

PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP PENDAPATAN UMK NASABAH KSU JAFAR MEDIKA SYARIAH KARANGANYAR

Hapsari Ayu Puspita¹⁾, Eni Setyowati²⁾

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta
E-mail: b300210084@student.ums.ac.id

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta
E-mail: es241@ums.ac.id

Abstract

The dynamics of the national economy greatly influence national economic growth, because the small and medium-sized business sector is largely responsible for local economic growth. The local and national economy depends on companies that fall into the category of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). Financing is one of the tasks of cooperatives, namely providing facilities for providing funds to meet needs. Like the activities of cooperatives, Islamic microfinance institutions collect funds in the form of savings and distribute funds in the form of loans or financing for businesses using a buying and selling system, profit sharing or services. This study aims to study the role of Islamic cooperatives in increasing the income and welfare of MSMEs. This study will conduct a study of KSU Jafar Medika Karanganyar and MSME entrepreneurs, and will use quantitative methods to collect and analyze data. The results are expected to provide new insights into how Islamic cooperatives can be implemented and developed to support the growth and welfare of small and medium enterprises. This study uses a quantitative research method with data analysis using OLS (Ordinary Least Square) regression.

Keywords : Digital Marketing, Capital, Age, Education, Income

1. PENDAHULUAN

Pendapatan, kesejahteraan, dan kesehatan suatu negara dapat menunjukkan perkembangan ekonominya. Sangat penting untuk menjaga kesejahteraan negara. Alasannya adalah bahwa bila sebuah negara tak makmur, perlu adanya upaya mengembangkan dan meningkatkannya, jika suatu negara sehat dan sejahtera maka pendapatannya meningkat, dan ketika pendapatan naik, penduduknya pun akan makin bisa tercapai kesehatan dan kesejahteraannya. Itulah mengapa, tiap perkembangan negara dilandasi penduduknya itu sendiri. Koperasi syariah ialah instansi yang bisa menjadi entitas yang memberi bantuan untuk para pelaku usaha. Sebab, instansi ini bisa memberi modal bagi siapapun yang hendak berwirausaha dan masih memerlukan modal untuk memulai. Pemberian modal ini mempunyai sejumlah persyaratan, seperti dari bentuk usahanya yang tak bertentangan dengan nilai Islam. Keberadaan koperasi berbasis islam ini bisa mendorong banyak individu membangun usaha dan mendorong mereka lebih sejahtera. Sebab, dengan modal yang memadai, pelaku usaha bisa mengembangkannya agar menjadi bisnis yang bisa mendorong pendapatannya. Koperasi syariah juga bisa mendorong roda ekonomi lebih melaju pada sebuah negara (Zahara et al., 2023). Koperasi simpan pinjam ialah lembaga keuangan yang menghimpun uang dari anggota, yang nantinya bisa dipinjam anggotanya yang lain. Didirikannya koperasi ini ialah bertujuan sebagai usaha saling memberi bantuan guna mencukupi kebutuhan dan menjalin kerja sama guna meraih suatu tujuan berasaskan kekeluargaan (Fitri et al., 2022).

Koperasi syariah sangat penting untuk mengembangkan sektor riil, terutama untuk usaha skala mikro dan berdasarkan nilai syariah. Koperasi adalah entitas yang bisa membantu individu

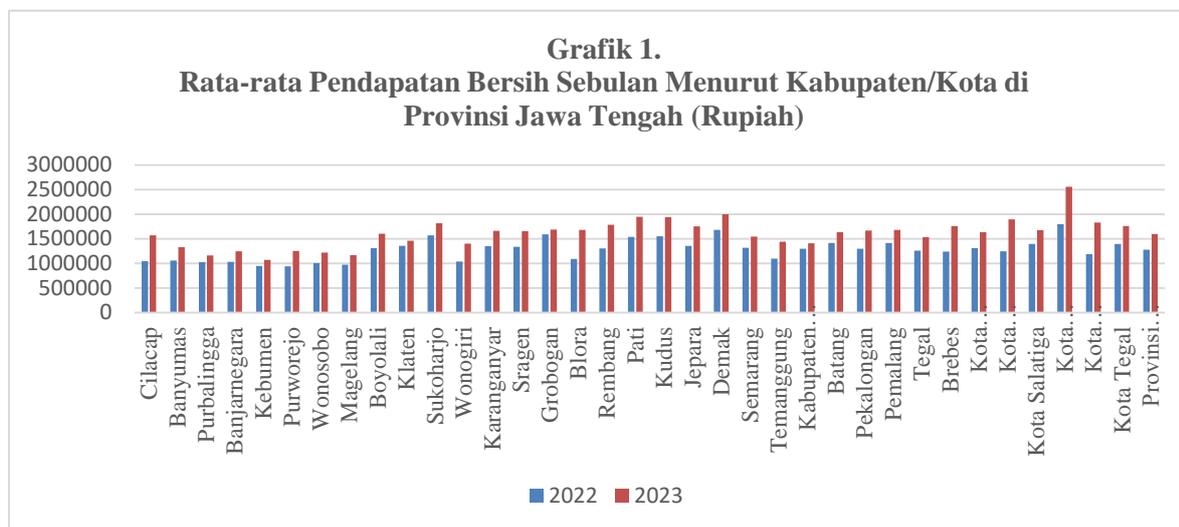
yang belum mempunyai kecukupan melalui penerapan nilai-nilai keislaman yang berkeadilan, bersama, kekeluargaan, hingga kemakmuran kolektif. Besar simpanan pokok, yang menjadi simpanan pertama anggotanya, tetap sama dan tidak dapat dibagi antara anggota. KSPPS memainkan peranan selaku entitas yang tak sebatas mencari keuntungan dari segi finansial, tapi pula peranan dalam aspek sosial, supaya tak terjadi konsentrasi uang dan harta pada segelintir individu, yakni melalui lembaga yang kekayaan itu didistribusikan dengan setara dan berkeadilan (Lesmana et al., 2024). Temuan studi terdahulu membuktikan, koperasi memainkan peranan untuk menjadi alternatif menyelesaikan masalah perekonomian dikarenakan bisa mendorong masyarakat menaikkan penghasilan dan kesejahteraannya (R. D. Putri et al., 2023).

