

## PENGARUH MODAL USAHA, LOKASI USAHA, LOKASI PEMASARAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENDAPATAN UMKM

Andrian Syahputra<sup>1</sup>, Ervina<sup>2</sup>, Melisa<sup>3</sup>  
Universitas Prima Indonesia<sup>1,2,3</sup>  
4nsyah0306@gmail.com<sup>1</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh modal usaha, lokasi usaha, lokasi pemasaran, dan kualitas produk terhadap pendapatan UMKM, dengan modal pinjaman sebagai variabel moderating. Metode penelitian ini adalah kuantitatif. Observasi ini dilakukan pada kecamatan deli serdang dann menggunakan data primer, dengan melakukan survey dengan koesiner. Data akan diuji dengan, Uji Moderated Regresioon Analysis (MRA), Uji Selisih Mutlak, Uji Residual. Hasil penelitian menunjukkan, a) nilai t Hitung Modal Usaha  $-0,066 < 1,976$  dengan Signifikan  $0,505 > 0,05$ ; b) nilai t Hitung Lokasi Usaha  $3,564 > 1,976$  dan nilai sig =  $0,000 < 0,05$ ; c) nilai t Hitung Lokasi Pemasaran  $2,684 > 1,976$  dan angka pada nilai signifikanya  $0,008 > 0,05$ ; d) nilai t Hitung Kualitas Produk  $0,870 < 1,976$  seadangkan Jumlah pada Sig  $0,3860 > 0,05$ ; e) Hasil uji simultan keseluruhan variabel memperoleh nilai F hitung  $7,866 > F$  tabel  $2,43$  dan juga angka Sig  $0,000 < 0,05$ . Simpulan, a) modal usaha tidak mempengaruhi pendapatan usaha mikro kecil menengah dan modal pinjaman bukan sebagai variabel moderating; b) lokasi usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM pinjaman bukan sebagai variabel moederating; c) lokasi pemasaran berpengaruh terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah dan modal pinjaman bukan sebagai variabel moederating; d) kualitas produk tidak berpengaruh terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah dan modal pinjaman bukan sebagai variabel moderating; e) Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk Berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan UMKM.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Lokasi Pemasaran, Lokasi Usaha, Modal Pinjaman, Modal Usaha, Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah

### ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of working capital, business location, marketing location and product quality on MSME income, with loan capital as a moderating variable. This research method is quantitative. This observation was carried out in the Deli Serdang sub-district and used primary data, by conducting a survey using a questionnaire. The data will be tested by, Moderated Regression Analysis (MRA), Absolute Difference Test, Residual Test. The results showed, a) the t value of Business Capital Count  $-0.066 < 1.976$  with a Significant of  $0.505 > 0.05$ ; b) t value Calculate Business Location  $3,564 > 1,976$  and sig value =  $0.000 < 0.05$ ; c) the value of t Counting Marketing Locations is  $2,684 > 1,976$  and the value for the significance value is  $0,008 > 0,05$ ; d) the value of t Count Product Quality is  $0.870 < 1.976$  while the Amount is at Sig  $0.3860 > 0.05$ ; e) The results of the simultaneous test of all variables obtained a calculated F value of  $7.866 > F$  table  $2.43$  and also a Sig number of  $0.000 < 0.05$ . Conclusions, a) business capital does not affect the income of micro, small and medium enterprises and loan capital is not a moderating variable; b) business location affects the income of MSME loans not as a moderating variable; c) marketing location*

*affects the income of micro, small and medium enterprises and loan capital is not a moderating variable; d) product quality does not affect the income of micro, small and medium enterprises and loan capital is not a moderating variable; e) Business Capital, Business Location, Marketing Location and Product Quality Simultaneously influence MSME income.*

**Keywords:** *Product Quality, Marketing Location, Business Location, Loan Capital, Business Capital, Micro Small Medium Enterprise Income*

## **PENDAHULUAN**

Era global yang ditandai dengan adanya perdagangan bebas tidak dapat dielakkan oleh semua bangsa seperti Indonesia. Globalisasi dengan ciri khas adanya perubahan yang tak tentu, membutuhkan preksibilitas dan paradigma baru bagi organisasi serta perubahan faktor penentu untuk eksistensi organisasinya. Adanya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menjadi bagian paling besar dalam perekonomian nasional sebagai tanda tingkat partisipasinya masyarakat di beragam sektor aktivitas ekonomi. Perkembangan UMKM saat ini masih dihadapkan dengan sejumlah permasalahan minimnya produktivitas UMKM. UMKM mempunyai keterbatasan dalam hal mengakses modal usaha, teknologi, pasar dan informasi, dan iklim usaha UMKM yang tidak kondusif.

