JUMPER
Jurnal Manajemen dan Pemasaran
ISSN : 2985 – 492X
Vol 4 , No 2, Tahun 2026
Halaman : 212- 221
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jumper

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN USAHA MIKRO BERBASIS PRODUK RUMAH TANGGA DI KABUPATEN ASAHAN

Inda Arfa Syera[1], Syafrial Syah[2,*], Adetia Azmi Tanjung[3] Hajar Affiah[4]
[1,2,3,4] Universitas Muhammadiyah Asahan
Email: indafirmansyah69@gmail.com[1]najlasaf73@gmail.com, [2],*
tia.tanjung92@gmail.com [3]affiahhajar@gmail.com[4]
* corresponding author

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal usaha, tenaga kerja, dan digital marketing terhadap pendapatan usaha mikro berbasis produk rumah tangga di Kabupaten Asahan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku usaha mikro. Populasi penelitian berjumlah 15.447 usaha mikro di Kabupaten Asahan tahun 2025. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% sehingga diperoleh sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria usaha mikro berbasis produk rumah tangga yang aktif dan telah beroperasi minimal satu tahun. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS melalui uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (t), uji simultan (F), serta koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan modal usaha, tenaga kerja, dan digital marketing berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha mikro dengan nilai Fhitung = 30,584 dan signifikansi < 0.001. Secara parsial, modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha (β = 1.087; t = 8.215; p < 0,001). Sebaliknya, tenaga kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha (β = -0.040; t = -0.382; p = 0.703). Digital marketing berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan usaha (β = -0.374; t = -2.844; p = 0.005). Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan modal usaha menjadi faktor utama dalam meningkatkan pendapatan usaha mikro berbasis produk rumah tangga di Kabupaten Asahan, sedangkan pemanfaatan digital marketing belum memberikan dampak positif terhadap pendapatan karena diduga masih terbatasnya kemampuan pelaku usaha dalam mengoptimalkan pemasaran digital.

Kata kunci: Modal Usaha, Tenaga Kerja, Digital Marketing, Pendapatan Usaha, Usaha Mikro

Abstract

This study aims to analyze the influence of business capital, labor, and digital marketing on the income of household-product-based micro-enterprises in Asahan Regency. A quantitative approach was employed, utilizing primary data collected through questionnaires distributed to micro-enterprise owners. The study population consisted of 15.447 micro-enterprises in Asahan Regency in 2025. The sample size was determined using Slovin's formula with a 10% margin of error, resulting in 100 respondents selected via purposive sampling based on criteria requiring the enterprises to be active and operational for at least one year. Data analysis was conducted using SPSS, involving classical assumption tests, multiple linear regression analysis, partial tests (t-test), simultaneous tests (F-test), and the coefficient of determination (R^2). The results indicate that business capital, labor, and digital marketing simultaneously have a significant effect on micro-enterprise income (F-statistic = 30.584; significance < 0.001). Individually, business capital has a positive and significant effect on business income (β = 1.087; t = 8.215; p < 0.001). Conversely, labor does not have a significant effect on business income (β = -0.040; t = -0.382; p = 0.703). Digital marketing has a negative and significant effect on business income (β = -0.374; t = -2.844; p = 0.005). The findings suggest that increasing business capital is the primary factor for boosting the income of household-product-based micro-enterprises in Asahan Regency, whereas the use of digital marketing has not yet yielded a positive impact on income, likely due to the limited ability of business owners to optimize digital marketing strategies.