Menurut Lesmana et al., (2024) pembiayaan termasuk tanggung jawab koperasi, yakni pemberian pendanaan guna mencukupi dana yang dibutuhkan anggotanya. Sama belaka dengan aktivitas koperasi lembaga keuangan mikro syariah menghimpun uang dalam bentuk simpanan dan pendistribusian dana dalam bentuk pinjaman ataupun pembiayaan guna mendukung bisnis melalui mekanisme jual beli, bagi hasil ataupun jasa. Minimnya keterjangkauan modal/pembiayaan termasuk kendala pokok terhambatnya UMKM lebih bertumbuh dan berkembang dikarenakan lembaga keuangan yang ada beranggapan jaminannya dari para pelaku UMKM tak memenuhi kelayakan, yang membuat proses produksinya kerap berisiko dan berjalan tak stabil yang kemudian mengakibatkan gagalnya pelaku usaha dalam melunasi kreditnya. Permasalahan keterjangkauan mendapat pinjaman ini makin diperparah melalui realita UMKM yang dikembangkan pihak-pihak yang tak menempuh pendidikan memadai, sehingga tak cukup berani mengakses layanan finansial dari lembaga keuangan konvensional (Putri Hapsari & Nahdiatul Hasanah, 2017).

Dinamika perekonomian nasional sangat berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi nasional, karena sektor bisnis berskala kecil dan menengah sebagian besar bertanggung jawab atas pertumbuhan ekonomi lokal. Perekonomian lokal dan nasional bergantung pada entitas bisnis yang dikategorikan merupakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki kemampuan untuk pilar utama struktur perekonomian rakyat guna megentaskan garis kemiskinan dan banyaknya penduduk yang menganggur. Di samping hal tersebut, UMKM juga memainkan peranan membagi hasil pembangunan. Eksistensi bisnis kecil ini demikian krusial pada peta ekonomi nasional (Aprilyan et al., 2022). UMKM dapat menampung pegawai yang pendidikannya kurang memadai dan menjalankan usahanya, baik kecil, menengah, ataupun atas, baik yang dijalankan konvensional maupun digital. Sektor UMKM memproduksi beragam barang yang dibutuhkan banyak pihak guna memenuhi kebutuhannya. Namun, UMKM kerap mengalami masalah dari mulai belum maksimalnya pemasaran secara daring, kurangnya oendanaan guna menjalankan bisnis, inefisiensi terkait tata kelola keuangannya (Aji & Listyaningrum, 2021).

UMKM senantiasa menyumbang kepada sektor ekonomi dari mulai regional hingga nasional melalui keberadaan dan ketangguhannya. Pertama, UMKM tak mempunyai utang luar negeri yang memungkinkan keberhasilannya tercapai. Kedua, UMKM pada sejumlah sektor dari mulai perdagangan, industri rumahan, pertanian, dan sebagainya tak menggantungkan pada pasokan material dari luar negeri. UMKM mempergunakan bahan baku lokal yang didapat melalui lingkungan yang ada di sekitarnya. Ketiga, UMKM berkontribusi pada sektor ekonomi nasional dikarenakan banyak di antara mereka prioritas untuk mengekspor. Sumbangsing UMKM kepada PDB ada di kisaran 54% sampai 57% dan berkontribusi menyerap pekerja mencapai 96% (Himma Arasy Attamimi et al., 2023). UMKM memerlukan pendanaan yang memadai guna mempertahankan produktivitas operasionalnya guna mencukupi permintaan masyarakat. Melalui peningkatan pendanaan UMKM, tentu bisa memperlebar potensi melakukan perluasan pasar dikarenakan terjadi peningkatan produksinya. Koperasi termasuk lembaga keuangan yang

menyediakan akses modal untuk UMKM (Himma Arasy Attamimi et al., 2023). Ketentuan bisnis dikategorikan sebagai Usaha Mikro Kecil (UMK) diregulasi melalui UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM ini dibagi menurut jumlah laba bersihnya dan jasil penjualannya. UMKM dengan aset bersih maksimalnya mencapai Rp 50 juta, tak termasuk tanah dan bangunan bisnisnya, dengan perolehan penjualan tiap tahun tertinggi mencapai Rp 300 juta. Lebih lanjut, UMKM yang aset bersihnya mencapai Rp 50 juta hingga 500 juta, tak termasuk tanah dan bangunan bisnisnya, dengan perolehan penjualan tiap tahunnya melebihi Rp 300 juta sampai tertinggi Rp 2,5 miliar.