Harus disadari oleh Pemerintah Pusat mengenai kapasitas pemda dalam menyelenggarakan kebijakan dan programnya. Keberadaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), sering mengalami kendala dimulai dari kurang kepedulian pemerintah, dan krisis ekonomi justru membuat UMKM tetap eksis dan jumlahnya mengalami peningkatan yang cepat (Anastia, 2014). Kokohnya daya tahan UMKM ini ditunjang dengan struktur modal yang lebih banyak, tergantung pada modalnya sendiri dan jumlahnya UMKM. Penggunaan modal sendiri ini dikarenakan kurangnya kinerja perpihakkan sektor perbankan terhadap UMKM (Surya, 2013). Bagi pengaku UMKM modal merupakan pergerakan dalam aktivitas sebuah usaha dan aktivitas operasionalnya serta pembelian persediaan seperti bahan baku atau produk yang akan dijual, untuk mendukung eksistensi bisnis dan menjalani hubungan antara UMKM dan perbankan yang menunjang fungsi intermediasi perbankan dan penyaluran modal usaha serta pengembangan UMKM (Ariani & Dewi, 2013). Variabel modal dan modal pinjaman menjadi sebuah faktor untuk mendapatkan pendapatan dalam UMKM efesiensinya bisa dihitung dari tingkat perputaran total modal yang berbentuk uang dan perputaran total

produk yang dijual.

Dalam memasarkan hasil produksi UMKM memerlukan lokasi usaha yang akan mendukung pendapatan dari penjualan snack ringan, disamping itu pemda harus berusaha keras untuk menyebarkan promosi hasil produksi dari penguasa UMKM. Pendapatan pedagang UMKM akan didapatkan hasil produk yang dijual. Pendapatan ini merupakan efek dari meningkatnya volume produksi dengan mutu produksinya yang baik. Selain itu, pendapatan juga dipengaruhi dari lokasi penjualan yang luas dan strategis, pengelolaan bantuan secara profesional dan modal pinjaman dari pemerintah ataupun dari lembaga keuangan (Gita, 2013) .

Modal menjadi faktor yang berarti dalam membangun suatu usaha. Dalam suatu usaha selain dibutuhkan modal sendiri juga memerlukan modal pinjaman. Modal pinjaman ini bisa berpengaruh pada naiknya pendapatan dan produktivitas organisasi. Tingginya modal usaha menjadikan pelaku usaha untuk menghasilkan hasil produksi yang lebih banyak sehingga pendapatannya akan meningkat. Pendapat Ismawan (ekonomi rakyat), masyarakat biasanya dipandang tidak mempunyai potensi dana lembaga keuangan formal sehingga perkembangan ekonominya tersendat dan mayoritas dari mereka menggunakan modal apapun yang dimilikinya. Adapun modal UMKM bersumber dari modal sendiri dan pinjaman dari Bank operasi dan lembaga lain. Beberapa hal dijadikan sebagai fenomena data perkembangan usaha Mikro dan kecil dimana menjelaskan beberapa hal penting pengaruh setiap variabel.

Fenomena menjelaskan bagaimana perkembangan tingkat usaha beserta modal usaha mikro dan kecil setiap tahunnya pada kabupaten deli serdang. Pada tahun diatas menjelaskan tingkat jumlah usaha mikro dan kecil mengalami peningkatan setiap tahun dimulai tahun 2016 sampai 2020. Namun terlihat terjadi peningkatan drastis pda tahun 2020 dimana pada tahun sebelumnya 2016 – 2019 masih mengalami peningkatan tiap tahun sebesar 10 % dan dikategorikan masih mengalami peningkatan standar, berbeda dengan peningkatan pada tahun 2020 hampir mencapai 85% dari tahun sebelumnya dengan perbandingan yang terjadi sebsar 75%.

Hal ini terjadi pada peningkatan modal usaha ataupun volume usaha, dimana pada tahun 2016–2019 nilai modal usaha masih mencapai tingkat standar dari tahun sebelumnya ke tahun berikutnya. Hal ini menjelaskan pada tahun 2016–2019 jika tingkat jumlah usaha mikro dan kecil meningkat, maka modal usaha yang diperoleh

juga meningkat, dengan syarat bertambahnya suatu pendapatan UMKM ini sejalan dengan kenyataan dimana masih tersedia suatu modal bagi masyarakat yang memerlukan UMKM dengan prinsip saling menguntungkan satu sama lain.