Keywords: Business Capital, Labor, Digital Marketing, Business Revenue, Micro-enterprise

JUMPER
Jurnal Manajemen dan Pemasaran
ISSN : 2985 – 492X
Vol 4 , No 2, Tahun 2026
Halaman : 212- 221
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jumper

Pendahuluan

UMKM berkontribusi besar bagi perekonomian Indonesia dan memiliki peran penting dalam Produk Domestik Bruto (PDB), menyediakan sebagian besar lapangan kerja bagi tenaga kerja nasional, serta meningkatkan daya saing ekonomi. UMKM berfungsi sebagai solusi strategis dalam mengatasi ketimpangan ekonomi, terutama dengan memberikan akses ekonomi produktif bagi masyarakat berpenghasilan rendah. UMKM menjadi salah satu pilar utama dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia serta mendorong inovasi dan kewirausahaan di berbagai sektor industri (Pane et al., 2025). Pemerintah Indonesia mendukung transformasi digital sektor pembiayaan mikro. Pada tahun 2024, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah merilis Roadmap untuk Pengembangan dan Penguatan Lembaga Keuangan Mikro 2024–2028 yang berfokus pada digitalisasi layanan, peningkatan interoperabilitas data, serta perlindungan konsumen digital (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Kedua, pemerintah telah meluncurkan program PROMISE II (Promosi Khazanah Melalui Start-Up Pemberdayaan Ekonomi Yang Inklusif Dan Berkelanjutan) di bawah usulan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian untuk meningkatkan inklusi keuangan bagi sektor UMKM dengan memanfaatkan teknologi digital, terutama dalam akses pembiayaan dan literasi keuangan (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2023).

Salah satu usaha yang sangat berperan dalam menopang kondisi finansial masyarakat adalah usaha mikro. Usaha ini tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan utama bagi sebagian besar masyarakat, tetapi juga berkontribusi dalam penurunan angka pengangguran dan kemiskinan. Kenyataannya, banyak masyarakat yang bergantung pada sektor informal melalui bisnis kecil seperti dagang, jasa atau produksi rumahan. Akan tetapi, kendala modal, sulitnya akses tekonologi dan kurangnya pemahaman finansial menjadi masalah utama dalam memajukan usaha mikro secara maksimal (Zaenab & Karneriadi, 2026). Usaha mikro memberikan peluang bagi masyarakat untuk membangun kemandirian ekonomi, meningkatkan pendapatan rumah tangga, serta memperkuat ketahanan finansial di tingkat keluarga dan komunitas (Fatah et al., 2025).

Kabupaten Asahan merupakan salah satu daerah di Provinsi Sumatera Utara yang memiliki potensi pengembangan usaha mikro cukup besar. Berdasarkan data Dinas Koperasi, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Asahan, jumlah usaha mikro terus didata setiap tahun dan pada tahun 2025 tercatat sebanyak 15.447 usaha mikro yang tersebar di seluruh kecamatan di Kabupaten Asahan. Data tersebut menunjukkan bahwa usaha mikro merupakan sektor ekonomi yang memiliki peranan penting dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat Kabupaten Asahan (Dinas Koperasi Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Asahan, 2025). Kondisi perekonomian Kabupaten Asahan juga menunjukkan perkembangan yang positif. Berdasarkan data BPS Kabupaten Asahan, ekonomi Kabupaten Asahan pada tahun 2024 tumbuh sebesar 4,68%, dengan sektor industri pengolahan memberikan kontribusi sekitar 20,71% terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), sedangkan sektor perdagangan memberikan kontribusi sebesar 18,15%. Data tersebut menunjukkan bahwa aktivitas produksi dan perdagangan memiliki peranan strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah (Badan Pusat Statistik Kabupaten Asahan, 2025).

Meningkatnya jumlah unit usaha mikro belum sepenuhnya menjamin peningkatan pendapatan pelaku usaha. Keberhasilan usaha mikro tidak hanya ditentukan oleh jumlah pelaku usaha, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan dalam mengelola berbagai faktor produksi dan strategi pengembangan usaha (Armasa et al., 2025). Sebagian besar usaha mikro, khususnya yang berbasis produk rumah tangga, masih beroperasi dalam skala kecil dengan keterbatasan modal, tenaga kerja yang didominasi anggota keluarga, serta

ISSN : 2985 – 492X
Vol 4 , No 2, Tahun 2026
Halaman : 212- 221
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jumper

kemampuan pemasaran yang masih terbatas. Kondisi tersebut menyebabkan produktivitas usaha belum berkembang secara optimal sehingga berdampak pada rendahnya kemampuan usaha dalam meningkatkan pendapatan, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing. Dengan demikian, peningkatan jumlah usaha mikro belum sepenuhnya mencerminkan peningkatan kesejahteraan pelaku usaha.

