dan lain-lain seluas 22,49 %. Jember dikenal dengan sebutan “daerah 1.000 gumuk atau bukit” karena memiliki setidaknya 1.666 bukit yang tersebar di seluruh wilayah Kabupaten Jember. Namun saat ini bukitbukit tersebut terancam musnah, karena penambang pasir di bukit yang berlebihan.

1.1.2 Lokasi Pujasera di Kabupaten Jember

UMKM di pujasera Jember merupakan salah satu pusat jajanan serba ada kabupaten jember. Dengan semakin banyaknya tempat makan yang ada di kabupaten jember mendorong pedagang makanan dan minuman di kabupaten jember untuk membuka stan di pujasera dikawasan sekitar kampus dan daerah lainnya yang berada di kabupaten jember.



Gambar 4.2 Lokasi Pujasera Kabupaten Jember

Lokasi Pujasera di kawasan Kabupaten Jember :

- 1) Pujasera PB.Sudirman
- 2) Pujasera 2
- 3) Pujasera Food Corner
- 4) Pujasera Majapahit
- 5) Pujasera Kalimantan
- 6) Pujasera Food Terrace
- 7) Pujasera Java Square

4.2 Gambaran Umum Variabel Penelitian

4.3.1 Modal Awal

Modal diartikan sebagai besar kecilnya modal awal yang digunakan untuk berdagang. Pedagang makanan dan minuman di pujasera pada umumnya adalah self- employed, artinya mayoritas pedagang makan dan minuman di pujasera terdiri dari satu tenaga kerja atau mereka bekerja sendiri sehingga modal yang dikeluarkan relatif kecil.

Tabel 4.1 Modal awal pelaku usaha sebelum dan setelah pandemi Covid - 19 di Kabupaten Jember

No	Nama Pujasera	Modal Awal Sebelum	Modal Awal Setelah
1	Pujasera PB.Sudirman	Rp.2.500.000 - Rp. 9.000.000	Rp.2.000.000 - Rp. 7.000.000
2	Pujasera Java Square	Rp.5.000.000	Rp.5.000.000
3	Pujasera 2	Rp.3.000.000 - Rp. 7.000.000	Rp.2.500.000 - Rp. 6.000.000
4	Pujasera Kalimantan	Rp.3.000.000 - Rp. 7.000.000	Rp.2.000.000 - Rp. 6.000.000
5	Food Terrace Mastrip	Rp.2.500.000 - Rp. 9.000.000	Rp.2.000.000 - Rp. 6.000.000
6	Pujasera Food Corner Muchlisin	Rp.4.000.000 - Rp. 7.000.000	Rp.3.500.000 - Rp. 6.500.000
7	Pujasera Majapahit	Rp.3.000.000 - Rp. 6.000.000	Rp.2.500.000 - Rp. 5.000.000

Sumber : Data Primer, di olah 2022

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa modal awal pedagang Makanan dan Minuman di Pujasera sebelum pandemi Covid 19 di Kabupaten Jember sebagian besar memiliki modal awal sebesar Rp.2.500.000 - Rp. 9.000.000 juta yaitu pelaku usaha yang berlokasi di Pujasera PB. Sudirman. Selanjutnya, yang memiliki modal awal sebesar Rp.5.000.000 juta yaitu pelaku usaha yang berlokasi di Pujasera 2. Pelaku pujasera yang berlokasi di kalimantan memiliki modal awal Rp.3.000.000 - Rp. 7.000.000 dan pelaku usaha di pujasera majapahit memiliki modal awal Rp.3.000.000 - Rp. 6.000.000. Sedangkan modal awal pedagang Makanan dan Minuman di Pujasera setelah pandemi Covid 19 di Kabupaten Jember sebagian besar memiliki modal awal sebesar sebesar Rp.2.000.000 - Rp. 7.000.000 juta yaitu pelaku usaha yang berlokasi di Pujasera PB. Sudirman. Selanjutnya, yang memiliki modal awal sebesar Rp.5.000.000 juta yaitu pelaku

usaha yang berlokasi di Pujasera 2. Pelaku pujasera yang berlokasi di Kalimantan memiliki modal awal Rp.2.000.000 - Rp. 6.000.000 dan pelaku usaha di Pujasera Majapahit memiliki modal awal Rp.2.000.000 - Rp. 5.000.000.

4.3.2 Upah Tenaga Kerja

Upah adalah hak pekerja yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang sebagai imbalan dari pengusaha kepada pekerja atas pekerjaan atau jasa yang telah dilakukan. Dalam hal ini upah tenaga kerja dalam per tahun.

Tabel 4.2 Upah tenaga kerja sebelum dan setelah pandemi Covid - 19 di Kabupaten Jember

No	Nama pujasera	Upah tenaga kerja sebelum	Upah tenaga kerja setelah
1	Pujasera PB.Sudirman	Rp.550.000 - Rp. 800.000	Rp. 500.000 - Rp. 700.000
2	Pujasera Java Square	Rp. 600.000	Rp. 500.000
3	Pujasera 2	Rp.550.000 - Rp. 800.000	Rp.550.000 - Rp. .800.000
4	Pujasera Kalimantan	Rp.550.000 - Rp. 800.000	Rp. 500.000 - Rp. 700.000
5	Food Terrace Mastrip	Rp. 600.000 - Rp. 800.000	Rp. 550.000 - Rp. 600.000
6	Pujasera Food Corner Muchlisin	Rp. 650.000 - Rp. 800.000	Rp. 550.000 - Rp. 700.000
7	Pujasera Majapahit	Rp. 500.000 - Rp. 700.000	Rp. 500.000 - Rp. 600.000

Sumber : Data Primer, di olah 2022

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa Upah Tenaga Kerja pedagang Makanan dan Minuman di Pujasera sebelum pandemi Covid 19 di Kabupaten Jember sebagian besar memiliki Upah Tenaga Kerja sebesar Rp.550.000 - Rp. 800.000 ribu yaitu pelaku usaha yang berlokasi di Pujasera PB. Sudirman. Selanjutnya, yang memiliki Upah Tenaga Kerja sebesar Rp.600.000 ribu yaitu pelaku usaha yang berlokasi di Pujasera 2. Pelaku pujasera yang berlokasi di Kalimantan memiliki Upah Tenaga Kerja Rp.550.000 - Rp. 800.000

ribu dan pelaku usaha di pujasera majapahit Upah Tenaga Kerja memiliki Rp.550.000 - Rp. 700.000. Sedangkan Upah Tenaga Kerja pedagang Makanan dan Minuman di Pujasera setelah pandemi Covid 19 di Kabupaten Jember sebagian besar memiliki Upah Tenaga Kerja sebesar sebesar Rp.550.000 - Rp. 700.000 ribu yaitu pelaku usaha yang berlokasi di Pujasera PB. Sudirman. Selanjutnya, yang memiliki Upah Tenaga Kerja sebesar Rp.500.000 ribu yaitu pelaku usaha yang berlokasi di Pujasera 2. Pelaku pujasera yang berlokasi di kalimantan memiliki Upah Tenaga Kerja Rp.550.000 - Rp. 700.000 ribu dan pelaku usaha di pujasera majapahit Upah Tenaga Kerja memiliki Rp.550.000 - Rp. 600.000.

4.3.3 Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang diperlukan untuk memasarkan, mendistribusikan dan melayani produk atau jasa. Dalam penelitian ini biaya pemasaran yang dimaksud terkait dengan biaya iklan serta penggunaan promosi untuk memikat lebih banyak konsumen.

Tabel 4.3 Biaya pemasaran sebelum dan setelah pandemi Covid - 19 di Kabupaten Jember

No	Nama Pujasera	Modal Awal Sebelum	Modal Awal Setelah
1	Pujasera PB.Sudirman	Rp. 150.000 - Rp. 250.000	Rp. 100.000 - Rp. 200.000
2	Pujasera Java Square	Rp. 250.000	Rp. 250.000
3	Pujasera 2	Rp. 150.000 - Rp. 350.000	Rp. 100.000 - Rp. 300.000
4	Pujasera Kalimantan	Rp. 150.000 - Rp. 250.000	Rp. 150.000 - Rp. 200.000
5	Food Terrace Mastrip	Rp. 150.000 - Rp. 300.000	Rp. 150.000 - Rp. 250.000
6	Pujasera Food Corner Muchlisin	Rp. 150.000 - Rp. 300.000	Rp. 150.000 - Rp. 250.000
7	Pujasera Majapahit	Rp. 200.000 - Rp. 300.000	Rp. 100.000 - Rp. 300.000

Sumber : Data Primer, di olah 2022

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa Biaya Pemasaran pedagang Makanan dan Minuman di Pujasera sebelum pandemi Covid 19 di Kabupaten Jember sebagian besar memiliki Biaya Pemasaran a sebesar Rp.150.000 - Rp. 250.000 ribu yaitu pelaku usaha yang berlokasi di Pujasera PB. Sudirman. Selanjutnya, yang memiliki Biaya Pemasaran sebesar Rp.350.000 ribu yaitu pelaku usaha yang berlokasi di Pujasera 2. Pelaku pujasera yang berlokasi di kalimantan memiliki Biaya Pemasaran Rp.150.000 - Rp. 250.000 ribu dan pelaku usaha di pujasera majapahit Biaya Pemasaran Rp.200.000 - Rp. 300.000. Sedangkan Biaya Pemasaran pedagang Makanan dan Minuman di Pujasera setelah pandemi Covid 19 di Kabupaten Jember sebagian besar memiliki Biaya Pemasaran sebesar sebesar Rp.100.000 - Rp. 200.000 ribu yaitu pelaku usaha yang berlokasi di Pujasera PB. Sudirman. Selanjutnya, yang memiliki Biaya Pemasaran sebesar Rp.250.000 ribu yaitu pelaku usaha yang berlokasi di Pujasera java square . Pelaku pujasera yang berlokasi di kalimantan Biaya Pemasaran Rp.150.000 - Rp. 200.000 ribu dan pelaku usaha di pujasera majapahit Biaya Pemasaran Rp.100.000 - Rp. 300.000.

4.3.4 Kredit Modal

Menurut undang- undang pokok perbankan No.7 tahun 1992 menyatakan bahwa kredit modal diartikan sebagai persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara pihak bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melaksanakan dengan jumlah bung sebagai imbalan.

Tabel 4.4 Kredit modal sebelum dan setelah pandemi Covid - 19 di Kabupaten Jember

No	Nama Pujasera	Kredit modal Sebelum	Modal Awal Setelah
1	Pujasera PB.Sudirman	Rp.4.000.000 - Rp. 7.000.000	Rp.3.000.000 - Rp. 5.000.000
2	Pujasera Java Square	Rp.5.000.000	Rp.5.000.000
3	Pujasera 2	Rp.4.000.000 - Rp. 8.000.000	Rp.3.000.000 - Rp. 7.000.000
4	Pujasera Kalimantan	Rp.5.000.000 - Rp. 8.000.000	Rp.5.000.000 - Rp. 6.000.000
5	Food Terrace Mastrip	Rp.4.000.000 - Rp. 7.000.000	Rp.5.000.000 - Rp. 6.000.000
6	Pujasera Food Corner Muchlisin	Rp.5.000.000 - Rp. 8.000.000	Rp.5.000.000 - Rp. 6.000.000
7	Pujasera Majapahit	Rp.4.000.000 - Rp. 6.000.000	Rp.4.000.000 - Rp. 5.000.000

Sumber : Data Primer, di olah 2022

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa Kredit modal pedagang Makanan dan Minuman di Pujasera sebelum pandemi Covid 19 di Kabupaten Jember sebagian besar memiliki Kredit modal sebesar Rp.4.000.000 - Rp. 7.000.000 juta yaitu pelaku usaha yang berlokasi di Pujasera PB. Sudirman. Selanjutnya, yang memiliki Kredit modal sebesar Rp.5.000.000 juta yaitu pelaku usaha yang berlokasi di Pujasera java square .Pelaku pujasera yang berlokasi di kalimantan memiliki Kredit modal Rp.5.000.000 - Rp. 8.000.000 dan pelaku usaha di pujasera majapahit memiliki Kredit modal Rp.4.000.000 - Rp. 6.000.000. Sedangkan Kredit modal pedagang Makanan dan Minuman di Pujasera setelah pandemi Covid 19 di Kabupaten Jember sebagian besar memiliki Kredit modal sebesar Rp.3.000.000 - Rp. 5.000.000 juta yaitu pelaku usaha yang berlokasi di Pujasera PB. Sudirman. Selanjutnya, yang memiliki Kredit modal sebesar Rp.5.000.000 juta yaitu pelaku usaha yang berlokasi di Pujasera java square .Pelaku pujasera yang berlokasi di kalimantan memiliki Kredit modal Rp.5.000.000 - Rp. 6.000.000 dan pelaku usaha di pujasera majapahit memiliki Kredit modall Rp.4.000.000 - Rp. 5.000.000.

4.3.5 Pendapatan

Tingkat pendapatan bersih pedagang dapat diartikan sebagai banyaknya penerimaan kas yang dihasilkan dari kegiatan berdagang dikurangi biaya-biaya tingkat pendapatan yang digunakan dengan perhitungan Rupiah (Rp) dihitung setiap bulannya.

Tabel 4.5 Pendapatan sebelum dan setelah pandemi Covid - 19 di Kabupaten Jember

No	Nama Pujasera	Pendapatan Sebelum	Pendapatan Setelah
1	Pujasera PB.Sudirman	Rp.3.000.000 - Rp. 7.000.000	Rp.2.500.000 - Rp. 6.500.000
2	Pujasera Java Square	Rp.6.000.000	Rp.5.000.000
3	Pujasera 2	Rp.3.500.000 - Rp. 7.000.000	Rp.2.500.000 - Rp. 6.000.000
4	Pujasera Kalimantan	Rp.3.500.000 - Rp. 5.500.000	Rp.2.500.000 - Rp. 4.500.000
5	Food Terrace Mastrip	Rp.3.000.000 - Rp. 6.000.000	Rp.2.000.000 - Rp. 5.000.000
6	Pujasera Food Corner Muchlisin	Rp.3.500.000 - Rp. 6.000.000	Rp.3.500.000 - Rp. 5.500.000
7	Pujasera Majapahit	Rp.2.500.000 - Rp. 5.500.000	Rp.2.000.000 - Rp. 4.000.000

Sumber : Data Primer, di olah 2022

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa pendapatan pedagang Makanan dan Minuman di Pujasera sebelum pandemi Covid 19 di Kabupaten Jember sebagian besar memiliki pendapatan sebesar Rp.3.000.000 - Rp. 7.000.000 juta yaitu pelaku usaha yang berlokasi di Pujasera PB. Sudirman. Selanjutnya, yang memiliki pendapatan sebesar Rp.6.000.000 juta yaitu pelaku usaha yang berlokasi di Pujasera java square .Pelaku pujasera yang berlokasi di kalimantan memiliki pendapatan Rp.3.500.000 - Rp. 7.000.000 dan pelaku usaha di pujasera majapahit memiliki modal awal Rp.2.500.000 - Rp. 5.500.000. Sedangkan pendapatan pedagang Makanan dan Minuman di Pujasera setelah pandemi Covid 19 di Kabupaten Jember sebagian besar memiliki pendapatan sebesar sebesar

Rp.2.500.000 - Rp. 6.500.000 juta yaitu pelaku usaha yang berlokasi di Pujasera PB. Sudirman. Selanjutnya, yang memilikipendapatan sebesar Rp.5.000.000 juta yaitu pelaku usaha yang berlokasi di Pujasera java square .Pelaku pujasera yang berlokasi di kalimantan memiliki pendapatan Rp.2.500.000 - Rp. 4.500.000 dan pelaku usaha di pujasera majapahit memiliki pendapatan Rp.2.000.000 - Rp. 4.000.000.