Namun tingkat perbedaan yang terlihat pada usaha mikro dan kecil beserta tingkat volume usaha dari tahun sebelumnya ke tahun 2020. Disini terlihat bahwa tingkat perkembangan usaha mikro dan kecil mencapai 85% dari peningkatan sebelumnya. Namun peningkatan modal yang di peroleh hanya mencapai sekitaran 45%. Hal ini terjadi suatu fenomena dimana ketika terjadi suatu peningkatan diluar keterbatasan yang diharapkan tidak sesuai dengan peningkatan volume usaha. Hal ini perlu diperhatikan jika tingkat mikro usaha meningkat maka harus diikuti dengan tingkat modal usaha, walaupun tidak setara tapi harus memiliki selisih yang tidak jauh agar mampu memperoleh nilai dengan seimbang. Berdasarkan latar belakang tersebut maka dilakukan kajian untuk mengetahui pengaruh modal usaha, lokasi usaha, lokasi pemasaran, dan kualitas produk terhadap pendapatan UMKM, dengan modal pinjaman sebagai variabel moderating

## **KAJIAN TEORI**

Pendapat Surdaryono (2017) yakni dalam membangun usaha memerlukan modal awal dengan nilai yang berbeda sesuai jenis dan ukuran usahanya sewaktu dimulai. Pendapat Bhagas (2016) ialah modal sangat mempengaruhi pendapatan sebab dengan menggunakan modal maka bisa menambah alat di toko dan memperbanyak barang yang dijual serta menambah pendapatan pelaku usahanya. Sewaktu mempunyai modal besar dalam membangun usaha dan muda dalam mendapat modal usaha maka bisa meningkatkan perkembangan usahanya.

Lokasi Usaha merupakan tempat untuk melakukan suatu usaha, semua aktivitas seperti penyediaan bahan baku hingga penjualan ke konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri & Jember, (2016) mengungkapkan yakni lokasi usaha mempengaruhi postif terhadap pendapatan usahanya. Pendapat Pratiwi (2019) ialah lokasi usaha mempengaruhi signifikan terhadap pendapatan dikarenakan tempat yang strategis, area parkir yang luas, lokasinya mudah diakses dan tidak jauh dari keramaian, maka konsumen akan tertarik untuk datang. Menurut Husaini (2017), mengungkapkan yakni lokasi usaha mempengaruhi signifikan terhadap pendapatan sebab tempat yang

strategis, area parkir yang luas, lokasinya mudah diakses dan tidak jauh dari keramaian, maka konsumen akan tertarik untuk datang. Penelitian ini didukung oleh Pratiwi (2019) dan Afifi (2017) yang membuktikan lokasi usaha mempengaruhi positif terhadap pendapatan.

Lokasi pemasaran memiliki manfaat besar untuk mengenal satu produk, dengan memberikan pengaruh tinggi dalam memperdagangkan suatu produk. Dalam melangsungkan sebuah usaha diperlukan perencanaan strategi pemasaran untuk mengenalkan produk ke pasar. Perencanaan tersebut berupa 3 bagian yakni pemosisian produk, pangsa pasar. Kedua terkait strategi distribusi dan anggaran. Ketiga melaksanakan strategi bauran pemasaran yakni strategi mengenai harga, penyaluran, produk dan promosi yang akan dilakukan. Sehingga lokasi pemasaran menjadi sasaran utama dalam mempengaruhi pendapatan suatu pedagang UMKM. Hal ini perlu dipahami jika strategi suatu pemasaran dianggap bagus atau meningkat maka memberikan pengaruh kenaikan pada pendapatan UMKM. Menurut Purwanti (2012) lokasi pemasaran ataupun kualitas pemasaran mempengaruhi positif dan signifikan terhadap harga pendapatan UMKM.

Menurut Sugiono (2017) yakni secara langsung kualitas produk mempengaruhi positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM. Menurut Hery (2017) bahwa kualitas prosuk menjadi faktor yang menentukan tingkat kepuasan konsumennya sesudah membeli dan memakai suatu produk, jika kualitas produknya bagus maka bisa memenuhi apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumennya atas produk tertentu dan akan mengulang lagi pembeliannya bahkan dalam jumlahan yang lebih banyak. Menurut Nabhan dan Kresnaini, menyatakan bila suatu konsumen merasa ada kecocokan dengan produk tertentu dan produk bersangkutan bisa memenuhi kebutuhan konsumen, maka ia akan memutuskan untuk melakukan pembelian produk itu secara berkelanjutan. Menurut Nabhan & Kresnaini (2005), menyatakan kualitas produk berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode observasi lapangan yakni dengan menghimpun berbagai acuan yang digunakan untuk referensi dalam penelitian. Jenis dan teknik pengumpulan data yang akan dipakai dalam

observasi penelitian ialah data primer. Yang dilakukan di kabupaten deli serdang melalui survei dimana instrumen yang akan dipakai penelitian digunakan merupakan kuesioner. kuesioner yang diberikan peneliti dan diisi oleh responden (*self-administered questionnaire*).