Usaha mikro berbasis produk rumah tangga dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan salah satu bentuk usaha yang banyak dijalankan masyarakat Kabupaten Asahan, terutama pada sektor makanan, minuman, dan produk olahan rumah tangga. Karakteristik usaha ini umumnya memiliki skala usaha kecil, menggunakan modal yang terbatas, memanfaatkan tenaga kerja keluarga, serta masih menghadapi berbagai keterbatasan dalam pengelolaan usaha dan pemasaran produk. Kondisi tersebut menjadikan usaha mikro berbasis produk rumah tangga sebagai sektor yang perlu mendapatkan perhatian dalam upaya peningkatan pendapatan pelaku usaha.

Modal usaha berperan dalam menjaga kelancaran operasional serta memperbesar skala usaha, terutama untuk usaha mikro, kecil dan menengah. Tersedianya dana yang mencukupi memberikan pelaku usaha kebebasan dalam mengatur aktivitas produksi, meningkatkan mutu produk dan memperluas akses pasar. Pelaku usaha dapat lebih mudah memperoleh bahan baku berkualitas, investasi pada alat atau teknologi terbaru serta menghasilkan produk inovatif jika memiliki modal yang cukup (Aziz & Setiawan, 2025). Selain modal usaha, tenaga kerja juga mempunyai peranan penting dalam meningkatkan pendapatan usaha. Tenaga kerja adalah individu yang memiliki kemampuan untuk memproduksi barang atau pelayanan yang bermanfaat bagi dirinya, usahanya dan tempat bekerjanya. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 mengenai Tenagakerjaan, tenaga kerja didefenisikan sebagai setiap individu yang dapat melaksanakan pekerjaan untuk menciptakan barang dan/atau jasa, baik untuk keperluan pribadi maupun untuk kepentingan masyarakat. Tenaga kerja merupakan salah satu faktor produktivitas yang mendukung pendapatan. Semakin terlatih tenaga kerja, maka semakin berpengaruh pula terhadap produktivitas usaha sehingga mendorong kenaikan pendapatan suatu usaha (Musvira et al., 2022).

Transformasi digital telah menyebabkan perubahan besar dalam cara pengelolaan usaha mikro. Platform media sosial berfungsi sebagai alat utama untuk inovasi masyarakat digital dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan posisi bersaing, dan memperkuat ketahanan usaha mikro (Fahmi, 2025). Namun demikian, tidak semua pelaku usaha mikro mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan teknologi, maupun infrastruktur pendukung. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian pelaku usaha belum mampu memanfaatkan peluang pemasaran digital secara maksimal untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Digital marketing menjadi salah satu faktor yang diduga memengaruhi pendapatan usaha mikro berbasis produk rumah tangga.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Arniyasa & Karmini, 2023) dengan judul "Pengaruh Modal Usaha, Tenaga Kerja, dan Penggunaan E-commerce Terhadap Pendapatan UMKM Bidang Kuliner di Kota Denpasar" menyatakan bahwa hasil pengolahan data dan pengujian secara simultan menunjukkan bahwa modal, tenaga kerja, dan penggunaan e-commerce berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM bidang kuliner di Kota Denpasar. Penelitian yang dilakukan (Susanti et al., 2025) dengan judul "Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Modal Usaha, Dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Umkm Kuliner Di Kota Jambi" menyatakan bahwa variabel modal usaha dan tenaga kerja berpengaruh secara signifikan, dengan penggunaan media sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan UMKM Kuliner di Kota Jambi.