4.4 Hasil Penelitian

4.4.1 Statistik Deskriptif

Penelitian ini dilakukan untuk menguji determinan pendapatan sektor perdagangan sebelum dan setelah pandemi covid-19 di Kabupaten Jember (UMKM Pujasera) dimana peneliti menggunakan variabel modal sebelum dan sesudah (X1.a, X1.b), upah tenaga kerja sebelum dan sesudah (X2.a, X2.b), biaya pemasaran sebelum dan sesudah (X3.a, X3.b), kredit modal sebelum dan sesudah (X4.a, X4.b) sebagai variabel independen dan pendapatan sebelum dan sesudah (Y1, Y2) sebagai variabel dependen, adapun dalam penelitian ini menggunakan objek yaitu UMKM Pujasera Kabupaten Jember menggunakan data tahunan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer berupa laporan tahunan hasil kuesioner . Adapun sampel yang peneliti gunakan yaitu sebanyak 57 pelaku usaha UMKM Pujasera. Statistik deskriptif digunakan mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian ini. Statistik deskriptif akan memberikan gsebuah informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami dari setiap variabel penelitian. Deskripsi datanya berfokus pada nilai mean, standar deviation, nilai minimal, nilai maksimal. Berikut adalah hasil deskripsi data dengan *SPSS for Windows Version 22* dengan indikator modal sebelum dan sesudah (X1.a, X1.b), upah tenaga kerja sebelum dan sesudah (X2.a, X2.b), biaya pemasaran sebelum dan sesudah (X3.a, X3.b), kredit modal sebelum dan sesudah (X4.a, X4.b) sebagai variabel independen dan pendapatan sebelum dan sesudah (Y1, Y2)

Tabel 4.6 Deskripsi Data

Model Regresi	N	Sebelum				Setelah			
		Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Modal	57	2500000	9000000	4938596	1442561	2000000	7000000	4178947	1282678
Upah Tenaga Kerja	57	500000	800000	634386	95487	400000	750000	579824	81755
Biaya Pemasaran	57	100000	350000	213421	50701	100000	300000	186140	47650
Kredit Modal	57	4000000	8000000	5701754	1038799	3000000	7000000	5008771	697516
Pendapatan	57	2500000	8300000	4600000	1147668	2000000	6700000	3820614	1056306
Valid (listwise)	N 57								

Sumber: Olah data *SPSS for Windows version 22 (2022)*

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui masing-masing nilai minimum, maksimum, mean dan standar deviasi dari variabel independen serta variabel dependen yaitu sebagai berikut:

Modal sebelum pandemi memiliki nilai mean sebesar Rp.4.938.596,- dengan nilai standar deviasi atau rata-rata jarak penyimpangan sebesar Rp. 1.442.561,- dari jumlah data sebanyak 57 data (sampel). Nilai minimum sebesar Rp. 2.500.000,- dan nilai maximum sebesar Rp. 9.000.000,-. Adapun UMKM yang memiliki modal minimum sebelum pandemi yaitu UMKM 23 yang berlokasi di Pujasera Kalimantan sedangkan UMKM dengan modal maximum sebelum pandemi adalah UMKM 4 yang berlokasi di Pujasera PB. Sudirman.

Modal sesudah pandemi memiliki nilai mean sebesar Rp.4.178.947,- dengan nilai standar deviasi atau rata-rata jarak penyimpangan sebesar Rp. 1.282.678,- dari jumlah data sebanyak 57 data (sampel). Nilai minimum sebesar Rp. 2.000.000,- dan nilai maximum sebesar Rp. 7.000.000,-. Adapun UMKM yang memiliki modal minimum sesudah pandemi yaitu UMKM yang berlokasi di Pujasera Kalimantan sedangkan UMKM dengan modal maximum sesudah pandemi adalah

UMKM yang berlokasi di Pujasera PB. Sudirman dan UMKM yang berlokasi di Food Corner .

Upah tenaga kerja sebelum pandemi memiliki nilai mean sebesar Rp. 634.386,- dengan nilai standar deviasi atau rata-rata jarak penyimpangan sebesar Rp. 95.487,- dari jumlah data sebanyak 57 data (sampel). Nilai minimum sebesar Rp. 500.000,- dan nilai maximum sebesar Rp. 800.000,-. Adapun UMKM yang memiliki upah tenaga kerja minimum sebelum pandemi yaitu UMKM dan UMKM yang berlokasi di Pujasera PB. Sudirman; UMKM yang berlokasi di Pujasera Kalimantan; UMKM yang berlokasi di Pujasera Mastrip; UMKM 46 berlokasi di Food Corner; UMKM berlokasi di Pujasera Mojopahit. Sedangkan UMKM dengan upah tenaga kerja maksimum sebelum pandemi adalah UMKM yang berlokasi di Pujasera PB. Sudirman, UMKM yang berlokasi di Pujasera Kalimantan, UMKM yang berlokasi di Pujasera mastrip, UMKM yang berlokasi di Food Corner, UMKM yang berlokasi di Pujasera 2.

Upah tenaga kerja sesudah pandemi memiliki nilai mean sebesar Rp. 579.824,- dengan nilai standar deviasi atau rata-rata jarak penyimpangan sebesar Rp. 81.755,- dari jumlah data sebanyak 57 data (sampel). Nilai minimum sebesar Rp. 400.000,- dan nilai maximum sebesar Rp. 750.000,-. Adapun UMKM yang memiliki upah tenaga kerja minimum sesudah pandemi yaitu UMKM yang berlokasi di Pujasera Majapahit, sedangkan UMKM dengan upah tenaga kerja maksimum sesudah pandemi yaitu UMKM yang berlokasi di Pujasera 2.

Biaya pemasaran sebelum pandemi memiliki nilai mean sebesar Rp. 213.421,- dengan nilai standar deviasi atau rata-rata jarak penyimpangan sebesar Rp. 50.701,- dari jumlah data sebanyak 57 data (sampel). Nilai minimum sebesar Rp. 100.000,- dan nilai maximum sebesar Rp. 350.000,-. Adapun UMKM yang memiliki biaya pemasaran minimum sebelum pandemi yaitu UMKM yang berlokasi di Pujasera Kalimantan, sedangkan UMKM yang memiliki biaya pemasaran maksimum sebelum pandemi adalah UMKM yang berlokasi di Food Corner.

Biaya pemasaran sesudah pandemi memiliki nilai mean sebesar Rp. 186140,- dengan nilai standar deviasi atau rata-rata jarak penyimpangan sebesar

Rp. 47650,- dari jumlah data sebanyak 57 data (sampel). Nilai minimum sebesar Rp. 100.000,- dan nilai maximum sebesar Rp. 300.000,-. Adapun UMKM yang memiliki biaya pemasaran minimum sesudah pandemi yaitu UMKM yang berlokasi di Pujasera PB. Sudirman, UMKM yang berlokasi di Pujasera Kalimantan. Sedangkan UMKM yang memiliki nilai maksimum sesudah pandemi adalah UMKM yang berlokasi di Mastrip, UMKM Food Corner, UMKM 55 yang berlokasi di Pujasera Majapahit.

Kredit modal sebelum pandemi memiliki nilai mean sebesar Rp. 5.701.754,- dengan nilai standar deviasi atau rata-rata jarak penyimpangan sebesar Rp.1.038.799,- dari jumlah data sebanyak 57 data (sampel). Nilai minimum sebesar Rp. 4.000.000,- dan nilai maximum sebesar Rp. 8.000.000,-. Adapun UMKM yang memiliki kredit modal minimum sebelum pandemi adalah UMKM yang berlokasi di PB. Sudirman, UMKM yang berlokasi di Food Corner, UMKM yang berlokasi di Pujasera Majapahit. Sedangkan UMKM yang memiliki kredit modal maksimum sebelum pandemi adalah UMKM , UMKM UMKM yang berlokasi di Pujasera Mastrip, UMKM yang berlokasi di Food Corner.

Kredit modal sesudah pandemi memiliki nilai mean sebesar Rp. 5.008.771,- dengan nilai standar deviasi atau rata-rata jarak penyimpangan sebesar Rp. 697.516,- dari jumlah data sebanyak 57 data (sampel). Nilai minimum sebesar Rp. 3.000.000,- dan nilai maximum sebesar Rp. 7.000.000,-. Adapun UMKM yang memiliki kredit modal minimum sesudah pandemi yaitu UMKM yang berlokasi di Pujasera PB. Sudirman, sedangkan yang memiliki nilai maksimum sesudah pandemi yaitu UMKM yang berlokasi di Pujasera Mastrip, UMKM yang berlokasi di Food Corner.

Pendapatan sebelum pandemi memiliki nilai mean sebesar Rp. 4600000,- dengan nilai standar deviasi atau rata-rata jarak penyimpangan sebesar Rp. 1147668,- dari jumlah data sebanyak 57 data (sampel). Nilai minimum sebesar Rp. 2.500.000,- dan nilai maximum sebesar Rp. 8.300.000,-. Adapun UMKM yang memiliki pendapatan minimum sebelum pandemi adalah UMKM yang berlokasi di Pujasera Food Corner, UMKM yang berlokasi di Pujasera Majapahit. Sedangkan

yang memiliki pendapatan maksimum sebelum pandemi adalah UMKMyang berlokasi di PB. Sudirman.

Pendapatan sesudah pandemi memiliki nilai mean sebesar Rp. 3820614,- dengan nilai standar deviasi atau rata-rata jarak penyimpangan sebesar Rp. 1056306,- dari jumlah data sebanyak 57 data (sampel). Nilai minimum sebesar Rp. 2.000.000,- dan nilai maximum sebesar Rp. 6.700.000,-. Adapun UMKM yang memiliki pendapatan minimum sesudah pandemi yaitu UMKM yang berlokasi di Food Corner, UMKM yang berlokasi di Pujasera Majapahit. Sedangkan UMKM dengan pendapatan maksimum sesudah pandemi adalah UMKM yang berlokasi di Pujasera PB. Sudirman.

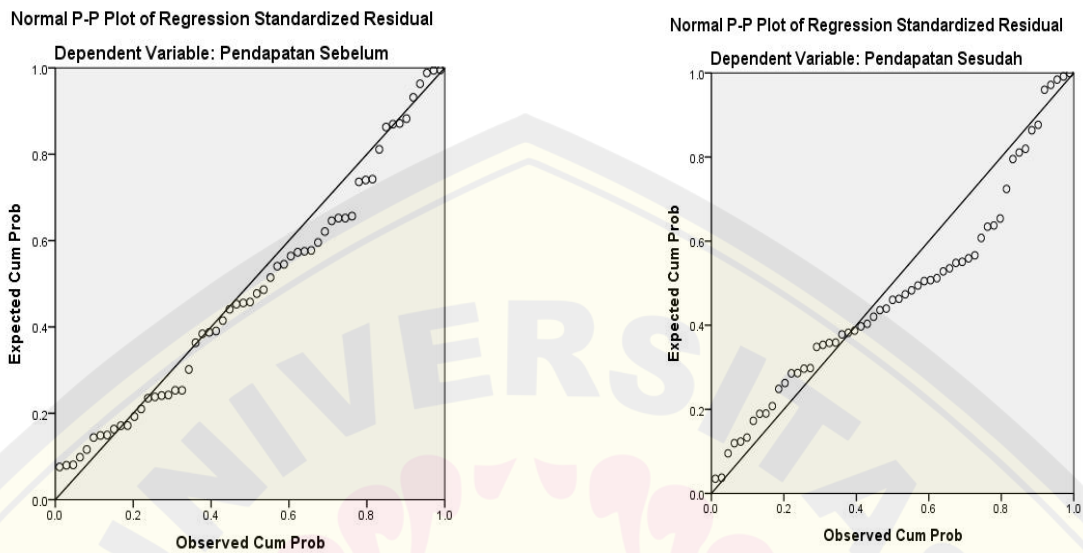
4.4.2 Uji Asumsi Klasik

Sebuah model regresi digunakan untuk melakukan peramalan, sebuah model yang baik adalah dengan kesalahan peramalan yang seminimal mungkin. Karena itu, sebuah model sebelum digunakan harus memenuhi beberapa asumsi, yang biasa disebut dengan asumsi klasik. Adapun hasil uji asumsi klasik melalui pengujiannya dengan *SPSS for Windows Version 22* yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Penggunaan model regresi normalitas digunakan untuk memprediksi apakah sampel data yang digunakan untuk penelitian determinan pendapatan sektor perdagangan sebelum dan setelah pandemic covid-19 di Kabupaten Jember (UMKM Pujasera) dimana peneliti menggunakan variabel sebelum dan sesudah (x_1, x_{11}), upah tenaga kerja sebelum dan sesudah (x_2, x_{22}), biaya pemasaran sebelum dan sesudah (x_3, x_{33}), kredit modal sebelum dan sesudah (x_4, x_{44}) sebagai variabel independen dan pendapatan sebelum dan sesudah (y_1, y_2) sebagai variabel dependen merupakan data yang berdistribusi normal atau merupakan data residu yang memiliki selisih antara data faktual dan data hasil peramalan. Dengan menggunakan *SPSS for Windows Version 22* maka peneliti dapat mengetahui normal atau tidaknya model regresi yang digunakan.

Adapun hasil uji normalitas menurut perhitungan *SPSS for Windows version 22* adalah sebagai berikut:



Gambar 4.3 Uji Normalitas

Sumber: Olah data *SPSS for Windows version 22*

Berdasarkan gambar 4.1 di atas dapat terlihat bahwa hasil penelitian menunjukkan model regresi yang berdistribusi normal sebab dapat terlihat bahwa data *ploting* atau titik-titik pada histogram yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal.

Tabel 4.7. Uji Normalitas

Model Regresi	Sebelum		Sesudah		Keterangan
	Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Exact Sig. (2-tailed)	Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Exact Sig. (2-tailed)	
Modal, Upah Tenaga Kerja, Biaya Pemasaran, Kredit Modal, Harga (X) Pendapatan (Y)	0.479	0.468	0.068	0.071	Berdistribusi Normal

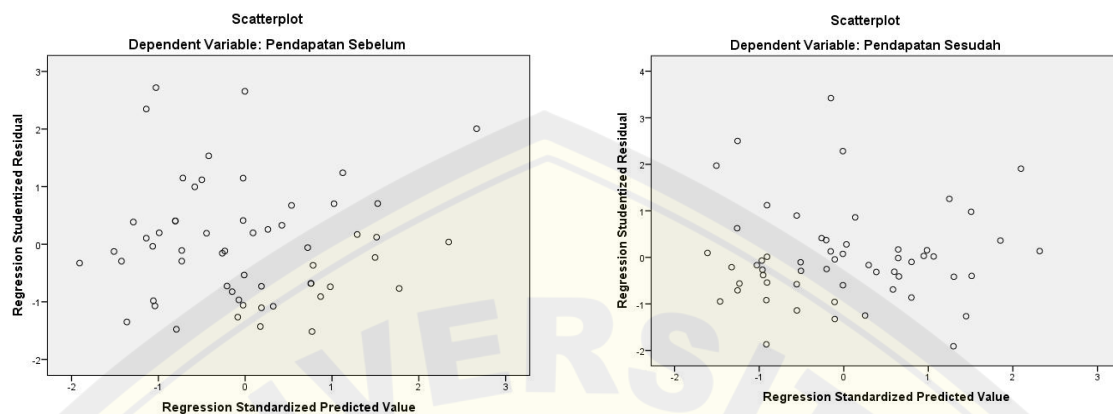
Sumber: Olah data SPSS for Windows version 22 (2022)

Berdasarkan hasil *one-sample kolmogorov-smirnov test* menunjukkan hasil regresi yang berdistribusi normal sebab nilai signifikansi dari baik untuk model 1 sebelum pandemi dan model 2 sesudah pandemi menunjukkan nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0.05 yaitu untuk model 1 sebelum pandemi 0.479 dan model 2 sesudah pandemi 0.468 kemudian nilai signifikansi dari Exact Sig. (2-tailed) menunjukkan angka 0.068 untuk model 1 sebelum pandemi dan 0.071 untuk model 2 sesudah pandemi, dimana angka tersebut juga lebih besar dari 0.05. Hasil kedua uji normalitas untuk setiap variabel baik sebelum maupun sesudah pandemi di lihat dari diagram P-P Plot maupun hasil *one-sample kolmogorov-smirnov* menunjukkan bahwa regresi berdistribusi normal (terpenuhi) sehingga semua regresi bisa diajukan sebagai model data untuk melakukan penelitian selanjutnya uji regresi linear berganda.