Populasi ialah area generalisasi yang bagiannya objek atau subjek dengan jumlah dan ciri khas tertentu yang peneliti tentukan untuk dikaji dan diambil simpulannya. Sampel adalah subset dari populasi. Adapun populasi yang diteliti ialah UMKM di Kabupaten Deli Serdang. Data observasi yang dipakai sejumlah 150 data dari masyarakat yang termasuk dari golongan mikro kecil dan menengah di kabupaten Deli serdang. Jawaban kuesioner pertanyaan menggunakan skala likert. Skala likert dipakai untuk mengukur skala yang umum untuk kuesioner dan merupakan skala yang sering dipergunakan dalam riset berbentuk survei.

Variabel moderating merupakan suatu variabel yang memberikan pengaruh dalam memperkuat dan memperlemah suatu hubungan dalam satu variabel tertentu dengan variabel lainnya. Dalam observasi penelitian ini menggunakan uji residual. Dimana pada uji mutlak dan uji Moderated Regresioon Analysis (MRA) sering mengalami gejala multikolinearitas yang tinggi pada variabel bebas dan terikat. Hal ini menggunakan uji residual agar mengatasi tidak terjadinya gejala multikolinearitas dengan persamaan regresi Moderating Analysis (MRA).

## HASIL PENELITIAN

### Analisis Regresi

Hasil analisis regresi ditunjukkan pada Tabel 1 sebagai berikut:

**Tabel 1.**  
**Persamaan Regresi**

	Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,152	1,745		8,110	,000
	MODAL_USAHA	-,053	,080	-,068	-,668	,505
	LOKASI_USAHA	,124	,035	,276	3,564	,000
	LOKASI_PEMASARAN	,219	,082	,274	2,684	,008
	KUALITAS_PRODUK	,057	,066	,070	,870	,386

a. Dependent Variable: PENDAPATAN\_UMKM

Dari hasil penelitian diketahui hubungan setiap variabel merupakan koefisien berganda sederhana dengan persamaan yakni :

$$Y = \alpha + \beta_1(X_1) + \beta_2(X_2) + \beta_3(X_3) + \beta_4(X_4) + e_1$$

Persamaan tersebut memiliki arti dimana, a) konstanta sebesar 14,152 jika keseluruhan variabel bernilai tetap maka hasil konstanta pendapatan UMKM adalah sebesar 14,152 satuan; b) koefisien regresi pada variabel modal usaha dan lokasi usaha senilai -0,053 dan 0,124 maknanya bila kedua variabel dinaikkan 1 % dan variabel lainnya konstan maka akan memberikan kenaikan sebesar 0,053% dan 0,124%; c) pada koefisien regresi pada kedua variabel dimana lokasi pemasaran dan kualitas produk memiliki sebesar 0,129 dan 0,057 dengan variabel lainnya tetap maka akan memberikan nilai tingkat 1% dengan hasil 0,129 % dan 0,057%.

### Uji Koefisien Determinasi (*R square*)

Hasil uji koefisien determinasi (*R square*) ditunjukkan pada Tabel 2 sebagai berikut:

**Tabel 2.**  
**Koefisien Determinasi**

Model	R	Change Statistics					Durbin-Watson
		R Square	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,442 <sup>a</sup>	,178	7,866	4	145	,000	1,889
a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PRODUK, LOKASI_USAHA, MODAL_USAHA, LOKASI_PEMASARAN							
b. Dependent Variable: PENDAPATAN_UMKM							

Mengacu pada tabel 2 memperoleh nilai R square yakni 0,178 dimana keseluruhan variabel independent memberikan pengaruh terhadap variabel dependent sebesar 17,8 %.