JUMPER
Jurnal Manajemen dan Pemasaran
ISSN : 2985 – 492X
Vol 4 , No 2, Tahun 2026
Halaman : 212- 221
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jumper

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu tersebut menunjukkan bahwa faktor modal usaha dan tenaga kerja secara umum memiliki pengaruh terhadap pendapatan UMKM, namun pengaruh pemanfaatan teknologi digital masih menunjukkan hasil yang berbeda. Penelitian (Arniyasa & Karmini, 2023) menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce berpengaruh terhadap pendapatan UMKM, sedangkan penelitian (Susanti et al., 2025) menemukan bahwa penggunaan media sosial belum memberikan pengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara pemanfaatan teknologi digital dan peningkatan pendapatan usaha masih menjadi isu yang perlu dikaji lebih lanjut, terutama pada karakteristik usaha mikro berbasis produk rumah tangga.

Penelitian terdahulu lebih banyak dilakukan pada wilayah perkotaan dengan karakteristik UMKM yang relatif berkembang, sedangkan penelitian mengenai usaha mikro berbasis produk rumah tangga pada wilayah kabupaten seperti Kabupaten Asahan masih relatif terbatas. Karakteristik usaha mikro di daerah memiliki perbedaan dalam aspek modal, tenaga kerja keluarga, kemampuan pemasaran, serta tingkat adopsi teknologi digital. Penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan usaha mikro berbasis produk rumah tangga di Kabupaten Asahan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menggunakan indikator penggunaan e-commerce atau media sosial secara parsial, penelitian ini menggunakan konsep digital marketing yang lebih luas meliputi pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi, komunikasi pelanggan, dan perluasan pasar. Penelitian ini memiliki kebaruan karena mengkaji usaha mikro berbasis produk rumah tangga pada wilayah Kabupaten Asahan yang memiliki karakteristik berbeda dibandingkan UMKM perkotaan, terutama dalam aspek keterbatasan modal, penggunaan tenaga kerja keluarga, dan kemampuan adopsi teknologi digital.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa usaha mikro berbasis produk rumah tangga memiliki peranan penting dalam mendukung perekonomian masyarakat Kabupaten Asahan, namun peningkatan jumlah unit usaha belum sepenuhnya diikuti dengan peningkatan pendapatan pelaku usaha. Faktor modal usaha, tenaga kerja, dan digital marketing diduga memiliki peranan dalam menentukan keberhasilan usaha mikro. Adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh pemanfaatan teknologi digital serta keterbatasan kajian pada usaha mikro berbasis produk rumah tangga di Kabupaten Asahan menjadi dasar dilakukannya penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal usaha, tenaga kerja, dan digital marketing terhadap pendapatan usaha mikro berbasis produk rumah tangga di Kabupaten Asahan.

MetodePenelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini melibatkan satu variabel dependen yaitu Pendapatan Usaha (Y) dan tiga variabel independen yaitu Modal Usaha (X1), Tenaga Kerja (X2), dan Digital Marketing (X3). Data penelitian menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku usaha mikro berbasis produk rumah tangga di Kabupaten Asahan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh usaha mikro di Kabupaten Asahan tahun 2025 sebanyak 15.447 unit usaha berdasarkan data Dinas Koperasi, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Asahan. Mengingat tidak tersedianya data spesifik mengenai jumlah usaha mikro berbasis produk rumah tangga, maka penentuan responden dilakukan

JUMPER
Jurnal Manajemen dan Pemasaran
ISSN : 2985 – 492X
Vol 4 , No 2, Tahun 2026
Halaman : 212- 221
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jumper

menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria yaitu usaha aktif, berlokasi di Kabupaten Asahan, bergerak pada bidang produk rumah tangga khususnya makanan, minuman, dan produk olahan, serta telah menjalankan usaha minimal satu tahun.

Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Tahapan analisis meliputi uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastiitas. Pengujian hipotesis dilakukan melalui Analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh Modal Usaha, Tenaga Kerja, dan Digital Marketing terhadap Pendapatan Usaha Mikro, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta analisis koefisien determinasi (R^2).

Hasil dan Pembahasan

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Di bawah ini ditampilkan hasil dari pengujian tersebut:

Tabel 1: Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		6.06877877
Most Extreme Differences	Absolute		.046
	Positive		.046
	Negative		-.035
Test Statistic			.046
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.200[d]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e]	Sig.		.880
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.872
		Upper Bound	.889

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 475497203.