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan peneliti untuk melihat apakah terdapat kesamaan varian dari residual (selisih antara nilai sesungguhnya dengan nilai prediksi pada analisis regresi linear) untuk semua pengamatan model pada semua variabel independen pada model regresi. Apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi disimpulkan tidak valid sebagai alat peramalan. Adapun hasil uji

heteroskedastisitas untuk model regresi menurut perhitungan *SPSS for Windows version 22* adalah sebagai berikut:



Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Olah data *SPSS for Windows version 2* (2022)

Hasil olah data *SPSS for Windows version 22* dimana terlihat pada gambar 4.2 histogram *scatter plots* dapat disimpulkan bahwa pada persamaan tidak terjadi heteroskedastisitas, sebab (a) titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau di sekitar angka 0, (b) titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja, (c) penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang, melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, (d) penyebaran titik-titik data tidak berpola, sehingga asumsi heteroskedastisitas terpenuhi.

Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Model Regresi	Sig.		Keterangan
	Sebelum	Sesudah	
Modal	0.588	0.737	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Upah Tenaga Kerja	0.060	0.684	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Biaya Pemasaran	0.112	0.067	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Kredit Modal	0.486	0.287	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Olah data *SPSS for Windows version 22* (2022)

Hasil olah data *SPSS for Windows version 22* dengan uji glejser pada model regresi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, sebab nilai sig. antara variabel modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran, kredit modal baik sebelum maupun sesudah pandemi dengan absolut residual nilainya lebih besar dari 0.05. Berdasarkan kedua uji heteroskedastisitas dengan glejser maupun histogram *scatter plots* hasil olah data *SPSS for Windows version 22* dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, sehingga asumsi terpenuhi dan model regresi dapat digunakan untuk uji selanjutnya regresi linear berganda.

c) Uji Multikolinearitas

Model regresi yang bagus adalah jika variabel-variabel independen seharusnya tidak berkorelasi satu dengan yang lain. Uji multikolinieritas dilakukan peneliti untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya (hubungan kuat) antara variabel independen. Adapun hasil uji multikolinieritas untuk model regresi menurut perhitungan *SPSS for Windows version 22* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas

Model Regresi	Sebelum		Sesudah		Keterangan
	Tolerance	VIF	Tolerance	VIF	
Modal	0.303	3.305	0.346	2.894	Tidak terjadi Multikolinieritas
Upah Tenaga Kerja	0.447	2.236	0.468	2.137	Tidak terjadi Multikolinieritas
Biaya Pemasaran	0.600	1.667	0.664	1.506	Tidak terjadi Multikolinieritas
Kredit Modal	0.540	1.853	0.679	1.473	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber: Olah data *SPSS for Windows version 22* (2022)

Berdasarkan hasil olah data *SPSS for Windows version 22* dapat terlihat bahwa hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa pada variabel-variabel modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran, kredit modal baik sebelum maupun sesudah pandemi tidak saling berkorelasi maka model regresi dapat dikatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai tolerance pada model regresi berada pada angka diatas 0.1 dan VIF berada pada angka

dibawah 10, maka asumsi terpenuhi dan model regresi dapat digunakan untuk uji selanjutnya regresi linear berganda.

d) Uji Autokorelasi

Khusus untuk regresi yang berbasis waktu (*time series*), seharusnya tidak ada korelasi antara waktu ke t dan waktu sebelumnya ($t-1$), dengan melakukan perhitungan dengan *SPSS for Windows version 22* maka hal tersebut dapat dideteksi dengan angka tabel pada Durbin-Watson. Adapun peneliti melakukan uji autokorelasi ini dengan tujuan untuk menentukan korelasi variabel yang ada di dalam model prediksi dengan perubahan waktu dengan menentukan nilai Durbin Watson (DW) yang kemudian bisa digunakan untuk menyimpulkan pernyataan lain yang juga dinyatakan oleh Durbin Watson yaitu jika nilai Durbin Watson (1951) lebih besar dari satu dan kurang dari tiga maka tidak terjadi gejala autokorelasi atau dapat dirumuskan $1 < DW < 3$ atau $D > 1 < 3$ (Andy, 2013:221). Adapun hasil olah data *SPSS for Windows version 22* uji autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10 Uji Autokorelasi

Model Regresi	Durbin-Watson		Keterangan
	Sebelum	Sesudah	
Modal, Upah Tenaga Kerja, Biaya Pemasaran, Kredit Modal, Harga (X) Pendapatan (Y)	1.876	1.430	Tidak ada gejala autokorelasi

Sumber: Olah data *SPSS for Windows Version 22* (2022)

Hasil Olah data *SPSS for Windows version 22* diatas, diketahui nilai Durbin Watson untuk model regresi untuk sebelum sebesar 1.876 dan sesudah sebesar 1.430, dimana angka Durbin Watson lebih besar dari 1 dan kurang dari 3 atau dapat dirumuskan $1 < DW < 3$ atau $D > 1 < 3$, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi gejala autokorelasi, bahwa asumsi terpenuhi dan model regresi dapat digunakan untuk uji selanjutnya regresi linear berganda.

4.4.3 Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear digunakan untuk mengukur pengaruh antara modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran, kredit modal dan harga (X) terhadap pendapatan (Y). Pada penelitian ini terdapat variabel modal sebelum dan sesudah (x1, x11), upah tenaga kerja sebelum dan sesudah (x2, x22), biaya pemasaran sebelum dan sesudah (x3, x33), kredit modal sebelum dan sesudah (x4, x44) sebagai variabel independen dan pendapatan sebelum dan sesudah (y1, y2) sebagai variabel dependen, dimana untuk hasil olah data akan terdapat dua persamaan. Adapun hasil regresi linear berganda dengan *SPSS for Windows version 22* adalah sebagai berikut.

Tabel 4.11 Uji Regresi Linear Berganda

Model Regresi	Persamaan Pendapatan								Kesimpulan
	Sebelum				Sesudah				
	Coefficient	Std. Error	t-statistic	Sig	Coefficient	Std. Error	t-statistic	Sig	
Konstanta	1528907	608927	2.511	0.015	133413	812721	0.164	0.870	-
Modal	0.705	0.093	7.539	0.000	0.640	0.096	6.530	0.000	Hipotesis
Upah Tenaga Kerja	-2.766	1.161	-2.382	0.021	0.883	1.322	0.668	0.507	Hipotesis
Biaya Pemasaran	0.252	1.888	0.133	0.895	0.045	1.904	0.024	0.961	Hipotesis
Kredit Modal	0.227	0.097	2.332	0.024	0.098	0.129	0.764	0.448	Hipotesis

Sumber: Olah data *SPSS for Windows version 22* (2022)

Persamaan model regresi linear berganda yang di dapat dari hasil uji statistik dengan *SPSS for Windows Version 22* adalah sebagai berikut:

Persamaan :

$$Y1 = \text{Konstanta} + \text{Coefficient X1} + \text{Coefficient X2} + \text{Coefficient X3} + \text{Coefficient X4} + \epsilon$$

$$YB = 1528907 + 0.705 MB - 2.766 UTKB + 0.252 BPB + 0.227 KMB$$

$$Y_2 = \text{Konstanta} + \text{Coefficient } X_{11} + \text{Coefficient } X_{22} + \text{Coefficient } X_{33} + \text{Coefficient } X_{44} + \varepsilon$$

$$YS = 133413 + 0.640 MS + 0.883 UTKS + 0.045 BPS + 0.098 KMS$$

Keterangan :

YB = Pendapatan Sebelum

YS = Pendapatan Sesudah

MB = Modal Sebelum

MS = Modal Sesudah

UTKB = Upah Tenaga Kerja Sebelum

UTKS = Upah Tenaga Kerja Sesudah

BPB = Biaya Pemasaran Sebelum

BPS = Biaya Pemasaran Sesudah

KMB = Kredit Modal Sebelum

KMS = Kredit Modal Sesudah

α = Konstanta

ε = *error*

Adapun hasil interpretasi uji regresi linear berganda untuk model regresi sebelum maupun sesudah pandemi adalah sebagai berikut :

a. Konstanta Sebelum dan Sesudah Pandemi

Konstanta sebesar 1528907 pada persamaan 1 menyatakan bahwa jika tidak ada pengaruh nilai modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran, kredit modal sebelum pandemi maka nilai pendapatan sebelum pandemi sebesar 1528907 yang diakibatkan oleh nilai variabel independen dianggap konstan.

Konstanta sebesar 133413 pada persamaan 2 menyatakan bahwa jika tidak ada pengaruh nilai modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran, kredit modal sesudah pandemi maka nilai pendapatan sesudah pandemi sebesar 133413 yang juga diakibatkan oleh nilai variabel independen dianggap konstan. Konstantan sebelum dan sesudah pandemic sebagai berikut:

1. Modal Sebelum dan Sesudah Pandemi

Koefisien regresi pada modal sebelum pandemi sebesar 0.705 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) 1 nilai modal sebelum pandemi akan menambah nilai pendapatan sebesar 0.705 dengan asumsi nilai variabel lainnya konstan. Tanda positif pada koefisien menandakan hubungan yang searah. Hasil perbandingan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ artinya menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan oleh modal sebelum pandemi terhadap pendapatan sebelum pandemi hipotesis pada model penelitian ini diterima. Koefisien regresi pada modal sesudah pandemi sebesar 0.640 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) 1 nilai modal sesudah pandemi akan menambah nilai pendapatan sebesar 0.640 dengan asumsi nilai variabel lainnya konstan. Tanda positif pada koefisien menandakan hubungan yang searah. Hasil perbandingan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ artinya menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan oleh modal sesudah pandemi terhadap pendapatan sesudah pandemi hipotesis pada model penelitian ini diterima.

2. Upah Tenaga Kerja Sebelum dan Sesudah Pandemi

Koefisien regresi pada upah tenaga kerja sebelum pandemi sebesar -2.766 menyatakan bahwa setiap pengurangan (karena tanda -) 1 nilai upah tenaga kerja sebelum pandemi akan mengurangi nilai pendapatan sebelum pandemi sebesar 2.766 dengan asumsi nilai variabel lainnya konstan. Tanda negatif pada koefisien menandakan hubungan yang tidak searah. Hasil perbandingan nilai signifikansi $0.021 < 0.05$ artinya menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan oleh upah tenaga kerja sebelum pandemi terhadap pendapatan sebelum pandemi, hipotesis pada model penelitian ini diterima. Sedangkan Koefisien regresi pada upah tenaga kerja sesudah pandemi sebesar 0.883 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) 1 nilai upah tenaga kerja sesudah pandemi akan menambah nilai pendapatan sesudah pandemi sebesar 0.883 dengan asumsi nilai variabel lainnya konstan. Tanda positif pada koefisien menandakan hubungan yang searah. Hasil perbandingan nilai signifikansi

0.507 > 0.05 artinya menunjukkan tidak adanya pengaruh oleh upah tenaga kerja sesudah pandemi terhadap pendapatan sesudah pandemi, hipotesis pada model penelitian ini ditolak.

3. Biaya Pemasaran Sebelum dan Sesudah Pandemi

Koefisien regresi pada biaya pemasaran sebelum pandemi sebesar 0.252 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) 1 nilai biaya pemasaran sebelum pandemi akan menambah nilai pendapatan sebelum pandemi sebesar 0.252 dengan asumsi nilai variabel lainnya konstan. Tanda positif pada koefisien menandakan hubungan yang searah. Hasil perbandingan nilai signifikansi $0.895 > 0.05$ artinya menunjukkan tidak adanya pengaruh oleh biaya pemasaran sebelum pandemi terhadap pendapatan sebelum pandemi, hipotesis pada model penelitian ini ditolak.

Koefisien regresi pada biaya pemasaran sebelum pandemi sebesar 0.045 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) 1 nilai biaya pemasaran sebelum pandemi akan menambah nilai pendapatan sebelum pandemi sebesar 0.045 dengan asumsi nilai variabel lainnya konstan. Tanda positif pada koefisien menandakan hubungan yang searah. Hasil perbandingan nilai signifikansi $0.961 > 0.05$ artinya menunjukkan tidak adanya pengaruh oleh biaya pemasaran sesudah pandemi terhadap pendapatan sesudah pandemi, hipotesis pada model penelitian ini ditolak.

4. Kredit Modal Sebelum dan Sesudah Pandemi

Koefisien regresi pada kredit modal sebelum pandemi sebesar 0.227 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) 1 nilai kredit modal sebelum pandemi akan menambah nilai pendapatan sebelum pandemi sebesar 0,227 dengan asumsi nilai variabel lainnya konstan. Tanda positif pada koefisien menandakan hubungan yang searah. Hasil perbandingan nilai signifikansi $0.024 < 0.05$ artinya menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan oleh kredit modal sebelum pandemi terhadap pendapatan sebelum pandemi, hipotesis pada model penelitian ini diterima. Koefisien regresi pada kredit modal sesudah pandemi sebesar 0.098 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) 1 nilai

kredit modal sesudah pandemi akan menambah nilai pendapatan sesudah pandemi sebesar 0,098 dengan asumsi nilai variabel lainnya konstan. Tanda positif pada koefisien menandakan hubungan yang searah. Hasil perbandingan nilai signifikansi $0.448 > 0.05$ artinya menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh oleh kredit modal sesudah pandemi terhadap pendapatan sesudah pandemi, hipotesis pada model penelitian ini ditolak.

4.4.4 Pengujian Hipotesis

Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Koefisien Determinasi (R^2). Uji Koefisien Secara Bersama-Sama (Uji-F). Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T) sebagai berikut :

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 dilakukan untuk mengetahui berapa persen pengaruh hubungan variabel modal sebelum dan sesudah (x_1, x_{11}), upah tenaga kerja sebelum dan sesudah (x_2, x_{22}), biaya pemasaran sebelum dan sesudah (x_3, x_{33}), kredit modal sebelum dan sesudah (x_4, x_{44}) sebagai variabel independen terhadap pendapatan sebelum dan sesudah (y_1, y_2) sebagai variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan diambil berdasarkan hasil perhitungan *SPSS for windows version 22* yang dimunculkan dari tabel *Model Summary*^b dengan menilai besar persentase pada hasil R Square, yakni menentukan seberapa besar dari 100% variabel-variabel X yakni modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran, kredit modal dapat mempengaruhi variabel Y yakni pendapatan, dimana sisa persentase ditentukan oleh sebab-sebab lain yang tidak dijelaskan oleh peneliti. Adapun hasil perhitungan Uji R^2 dengan *SPSS for windows version 22* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Regresi	R Square	
	Sebelum	Sesudah
Modal, Upah Tenaga Kerja, Biaya Pemasaran, Kredit Modal, Harga (X) Pendapatan (Y)	0.783	0.745

Sumber: Olah data *SPSS for Windows version 22* (2022)

Berdasarkan hasil *SPSS for windows version 22* diatas dapat dilihat bahwa pengaruh modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran, kredit modal sebelum pandemi terhadap pendapatan sebelum pandemi adalah sebesar 78.3% dan sisanya sebesar 21.7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti lebih lanjut oleh peneliti. Sedangkan pengaruh modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran, kredit modal sesudah pandemi terhadap pendapatan sesudah pandemi adalah sebesar 74.5% dan sisanya sebesar 25.5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti lebih lanjut oleh peneliti.