Sumber: Badan Pusat Statistik

Penghasilan bisnis merupakan misi utama untuk UMKM guna melakukan pengembangan bisnisnya. Pelaku ekonomi kreatif terus berinovasi guna memicu daya taik pelanggan. Inovasi inilah yang bisa memicu kenaikan pendapatan bisnisnya yang dijalankan. Pendapatan ini berbentuk uang ataupun barang yang didapat dari pihak lainnya ataupun konsumen. Makin besarnya pendapatan bisnis yang didapat, makin besar juga keterampilan bisnis guna mencukupi selur uh pembiayaan dan operasional yang dijalankan, dikarenakan pendapatan bisnis memengaruhi keberlangsungan bisnis (Alifiana et al., 2021). Penjualan barang atau jasa oleh suatu perusahaan menghasilkan pendapatan. Pendapatan memainkan peran krusial pada sebuah bisnis karena menunjukkan apakah perusahaan tersebut berkembang atau tidak. Kita dapat melihat kemajuan suatu bisnis jika pendapatannya tinggi. Usia, modal operasional, jam kerja, lamanya bisnis, dan tingkat pendidikan merupakan aspek-aspek dalam bisnis perdagangan yang dapat menentukan berapa banyak pendapatan yang dihasilkan (Febriani & Setyowati, 2023).

Satu di antara aspek kunci yang memengaruhi UMKM ialah modal kerja. Modal kerja yang memadai membuat UMKM bisa mengoperasionalkan bisnisnya secara optimal, menstok bahan baku, dan mempergunakan kesempatan yang tersedia. Namun begitu, terdapat sebagian pelaku UMKM yang sulit menjangkau modal kerja yang mencukupi, yang kemudian memengaruhi kapabilitas dalam mengembangkan diri dan berkompetisi (Sinaga et al., 2024). Modal usaha adalah sumber daya yang dikumpulkan pelaku bisnis untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnis mereka, baik berbentuk harta pribadi ataupun pinjaman dari entitas lainnya. Ketika diatur dengan benar dan tepat, suatu bisnis akan berkembang dengan cepat, tetapi ketika ada hambatan terkait modal kerjanya, usaha pun bisa mengalami hambatan lebih besar. Sebuah bisnis membutuhkan modal yang memadai supaya usahanya bisa dijalankan dengan optimal dan terus mengalami perkembangan. Berkaitan dengan modal dan pendapatan UMKM,

diungkapkan bila modal bisnis memengaruhi secara krusial terkait perkembangan UMKM, dengan modalnya yang memadai guna menjlankan bisnis dan kemudahan mengakses modal itu, tentu bisa meningkatkan dan mengembangkan usahanya (Aji & Listyaningrum, 2021).

Digital marketing (pemasaran digital) ialah usaha guna memasarkan produk melalui wahana jejaring internet dengan berbagai strategi dan media digital yang ditujukan dalam rangka menjalin komunikasi dan koneksi dengan pelanggan dan sasaran pasarnya (Saifuddin, 2021). Melalui pemasaran digital, menjadikan upaya penjualan UMKM bisa lebih luas, yang tentu dapat memperoleh pelanggan lebih luas dan mendorong mereka membeli produk yang dipasarkan. Dengan mendesain media sosial agar interaktif, ditata, dan menimbulkan kesan baik, harapannya bisa menarik pelanggan melakukan pembelian produk. Namun, realitanya banyak pelaku UMKM yang usianya udah cukup lanjut yang kemudian membuatnya kesulitan menyesuaikan kemajuan pemasaran digital di era sekarang. Itulah mengapa banyak di antara pelaku UMKM yang tak bisa masuk melalui wahana digital dalam memasarkan produknya membuat pendapatannya turun dan kurang memadai dibanding UMK yang sudah masuk keranah digital. Digitalisasi juga memicu kemalasan untuk mereka yang keluar rumah guna membeli produk tertentu, yang mayoritas lebih cenderung membelinya dengan cara daring, sekalipun barang tersebut mempunyai kualitas yang tak sebgus barang yang dijual secara langsung (Nasution et al., 2023). Saat ini, terdapat berbagai metode penjualan digital yang memungkinkan transaksi tanpa perlu pertemuan langsung antara penjual dan pembeli. Salah satu bentuknya adalah pasar digital (marketplace) seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan sebagainya. Selain *marketplace*, ada pula metode penjualan digital lainnya, yaitu *e-commerce*, yang merupakan sebuah situs web yang dibuat oleh penjual dan dipergunakan dalam rangka pemasaran produk secara langsung terhadap pelanggan melalui platform online (Hutagaol et al., 2024).

Koperasi Simpan Pinjam dan Pcmbiayaan Syariah Jafar Medika Kabupaten Karanganyar terletak di Kecamatan Mojogedang Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Koperasi ini memainkan peranan krusial untuk kelangsungan anggotanya dalam rangka menyejahterakan mereka khususnya bagi terkait wirausaha yang dijalankan. Koperasi Jafar Medika Syariah Karanganyar ini didirikan di lingkungan masyarakat yang berkeinginan memperbaiki ekonomi mereka dan melakukan pengembangan UMKM. Aktivitas yang berjalan di Koperasi Jafar Medika Syariah Karanganyar mencakup menghimpun dan menyalurkan dana. Aktivitas menghimpun dana berbentuk produk simpanan yang mempergunakan akad wadiah. Sementara, aktivitas menyalurkan dana berbentuk produk pembiayaan di antaranya pembiayaan murabahah, hingga musyarokah. Kenaikan dan penurunan modal menjadikan pelaku UMKM merasa sulit menjalankan usahanya yang tengah dijalani. Itulah mengapa, kebutuhan modal termasuk keharusan yang perlu diperhitungkan seluruh pelaku UMKM.