Dari hasil output tersebut, nilai asymp. sig (2-tailed) menunjukkan angka 0.200 > 0.05. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, data dianggap berdistribusi normal, dengan demikian, asumsi normalitas yang diperlukan dalam model regresi telah terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) Di bawah ini ditampilkan hasil dari pengujian tersebut:

Tabel 2: Uji Multikolinearitas
Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Modal Usaha	.458	2.184
	Tenaga Kerja	.517	1.934
	Digital Marketing	.486	2.057

a. Dependent Variable: Pendapatan

JUMPER
Jurnal Manajemen dan Pemasaran
ISSN : 2985 – 492X
Vol 4 , No 2, Tahun 2026
Halaman : 212- 221
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jumper

Kriteria pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas adalah nilai tolerance harus lebih besar dari 0.1 dan nilai VIF kurang dari 10. Berdasarkan output di atas, Variabel Modal Usaha memperoleh nilai tolerance (0.458 > 0.1) dengan VIF (2.184 < 10) variabel Tenaga Kerja memiliki nilai tolerance (0.517 > 0.1) dengan VIF (1.934 < 10) sedangkan variabel Digital Marketing memiliki nilai tolerance (0.486 > 0.1) dengan VIF (2.057 < 10). Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi, sehingga model penelitian dapat dilanjutkan pada tahap pengujian hipotesis.

Uji Heteroskedastisitas

Salah satu cara alternatif untuk menguji hal ini adalah melalui uji Glejser. Di bawah ini ditampilkan hasil dari pengujian tersebut:

Tabel 3: Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-3.545	2.159		-1.642	.104
	Modal Usaha	.065	.076	.118	.854	.395
	Tenaga Kerja	.112	.060	.246	1.883	.063
	Digital Marketing	.045	.076	.081	.600	.550

a. Dependent Variable: ABS_RES

Hasil uji glejtser pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk Modal Usaha (0.395 > 0.05), Tenaga Kerja (0.063 > 0.05) dan Digital Marketing (0.550 > 0.05) Karena nilai signifikansi variabel independen tersebut lebih besar dari 0.05 dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas pada data.

Uji Regresi Linear Berganda

Di bawah ini ditampilkan hasil dari pengujian tersebut:

Tabel 4: Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.243	3.753		1.397	.166
	Modal Usaha	1.087	.132	.886	8.215	<.001
	Tenaga Kerja	-.040	.103	-.039	-.382	.703
	Digital Marketing	-.374	.132	-.298	-2.844	.005

a. Dependent Variable: Pendapatan

Persamaan regresi linear berganda yang diperoleh dalam penelitian ini adalah: 5.243 + 1.087X1 - 0.40X2 - 0.374X3. Adapun analisisnya adalah:

1. Variabel Modal Usaha memiliki koefisien regresi positif sebesar 1.087 memiliki arti bahwa jika Modal Usaha meningkat sebesar 1 persen, maka Pendapatan akan meningkat sebesar 1.087 persen, begitu juga sebaliknya.
2. Variabel Tenaga Kerja memiliki koefisien regresi negatif sebesar (-0.040) memiliki arti bahwa jika Tenaga Kerja meningkat sebesar 1 persen, maka Pendapatan akan menurun sebesar 0.040 persen, begitu juga sebaliknya.

JUMPER
Jurnal Manajemen dan Pemasaran
ISSN : 2985 – 492X
Vol 4 , No 2, Tahun 2026
Halaman : 212- 221
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jumper

3. Variabel Digital Marketing memiliki koefisien regresi negatif sebesar (-0.374) memiliki arti bahwa jika Digital Marketing meningkat sebesar 1 persen, maka Pendapatan akan menurun sebesar 0.374 persen, begitu juga sebaliknya.