### Pengaruh Parsial (Uji T)

Hasil uji parsial yaitu Uji T ditunjukkan table 3 sebagai berikut:

**Tabel 3.**  
**Uji Parsial Coefficientsa**

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,152	1,745		8,110	,000
	MODAL_USAHA	-,053	,080	-,068	-,668	,505
	LOKASI_USAHA	,124	,035	,276	3,564	,000
	LOKASI_PEMASARAN	,219	,082	,274	2,684	,008
	KUALITAS_PRODUK	,057	,066	,070	,870	,386

a. Dependent Variable: PENDAPATAN\_UMKM

Pada Tabel di Atas dapat dilihat hasil T tabel serta memakai nilai derajat nyata  $\alpha$  (0,05) df = 145 Dengan jumlah T tabel adalah 1,976. Berikut ini adalah kesimpulan dari uji Parsial, a) nilai t Hitung Modal Usaha  $-0,668 < 1,976$  Serta Angka Signifikan  $=0,505 > 0,05$  berarti  $H_0$  diterima. Maksudnya adalah Modal Usaha tidak mempengaruhi secara individu serta Signifikan terhadap Pendapatan UMKM di Deli Serdang medan; b) nilai t Hitung Lokasi Usaha  $3,564 > 1,976$  dan nilai sig =  $0,000 < 0,05$  maknanya  $H_a$  diterima. Maksudnya adalah Modal Usaha mempengaruhi secara individu serta Signifikan terhadap Pendapatan UMKM di Deli Serdang medan; c) nilai t Hitung Lokasi Pemasaran  $2,684 > 1,976$  dan angka pada nilai signifikannya  $0,008 > 0,05$  Jadi  $H_a$  diterima. Maksudnya adalah Modal Usaha mempengaruhi secara parsial serta Signifikan terhadap Pendapatan UMKM di Deli Serdang medan; d) nilai t Hitung Kualitas Produk  $0,870 < 1,976$  sedangkan Jumlah pada Sig  $0,3860 > 0,05$  berarti  $H_0$  diterima. Maksudnya adalah kualitas propduk tidak mempengaruhi secara parsial serta Signifikan terhadap Pendapatan UMKM di Deli Serdang medan.

### Pengaruh Simultan (Uji F)

Hasul uji simultan yaitu Uji F ditunjukkan pada Tabel 4 sebagai berikut:

**Tabel 4.**  
**Uji Simultan**

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	99,372	4	24,843	7,866	,000 <sup>p</sup>
	Residual	457,961	145	3,158		
	Total	557,333	149			

a. Dependent Variable: PENDAPATAN\_UMKM



Berdasarkan tabel 4 memperlihatkan Angka F hitung  $7,866 > F$  tabel  $2,43$  dan juga angka Sig  $0,000 < 0,05$ , maknanya Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran, Kualitas Produk Dapat disimpulkan Bertdapak Simultal serta Signifikan Terhadap Pendapatan UMKM di Deli serdang Medan.

### Hasil Hipotesis Moderating

Hasil hipotesis 1 moderating ditunjukkan pada Tabel 5 sebagai berikut:

**Tabel 5.**  
**Hipotesis 1**

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	29,169	24,903		1,171	,243
	Modal Usaha	-,251	1,118	-,319	-,225	,822
	Modal Pinjaman	-,437	1,060	-,321	-,413	,680
	Moderat1	,016	,048	,517	,337	,736

a. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Tabel hipotesis diatas menjelaskan nilai beta yang di peroleh dari interaksi variabel modal usaha dan modal pinjaman (Z) terhadap Y diatas memperoleh nilai beta sebesar  $0,016$  dengan signifikan  $0,736$ , hal ini menunjukkan hasilnya adalah positif, yang berarti bahwa moderasi variabel modal pinjaman memperkuat pengaruh X1 terhadap Y, meskipun memperkuat tetapi tidak meberikan pengaruh signifikan. Hal ini modal pinjaman (Z) bukan variabel moderator murni dan tidak bias dijadikan sebagai variabel independen.

Hasil hipotesis 1 moderating ditunjukkan pada Tabel 6 sebagai berikut:

**Tabel 6.**  
**Hipotesis 2**

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	19,526	24,286		,804	,423
	Lokasi Usaha	,192	1,120	,426	,171	,864
	Modal Pinjaman	-,045	1,016	-,033	-,044	,965
	Moderat2	-,002	,047	-,096	-,038	,970

a. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Hasil hipotesis diatas menjelaskan nilai beta yang di peroleh dari interaksi variabel lokasi pemasaran dan modal pinjaman ( Z) terhadap Y diatas memperoleh nilai

beta sebesar -0,002 dengan signifikan 0,770, dengan hasilnya adalah negative, yang berarti bahwa moderasi variabel modal pinjaman memperlemah pengaruh X2 terhadap Y, selain memberikan pengaruh negative, namun tidak memberikan pengaruh signifikan. Hal ini modal pinjaman (Z) bukan variabel moderator murni dan tidak bisa dijadikan sebagai variabel independen.