Sebagai institusi yang dijalankan sebagaimana nilai syariah, koperasi syariah menawarkan berbagai manfaat bagi UMKM, seperti akses modal yang lebih mudah, pelayanan yang lebih optimal, dan pengembangan usaha yang berkelanjutan. Namun, penelitian yang ada masih kurang terkait peran koperasi syariah terhadap pendapatan dan kesejahteraan UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini diperlukan untuk menambah pengetahuan kita dan memahami lebih baik bagaimana koperasi syariah berkontribusi terhadap. Penelitian ini ditujukan dalam rangka menyelidiki peranan koperasi syariah guna meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan UMKM.

Penelitian ini akan melakukan studi dari KSU Jafar Medika Karanganyar dan pengusaha UMKM, dan akan menggunakan metode kuantitatif untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Hasilnya diharapkan bisa memperkaya wawasan terkait bagaimana koperasi syariah bisa

diterapkan dan dikembangkan untuk mendukung pertumbuhan dan kesejahteraan usaha kecil dan menengah.

Mengacu latar belakang yang dipaparkan, eksistensi lembaga keuangan syariah sekarang sangat diperlukan guna memenuhi kebutuhan publik untuk bertransaksi keuangan, satu di antaranya, yakni bagaimana pengaruh pembiayaan mikro syariah kepada pelaku UMKM, sehingga penulis mempunyai ketertarikan meneliti terkait, “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Umk Nasabah Ksu Jafar Medika Karanganyar”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pendapatan ialah jumlah penghasilan yang didapat pada suatu kurun waktu, yang artinya pendapatan ialah jumlah usaha yang didapat seseorang dalam kurun jangka waktu yang tak tentu sebagai imbalan bisnis ataupun faktor produksi yang telah dijalankan. Pendapatan ini bisa dikatakan menjadi penggambaran seberapa mampunya individu mencukupi kebutuhan materi yang dimiliki pada sebuah kurun waktu. Melalui pendapatan, diartikan bisnis memenuhi kelayakan dijalankan lebih lanjut. Pendapatan juga kerap menjadi parameteri seberapa sejahtera pelaku usaha tertentu dan kesuksesan sektor ekonomi sebuah negara. Pada konteks ini, pendapatan didapat ketika terjadi konversi dari produk/jasa ke dalam bentuk kas maupun aktiva lainnya yang sah (Nia, 2024). Lebih lanjut, indikator pendapatan yakni rerata penerimaan melalui bisnis yang dijalankan, terdapatnya laba yang tinggi, mereka pun bisa lebih sejahtera, pendapatan dapat memenuhi kebutuhan keluarga (Alkumairoh & Warsitasari, 2022).

Modal usaha, yang kerap dikenal dengan investasi, ialah total biaya yang dikeluarkan guna membeli alat produksi dan bahan modal yang ditujukan guna menjalankan produksi barang dan jasa (Hassan et al., 2022). Modal termasuk aspek penting yang menjadi penentu seberapa besar produksi dan pendapatan usaha. Dikarenakan menjadi faktor input pada proses produksi, modal berdampak besar pada pendapatan, sekalipun bukanlah satu-satunya aspek yang memainkan peran guna meningkatkan pendapatan. Tiap bisnis memerlukan modal yang berkelanjutan agar mengalami perkembangan diarekanakn fungsinya menghubungkan peralatan, bahan, dan layanan agar bisa dipergunakan pada proses produksi (Sinaga et al., 2024). Besaran modal bergantung kepada bentuk usahanya, secara umum, publik mengenali jenis usaha mikro, kecil, menengah dan besar dan tiap bisnis membutuhkan modal dengan batasan tertentu. Oleh karenanya, jenis usaha bisa menjadi penentu besaran modal yang dibutuhkan. Lebih lanjut, besaran modal juga berasal dari pengaruh kurun waktu bisnis memproduksi barang yang diinginkan (Riski Wulandari & Hari Subiyantoro, 2023).

Pendidikan ialah upaya secara sengaja dan penuh perencanaan guna menciptakan lingkungan dan proses pembelajaran yang membuat peserta didiknya mengasah bakat dan potensinya dan bertumbuh dari sisi kecerdasan, keterampilan, akhlak, pengendalian diri, kepribadian baik, dan spiritualitas agama (Mas'adah & Astuti, 2022). Tingkat kesadaran finansial seseorang berasal dari pengaruh tingkat pendidikannya, makin tinggi pendidikan seseorang, makin baik juga pemahamannya terkait keuangan. Pendidikan memengaruhi kemampuan berproduksi dan mutu kinerja individu yang juga memengaruhi pendapatannya yang didapat (Azikin et al., 2023).