Uji Simultan (F test)

Di bawah ini ditampilkan hasil dari pengujian tersebut:

Tabel 5: Uji Simultan (F test)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3484.862	3	1161.621	30.584	<.001[b]
	Residual	3646.178	96	37.981		
	Total	7131.040	99			

a. Dependent Variable: Pendapatan
b. Predictors: (Constant), Digital Marketing, Tenaga Kerja, Modal Usaha

Hasil uji simultan (F test) menunjukkan nilai Fhitung sebesar 30.584 dan nilai Ftabel sebesar 2.70, sehingga Fhitung > Ftabel (30.584 > 2.70) dan nilai signifikansi < 0.001 < 0.05, maka H0 ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian, Modal Usaha, Tenaga Kerja, dan Digital Marketing secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Usaha Mikro Berbasis Produk Rumah Tangga di Kabupaten Asahan.

Uji Parsial (T test)

Di bawah ini ditampilkan hasil dari pengujian tersebut:

Di bawah ini ditampilkan hasil dari pengujian tersebut:

Tabel 6: Uji Parsial (T test)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.243	3.753		1.397	.166
	Modal Usaha	1.087	.132	.886	8.215	<.001
	Tenaga Kerja	-.040	.103	-.039	-.382	.703
	Digital Marketing	-.374	.132	-.298	-2.844	.005

a. Dependent Variable: Pendapatan

Berdasarkan hasil uji parsial (t test) diketahui:

1. Nilai thitung variabel Modal Usaha sebesar 8.215 sedangkan nilai ttabel sebesar 1.66088 maka thitung > ttabel (8.215 > 1.66088). Nilai signifikansi Modal Usaha sebesar < 0.001 < 0.05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, Modal Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Usaha Mikro Berbasis Produk Rumah Tangga di Kabupaten Asahan.
2. Nilai thitung variabel Tenaga Kerja sebesar -0,382, sedangkan nilai ttabel sebesar 1,66088 maka |thitung| < ttabel (0.382 < 1.66088). Nilai signifikansi 0.703 > 0.05, maka H_0 diterima dan H_2 ditolak. Dengan demikian, Tenaga Kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Usaha Mikro Berbasis Produk Rumah Tangga di Kabupaten Asahan.
3. Nilai thitung variabel Digital Marketing sebesar -2.844, sedangkan nilai ttabel sebesar 1.66088 maka |thitung| > ttabel (2.844 > 1.66088). Nilai signifikansi 0.005 < 0.05, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dengan demikian, Digital Marketing berpengaruh

ISSN : 2985 – 492X
Vol 4 , No 2, Tahun 2026
Halaman : 212- 221
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jumper

signifikan terhadap Pendapatan Usaha Mikro Berbasis Produk Rumah Tangga di Kabupaten Asahan.

Uji Koefisien Determinasi (R2)

Di bawah ini ditampilkan hasil dari pengujian tersebut:

Tabel 7: Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.699[a]	.489	.473	6.163

a. Predictors: (Constant), Digital Marketing, Tenaga Kerja, Modal Usaha
b. Dependent Variable: Pendapatan Usaha

Beracuan pada R Square (Model Summery) yang ada dalam hasil output regresi diketahui hasilnya adalah 0.489 (48.9%) sehingga, dapat dijelaskan bahwa variabel Modal Usaha, Tenaga Kerja dan Digital Marketing memberikan pengaruh secara bersama-sama sebesar 48.9% terhadap variabel Pendapatan sedangkan sisanya sebesar 51,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian, seperti kualitas produk, kemampuan manajerial, pengalaman usaha, inovasi produk, lokasi usaha, jaringan pemasaran, tingkat persaingan, akses pembiayaan, serta kondisi ekonomi masyarakat.