2. Uji F

Tujuan dilakukannya uji F yakni untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan (jelas) antara rata-rata hitung beberapa kelompok data. Dasar pengambilan keputusan diambil berdasarkan hasil perhitungan *SPSS for windows version 22* yang dimunculkan dari tabel ANOVA dengan menilai apakah nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_o diterima dan H_a ditolak begitupun sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_o ditolak dan H_a diterima. Dasar pengambilan keputusan lain dapat dilihat juga dari perbandingan hasil F-hitung dengan F-tabel dimana dasar keputusannya jika F-hitung $>$ F-tabel maka hipotesis diterima, begitu pun sebaliknya jika F hitung $<$ F tabel maka hipotesis ditolak. Adapun hasil uji F atau ANNOVA menurut perhitungan *SPSS for Windows version 22* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13 Uji F

Model Regresi	Sebelum				Sesudah			
	f-hitung	f-tabel	Sig.	Kesimpulan	f-hitung	f-tabel	Sig.	Kesimpulan
Modal, Upah Tenaga Kerja, Biaya Pemasaran, Kredit Modal, Harga (X) Pendapatan (Y)	46.874	2.55	0.000	H_{a1} = Secara simultan atau secara bersama-sama modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran, kredit modal sebelum pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sebelum pandemi	38.077	2.55	0.000	H_{a2} = Secara simultan atau secara bersama-sama modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran, kredit modal sesudah pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sesudah pandemi

Sumber: Olah data *SPSS for Windows version 22* (2022)

Berdasarkan hasil olah data *SPSS for Windows version 22* dapat dilihat bahwa nilai sig. untuk modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran, kredit modal sebelum pandemi terhadap pendapatan sebelum pandemi sebesar $0,000 < 0,05$, sama halnya dilihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dimana $46.874 > 2.55$ artinya H_a diterima H_o ditolak maka hipotesis diterima. Kesimpulannya secara simultan atau secara bersama-sama modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran, kredit modal sebelum pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sebelum pandemi.

Nilai sig. untuk modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran, kredit modal sesudah pandemi terhadap pendapatan sesudah pandemi sebesar $0,000 < 0,05$, sama

halnya dilihat dari nilai F hitung $> F$ tabel dimana $38.077 > 2.55$ artinya H_a diterima H_o ditolak maka hipotesis diterima. Kesimpulannya secara simultan atau secara bersama-sama modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran, kredit modal sesudah pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sesudah pandemi. .

3. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran, kredit modal dan harga (X) terhadap variabel pendapatan (Y), dalam pengujian ini sampel bisa saling berhubungan (variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y)) maupun kedua sampel tidak ada hubungannya. Dasar pengambilan keputusan diambil berdasarkan hasil perhitungan *SPSS for windows version 22* yang dimunculkan dari tabel *Coefficients^a* dengan menilai apakah nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_o diterima dan H_a ditolak, begitupun sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_o ditolak dan H_a diterima. Dasar pengambilan keputusan lain dapat dilihat dari perbandingan hasil t-hitung dengan t-tabel dimana dasar keputusannya jika t-hitung $>$ t-tabel maka hipotesis diterima, begitu pun sebaliknya jika t hitung $<$ t tabel maka hipotesis ditolak. Adapun hasil uji t menurut perhitungan *SPSS for Windows version 22* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14 Uji T

Model Regresi	Pendapatan							
	Sebelum				Sesudah			
	t-hitung	t-tabel	Sig.	Kesimpulan	t-hitung	t-tabel	Sig.	Kesimpulan
Modal	7.539	2.00665	0.000	H_{a1} = Secara parsial modal sebelum pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sebelum pandemi	6.530	2.00665	0.000	H_{a11} = Secara parsial modal sesudah pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sesudah pandemi
Upah Tenaga Kerja	-2.382	2.00665	0.021	H_{a2} = Secara parsial upah tenaga kerja sebelum pandemi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan sebelum pandemi	0.668	2.00665	0.057	H_{a22} = Secara parsial upah tenaga kerja sesudah pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sesudah pandemi

Model Regresi	Pendapatan							
	Sebelum				Sesudah			
	t-hitung	t-tabel	Sig.	Kesimpulan	t-hitung	t-tabel	Sig.	Kesimpulan
Biaya Pemasaran	0.133	2.00665	0.895	H_{a3} = Secara parsial biaya pemasaran sebelum pandemi tidak berpengaruh terhadap pendapatan sebelum	0.024	2.00665	0.981	H_{a33} = Secara parsial biaya pemasaran sesudah pandemi tidak berpengaruh terhadap pendapatan sesudah

	pandemi		pandemi	
Kredit Modal	0.02	H_{a4}	0.44	H_{a44}
	4	= Secara parsial kredit modal sebelum pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sebelum pandemi	8	= Secara parsial kredit modal sesudah pandemi tidak berpengaruh terhadap pendapatan sesudah pandemi
	2.332	2.00665	0.764	2.00665

Sumber: Olah data SPSS for Windows version 22 (2022)

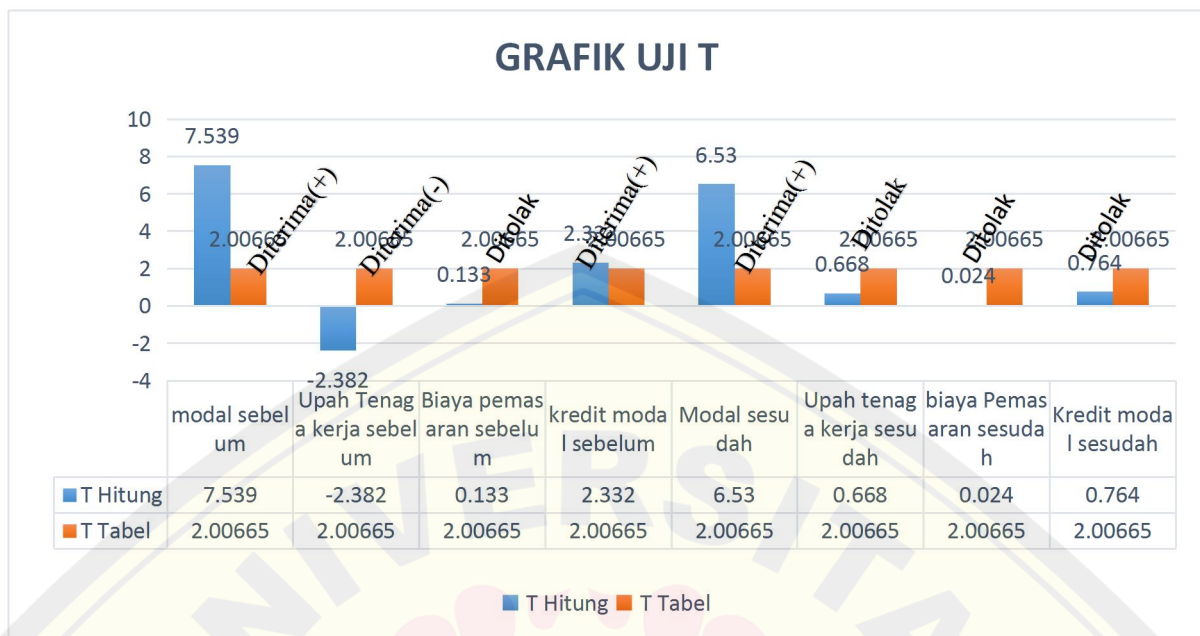
Berdasarkan hasil olah data SPSS for Windows version 22 dapat dilihat bahwa nilai sig. untuk modal sebelum pandemi sebesar $0,000 < 0,05$ kemudian nilai t hitung sebesar 7.539 dan t tabel sebesar 2.00665 artinya t hitung > t tabel, maka H_a diterima H_o ditolak, hipotesis diterima. Kesimpulannya bahwa modal sebelum pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sebelum pandemi. Sedangkan nilai sig. untuk modal sesudah pandemi sebesar $0.000 < 0.05$ kemudian nilai t hitung sebesar 6.530 dan t tabel sebesar 2.00665 artinya t hitung > t tabel, maka H_a diterima H_o ditolak, hipotesis diterima. Kesimpulannya bahwa modal sesudah pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sesudah pandemi. Nilai positif pada t hitung artinya semakin positif modal akan meningkatkan nilai dari pendapatan.

Nilai sig. untuk upah tenaga kerja sebelum pandemi sebesar $0.021 < 0.05$ kemudian nilai t hitung sebesar -2.382 dan t tabel sebesar 2.00665 artinya t hitung > t tabel, maka H_a diterima H_o ditolak, hipotesis diterima. Kesimpulannya bahwa upah tenaga kerja sebelum pandemi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan sebelum pandemi. Sedangkan nilai sig. untuk upah tenaga

kerja sesudah pandemi sebesar $0.507 > 0.05$ kemudian nilai t hitung sebesar 0.668 dan t tabel sebesar 2.00665 artinya t hitung $< t$ tabel, maka H_a ditolak H_o diterima, hipotesis ditolak. Kesimpulannya bahwa upah tenaga kerja sesudah pandemi tidak berpengaruh terhadap pendapatan sesudah pandemi. Nilai positif pada t hitung artinya semakin positif upah tenaga kerja akan meningkatkan nilai dari pendapatan. Sedangkan nilai negatif pada t hitung artinya semakin negatif upah tenaga kerja maka akan menurunkan nilai dari pendapatan.

Nilai sig. untuk biaya pemasaran sebelum pandemi sebesar $0.895 > 0.05$ kemudian nilai t hitung sebesar 0.133 dan t tabel sebesar 2.00665 artinya t hitung $< t$ tabel, maka H_a ditolak H_o diterima, hipotesis ditolak. Kesimpulannya bahwa biaya pemasaran sebelum pandemi tidak berpengaruh terhadap pendapatan sebelum pandemi. Sedangkan nilai sig. untuk biaya pemasaran sesudah pandemi sebesar $0.981 > 0.05$ kemudian nilai t hitung sebesar 0.24 dan t tabel sebesar 2.00665 artinya t hitung $< t$ tabel, maka H_a ditolak H_o diterima, hipotesis ditolak. Kesimpulannya bahwa biaya pemasaran sesudah pandemi tidak berpengaruh terhadap pendapatan sesudah pandemi. Nilai positif pada t hitung artinya semakin positif biaya pemasaran akan meningkatkan nilai dari pendapatan.

Nilai sig. untuk kredit modal sebelum pandemi sebesar $0.024 < 0,05$ kemudian nilai t hitung sebesar 2.332 dan t tabel sebesar 2.00665 artinya t hitung $> t$ tabel, maka H_a diterima H_o ditolak, hipotesis diterima. Kesimpulannya bahwa kredit modal sebelum pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sebelum pandemi. Sedangkan nilai sig. untuk kredit modal sesudah pandemi sebesar $0.448 > 0,05$ kemudian nilai t hitung sebesar 0.764 dan t tabel sebesar 2.00665 artinya t hitung $< t$ tabel, maka H_a ditolak H_o diterima, hipotesis ditolak. Kesimpulannya bahwa kredit modal sesudah pandemi tidak berpengaruh terhadap pendapatan sesudah pandemi. Nilai positif pada t hitung artinya semakin positif kredit modal akan meningkatkan nilai dari pendapatan.



Gambar 4.5 Uji t

4.4.6 Uji Beda Rata-rata

Uji perbedaan rata-rata sampel independen (independent-samples t-test) adalah uji statistik parametrik yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan rata-rata dua kelompok data independen. Uji-t independen pada dasarnya membandingkan rata-rata dua populasi yang tidak terkait untuk menentukan apakah kedua populasi tersebut memiliki rata-rata yang sama atau tidak. Adapun hasil uji beda rata-rata menurut perhitungan *SPSS for Windows version 22* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15 Uji Beda Rata-rata

Model Regresi	Pendapatan					
	Equal Variances Assumed			Equal Variances Not Assumed		
	F	t	Sig. (2-tailed)	F	t	Sig. (2-tailed)
Modal	0.343	2.971	0.004			
Upah Tenaga Kerja	1.277	3.277	0.001			
Biaya Pemasaran	0.349	2.960	0.004			
Kredit Modal	18.374	4.181	0.000			

Sumber: Olah data SPSS for Windows version 22 (2022)

Equal variances assumed berarti kedua varian populasi adalah identik dan *equal variances not assumed* berarti kedua varian populasi tidak identik. Untuk menentukannya digunakan Uji F. taraf signifikan F untuk modal sesudah dan sebelum pandemi adalah 0.343 artinya H_0 (tidak ada pengaruh) di terima bahwa kedua varian populasi identik (*Equal variances assumed*). Karena sig F mempunyai keputusan *Equal variances assumed* maka T test menggunakan *equal variances assumed* sebesar 2.971 dengan sig (2-tailed) adalah 0.004 atau lebih kecil dari 0.05 sehingga diputuskan ada perbedaan modal sebelum dengan sesudah pandemi terhadap pendapatan sebelum dengan sesudah pandemi.

Taraf signifikan F untuk upah tenaga kerja sebelum dan sesudah pandemi adalah 1.277 artinya H_0 (tidak ada pengaruh) di terima bahwa kedua varian populasi identik (*Equal variances assumed*). Karena sig F mempunyai keputusan *Equal variances assumed* maka T test menggunakan *equal variances assumed* sebesar 3.277 dengan sig (2-tailed) adalah 0.001 atau lebih kecil dari 0.05 sehingga diputuskan ada perbedaan upah tenaga kerja sebelum dengan sesudah pandemi terhadap pendapatan sebelum dengan sesudah pandemi.

Taraf signifikan F untuk biaya pemasaran sebelum dan sesudah pandemi adalah 18.374 artinya H_0 (tidak ada pengaruh) di terima bahwa kedua varian populasi identik (*Equal variances assumed*). Karena sig F mempunyai keputusan

Equal variances assumed maka T test menggunakan *equal variances assumed* sebesar 2.960 dengan sig (2-tailed) adalah 0.004 atau lebih kecil dari 0.05 sehingga diputuskan ada perbedaan biaya pemasaran sebelum dengan sesudah pandemi terhadap pendapatan sebelum dengan sesudah pandemi.

Taraf signifikan F untuk kredit modal sebelum dan sesudah pandemi adalah 1.277 artinya H_0 (tidak ada pengaruh) di terima bahwa kedua varian populasi identik (*Equal variances assumed*). Karena sig F mempunyai keputusan *Equal variances assumed* maka T test menggunakan *equal variances assumed* sebesar 4.181 dengan sig (2-tailed) adalah 0.000 atau lebih kecil dari 0.05 sehingga diputuskan ada perbedaan kredit modal sebelum dengan sesudah pandemi terhadap pendapatan sebelum dengan sesudah pandemi.