Hasil hipotesis 3 moderating ditunjukkan pada Tabel 7 sebagai berikut:

**Tabel 7.**  
**Hipotesis 3**

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	23,578	22,362		1,054	,293
	Lokasi Pemasaran	,020	1,007	,026	,020	,984
	Modal Pinjaman	-,311	,951	-,228	-,327	,744
	Moderat3	,010	,043	,320	,224	,823

a. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Tabel 7 menjelaskan nilai beta yang di peroleh dari interaksi variabel lokasi Pemasaran dan modal pinjaman (Z) terhadap Y diatas memperoleh nilai beta yakni 0,010 dengan signifikan 0,736, hal ini menunjukkan hasilnya adalah positif, yang berarti bahwa moderasi variabel modal pinjaman memperkuat pengaruh X3 terhadap Y, meskipun memperkuat tetapi tidak meberikan pengaruh signifikan. Hal ini modal pinjaman (Z) bukan variabel moderator murni dan tidak bias dijadikan sebagai variabel independen.

Hasil hipotesis 8 moderating ditunjukkan pada Tabel 8 sebagai berikut:

**Tabel 8.**  
**Hipotesis 4**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	10,599	24,782		,428	,670
1	Kualitas Produk	,636	1,142	,779	,557	,579
	Modal pinjaman	,333	1,043	,244	,319	,750
	moderat4	-,021	,048	-,693	-,431	,667

a. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Hasil hipotesis diatas menjelaskan nilai beta yang di peroleh dari interaksi variabel kualitas Produk dan modal pinjaman ( Z) terhadap Y diatas memperoleh nilai

beta sebesar -0,021 dengan signifikan 0,667 dengan hasilnya adalah negative, yang berarti bahwa moderasi variabel modal pinjaman memperlemah pengaruh X4 terhadap Y, selain memberikan pengaruh negative, namun tidak memberikan pengaruh signifikan. Hal ini modal pinjaman (Z) bukan variabel moderator murni dan tidak bisa dijadikan sebagai variabel independen.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Modal Usaha terhadap Pendapatan UMKM**

Modal merupakan penggerak dalam kegiatan suatu usaha bagi pelaku UMKM, dan merupakan kegiatan operasional usaha serta pembelian persediaan berupa bahan baku atau barang yang akan diperjualkan. Modal merupakan hal penting dalam sebuah usaha yang akan dibangun (Putri & Jember, 2016). Penelitian oleh Nisak (2013) menyatakan bahwa modal penguasa mampu memproduksi hasil usahanya lebih banyak, sehingga akan meningkatkan pendapatan. Semakin besar modal usaha yang digunakan maka semakin besar pendapatan yang diperoleh (Polandos et al., 2019).

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial atau individual pada variable Modal Usaha bisa diperoleh simpulannya yakni variabel tersebut tidak mempengaruhi pendapatan UMKM. Dengan nilai t Hitung Modal Usaha  $-0,066 < 1,976$  dengan Signifikan  $0,505 > 0,05$  maka tidak ada pengaruh Modal usaha terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten deli serdang. Hasil ini tidak sesuai dengan Polandos et al., (2019), modal usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pengusaha UMKM di Kecamatan Langowan Timur. Berbedanya hasil yang didapat diduga karena tingginya persaingan diantara seluruh pedagang. Ketika total keseluruhan pedagang menjadikan harga semakin bersaing dan alternatif bagi konsumen bertambah banyak, hal ini besarnya laba penjualan juga akan lebih dibatasi.

### **Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Pendapatan UMKM**

Lokasi usaha adalah pemacu biaya yang begitu signifikan, lokasi usaha sepenuhnya memiliki kekuatan untuk membuat (atau menghancurkan) strategi suatu bisnis (Mardiana & Annisarizki, 2017). Lokasi usaha adalah tempat terbaik yang dipilih oleh pelaku usaha dalam rangka mendapatkan pendapatan yang di harapkan (Aji & Listyaningrum, 2021). Selain itu penelitian sebelumnya oleh Pratiwi (2019) bahwa

lokasi usaha berpengaruh penting terhadap pendapatan karena jika lokasi usaha jauh dari aktifitas masyarakat atau jauh dari lalu-lalang masyarakat dapat mempengaruhi pendapatan usaha mikro tersebut.