Pengaruh Modal Usaha Terhadap Pendapatan

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa Modal Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Usaha Mikro Berbasis Produk Rumah Tangga di Kabupaten Asahan. Semakin besar modal usaha yang dimiliki pelaku usaha mikro, maka semakin tinggi pendapatan yang diperoleh. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pratama et al., 2025) yang menyatakan bahwa Modal Usaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pada UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Sunggal. Modal usaha memungkinkan pelaku usaha meningkatkan kapasitas produksi, menyediakan bahan baku yang lebih memadai, memperbaiki kualitas produk, serta memperluas kegiatan pemasaran sehingga mampu meningkatkan penjualan dan pendapatan usaha mikro berbasis produk rumah tangga di Kabupaten Asahan. Ketersediaan modal yang memadai memungkinkan pelaku usaha meningkatkan kapasitas produksi sehingga mampu memenuhi permintaan konsumen dalam jumlah yang lebih besar. Selain itu, modal juga memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk memperbaiki kualitas produk melalui penggunaan bahan baku yang lebih baik, inovasi kemasan, maupun penerapan teknologi sederhana dalam proses produksi. Kondisi tersebut pada akhirnya akan meningkatkan daya saing produk di pasar sehingga berdampak pada peningkatan volume penjualan dan pendapatan usaha.

Pengaruh Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa Tenaga Kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Usaha Mikro Berbasis Produk Rumah Tangga di Kabupaten Asahan. Jumlah tenaga kerja yang digunakan belum mampu meningkatkan pendapatan usaha mikro berbasis produk rumah tangga di Kabupaten Asahan secara nyata. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Nugroho & Siregar, 2025) yang menyatakan bahwa tenaga kerja tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan UMKM selama pandemi COVID-19 di Kelurahan Alalak Utara Kota Banjarmasin.

ISSN : 2985 – 492X
Vol 4 , No 2, Tahun 2026
Halaman : 212- 221
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jumper

Kondisi tersebut dapat disebabkan karena sebagian besar usaha mikro berbasis produk rumah tangga masih dikelola secara sederhana dengan melibatkan anggota keluarga sebagai tenaga kerja utama. Dalam kondisi demikian, penambahan jumlah tenaga kerja tidak selalu diikuti oleh peningkatan produktivitas, karena sistem kerja masih bersifat tradisional, pembagian tugas belum optimal, serta penggunaan teknologi produksi masih terbatas. Akibatnya, tambahan tenaga kerja belum mampu menghasilkan peningkatan output yang signifikan. Selain itu, karakteristik usaha mikro yang memiliki skala produksi relatif kecil menyebabkan kebutuhan tenaga kerja juga masih terbatas. Peningkatan pendapatan lebih banyak ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola modal, meningkatkan kualitas produk, dan memperluas pasar dibandingkan dengan menambah jumlah tenaga kerja. Efektivitas tenaga kerja lebih penting dibandingkan kuantitas tenaga kerja yang digunakan.

Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa koefisien regresi Digital Marketing bernilai negatif (-0.374), sehingga menunjukkan arah hubungan yang negatif. Artinya, dalam model penelitian ini, peningkatan skor Digital Marketing diikuti dengan penurunan pendapatan usaha mikro berbasis produk rumah tangga di Kabupaten Asahan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan digital marketing oleh responden belum mampu meningkatkan pendapatan secara optimal. Kondisi tersebut dapat disebabkan oleh keterbatasan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital, rendahnya efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan, atau penggunaan media digital yang belum diimbangi dengan kualitas produk, pelayanan, dan perluasan pasar. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fadhilah & Mustikawati, 2024) yang menyatakan bahwa Digital Marketing berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Pendapatan UMKM.

Kesimpulan

Modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha mikro berbasis produk rumah tangga di Kabupaten Asahan. Tenaga kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan, sedangkan digital marketing berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan usaha. Secara simultan, modal usaha, tenaga kerja, dan digital marketing berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha mikro dengan kemampuan menjelaskan variasi pendapatan sebesar 48.9%, sedangkan 51.1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Referensi

Armasa, V. S. P., Abu, I., Permatasari, I., & Rahayu, V. P. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Pendapatan pada Pelaku UMKM. Educational Studies: Conference Series, 5(1), 44–51.