Digital marketing termasuk wahana yang kini mendapat banyak perhatian dan digunakan beragam masyarakat untuk mendukung keseharian (Saputra et al, 2020). Istilah ini kerap dikenal sebagai pemasaran digital ialah seluruh usaha memasarkan produk melalui jaringan internet dan berbagai strategi dan wahana digital yang ditujukan menjalin komunikasi dengan pelanggannya dan sasaran pasar (A. Putri & Arif, 2023).

Model dalam penelitian ini adalah Koperasi syariah, yang kerap dikenal sebagai sebutan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT), yang memainkan peran selaku lembaga keuangan mikro syariah (LKMS) yang bergerak di sektor industri kecil hingga menengah (Strio et al., 2021). Koperasi bisa menjadi solusi meringankan keadaan penduduk yang terhimpit ekonomi di Kabupaten Karanganyar. Itulah mengapa, koperasi syariah berkaitan dengan masyarakat yang memerlukan pembiayaan guna melakukan pengembangan usahanya. Di samping hal tersebut, koperasi syariah mempunyai beragam peranan mengembangkan UMKM di Kabupaten Karanganyar. Melalui koperasi syariah, bisa memberi bantuan kepada siapa pun pelaku UMKM di Kabupaten Karanganyar yang hendak melakukan pengembangan UMKM yang mereka rintis. Namun, implementasi koperasi syariah yang tak diperkenankan dijalankan ialah pengajuan pinjaman modal kepada rentenir (Hutagalung & Batubara., 2021).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mempergunakan metode penelitian kuantitatif, yang umumnya mempergunakan statistika dalam pengumpulan datanya untuk menghasilkan analisis dan temuan yang diinginkan (Jannah et al., 2017). Jenis datanya berupa data primer. Data primer didapat melalui sumber aslinya. Adapun data yang dimaksud, dapat melalui pelaku UMKM langsung kabupaten Karanganyar yang memanfaatkan pembiayaan dari Koperasi Syariah. Kemudian, yang dijadikan populasinya ialah UMKM Kabupaten Karanganyar. Data yang dipergunakan berupa data cross-section, yakni data dari wilayah berbeda tapi mempergunakan suatu satuan waktu. Data cross-section ini nantinya dilakukan analisis mempergunakan aplikasi SPSS 22. Adapun analisisnya mempergunakan regresi OLS (Ordinary Least Square). Modelnya dirumuskan melalui persamaan berupa:

$$INCOME_i = \beta_0 + \beta_1 AGE_i + \beta_2 EDUC_i + \beta_3 CAP_i + \beta_4 D_i + \varepsilon_i$$

Keterangan:

<i>INCOME</i>	= Pendapatan
$\beta_0, \beta_1-\beta_3$	= Konstanta
<i>AGE</i>	= Usia
<i>EDUC</i>	= Pendidikan
<i>CAP</i>	= Modal
<i>D</i>	= <i>Digital Marketing</i>
ε_i	= <i>error</i>

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Uji multikolenieritas bertujuan untuk memeriksa apakah model regresi menemukan korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan korelasi antar variabel independen (bebas). Hasil dari uji multikolenieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) yang lebih dari 10 diindikasikan suatu variabel bebas terjadi multikolenieritas. Berdasarkan hasil analisis uji multikolenieritas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* Usia, Pendidikan, Modal, dan Digitalisasi lebih dari 0,1 yaitu Usia sebesar 0,448, Pendidikan sebesar 0,571, Modal sebesar 0,938, dan *Digital Marketing* sebesar 0,556 dan demikian pula dengan nilai VIF variabel independen kurang dari 10 yaitu usia sebesar 2,234, pendidikan sebesar 1,750, modal sebesar 1,066, dan digitalisasi sebesar 1,800. Dengan demikian

dapat ditarik kesimpulan dari hasil analisis yaitu model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas diantara variabel independen.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier

Variabel	B	Nilai Sig.t	T
C	5,883	0,000	3,827
Usia	-0,081	0,000	-3,706
Pendidikan	-0,024	0,731	-0,345
Modal	0,132	0,000	3,824
Digital	-0,904	0,047	-2,011
R ²	0,273		
Sig.F	0,000		
F	8,924		

Sumber: Output SPSS 22, 2024

Analisis regresi linear sederhana bertujuan untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Berdasarkan tabel 1, diketahui bahwa nilai koefisien konstanta adalah 5,883 koefisien variabel bebas Usia -0,081 ; Pendidikan sebesar -0,024 ; Modal sebesar 0,132 dan Digitalisasi sebesar -,0904 sehingga diperoleh persamaan regresi linier sederhana adalah :

$$INCOME_i = 5,883 - 0,081AGE_i - 0,024EDUC_i + 0,132CAP_i - 0,904D_i + \varepsilon_i$$

Nilai koefisien dari variabel usia sebesar -0,081 bisa diartikan apabila terdapat hubungan negatif yang signifikan antara variabel usia dan pendapatan. Koefisien regresi sebesar -0,081 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu pada variabel usia dikaitkan dengan penurunan sebesar 0,081 satuan pendapatan. Nilai koefisien dari variabel Pendidikan sebesar -0,024, artinya bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara pendidikan dan pendapatan. Koefisien regresi sebesar -0,024 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu pada variabel pendidikan dikaitkan dengan penurunan sebesar 0,024 satuan pada variabel pendapatan. Nilai koefisien dari variabel Modal sebesar 0,132 artinya bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara modal dan pendapatan. Koefisien regresi sebesar 0,132 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu pada variabel pendidikan dikaitkan dengan peningkatan sebesar 0,132 satuan pada variabel pendapatan. Nilai koefisien dari variabel *Digital Marketing* sebesar -0,904 artinya bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *digital marketing* dan pendapatan. Koefisien regresi sebesar -0,904 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu pada variabel *digital marketing* dikaitkan dengan penurunan sebesar 0,904 satuan pada variabel pendapatan. Dalam menguji signifikannya, dipergunakan kriteria dalam mengambil keputusan berupa:

H_a diterima dan H₀ ditolak, bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ ataupun Sig. $t < \alpha$

H_a ditolak dan H₀ diterima, bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ ataupun Sig. $t > \alpha$

Output yang didapat dari SPSS untuk variable usia mengindikasikan t_{hitung} senilai -3,706 < t_{tabel} 1,660 dan sig. bernilai 0,000 < 0,05, yang diartikan variabel usia berpengaruh positif dan

signifikan terhadap pendapatan. Pada variable pendidikan menunjukkan angka t_{hitung} sebesar $-0,345 < t_{tabel} 1,660$ dan nilai sig. yaitu $0,731 > 0,05$, sehingga variabel pendidikan tidak berpengaruh terhadap pendapatan. Pada variabel modal menunjukkan angka t_{hitung} sebesar $3,824 > t_{tabel} 1,660$ dan nilai sig. yaitu $0,000 < 0,05$ sehingga variabel usia berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan. Pada variabel digitalisasi menunjukkan angka t_{hitung} sebesar $-0,236 < t_{tabel} 1,660$ dan nilai sig. yaitu $0,047 < 0,05$, sehingga variabel digitalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya dalam suatu model regresi. Metode uji yang digunakan adalah metode Glejser. Metode tersebut dilakukan dengan cara meregresikan variabel independen dengan nilai absolut residualnya (ϵ) dimana jika Nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka terjadi gejala heteroskedastisitas, dan jika Nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variabel usia, modal, dan digitalisasi memiliki nilai signifikan lebih besar dari $0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel tersebut terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan nilai signifikan variabel pendidikan $0,731 > 0,05$, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, angka *R Square* menunjukkan koefisien determinasi atau peranan *variance* (variabel independen dalam hubungan dengan variabel dependen) dengan angka *R Square* sebesar $0,273$ menunjukkan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar $27,3\%$. Sisanya $72,7\%$ di jelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Sesuai dengan ketentuan yang ada, maka dapat dilihat pada tabel nilai $F_{hitung} 8,924 > F_{tabel} 2,47$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen secara bersama-sama dan signifikan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara simultan.

3.2. Pembahasan

Besaran koefisien variabel Usia senilai $-3,706 > 1,660$, dan taraf signifikansinya kepada probabilitas senilai $0,000 < 0,05$. Diartikan, variabel usia memengaruhi tingkat pendapatan yang dialami usaha mikro yang ada di Kabupaten Karanganyar (H_1) diterima. Diartikan, usia memengaruhi signifikan kepada tingkat pendapatan pada usaha mikro yang ada di Kabupaten Karanganyar. Temuan tersebut relevan dengan studi dari (Fibryano, 2022) yang membuktikan, adanya hubungan umur memengaruhi negatif dan signifikan kepada tingkat pendapatan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Desanti & Ariusni, 2021) yang menyatakan, saat usia pekerja makin naik, hal tersebut mengakibatkan mereka berupaya menghasilkan pendapatan lebih tinggi dikarenakan kebutuhan dan tanggung jawabnya juga makin besar. Usia yang makin tua mengakibatkan produktivitasnya juga naik dari seorang pekerja, namun saat usia makin tua yang melebihi usia produktif akan membuat produktivitasnya menurun karena keadaan fisiknya yang kurang memadai.

Besaran koefisien variabel pendidikan senilai $-0,345 < 1,660$, dan taraf signifikansinya kepada probabilitas senilai $0,731 > 0,05$. Diartikan, pendidikan memengaruhi tingkat pendapatan yang dialami usaha mikro yang ada di Kabupaten Karanganyar (H_1) ditolak. Diartikan, pendidikan tak memengaruhi dan juga tak signifikan kepada peningkatan pendapatan pada usaha mikro yang ada di Kabupaten Karanganyar. Mengacu temuan yang dihasilkan, pendidikan tak termasuk faktor pokok peningkatan pendapatan karena sekarang banyak pelaku UMKM diharuskan mempunyai kreativitas agar berinovasi terhadap produk dan pemasarannya. Studi terdahulu membuktikan, pendidikan memengaruhi negatif dan tak signifikan kepada pendapatan

UKM, utamanya pada sektor perdagangan (Candra, 2024). Rendah ataupun tingginya pendidikan pelaku UMKM tak memengaruhi pendapatannya. Implikasi yang dihasilkan, tak diperlukan pendidikan tinggi jika sekadar guna mendapat penghasilan yang sama besarnya dengan UMR (Nainggolan 2016).