Hasil penelitian memperoleh hasil dimana variabel lokasi usaha memberikan hubungan pengaruh terhadap pendapatan UMKM. Dilihat dari hasil data SPSS dimana memperoleh hasil secara parsial dengan nilai T Hitung Lokasi Usaha  $3,564 > 1,976$  dan nilai sig =  $0,000 < 0,05$ , maka lokasi usaha mempengaruhi secara parsial serta Signifikan terhadap Pendapatan UMKM di Deli Serdang medan. Hasil observasi ini didukung oleh penelitian Sundari (2017) yaitu variabel lokasi usaha mempengaruhi positif terhadap pendapatan. Hal ini diperkuat dengan hasil dilapangan dimana keseluruhan besar UKM memilih lokasi yang strategis. Peneliti selanjutnya yaitu Pratiwi (2019) menjelaskan bahwa lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan karena dengan tempat yang strategis, lahan parkir yang luas, tempat yang mudah diakses dan tempat usaha yang dekat dengan keramaian maka konsumen akan tertarik untuk datang, maka dengan hal itu lokasi usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.

### **Pengaruh Lokasi Pemasaran terhadap Pendapatan UMKM**

Menurut Wirawan (2015) apabila lokasi pemasaran yang berada ditempat yang strategis maka pendapatan pelaku UMKM akan meningkat. Hal ini disebabkan karena pemilihan lokasi yang strategis dalam memasarkan suatu produk merupakan salah satu strategi dalam meningkatkan penjualan barang sehingga dapat meningkatkan pendapatan yang diperoleh pedagang. Menurut Tjiptono (2006) lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

Hasil penelitian memperoleh hasil dimana variabel lokasi pemasaran memberikan hubungan pengaruh terhadap pendapatan UMKM. Dilihat dari hasil data SPSS dimana memperoleh hasil secara individu dengan Nilai t Hitung Lokasi Pemasaran  $2,684 > 1,976$  dan angka pada nilai signifikanya  $0,008 > 0,05$ , maka lokasi pemasaran mempengaruhi secara parsial serta signifikan terhadap pendapatan UMKM di Deli Serdang medan. Hal ini didukung oleh pengertian Kotler (2000) pemasaran ialah sebuah proses sosial dan manajerial dengan seseorang dan tim mendapatkan hal yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menghasilkan dan menukar produk dan nilai dengan

orang lain. Penelitian oleh Nugroho & Utami (2020), lokasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Kartasura Kabupaten Sukoharjo. Serta, menurut Ma'arif (2013) lokasi pemasaran berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang.

### **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Pendapatan UMKM**

Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Kualitas produk merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Semakin bagus kualitas produk maka pendapatan pelaku UMKM akan meningkat. Hal ini disebabkan karena dengan kualitas yang baik dan terjamin, konsumen akan mau membayar mahal untuk suatu produk (Wirawan et al., 2015).

Berdasarkan hasil penelitian, hasil signifikan parsial (uji T) memperoleh hasil T Hitung Kualitas Produk  $0,870 < 1,976$  sedangkan Jumlah pada Sig  $0,3860 > 0,05$  berarti kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial serta Signifikan terhadap Pendapatan UMKM di Deli Serdang medan. Hal tersebut tidak sesuai dengan hasil penelitian oleh Wirawan et al., (2015), bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Namun, diduga ketidaksamaan hasil karena konsumen yang membeli tidak memperhatikan kualitas produk dan kurang menariknya gambaran produk saat dipasarkan. Sehingga menimbulkan kurang ketertarikan daya pembeli dan berpengaruh terhadap pendapatan usaha.

### **Hasil Uji Simultan Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran, dan Kualitas Produk terhadap Pendapatan UMKM, dengan Modal Pinjaman sebagai Variabel Moderating.**

Hasil penelitian dari Modal Pinjaman sebagai variabel moderating secara positif dan signifikan tidak mempengaruhi variabel Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk. Hasil regresi menunjukkan adanya pengaruh negative modal pinjaman terhadap Pendapatan UMKM, serta secara parsial menunjukkan hasil

signifikan pada variabel modal pinjaman terhadap Pendapatan UMKM sebesar 0,216 lebih besar dari nilai toleransi kesalahan  $\alpha = 0,05$ . Hal ini memiliki arah negative yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi modal pinjaman maka semakin rendah pendapatan UMKM. Hasil uji simultan keseluruhan variabel memperoleh nilai F hitung  $7,866 > F$  tabel 2,43 dan juga angka Sig  $0,000 < 0,05$ , berarti modal usaha, lokasi usaha, lokasi pemasaran, kualitas produk dapat disimpulkan berdampak simultan serta signifikan terhadap pendapatan UMKM dengan modal pinjaman tidak sebagai variabel moderating di Deli serdang Medan.