Arniyasa, P. Y. P., & Karmini, N. L. (2023). Pengaruh Modal Usaha, Jam Kerja, dan Teknologi Terhadap Pendapatan UMKM Bidang Kuliner di Kota Denpasar. Public Service And Governance Journal, 4(2), 139–149. https://doi.org/10.61292/birev.191

Aziz, M. I. A., & Setiawan, N. (2025). Peran Modal Usaha dan Strategi Pemasaran dalam Mendukung Pengembangan UMKM di Desa Sobontoro , Kecamatan Balen , Kabupaten Bojonegoro. Jurnal Pengabdian Masyarakat Al-Fatimah, 2(1), 87–96.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Asahan. (2025). Ekonomi Kabupaten Asahan Tahun 2024 Tumbuh Sebesar 4,68 Persen. https://asahankab.bps.go.id/id/pressrelease/2025/03/05/172/ekonomi-kabupaten-asahan-tahun-2024-tumbuh-sebesar-4-68-persen.html

Dinas Koperasi Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Asahan. (2025). Jumlah Usaha Mikro. https://satudata.asahankab.go.id/no/dataset/jumlah-usaha-mikro

ISSN : 2985 – 492X
Vol 4 , No 2, Tahun 2026
Halaman : 212- 221
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jumper

Fadhilah, S. N., & Mustikawati, R. I. (2024). Literasi Keuangan, Digital Marketing, Inovasi Produk dan Kebijakan Pemerintah Terhadap Pendapatan UMKM. Journal of Accounting, EconomicsAnd Business Eeducation, 2(2), 221–232. https://doi.org/10.62794/jaebe.v2i2.3729

Fahmi, F. (2025). Inovasi Usaha Mikro Masyarakat Digital Melalui Media Sosial. Al Ikhlas Jurnal Pendidikan Agama Islam, 2(2), 1–13. https://doi.org/10.64677/ppai.v2i2.340

Fatah, A., Nabilah, I., Naim, N., & Walipah, W. (2025). Peran Usaha Mikro dalam Meningkatkan Kesejahteraan Sosial dan Ekonomi Masyarakat Yogyakarta. Jurnal Manejemen, Akuntansi Dan Pendidikan (JAMAPEDIK), 2(1), 106–114. https://doi.org/10.59971/jamapedik.v2i1.203

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2023). Tingkatkan Inklusi Keuangan bagi UMKM melalui Pemanfaatan Teknologi Digital, Pemerintah Luncurkan Program PROMISE II Impact. https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4980/tingkatkan-inklusi-keuangan-bagi-umkm-melalui-pemanfaatan-teknologi-digital-pemerintah-luncurkan-program-promise-ii-impact

Musvira, M., Natsir, M., & Asizah, N. (2022). Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, dan Marketplace terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah: Pengalaman dari Kota Kendari Sulawesi Tenggara. Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis, 18(2), 66–72. https://doi.org/10.26714/vameb.v18i2.10214

Nugroho, A. D., & Siregar, S. (2025). Pengaruh Faktor Modal, Tenaga Kerja, Jam Kerja, dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Alalak Utara, Kota Banjarmasin Selama Pandemi Covid-19. JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan, 8(1), 165–178. https://doi.org/10.20527/jiep.v8i1.528

Otoritas Jasa Keuangan. (2024). Roadmap Pengembangan dan Penguatan Lembaga Keuangan Mikro 2024-2028. In Otoritas Jasa Keuangan.

Pane, A. S. A. S., Purba, A. T., Putri, H. R., & Harahap, L. M. (2025). Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) dalam Perekonomian Indonesia. JPIM: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner, 02(01), 122–129.

Pratama, R., Ramadhan, A., & Hasanah, U. (2025). Pengaruh lama usaha, modal usaha dan inovasi terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Medan Sunggal. Journal of Economics Research and Policy Studies, 5(2), 515–531. https://doi.org/10.53088/jerps.v5i2.2027

Susanti, N. R., Rosmeli, R., & Nurhayani, N. (2025). Pengaruh Penggunaan Media Sosial , Modal Usaha , Dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan UMKM Kuliner di Kota Jambi. Jurnal Riset Multidisiplin, 2(10), 964–978. https://doi.org/10.71282/jurmie.v2i10.1088

Zaenab, S., & Karneriadi, M. (2026). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Prinsip Syariah Melalui Penguatan Usaha Mikro di Era Digital. Bale Ngabdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5(1), 77–85. https://doi.org/10.51806