4.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis regresi data sebelumnya, dihasilkan persamaan model regresi sederhana yang di dapat dari hasil uji statistik dengan *SPSS for Windows Version 22* adalah sebagai berikut:

Persamaan :

$$Y1 = \text{Konstanta} + \text{Coefficient } X1 + \text{Coefficient } X2 + \text{Coefficient } X3 + \text{Coefficient } X4 + \varepsilon$$

$$Y1 = 1528907 + 0.705 X1.a - 2.766 X2.a + 0.252 X3.a + 0.227 X4.a$$

$$Y2 = \text{Konstanta} + \text{Coefficient } X11 + \text{Coefficient } X22 + \text{Coefficient } X33 + \text{Coefficient } X44 + \varepsilon$$

$$Y2 = 133413 + 0.640 X1.b + 0.883 X2.b + 0.045 X3.b + 0.098 X4.b$$

Berikut merupakan analisis hipotesis hubungan antara variabel bebas Modal (X1) , Upah tenaga kerja (X2) Biaya pemasaran (X3) dan Kredit modal (X4) dengan variabel terikat pendapatan (Y).

4.5.1 Pengaruh modal terhadap pendapatan

Berdasarkan hasil olah data *SPSS for Windows version 22* uji F dapat dilihat bahwa nilai sig. sebelum pandemi sebesar $0,000 < 0,05$, sama halnya dilihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dimana $46.874 > 2.55$ artinya H_a diterima H_o ditolak maka hipotesis diterima. Sedangkan nilai sig. sesudah pandemi sebesar $0,000 < 0,05$, sama halnya dilihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dimana $38.077 > 2.55$

artinya H_a diterima H_o ditolak maka hipotesis diterima. Kesimpulannya secara simultan atau secara bersama-sama modal sebelum dan sesudah pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

Berdasarkan hasil olah data *SPSS for Windows version 22* uji t dapat dilihat bahwa nilai sig. untuk modal sebelum pandemi sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima H_o ditolak, hipotesis diterima. Kesimpulannya bahwa modal sebelum pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sebelum pandemi. Sedangkan nilai sig. untuk modal sesudah pandemi sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima H_o ditolak, hipotesis diterima. Kesimpulannya bahwa modal sesudah pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sesudah pandemi. Nilai positif pada t hitung artinya semakin positif modal akan meningkatkan nilai dari pendapatan.

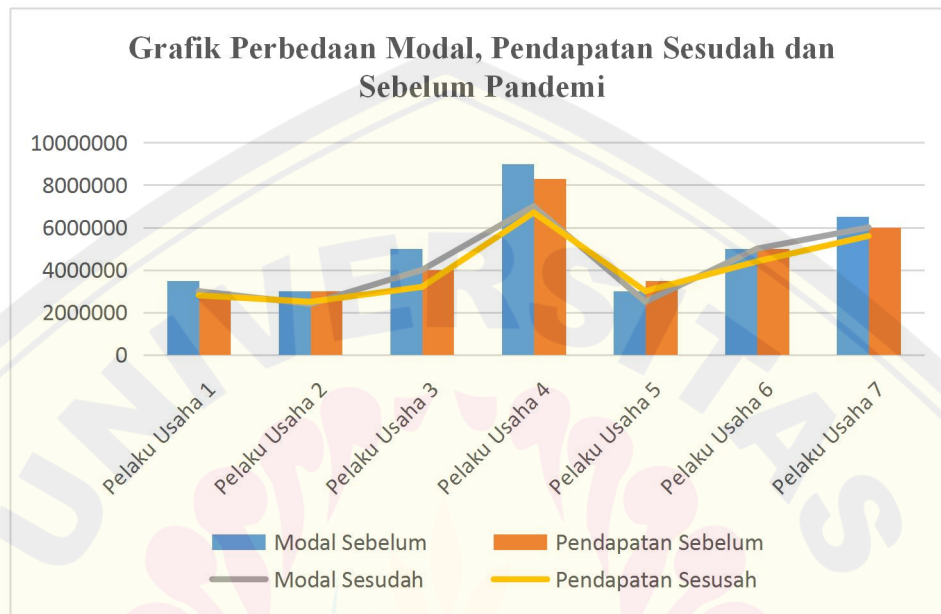
Berdasarkan hasil uji regresi *cross section* tersebut, hasil penelitian ini sejalan dengan teori fungsi produksi Coub-Dauglas yang menerangkan bahwa tingkat produksi suatu barang salah satunya bergantung kepada jumlah modal yang digunakan. Jumlah produksi yang berbeda-beda dengan sendirinya akan memerlukan berbagai faktor produksi tersebut dalam jumlah yang berbeda-beda pula. Begitu pula sejalan dengan hasil penelitian terdahulu oleh Orbawati et al, Suminah et al, Auliyah et al (2022), Ningsih et al, Nurwahyuni (2021), Aditya (2020), Ananda et al (2017), Purwanti (2013) dimana dari hasil penelitiannya tersebut disimpulkan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

Jika nilai modal semakin positif (besar) maka akan meningkatkan nilai dari pendapatan, begitupun sebaliknya semakin negatif (kecil) nilai modal maka semakin mengurangi nilai pendapatan. Nilai modal tinggi memungkinkan untuk nilai pendapatan pun tinggi, sebab jika nilai modal tinggi, maka dapat lebih banyak barang yang diproduksi, sehingga nilai pendapatan pun akan lebih tinggi, begitu pun sebaliknya.

Modal pra-pandemi dan pasca-pandemi dikatakan positif untuk pengembalian pra-pandemi dan pasca-pandemi, artinya pengembalian tidak meningkat dan nilainya tetap konstan ketika tidak ada nilai modal. Artinya nilai

modal memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pendapatan, dengan kata lain modal memiliki pengaruh yang begitu besar terhadap pendapatan. Tidak ada penghasilan tanpa modal.

Gambar 4.6 Perbedaan Modal, Pendapatan Sesudah dan Sebelum Pandemi



Sumber: Data primer, di olah 2022

Berdasarkan uji beda rata-rata diketahui taraf signifikan F untuk modal sesudah dan sebelum pandemi adalah 0.343 artinya H_0 (tidak ada pengaruh) di terima bahwa kedua varian populasi identik (*Equal variances assumed*). *Equal variances assumed* sebesar 2.971 dengan sig (2-tailed) adalah 0.004 atau lebih kecil dari 0.05 sehingga diputuskan ada perbedaan modal sebelum dengan sesudah pandemi terhadap pendapatan sebelum dengan sesudah pandemi.

4.5.2 Pengaruh upah tenaga kerja terhadap pendapatan

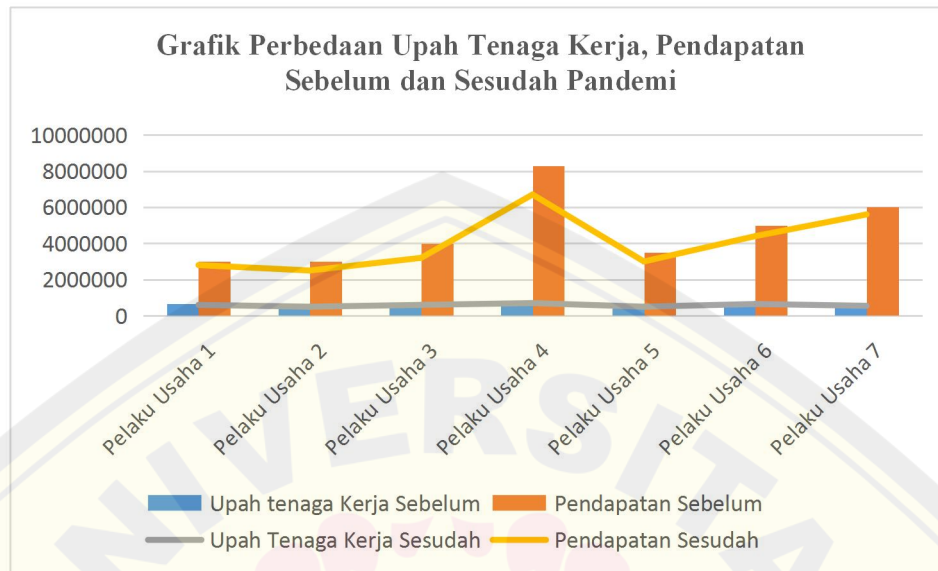
Berdasarkan hasil olah data *SPSS for Windows version 22* uji t dapat dilihat bahwa nilai sig. untuk upah tenaga kerja sebelum pandemi sebesar $0.021 < 0.05$, maka H_a diterima H_0 ditolak, hipotesis diterima. Kesimpulannya bahwa upah tenaga kerja sebelum pandemi berpengaruh negatif (t hitung bernilai (-)) dan signifikan terhadap pendapatan sebelum pandemi. Berbeda dengan penelitian terdahulu oleh Obawati et al, Suminah et al (2022), Nurwahyuni et al

(2021), Aditya (2020), Ningsih et al (2019) dimana hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa upah tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

Nilai sig. untuk upah tenaga kerja sesudah pandemi sebesar $0.507 > 0.05$, maka H_a ditolak H_o diterima, hipotesis ditolak. Kesimpulannya bahwa upah tenaga kerja sesudah pandemi tidak berpengaruh terhadap pendapatan sesudah pandemi. Nilai positif pada t hitung artinya semakin positif upah tenaga kerja akan meningkatkan nilai dari pendapatan. Peralnya, tingkat upah yang dibayarkan pedagang kepada pekerjanya tetap sama sebelum dan sesudah pandemi. Pengusaha tidak mengurangi upah pekerja, tetapi mengurangi faktor produksi selama pandemi. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Nurwahyuni et al (2021) dimana dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa upah berpengaruh positif secara parsial terhadap pendapatan.

Semakin positif (kecil) nilai upah maka semakin tinggi nilai pendapatan, dan sebaliknya semakin negatif (besar) nilai upah maka semakin menurunkan nilai pendapatan. Semakin tinggi upah yang dibayarkan untuk pekerjaan tersebut, semakin tinggi pula pengeluaran yang menuntut pengusaha untuk dapat meningkatkan pendapatan usahanya, begitu pun sebaliknya.

Upah sebelum pandemi secara signifikan negatif dibandingkan dengan pendapatan sebelum pandemi. Artinya, jika ada nilai upah tenaga kerja maka akan berdampak besar pada pendapatan sebelum pandemi, sebaliknya jika tidak ada nilai upah tenaga kerja sebelum pandemi maka nilai pendapatan tidak akan turun, dianggap konstan. Nilai upah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan. Sebaliknya, tidak signifikan untuk upah pasca pandemi, yaitu nilai upah pasca pandemi tidak berpengaruh terhadap pendapatan pasca pandemi.

Gambar 4.7 Perbedaan Upah Tenaga Kerja, Pendapatan

Sumber: Data primer, di olah 2022

Berdasarkan uji beda rata-rata diketahui taraf signifikan F untuk upah tenaga kerja sebelum dan sesudah pandemi adalah 1.277 artinya H_0 (tidak ada pengaruh) di terima bahwa kedua varian populasi identik (*Equal variances assumed*). *Equal variances assumed* sebesar 3.277 dengan sig (2-tailed) adalah 0.001 atau lebih kecil dari 0.05 sehingga diputuskan ada perbedaan upah tenaga kerja sebelum dengan sesudah pandemi terhadap pendapatan sebelum dengan sesudah pandemi.

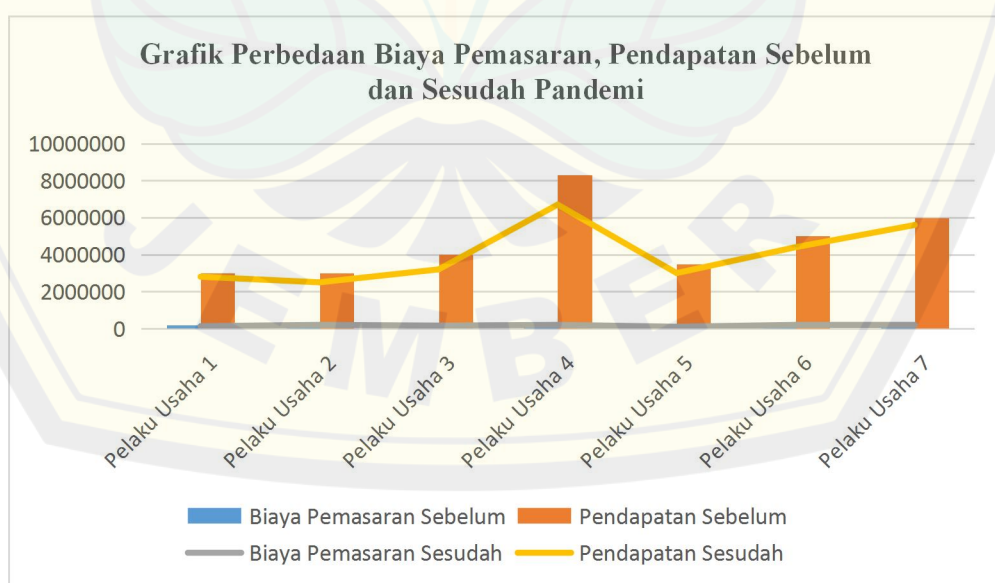
4.5.3 Pengaruh biaya pemasaran terhadap pendapatan

Berdasarkan hasil olah data *SPSS for Windows version 22* uji t dapat dilihat bahwa nilai sig. untuk biaya pemasaran sebelum pandemi sebesar $0.895 > 0.05$, maka H_a ditolak H_0 diterima, hipotesis ditolak. Sedangkan nilai sig. untuk biaya pemasaran sesudah pandemi sebesar $0.981 > 0$, maka H_a ditolak H_0 diterima, hipotesis ditolak. Kesimpulannya bahwa biaya pemasaran sebelum maupun sesudah pandemi tidak berpengaruh terhadap pendapatan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya oleh Aditya (2020) dimana dari hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa biaya pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Nilai positif pada t hitung artinya semakin positif biaya pemasaran akan meningkatkan nilai dari pendapatan.

Hal ini memiliki arti bahwa setiap UMKM memiliki caranya masing-masing dalam mengembangkan usahanya. Tidak serta merta, semata-mata tergantung atau berdasarkan faktor biaya pemasaran. Biaya pemasaran mempengaruhi tingkat keuntungan perusahaan karena setiap pelaku usaha harus memperhitungkan biaya yang dikeluarkan. Jika biaya pemasaran yang dikeluarkan dalam hal ini lebih tinggi, hal ini tidak dapat meningkatkan pendapatan usaha. Hal ini sesuai dengan penelitian Purwanti (2013) yang menyatakan bahwa faktor biaya pemasaran tidak berpengaruh terhadap perkembangan usaha yaitu. itu tidak ada hubungannya dengan pendapatan pedagang.

Semakin positif (lebih kecil) nilai biaya pasar akan meningkatkan nilai pendapatan dan sebaliknya, semakin negatif (lebih besar) nilai biaya pasar akan semakin menurunkan nilai pendapatan. Artinya, jika nilai biaya pemasaran semakin tinggi, maka dapat menurunkan nilai pendapatan lebih banyak, sehingga keuntungan menurun, begitu pula sebaliknya. Biaya pasar pra-pandemi dan pasca-pandemi tidak signifikan, sehingga keberadaan nilai biaya pasar tidak akan mempengaruhi nilai pendapatan pra-pandemi atau pasca-pandemi.