Besaran koefisien variabel modal senilai $3.824 > 1,684$, dan taraf signifikansinya kepada probabilitas senilai $0,000 < 0,05$. Diartikan, modal memengaruhi peningkatan pendapatan pada usaha mikro yang ada di Kabupaten Karanganyar (H_1) diterima. Diartikan, modal memengaruhi signifikan kepada peningkatan pendapatan pada usaha mikro yang ada di Kabupaten Karanganyar. Temuan tersebut relevan dengan studi (Asyafah & Setyowati, 2023), yang membuktikan hubungan antara modal usaha mikro dengan pendapatan menyatakan bahwa modal usaha memengaruhi signifikan kepada perkembangan usaha. Kurangnya modal kerja untuk pelaku UMKM tentu menjadikan kemampuannyaterbatas dalam menyediakan bahan yang memadai. Temuan studi (Asdani et al., 2020) mengindikasikan, modal usaha memengaruhi signifikan kepada peningkatan pendapatan. Temuan studi (Salim & Rahmadhani, 2024) membuktikan, modal usaha memengaruhi positif kepada pendapatan UMKM makanan dan minuman di Kota Gorontalo, yang diartikan makin besarnya modal yang disiapkan, makin besar pendapatan yang didapat.

Besaran koefisien variabel *digital marketing* ialah $-0,236 < 1,660$, dan taraf signifikansinya kepada probabilitas senilai $0,047 < 0,05$. Diartikan, *digital marketing* memengaruhi peningkatan pendapatan pada usaha mikro yang ada di Kabupaten Karanganyar (H_1) diterima. Diartikan, variabel *digital marketing* memengaruhi signifikan kepada peningkatan pendapatan pada usaha mikro yang ada di Kabupaten Karanganyar. Temuan yang dihasilkan relevan dengan studi (Jasri et al., 2022) *digital marketing* memengaruhi signifikan kepada Pendapatan Pelaku UMKM. Temuan yang dihasilkan tak relevan dengan studi dari (Taher, 2024) yang membuktikan, digital marketing memengaruhi positif dan signifikan kepada pendapatan UMKM. Diartikan, makin tingginya tingkat digital marketing yang diterapkan, pendapatannya pun makin naik.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan di bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa pada analisis uji t, variabel usia, modal, dan digitalisasi berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) anggota KSU Ja'far Medika di Kabupaten Karanganyar, yang artinya yaitu semakin tinggi usia maka semakin besar pendapatan usaha yang didapatkan, semakin besar modal usaha maka semakin besar pendapatan usaha yang di dapatkan, dan semakin mengerti digitalisasi marketing maka semakin besar pendapatan usaha yang didapatkan. Sedangkan pada variabel pendidikan berpengaruh negatif terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kabupaten Karanganyar. Nilai $F_{hitung} 8,924 > F_{tabel} 2,47$. Artinya bahwa semua variabel independen secara bersama-sama dan signifikan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara simultan. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,273, artinya sebesar 27,3% variasi pendapatan dapat dijelaskan oleh variabel usia, pendidikan, modal, *digital marketing* dan sisanya 72,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, A., & Listyaningrum, S. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, dan Teknologi Informasi Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Bantul. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia*, 6, 87–102.
- Alifiana, D., Susyanti, J., & Dianawati, E. (2021). PENGARUH MODAL USAHA, LAMA USAHA DAN JAM KERJA TERHADAP PENDAPATAN USAHA PADA PELAKU EKONOMI KREATIF DI MASA PANDEMI COVID-19 (SUB SEKTOR FASHION-KULINER MALANG RAYA). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 19, 72–81.
- Alkumairoh, A., & Warsitasari, W. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Jam Kerja dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah Pedagang Pasar Gambar Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar. *Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis Islam (SOSEBI)*, 2(2). <https://doi.org/10.21274>
- Aprilyan, Y., Sasanti, E., & Nurabiah. (2022). Yusvita Aprilyan, dkk: Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan..... *Jurnal Risma*, 2, 292–306.
- Asdani, A., Syuliswati, A., & Bakhrudin, B. (2020). Pengaruh Modal Kerja Terhadap Pendapatan Masyarakat Berpendapatan Rendah (Mbr) Di Kota Malang. *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 14(2), 100. <https://doi.org/10.33795/j-adbis.v14i2.95>
- Asyafah, A., & Setyowati, E. (2023). *Analysis of Micro Business Income during the Covid-19 Pandemic in the Muhammadiyah University Surakarta Campus Area*. 1(January), 68–77.
- Azikin, N., Goso, G., Sahrir, S., & Hamid, R. S. (2023). Analisis Dampak Pendapatan, Lama Usaha, Usia Terhadap Literasi Keuangan Pelaku UMKM. *Owner*, 7(3), 2486–2493. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1405>
- Candra, E. (2024). Pengaruh Pembiayaan Mikro Syariah Terhadap Tingkat Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Umkm) Pada Bmt Al-Ammin Kota Pekanbaru. *Ar- Ribhu*, 6(1), 457–466.
- Desanti, G., & Ariusni, A. (2021). Pengaruh Umur, Jenis Kelamin, Jam Kerja, Status Pekerjaan Dan Pendidikan Terhadap Pendapatan Tenaga Kerja Di Kota Padang. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*, 3(4), 17. <https://doi.org/10.24036/jkep.v3i4.12377>
- Febriani, M., & Setyowati, E. (2023). Analysis of Factors Affecting The Income of Street at Karangpandan. In *Asean International Journal of Business* (Vol. 2, Issue 2). Atlantis Press International BV. <https://doi.org/10.54099/aijb.v2i2.643>
- Fibryano, S. (2022). PENGARUH UMUR, PENDIDIKAN, PEKERJAAN TERHADAP PENDAPATAN RUMAH TANGGA MISKIN (STUDI KASUS NEGERI TAWIRI). *Edunomika*, 06(02), 11–22.
- Fitri, N. Fitri R. S., Muin, R., & Malik, A. (2022). PERAN KOPERASI TERHADAP UMKM SELAMA PANDEMI COVID-19: ANALISIS HUKUM EKONOMI SYARIAH. *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(2), 75–80.