## **SIMPULAN**

Modal usaha tidak mempengaruhi pendapatan usaha mikro kecil menengah dan modal pinjaman bukan sebagai variabel moderating. Lokasi usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM pinjaman bukan sebagai variabel moderating. Lokasi pemasaran berpengaruh terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah dan modal pinjaman bukan sebagai variabel moderating. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah dan modal pinjaman bukan sebagai variabel moderating. Modal usaha, lokasi usaha, lokasi pemasaran dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan UMKM.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Afifi, L. D. (2017). Analisis Penerapan Sistem Bagi Hasil dan Perlakuan Akuntansi Pembiayaan Mudharabah pada BMT Masalah Capem Pegelaran Malang. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Malang
- Aji, A. W., & Listyaningrum, S. P. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, dan Teknologi Informasi terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Bantul. *JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*, 6(1), 87-102. doi:10.32528/JIAI.V6I1.5067
- Anastasia, A. (2014). Peningkatan Aktivitas dan Hasil Belajar Peserta Didik Menggunakan Teknik Index Card Match Pembelajaran Matematika. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 3(2), 1-15. <http://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/view/4720/4779>
- Ariani, N. W. D., & Dewi, A. A. A. S. (2013). Pengaruh Kualitas Tenaga Kerja, Bantuan Modal Usaha, dan Teknologi terhadap Produktivitas Kerja Usaha Mikro Kecil Menengah UMKM. *E-jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 2(2), 102-107. <https://docplayer.info/31785047-Pengaruh-kualitas-tenaga-kerja-bantuan-modal-usaha-dan-teknologi-terhadap-produktivitas-kerja-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-umkm-di-jimbaran.html>
- Bhagas, A. (2016). Analisis Pengaruh Modal, Jumlah Tenaga Kerja, Teknologi dan Bantuan Pemerintah terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

- (Studi Kasus UMKM Sulampita di Kota Semarang). *Tesis*. Universitas Diponegoro, Semarang
- Gita, D. (2013). *Manajemen Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Salemba Empat
- Hery, H. (2017). *Kajian Riset Akuntansi*. Jakarta: Grasindo
- Husaini, A. F. (2017). Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja, dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Pedagang Monza di Pasar Simalingkar Medan. *Skripsi*. Universitas Malikusaleh, Medan
- Kotler, P. (2000). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo
- Mardiana, S., & Annisarizki, A. (2017). Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Pedagang Paguyuban Wirausaha Cilegon (Pawon) dalam Cilegon Car Free Day. *Sains: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 116-129. doi:10.35448/JMB.V10I1.4278
- Nabhan, F., & Kresnaini, E. (2005). Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Keputusan konsumen Dalam Melakukan Pembelian pada Rumah Makan di Kota Batu. *Skripsi*. Universitas Gajayana Malang, Malang
- Nisak, K. (2013). Pengaruh Pinjaman Modal Terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Mojokerto. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 1(3), 1-12. <https://doi.org/10.26740/jupe.v1n3.p%25p>
- Nugroho, N. T., & Utami, I. W. (2020). Pengaruh Modal, Lokasi Usaha, dan Kondisi Tempat Berdagang terhadap Pendapatan Pedagang. *EXCELLENT*, 7(1), 69-75. doi:10.36587/EXC.V7I1.627
- Polandos, P. M., Engka, D. S. M., & Tolosang, K. D. (2019). Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha, dan Jumlah Tenaga Kerja terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Langowan Timur. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(04), 36-47. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/25782>
- Pratiwi, S. B. (2019). Pengaruh Pinjaman Modal, Lokasi Usaha, dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Usaha Mikro. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta
- Purwanti, E. (2012). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*, 5(9), 13-28. <https://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/viewFile/65/46>
- Putri, N. M. D. M., & Jember, I. M. (2016). Pengaruh Modal Sendiri dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Tabanan (Modal Pinjaman sebagai Variabel Intervening). *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 9(2), 142-150. doi:10.24843/JEKT.2017.V09.I02.P07
- Sudaryono, S. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sundari, S. (2017). Pengaruh Lokasi Usaha dan Jam Kerja terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung
- Surya, D. (2013). *Manajemen Kinerja: Falsafah Teori dan Penerapannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*, (3<sup>rd</sup> ed.). Yogyakarta: Andi
- Wirawan, I. K. A., Sudibia, K., & Purbadharmaja, I. B. P. (2015). Pengaruh Bantuan Dana Bergulir, Modal Kerja, Lokasi Pemasaran, dan Kualitas Produk terhadap

Pendapatan Pelaku Umkmsektor Industri di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 4(1), 1–21.  
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/article/view/10476/9033>