Gambar 4.8 Perbedaan Biaya Pemasaran, Pendapatan Sebelum dan Sesudah Pandemi



Sumber: Data primer, di olah 2022

Berdasarkan uji beda rata-rata diketahui taraf signifikan F untuk biaya pemasaran sebelum dan sesudah pandemi adalah 18.374 artinya H_0 (tidak ada pengaruh) di terima bahwa kedua varian populasi identik (*Equal variances assumed*). *Equal variances assumed* sebesar 2.960 dengan sig (2-tailed) adalah 0.004 atau lebih kecil dari 0.05 sehingga diputuskan ada perbedaan biaya pemasaran sebelum dengan sesudah pandemi terhadap pendapatan sebelum dengan sesudah pandemi.

4.5.4 Pengaruh kredit modal terhadap pendapatan

Berdasarkan hasil olah data *SPSS for Windows version 22* uji t dapat dilihat bahwa nilai sig. untuk kredit modal sebelum pandemi sebesar $0.024 < 0,05$, maka H_a diterima H_0 ditolak, hipotesis diterima. Kesimpulannya bahwa kredit modal sebelum pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sebelum pandemi. Sebagaimana juga hasil olah data *SPSS for Windows version 22* uji F dapat dilihat bahwa nilai sig. sebelum pandemi sebesar $0,000 < 0,05$, sama halnya dilihat dari nilai F hitung $> F$ tabel dimana $46.874 > 2.55$ artinya H_a diterima H_0 ditolak maka hipotesis diterima. Sedangkan hasil olah data *SPSS for Windows version 22* uji t kredit modal sesudah pandemi memiliki nilai sig. sebesar $0.448 > 0,05$, maka H_a ditolak H_0 diterima, hipotesis ditolak. Kesimpulannya bahwa kredit modal sesudah pandemi tidak berpengaruh terhadap pendapatan sesudah pandemi. Nilai positif pada t hitung artinya semakin positif kredit modal akan meningkatkan nilai dari pendapatan.

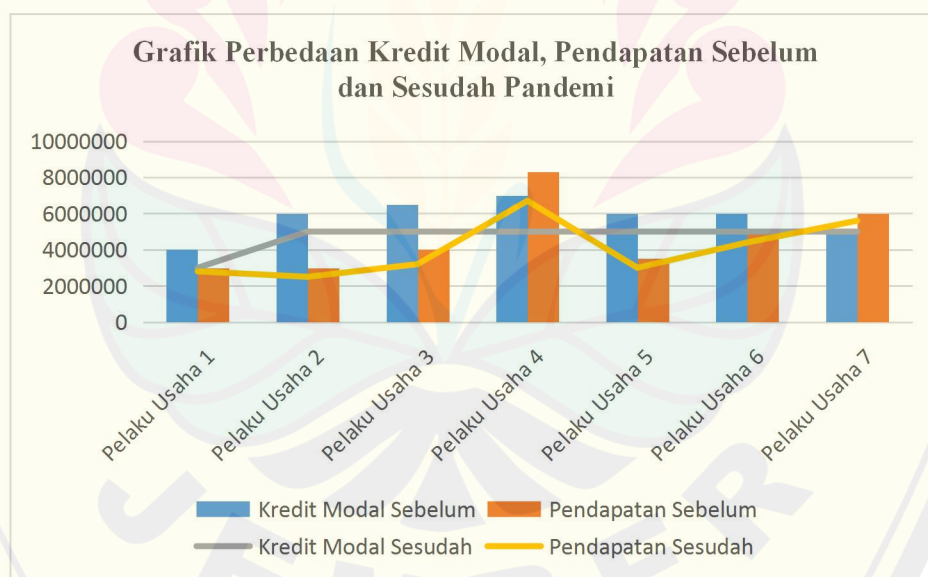
Berdasarkan hasil wawancara peneliti pasca pandemi dengan beberapa responden, hal ini dikarenakan pinjaman kredit yang diterima tidak digunakan untuk pengembangan usaha, melainkan untuk keuntungan pribadi yang tidak memberikan kontribusi terhadap produktivitas perusahaan. Hasil studi pra-pandemi ini konsisten dengan studi Ananda et al (2017) yang mana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa modal utang berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan pengusaha UKM.

Semakin positif (tinggi) nilai kredit modal akan meningkatkan nilai pendapatan, dan sebaliknya, semakin negatif (rendah) nilai kredit modal, semakin

menurunkan nilai pendapatan. Artinya jika seorang pengusaha menerima modal kredit yang lebih besar maka modalnya juga lebih besar untuk digunakan sebagai operasi usaha yang akan berdampak pada peningkatan nilai pendapatan, begitupun sebaliknya.

Kredit modal sebelum pandemi signifikan positif terhadap pendapatan sebelum pandemi. Artinya apabila terdapat nilai kredit modal maka akan menaruh impact positif terhadap pendapatan sebelum pandemi. Tetapi apabila tidak terdapat nilai kredit modal maka tidak akan terjadi peningkatan pendapatan dan nilai dipercaya konstan. Artinya nilai kredit modal mempunyai impact yg relevan terhadap pendapatan. Sedangkan untuk nilai kredit modal sesudah pandemi tidak signifikan adalah bahwa terdapat atau tidaknya nilai kredit modal sesudah pandemi tidak akan berdampak dalam pendapatan sesudah pandemi.

Gambar 4.9 Perbedaan Kredit Modal, Pendapatan Sebelum dan Sesudah Pandemi



Sumber: Data primer, diolah 2022

Berdasarkan uji beda rata-rata diketahui taraf signifikan F untuk kredit modal sebelum dan sesudah pandemi adalah 1.277 artinya H_0 (tidak ada pengaruh) *Equal variances assumed* sebesar 4.181 dengan sig (2-tailed) adalah 0.000 atau lebih kecil dari 0.05 sehingga diputuskan ada perbedaan kredit modal sebelum dengan sesudah pandemi terhadap pendapatan sebelum dengan sesudah pandemi.

BAB 5. KESIMPULAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil olah analisis data dan pembahasan yang telah disajikan pada bab sebelumnya, berikut ini merupakan kesimpulan yang dihasilkan pada penelitian ini :

1. Variabel Modal (X1) secara parsial modal sebelum pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sebelum pandemi dan Secara parsial modal sesudah pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sesudah pandemi.
2. Variabel Upah tenaga kerja (X2) Secara parsial upah tenaga kerja sebelum pandemi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan sebelum pandemi dan Secara parsial upah tenaga kerja sesudah pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sesudah pandemi
3. Variabel Biaya pemasaran (X3) Secara parsial biaya pemasaran sebelum pandemi tidak berpengaruh terhadap pendapatan sebelum pandemi dan Secara parsial biaya pemasaran sesudah pandemi tidak berpengaruh terhadap pendapatan sesudah pandemi
4. Variabel Kredit modal (X4) Secara parsial kredit modal sebelum pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sebelum pandemi dan Secara parsial kredit modal sesudah pandemi tidak berpengaruh terhadap pendapatan sesudah pandemi
5. Secara simultan atau secara bersama-sama modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran, kredit modal sebelum pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sebelum pandemi dan Secara simultan atau secara bersama-sama modal, upah tenaga kerja, biaya pemasaran, kredit modal sesudah pandemi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sesudah pandemi

5.2 Saran

Berdasarkan hasil hipotesis penelitian dan pembahasan yang telah disajikan, berikut merupakan saran yang dapat dijadikan acuan pemerintah, Dinas koperasi dan usaha mikro serta pelaku usaha sebagai langkah membangkitkan serta meningkatkan pendapatan UMKM di masa pandemi covid -19 di Kabupaten Jember, adapun saran penulis sebagai berikut :

1. Pemerintah diharapkan menyediakan sejumlah stimulus melalui kebijakan restrukturisasi pinjaman, tambahan bantuan modal, keringanan pembayaran tagihan listrik, dan dukungan pembiayaan lainnya. Dengan adanya program pemulihan ekonomi nasional pada masa pandemi covid-19 , rencana sasaran merupakan pelaku usaha mikro yang terdampak pandemi. Sehingga dalam proses pemberian bantuan dalam bentuk modal, pelatihan maupun alat harus disesuaikan dengan pelaku usaha mikro yang memang membutuhkan dan bersedia berusaha untuk mengembangkan usaha yang dijalankan.
2. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember selaku pelaksana teknis di tingkat daerah yang harus lebih intensif dalam memberikan pendampingan kepada pelaku usaha mikro dalam praktek langsung kegiatan usaha mikro di lapangan. Sehingga pihak Diskopum dapat mengetahui kondisi hambatan dan tantangan di tempat usaha mikro binaan Dinas Koperasi Usaha dan Mikro Kabupaten Jember. Serta senantiasa menjaga kesehatan dan menerapkan protokol kesehatan dalam memberikan pelayanan kepada para masyarakat dari berbagai wilayah di kabupaten jember untuk mengurangi resiko terpaparnya virus covid-19.
3. Bagi pelaku usaha mikro seharusnya senantiasa berusaha untuk mengembangkan usaha mereka ketika menerima bantuan baik berupa modal, pelatihan, maupun alat produksi. Sehingga usaha pemerintah untuk membantu pelaku usaha mikro dapat tercapai.

DAFTAR PUSATAKA

- Abdullah, Thamrin dan Wahjusaputri Sintha. 2018. *Bank dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Abubakar, D. Y. 2020. “Pengaruh Tangibility, Profitabilitas, Growth, Risiko Bisnis dan Likuiditas Terhadap Kebijakan Hutang (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017).” *Jurnal Akuntansi & Keuangan* 15:113–28.
- Abubakar, Rusydi. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Aditya, Finky. 2020. “Analysis of Factors that Influence Jamu Micro Business Income.” *Indonesian Journal of Development Economics* 3(2):751–67.
- Andy Field. 2013. *DISCOVERING STATISTICS USING IBM SPSS STATISTICS*. Singapoer: SAGE.
- Ardiansyah, Dimas Okta. 2016. “Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan dengan Dimediasi oleh kepusasan Kerja.” *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 3(1):34.
- Auliyah, Firda, dan Rahmat Agus Santoso. 2022. “The Effect of Capital, Working Hours, and Prices on Income of Fish Traders During The 2019 Corona Virus Disease.” *Innovation Research Journal* 3(1):26–33. doi: 10.30587/innovation.v3i1.3715.
- Boediono. 1990. *Ekonomi Moneter*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Budiono. 1992. *Ekonomi Makro*. Yogyakarta: BPFE-UGM.
- Dina Iksani, Darwin Erhandy. 2019. “Pengaruh Biaya Periklanan Terhadap Pendapatan Usaha Pada CV. Excel Agency Di BSD City Tangerang Selatan.” *Indonesian Journal of Economics Application* 1(2):91–55.
- Djojodipuro. 1991. *Teori Harga*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Dornbush.Rudiger.Fisher.S. 1986. *Macroeconomics.Theory and Policy. Second Edition*. New York: Harper & Row.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. 8 ed. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gilarso, T. 1991. *Pengantar Ilmu Ekonomi Bagian Mikro*. Yogyakarta: Kanisius.

- Helmalia dan Afrinawati. 2018. “Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang.” *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)* 3(2):12. doi: 10.47233/jteksis.v4i1.392.
- Jomi, Maryunus et al. 2020. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Reok Kabupaten Manggarai Nusa Tenggara Timur Tahun 2020.” *Jurnal Economie* 02(1):1–16.
- Kasmir. 2011. *Dasar – Dasar Perbankan*. Jakarta: Penerbit PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2014. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Revisi, Cetakan keempatbelas*. cetakan ke. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mile. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke d. Jakarta: Erlangga.
- Mangkoesebroto, Guritno. 1998. *Kebijakan Ekonomi Publik di Indonesia : Substansi dan Urgensi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Mankiw, N. Gregory. 2006. *Pengantar Ekonomi Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Marwa. 2017. “PENGARUH PEMBERIAN KREDIT MODAL KERJA TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN USAHA KECIL DAN MENENGAH PADA PD BPR CITRAMAS PANGKEP DI KABUPATEN PANGKEP.” 1–115.
- Mubyarto. 1994. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: LP3ES.
- Mulyadi. 1990. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: BPFE.
- Musfar, Tengku Firli. 2020. *Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pe. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Niode, Indris Yanto. 2009. “Sektor umkm di Indonesia: profil, masalah dan strategi pemberdayaan.” *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis OIKOS-NOMOS* 2(1):36.
- Nuraisiah, Rohaelis. 2021. “Pengaruh Penerapan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Home Industri Di Kota Cilegon Provinsi Banten.”

Jumanis Baja 02(02):62–78.

Nursandy, R. Michell. 2013. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengusaha Tape Di Desa Sumber Tengah Kecamatan Binakal Kabupaten Bondowoso.” *Jurnal. FEB UNEJ Jember* 11.

Nurwahyuni Syahrir et al. 2021. “Pengaruh Modal Dan Upah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Umkm Mandar Sutera Campalagian Periode 2018-2020.” ... *and Applied Research Journal* 4:133–42.

Orbawati, Eny Boedi et al. 2022. “Determinant Income of Merchants in Magelang City During the COVID-19 Pandemic.” *KnE Social Sciences* 2022:167–82. doi: 10.18502/kss.v7i10.11219.

Prayitno Budi, yustie Renta. 2021. “Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Saat Pandemi COVID-19 di Kota Surabaya Tahun 2020.” *Media Mahardika* 19(2):192–205.

Purwanti, E. 2013. “The effect of entrepreneurship characteristic, business capital, straegy marketing on MSME Income In Dayaan Villaga Salatiga.” *Journal Of Economics and Business* 13–28.

Putong, Iskandar. 2014. *Economics Pengantar Mikro dan Makro*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Putra, Indra Mahardika. 2020. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: QUADRANT.

Rosari, Vinta. 2013. “Analisis Fungsi Produksi Cobb Douglas Pada Pabrik Gula.” *Doctoral dissertation, Universitas Sanata Dharma* 19.

Sabir, Muhammad. 2022. *Keputusan Pendanaan Modal Usaha*. Gorontalo: CV. Cahaya Arsh Publisher.

Salim, Agus. 2014. “Analisis Tingkat Pendapatan Nelayan dan Faktor- faktor yang Mempengaruhinya di Kecamatan Syiah Kuala Kota madya BandaAceh.” Universitas Sumatera Utara Medan.

Samuelson, P.A dan Nordhaus, W. .. 1985. *Ekonomi. Terjemahan oleh A.Q. Khalid*. Jakarta: Erlangga Jakarta.

Santoso, Singgih. 2018. *Menguasai SPSS Versi 25*. Jakarta: Kompas Gramedia.

Setiawan, Kodrat. 2020. “Kemenperin Proyeksi Industri Makanan Minuman Tumbuh 3 Persen Akhir 2020.” 1. Diambil

(<https://bisnis.tempo.co/read/1374738/kemenperin-proyeksi-industri-makanan-minuman-tumbuh-3-persen-akhir-2020-jika>).