<https://doi.org/10.46870/milkiyah.v1i2.239>

- Hassan, S., Setyowati, E., Ramadhani, A. K., & Faridatussalam, S. R. (2022). Analysis of Factors Affecting Production Level of Salt Farmers in Babalan Village, Demak Regency. *Proceedings of the International Conference on Economics and Business Studies (ICOEBS 2022)*, 655(Icoebs), 81–87. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220602.012>
- Himma Arasy Attamimi, Amalia Ayuningtyas, Nailis Syafa Kamila, David Apriyansyah, & Diah Ayu Eka Putri. (2023). Analisis Peran Kontribusi Koperasi Syariah dalam Pengembangan UMKM di Kota Pekalongan. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(4), 48–60. <https://doi.org/10.59841/jureksi.v1i4.368>
- Hutagalung, M. W. R., & Batubara., S. (2021). Peran Koperasi Syariah Dalam Meningkatkan Perekonomian dan Kesejahteraan Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1494–1498. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jiedoi:http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.2878>
- Hutagaol, A., Belcha, D., Damanik, N., Rachel, J., Saragih, S., Wijaya, F., Sihol, R., Sitompul, M., Sugara, W. H., Pratama, L. S., Medan, U. N., Decision, S. S., Kriteria, S., & Decision, S. S. (2024). Analisis pengaruh digitalisasi terhadap umkm di kota medan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 6(3).
- Jannah, K. A. M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Ardiawan, T. M. K. N., & Sari, M. E. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Issue May).
- Jasri, Arfan, N., & Ali Hasan, H. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 6(2), 212–224. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v6i2.1452>
- Lesmana, R., Albayan, A., Sumarna, A., Al-Amar, S., & Subang, I. (2024). PENGARUH PEMBIAYAAN MIKRO SYARIAH TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PADA KSPPS NUSA UMMAT SEJAHTERA KABUPATEN SUBANG. In *Jurnal Al-Amar (JAA)* (Vol. 5, Issue 1).
- Mas'adah, U. K. M., & Astuti, E. B. (2022). Pengaruh Pendapatan, Tingkat Pendidikan, dan Investasi Terhadap Tingkat Literasi Keuangan pada Pelaku UMKM (Studi Kasus UMKM di Kecamatan Juwana Kabupaten Pati). *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 17–27. <https://doi.org/10.31942/akses.v17i2.7462>
- Nasution, I. A., Yafiz, M., & Rahmani, N. A. B. (2023). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kemampuan UMKM dan Kesejahteraan UMKM Pada Koperasi Syariah Kaum Ibu Al-Ikhlas Medan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 905–914. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8568>
- Nia, F. (2024). *PENGARUH MODAL USAHA DAN JAM KERJA TERHADAP PENDAPATAN BERSIH PEDAGANG DI PASAR MARGOREJO KECAMATAN METRO SELATAN KOTA METRO*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO.

- Putri, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan. *Jesya*, 6(1), 194–208. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.915>
- Putri Hapsari, D., & Nahdiatul Hasanah, A. (2017). MODEL PEMBUKUAN SEDERHANA BAGI USAHA MIKRO DI KECAMATAN KRAMATWATU KABUPATEN SERANG. *Jurnal Akuntansi*, 4(2).
- Putri, R. D., -, R.-, & Syahrizal, A.-. (2023). Peran Koperasi Syariah Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil (UMK) Pada KOSSUMA Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 11(2), 78–89. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v11i2.1643>
- Riski Wulandari, & Hari Subiyantoro. (2023). Pengaruh Modal Usaha, Jam Kerja Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM Di Kecamatan Ngunut. *Journal of Creative Student Research*, 1(4), 408–420. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i4.2325>
- Salim, N., & Rahmadhani, S. (2024). Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah. *Among Makarti*, 17(1), 111. <https://doi.org/10.52353/ama.v17i1.634>
- Saputra et al. (2020). Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah. In *Yayasan Kita Menulis* (Issue February 2021).
- Sinaga, M. H., Sri Martina, & Purba, D. (2024). Pengaruh Modal Kerja, Jam Kerja Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Simalungun. *Jurnal Ilmiah Accusi*, 6(1), 151–160. <https://doi.org/10.36985/n4s0jb32>
- Strio, H., Febriansyah, A., & Ihdha, S. (2021). Pengaruh Koperasi Syariah Terhadap Kemudahan Akses Modal Bagi UMKM. *Djieb*, 1(3), 185–194.
- Taher, M. I. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Bisnis Islam: Studi pada UMKM Kecamatan Medan Tembung. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7), 4005–4017. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i7.4281>
- Zahara, L., Andini, A., Syifana, T., Nadzifa, I., Hidayah, L., & Abadi, M. (2023). Koperasi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 276–285. <https://doi.org/10.61722/jiem.v1i4.341>