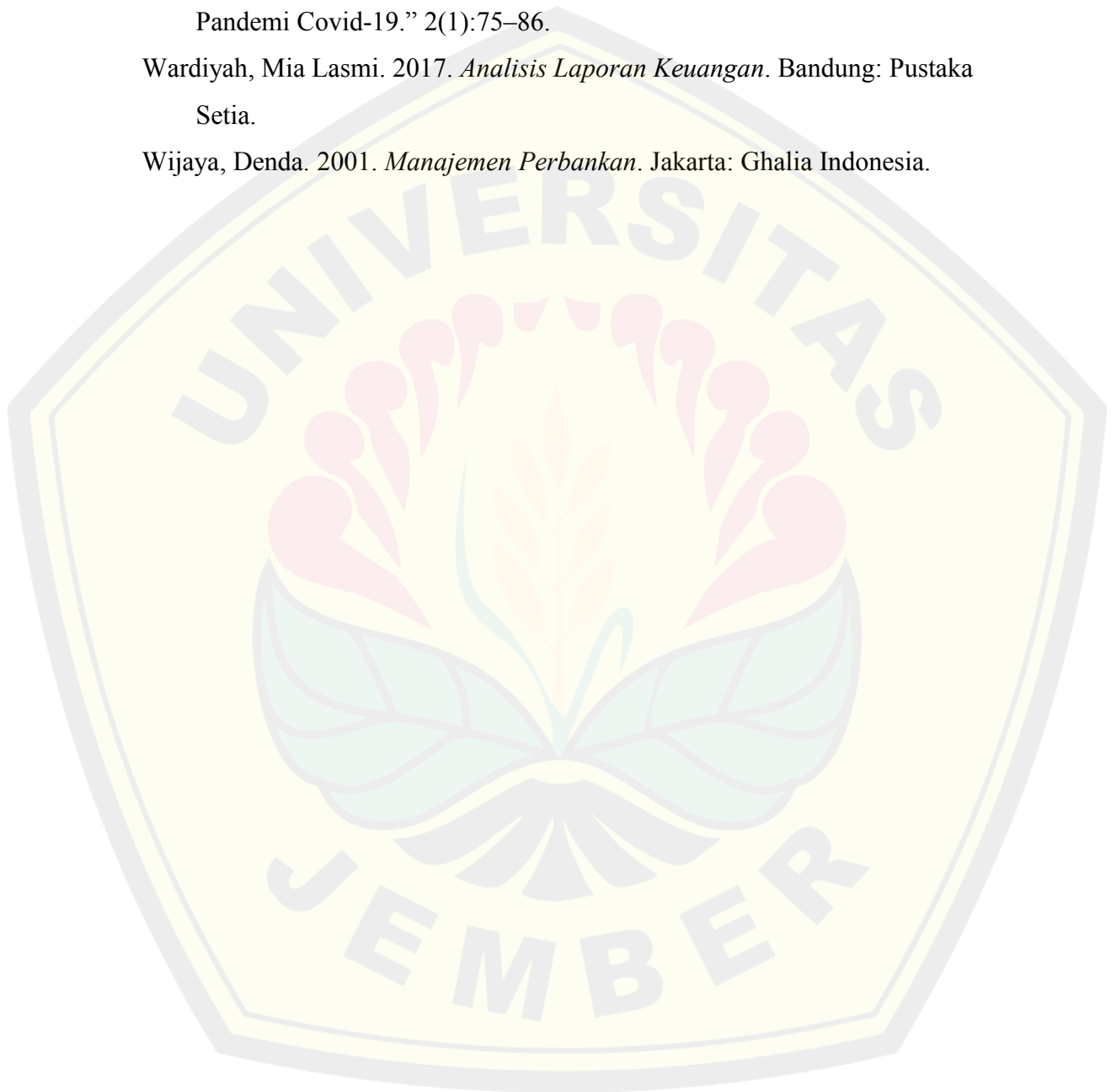
- Setyaningsih, Sri Utami, dan Edi Wibowo. 2013. “Pengaruh Modal Kerja Terhadap Pendapatan Dengan Lama Usaha Sebagai Variabel Moderasi (Survei Pada Pedagang Pasar Klithikan Notoharjo Surakarta).” *Universitas Slamet Riyadi Surakarta* 13:171–80.
- Soekartawi. 1990. *Teori Ekonomi Produksi dengan Pokok Bahasan Analisis Fungsi Cobb-Douglas*. Jakarta: CV Rajawali.
- Soetrisno et al. 2014. *Agribisnis Tembakau Besuki NA-OOGST: Tinjauan Ekonomi Pertanian*. Malang Jawa Timur: Surya Pena Gemilang.
- Suarmanayasa, I. Nengah. 2021. “Determinan Penyerapan Kredit Modal Kerja Untuk Usaha Kecil.” *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* 10(2):323–29. doi: 10.23887/jish-undiksha.v10i2.36894.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methode)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sujarweni V. Wiratna. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pres.
- Sukirno. 2008. “Pengaruh Konsumsi, Investasi, Tabungan, Pengeluaran Pemerintah, Tenaga Kerja dan Pasar Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kota Padang.” Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI.
- Sukirno, Sadono. 2002. *Pengantar Mikroekonomi Edisi Ketiga*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran*. Edisi Kedu. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Suroto. 1992. *Strategi Pembangunan dan Perencanaan Kesempatan Kerja*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Teguh, Muhammad. 2005. *Penelitian Ekonomi: Teori dan Aplikasi. Ed. 1-3*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Undang-undang. 2008. *UU No. 20/2008 tentang UMKMPeraturan Menteri Sosial Republik Indonesia No. 1 Tahun 2019*. Jakarta.

W. Sunardi, N. Lesmana, R. Rudi. 2020. “Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi 72 Umkm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19.” 2(1):75–86.

Wardiyah, Mia Lasmi. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Pustaka Setia.

Wijaya, Denda. 2001. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.



Lampiran 1.1 sebelum dan setelah pandemi

Lampiran 1.1.1 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Modal Sebelum	57	2500000	9000000	4938596.49	1442561.510
Upah Tenaga Kerja Sebelum	57	500000	800000	634385.96	95487.799
Biaya Pemasaran Sebelum	57	100000	350000	213421.05	50701.841
Kredit Modal Sebelum	57	4000000	8000000	5701754.39	1038799.312
Pendapatan Sebelum	57	2500000	8300000	4600000.00	1147668.444
Valid N (listwise)	57				

Lampiran 1.1.2 Uji Korelasi Pearson

		Correlations				
		Pendapatan Sebelum	Modal Sebelum	Biaya Tenaga Kerja Sebelum	Biaya Pemasaran Sebelum	Kredit Modal Sebelum
Pearson Correlation	Pendapatan Sebelum	1.000	.861	.542	.545	.679
	Modal Sebelum	.861	1.000	.738	.629	.673
	Upah Tenaga Kerja Sebelum	.542	.738	1.000	.504	.551
	Biaya Pemasaran Sebelum	.545	.629	.504	1.000	.455
	Kredit Modal Sebelum	.679	.673	.551	.455	1.000
	Sig. (1- tailed)	Pendapatan Sebelum	.	.000	.000	.000
Modal Sebelum		.000	.	.000	.000	.000
Upah Tenaga Kerja Sebelum		.000	.000	.	.000	.000
Biaya Pemasaran Sebelum		.000	.000	.000	.	.000
Kredit Modal Sebelum		.000	.000	.000	.000	.
N		Pendapatan Sebelum	57	57	57	57
	Modal Sebelum	57	57	57	57	57

Upah Tenaga Kerja Sebelum	57	57	57	57	57
Biaya Pemasaran Sebelum	57	57	57	57	57
Kredit Modal Sebelum	57	57	57	57	57

Lampiran 1.1.3 Uji R

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.885 ^a	.783	.766	554957.299	1.876

a. Predictors: (Constant), Kredit Modal Sebelum, Biaya Pemasaran Sebelum, Upah Tenaga Kerja Sebelum, Modal Sebelum

b. Dependent Variable: Pendapatan Sebelum

Lampiran 1.1.4 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	577451646210 12.630	4	144362911552 53.158	46.874	.000 ^b
	Residual	160148353789 87.370		52		
	Total	737600000000 00.000	56			

a. Dependent Variable: Pendapatan Sebelum

b. Predictors: (Constant), Kredit Modal Sebelum, Biaya Pemasaran Sebelum, Upah Tenaga Kerja Sebelum, Modal Sebelum

Keterangan: F tabel (4,52) adalah sebesar 2,55

Lampiran 1.1.5 Uji T dan Uji Multikolinearitas

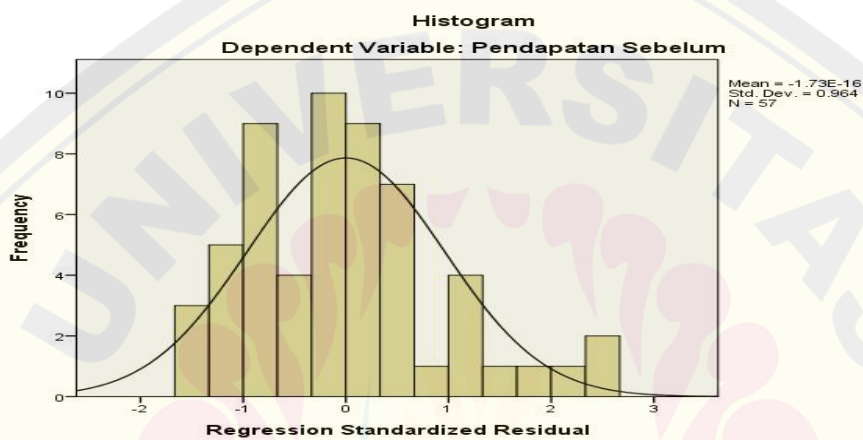
Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance VIF
		B	Std. Error	Betas			
1	(Constant)	1528907. 243	608927. 841		2.511	.015	

Modal Sebelum	.705	.093	.886	7.539	.000	.303	3.305
Upah Tenaga Kerja Sebelum	-2.766	1.161	-.230	-2.382	.021	.447	2.236
Biaya Pemasaran Sebelum	.252	1.888	.011	.133	.895	.600	1.667
Kredit Modal Sebelum	.227	.097	.205	2.332	.024	.540	1.853

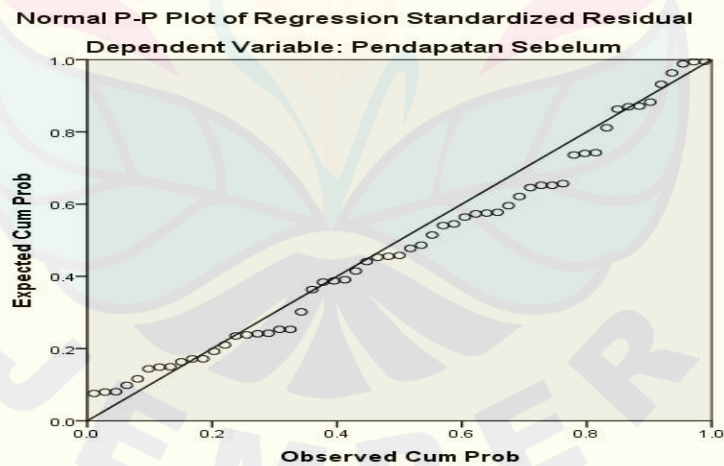
a. Dependent Variable: Pendapatan Sebelum

Keterangan: T tabel (0,025, 52) adalah sebesar 2,00665

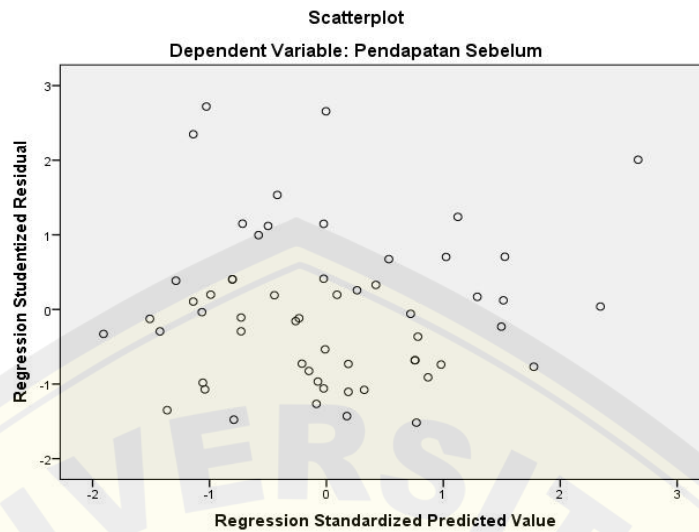
Lampiran 1.1.6. Grafik Uji T



Lampiran 1.1.7 Grafik Uji Normalitas



Lampiran 1.1.8 Grafik Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 1.1.9 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		57
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	534770.2340224
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.110
	Negative	-.068
Test Statistic		.110
Asymp. Sig. (2-tailed)		.086 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.468
Point Probability		.000
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		57
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	534770.234022
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.110
	Negative	-.068

Test Statistic		.110
Asymp. Sig. (2-tailed)		.086 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.479 ^d
	99% Confidence Interval Lower Bound	.466
	Upper Bound	.492

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Lampiran 1.1.10 Uji Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	945257.989	361600.246		2.614	.012
	Modal Sebelum	.030	.056	.129	.546	.588
	Upah Tenaga Kerja Sebelum	-1.324	.690	-.374	-1.919	.060
	Biaya Pemasaran Sebelum	1.811	1.121	.272	1.615	.112
	Kredit Modal Sebelum	-.040	.058	-.124	-.701	.486

a. Dependent Variable: Abs_Res

Lampiran 2.1 Sesudah Pandemi

Lampiran 2.1.1 Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Modal Sesudah	57	2000000	7000000	4178947.37	1282678.119
Upah Tenaga Kerja Sesudah	57	400000	750000	579824.56	81755.105
Biaya Pemasaran Sesudah	57	100000	300000	186140.35	47650.303
Kredit Modal Sesudah	57	3000000	7000000	5008771.93	697516.180
Pendapatan Sesudah	57	2000000	6700000	3820614.04	1056306.769
Valid N (listwise)	57				

Lampiran 2.1.2 Uji Korelasi Pearson

Correlations

		Pendapat an Sesudah	Modal Sesudah	Biaya Tenaga Kerja Sesudah	Biaya Pemasara n Sesudah	Kredit Modal Sesudah
Pearson Correlation	Pendapatan Sesudah	1.000	.861	.635	.492	.494
	Modal Sesudah	.861	1.000	.707	.558	.529
	Upah Tenaga Kerja Sesudah	.635	.707	1.000	.475	.254
	Biaya Pemasaran Sesudah	.492	.558	.475	1.000	.366
	Kredit Modal Sesudah	.494	.529	.254	.366	1.000
	Sig. (1-tailed)	Pendapatan Sesudah	.	.000	.000	.000
Modal Sesudah		.000	.	.000	.000	.000
Upah Tenaga Kerja Sesudah		.000	.000	.	.000	.028
Biaya Pemasaran Sesudah		.000	.000	.000	.	.003
Kredit Modal Sesudah		.000	.000	.028	.003	.
N		Pendapatan Sesudah	57	57	57	57
	Modal Sesudah	57	57	57	57	57
	Upah Tenaga Kerja Sesudah	57	57	57	57	57
	Biaya Pemasaran Sesudah	57	57	57	57	57
	Kredit Modal Sesudah	57	57	57	57	57

Lampiran 2.1.3 Uji R

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin- Watson
1	.863 ^a	.745	.726	553019.641	1.430

a. Predictors: (Constant), Kredit Modal Sesudah, Upah Tenaga Kerja Sesudah, Biaya Pemasaran Sesudah, Modal Sesudah

b. Dependent Variable: Pendapatan Sesudah

Lampiran 2.1.4 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	465807058977 82.290	4	116451764744 45.574	38.077	.000 ^b
	Residual	159031976109 89.613	52	305830723288 .262		
	Total	624839035087 71.910	56			

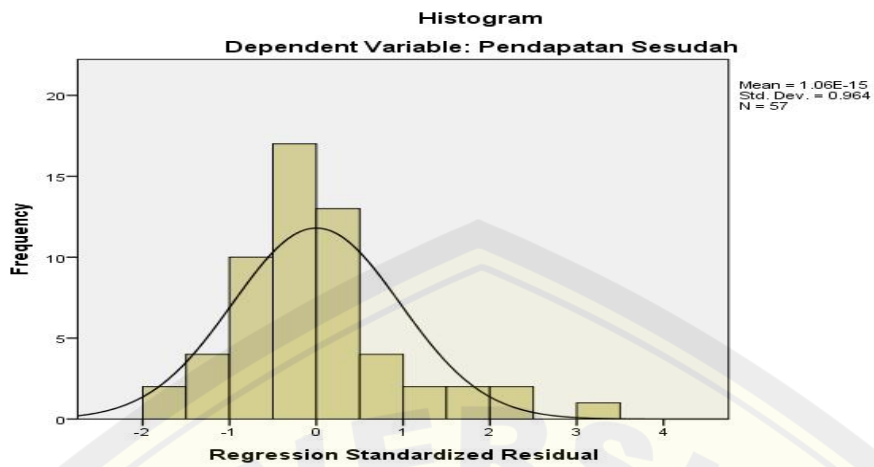
a. Dependent Variable: Pendapatan Sesudah
b. Predictors: (Constant), Kredit Modal Sesudah, Upah Tenaga Kerja Sesudah, Biaya Pemasaran Sesudah, Modal Sesudah

Lampiran 2.1.5 Uji t dan Uji Multikolinieritas

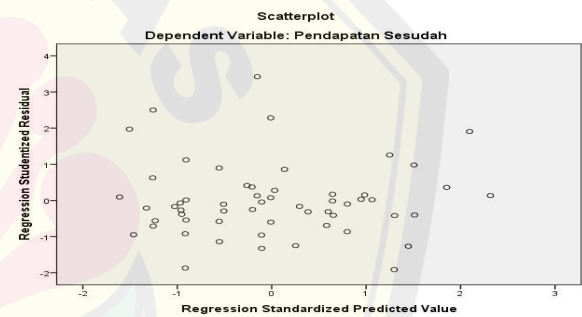
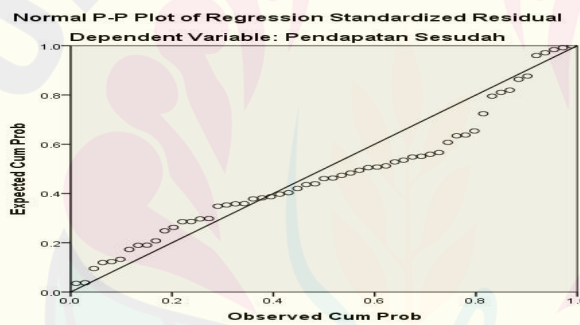
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	133413.122	812721.583		.164	.870		
	Modal Sesudah	.640	.098	.777	6.530	.000	.346	2.894
	Upah Tenaga Kerja Sesudah	.883	1.322	.068	.668	.507	.468	2.137
	Biaya Pemasaran Sesudah	.045	1.904	.002	.024	.981	.664	1.506
	Kredit Modal Sesudah	.098	.129	.065	.764	.448	.679	1.473

a. Dependent Variable: Pendapatan Sesudah

Lampiran 2.1.6 Grafik Uji T



Lampiran 2.1.7 Grafik Uji Normalitas



Lampiran 2.1.8 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Tes

		Unstandardize d Residual
N		57
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	532903.06025
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.168
	Negative	-.068
Test Statistic		.168
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
Monte Carlo Sig. (2-	Sig.	.068 ^d

tailed)	99% Confidence Interval	Lower Bound	.061
		Upper Bound	.074

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		57
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	532903.06025094
Most Extreme Differences	Absolute	.168
	Positive	.168
	Negative	-.068
Test Statistic		.168
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.071
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 2.1.9 Uji Heteroskedastisitas Glejser

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	700465.230	556051.755		1.260	.213
	Modal Sesudah	-.023	.067	-.077	-.338	.737
	Upah Tenaga Kerja Sesudah	-.370	.904	-.080	-.409	.684
	Biaya Pemasaran Sesudah	2.439	1.302	.306	1.873	.067
	Kredit Modal Sesudah	-.095	.088	-.174	-1.077	.287

a. Dependent Variable: Abs_Res

Lampiran 3.1 Uji beda rata rata

Lampiran 3.1.1 Variabel modal

Group Statistics						
	Sebelum	Sesudah	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Modal	1		57	4938596.49	1442561.510	191071.940
	0		57	4178947.37	1282678.119	169894.867

Independent Samples Test										
Levene's Test for Equality of Variances					t-test for Equality of Means					
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Modal	Equal variances assumed	.343	.559	2.971	112	.004	759649.123	255680.958	253050.080	126624.8166
	Equal variances not assumed			2.971	110.489	.004	759649.123	255680.958	252974.428	126632.3818

Lampiran 3.1.2 Variabel Upah tenaga kerja

Group Statistics						
	Sebelum	Sesudah	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Upah Tenaga Kerja	1		57	634385.96	95487.799	12647.668
	0		57	579824.56	81755.105	10828.728

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
								95% Confidence Interval of the Difference		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Biaya Tenaga Kerja	Equal variances assumed	1.277	.261	3.277	112	.001	54561.404	16650.071	21571.422	87551.385
	Equal variances not assumed			3.277	109.4	.001	54561.404	16650.071	21562.873	87559.934

Lampiran 3.1.3 Variabel Biaya Pemasaran

Group Statistics

	Sebelum	Sesudah	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Biaya Pemasaran	1		57	213421.05	50701.841	6715.623
	0		57	186140.35	47650.303	6311.437

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
								95% Confidence Interval of the Difference		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Biaya Pemasaran	Equal variances assumed	.349	.556	2.960	112	.004	27280.702	9215.955	9020.468	45540.935
	Equal variances not assumed			2.960	111.571	.004	27280.702	9215.955	9019.702	45541.702

Lampiran 3.1.4 Variabel kredit modal

Group Statistics

	Sebelum	Sesudah	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kredit Modal	1		57	5701754.39	1038799.312	137592.330
	0		57	5008771.93	697516.180	92388.275

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper	
Kredit Modal	Equal variances assumed	18.374	.000	4.181	112	.000	692982.456	165732.443	364604.865	1021360.048	
	Equal variances not assumed			4.181	97.966	.000	692982.456	165732.443	364090.389	1021874.523	

df untuk	df untuk														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82

66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

df	Pr 0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260

70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Lampiran 1.4 Data Responden

Pelaku Usaha	Modal		Upah Tenaga kerja		Biaya Pemasaan		Kredit Modal		Pendapatan	
	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
1	3500000	3000000	650000	600000	200000	130000	4000000	3000000	3000000	2800000
2	3000000	2400000	550000	500000	250000	200000	6000000	5000000	3000000	2500000
3	5000000	4000000	650000	600000	200000	160000	6500000	5000000	4000000	3200000
4	9000000	7000000	800000	700000	250000	200000	7000000	5000000	8300000	6700000

5	3000000	2500000	550000	500000	150000	100000	6000000	5000000	3500000	3000000
6	6000000	5000000	650000	650000	200000	200000	6000000	5000000	5000000	4400000
7	6500000	6000000	600000	550000	225000	200000	5000000	5000000	6000000	5600000
8	4500000	4000000	700000	700000	200000	180000	6000000	5000000	5000000	5000000
9	6000000	5400000	600000	600000	230000	200000	7000000	6000000	6400000	4800000
10	3000000	2300000	500000	500000	200000	150000	5000000	4000000	4700000	3500000
11	4000000	3500000	500000	500000	150000	150000	6000000	5000000	4300000	3800000
12	5000000	4000000	600000	550000	280000	250000	5000000	5000000	6000000	5500000
13	5000000	4500000	600000	600000	200000	170000	5000000	4000000	5200000	4400000

14	6000000	5500000	650000	600000	200000	200000	6000000	5000000	5000000	4700000
15	4000000	3000000	600000	500000	200000	150000	5000000	4500000	4500000	2800000
16	5000000	4000000	700000	600000	200000	200000	6000000	5000000	4000000	3000000
17	5000000	5000000	800000	700000	150000	150000	5000000	4000000	4500000	4000000
18	6000000	5000000	750000	650000	200000	200000	5000000	5000000	5000000	4500000
19	4000000	3000000	700000	600000	200000	200000	5000000	4000000	3700000	2500000
20	6000000	5000000	750000	700000	250000	200000	7000000	6000000	5300000	4100000
21	5000000	4000000	770000	700000	200000	180000	6000000	5000000	4250000	3850000
22	3500000	3000000	500000	500000	150000	150000	5000000	5000000	4000000	3600000

23	2500000	2000000	500000	500000	100000	100000	5000000	5000000	3000000	2400000
24	5000000	4000000	750000	700000	200000	200000	6000000	5000000	4000000	3500000
25	3500000	3000000	500000	500000	150000	150000	5000000	5000000	4000000	2700000
26	3500000	2600000	500000	450000	200000	200000	5000000	5000000	3000000	2400000
27	3000000	3000000	550000	500000	150000	150000	5000000	5000000	3500000	3000000
28	3000000	2500000	500000	500000	200000	200000	5500000	5000000	5000000	4000000
29	5000000	4500000	600000	500000	150000	150000	6000000	6000000	4200000	3400000
30	6000000	4500000	700000	650000	300000	230000	7000000	5000000	5000000	4000000
31	4000000	3500000	600000	500000	180000	150000	6000000	5000000	4700000	3000000

32	4000000	3000000	500000	450000	200000	200000	5000000	5000000	4250000	2750000
33	5000000	5000000	600000	550000	150000	150000	6000000	6000000	4400000	4200000
34	7000000	6000000	700000	600000	250000	200000	8000000	7000000	6000000	5000000
35	7000000	5000000	800000	700000	230000	230000	8000000	6000000	6000000	4500000
36	5000000	4200000	640000	600000	200000	140000	6000000	5000000	4800000	4000000
37	4000000	3500000	600000	550000	150000	100000	5000000	5000000	3700000	3300000
38	7000000	6500000	800000	700000	300000	200000	8000000	6000000	6200000	5700000
39	5000000	4000000	600000	550000	200000	200000	5000000	5000000	4800000	3750000
40	6000000	5600000	650000	650000	200000	160000	7000000	5000000	5200000	4800000

41	7000000	6000000	800000	700000	350000	300000	8000000	6000000	6500000	5700000
42	8000000	7000000	750000	700000	300000	300000	8000000	7000000	7000000	6000000
43	5000000	4000000	600000	550000	250000	200000	5000000	4000000	4300000	3800000
44	6000000	4700000	650000	600000	200000	200000	5000000	5000000	5500000	4000000
45	4000000	3000000	600000	550000	150000	100000	5000000	4000000	3800000	2900000
46	3000000	2500000	500000	500000	200000	200000	5000000	5000000	3500000	2300000
47	5000000	4000000	650000	600000	240000	200000	5000000	5000000	4000000	3700000
48	3000000	3000000	700000	600000	200000	200000	4000000	4000000	2500000	2000000
49	3500000	3500000	600000	550000	230000	180000	5000000	5000000	3000000	3200000

50	7000000	6000000	800000	750000	300000	300000	7000000	5000000	6000000	4500000
51	6500000	6000000	700000	600000	300000	200000	5000000	5000000	4600000	4000000
52	5000000	4000000	600000	500000	200000	200000	5000000	5000000	4000000	3500000
53	6000000	6000000	700000	600000	300000	300000	5000000	5000000	5200000	4800000
54	3000000	2500000	500000	400000	200000	150000	4000000	4000000	2500000	2000000
55	5500000	4000000	600000	500000	200000	100000	5000000	5000000	4350000	3825000
56	6000000	5000000	650000	600000	300000	250000	6000000	5000000	5200000	4200000
57	4500000	3500000	500000	500000	250000	200000	5000000	5000000	3850000	2700000

Lampiran 1.5 Kuesioner Penelitian

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121

**DETERMINAN PENDAPATAN UMKM PERDAGANGAN SEBELUM
DAN SETELAH PANDEMI COVID-19 DI KABUPATEN JEMBER**

Responden yang terhormat,

Saya ucapkan terimakasih sebelumnya karena bapak/ibu/sdr bersedia berpartisipasi dalam memperlancar penelitian saya. Adapun penelitian ini dilakukan dalam rangka penulisan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan pada Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember. Saya menjamin kerahasiaan anda sebagai kode etik penelitian.

Penelitian ini dimaksudkan untuk meneliti Determinan pendapatan umkm perdagangan sebelum dan setelah pandemi covid-19 di Kabupaten Jember, **sehingga bapak/ibu/sdr diharapkan mengisi kuesioner berdasarkan keadaan atau situasi sebelum dan setelah terjadinya pandemi COVID 19.**

Hormat saya,

Mujammilatul Mukaromah

I. Identitas Responden

- Nama Pemilik Usaha :
- Jenis Usaha : Makanan
 Minuman
 Makanan dan Minuman
- Tingkat Pendidikan : SD SMP
 SMA S1-S3
- Jenis Kelamin : Perempuan Laki-laki
- Usia Pelaku Usaha Mikro : ≤ 20 tahun 21 - 30 tahun
 31 - 40 tahun 41 - 50 tahun
 > 50 tahun
- Lama Berdirinya Usaha : < 1 tahun 1-5 tahun
 6-10 tahun 11-15 tahun
 > 15 tahun

II. Kuesioner Penelitian

Modal (X1)

1. Berapa besarnya modal yang diperlukan untuk usaha berdagang sebelum pandemi covid-19 ?

Rp.....

2. Berasal dari mana modal yang responden gunakan ?

- a . Modal Sendiri
 b . Modal Pinjaman
 c . Modal Sendiri dan Pinjaman

Upah Tenaga Kerja (X2)

1. Berapakah upah tenaga kerja yang bekerja dengan responden sebelum pandemi covid-19 ?

Rp.....

2. Berapakah upah tenaga kerja yang bekerja dengan responden selama pandemi covid 19 ?

Rp.....

Biaya pemasaran (X3)

1. Berapakah biaya pemasaran sebelum pandemi covid-19 ?

Rp.....
2. Berapakah biaya pemasaran selama pandemi covid-19 ?
Rp.....

Kredit Modal (X4)

1. Apakah responden mengajukan kredit modal untuk pengembangan usaha sebelum pandemi covid-19 ?

a . Ya

Apabila mengajukan berapa ? Rp.....

b . Tidak

2. Apakah responden mengajukan kredit modal untuk pengembangan usaha selama pandemi covid-19 ?

a . Ya

Apabila mengajukan berapa ? Rp.....

b . Tidak

Pendapatan (Y)

1. Berapa pendapatan yang diperoleh responden tiap bulannya sebelum pandemi covid-19?

Rp.....

2. Berapa pendapatan yang diperoleh responden tiap bulannya selama pandemi covid 19 ?

Rp.....

**Terima kasih atas partisipasinya dalam
survei ini. Jawaban anda sangat berharga
bagi penelitian skripsi saya.**

Lampiran 1.6

Dokumentasi Penelitian (Foto Objek Penelitian)



Gambar 1. Pujasera PB.Sudirman, Jember



Gambar 2. Pujasera Java Square, Jember



Gambar 3. Pujasera Food Terrace, Jember



Gambar 4. Pujasera Food Corner, Jember

Gambar 5. Pujasera 2 , Jember



Gambar 5. Pujasera 2 , Jember



Gambar 6. Pujasera Majapahit, Jember



Gambar 7. Pujasera Kalimantan, Jember