

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kabupaten Langkat khususnya Kecamatan Tanjung Pura sangat terkenal dengan oleh-oleh khas yang dapat dibawa wisatawan ketika berkunjung ke Kabupaten Langkat khususnya dodol pulut Langkat. Dodol pulut khas Langkat ini diproduksi oleh UMKM yang tersebar di daerah Desa Paya Perupuk, Kecamatan Tanjung Pura. Kebanyakan warga pada daerah tersebut mahir dalam membuat dodol dan membuka usaha kecil dan menengah yang berfokus pada pembuatan dodol. Hal ini tergambar jelas ketika melintasi jalan lintas Medan-Aceh yang didominasi UMKM yang menjual dodol pulut Langkat.

Dari hasil wawancara dengan ibu Nurul Zahra pada hari Senin, 15 Januari 2024, salah satu pedagang dodol di Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat, permasalahan yang sering dihadapi pedagang dodol di Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat yaitu keterbatasan dalam memperoleh modal dan banyaknya persaingan dalam memasarkan dagangannya, karena para pedagang dodol itu masih melakukan pemasaran dengan membuka kios disekitar tempat tinggal mereka. Hal ini mengakibatkan pemasaran produk yang sangat bergantung pada jumlah kunjungan masyarakat yang melintasi daerah tersebut. Dalam memasarkan hasil produksinya UMKM memerlukan lokasi usaha yang mendukung pendapatan dari penjualannya, disamping itu pemerintah harus berusaha keras untuk membantu mempromosi hasil produksi UMKM. Pendapatan pedagang UMKM

akan didapatkan dari hasil produksi yang dijual, modal yang minim dan kurangnya kualitas sumber daya manusia yang terampil dapat membatasi kemampuan UMKM untuk memproduksi dan memasarkan produknya yang dapat menyebabkan suatu kendala yang mempengaruhi pendapatan mereka.

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat Indonesia. Pemerintah Indonesia pun memandang penting keberadaan para pelaku UMKM. Buktinya, UMKM bersama dengan Koperasi memiliki wadah secara khusus dibawah Kementerian Koperasi dan UMKM. Perhatian tinggi yang diberikan kepada para pelaku UMKM tersebut tidak lain sebagai wujud pemerintah dalam menyangga ekonomi rakyat kecil. Apalagi UMKM mampu memberikan dampak secara langsung terhadap kehidupan masyarakat disektor bawah.

Salah satu fenomena yang terkait dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti perkembangan ekonomi lokal, kebijakan pemerintah, dan kondisi pasar. Peningkatan akses UMKM terhadap modal dari lembaga keuangan dapat meningkatkan produksi dan inovasi. Terkait dengan ketersediannya modal yang sulit diakses oleh UMKM, terutama yang baru berkembang. Selain itu kurangnya sumber daya manusia yang sesuai kebutuhan industri diwilayah tersebut dapat menjadi hambatan bagi pertumbuhan UMKM dan dapat membatasi potensi peningkatan pendapatan. Faktor-faktor ini dapat menciptakan ketidakseimbangan dalam hubungan antara modal, dan pemasaran Pedagang Dodol di Kecamatan Tanjung Pura.

Portal.sumut.idntimes Pada tanggal 9 juli 2022 Wakil Gubernur Sumut Musa Rajekshah mengatakan bahwasanya berupaya mendorong pelaku UMKM khususnya pedagang dodol di Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat, yaitu pelaku usaha untuk tembus mengikuti perkembangan zaman, bertransformasi ke digital, sehingga mampu bersaing dengan produk-produk luar. Ia menambahkan Pemerintah Provinsi (Pemprov) Sumut terus mendorong dinas terkait untuk terus memberikan pelatihan digital khususnya di sentra UMKM yang ada di Sumut. Untuk kemajuan UMKM di Langkat, ia juga terus mendorong akselerasi penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bank Sumut yang bisa digunakan dan dimanfaatkan bagi para pelaku UMKM.

Dari hasil wawancara dengan Bapak M. Yamin pada hari Rabu, 21 februari 2024 selaku Kepala Desa Paya Perupuk, Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat, tentang terkait pedagang dodol, ia mengatakan bahwa ia bersama dengan Bapak Suwanto, S.SOS, M.AP (Lurah Tanjung Pura) dan Bapak Muhammad Nawawi, S.STP, M.SP (Camat Tanjung Pura) telah melakukan sosialisasi terhadap para pedagang dodol di Kecamatan Tanjung Pura dan melakukan pelatihan pemasaran digital untuk perkembangan UMKM dodol di Kecamatan Tanjung Pura. Mereka juga menyarankan pinjaman Kredit Usaha Rakyat (KUR) di Bank Sumut ataupun Bank BRI yang ada di Tanjung Pura.

Modal menurut Listyawan Ardi Nugraha (2011) “modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang melepas uang dan sebagian harta benda (uang barang dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan”. Modal dalam pengertian ini

dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis. Namun perlu dipahami bahwa uang dalam sebuah usaha sangat diperlukan.

Menurut Laksana (2019), pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen.

Menurut Yustiawati (2014), pendapatan ditentukan oleh kemampuan faktor produksi dalam menghasilkan barang dan jasa. Semakin besar kemampuan faktor produksi dalam menghasilkan barang dan jasa, semakin besar pula pendapatan yang didapatkan.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah UMKM di Kabupaten Langkat**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah UMKM di Kabupaten Langkat</b>
2019	102.233
2020	114.742
2021	155.346
2022	182.667
2023	211.376

*Sumber : Dinas Koperasi Kabupaten Langkat*

Berdasarkan tabel data diatas, dapat diketahui bahwa jumlah UMKM di Kabupaten Langkat mengalami peningkatan selama 5 tahun terakhir ini. Pada tahun 2019 jumlah UMKM di Kabupaten Langkat sebanyak 102.233 unit, kemudian pada tahun 2020 mengalami peningkatan menjadi 114.742 unit, kemudian pada tahun 2021 meningkat menjadi 155.346 unit, selanjutnya pada

tahun 2022 semakin meningkat menjadi 182.667 unit, dan pada tahun 2023 meningkat menjadi 211.376 unit UMKM di Kabupaten Langkat.

Kecamatan Tanjung Pura yang terletak di daerah jalan lintas Medan-Aceh dengan mayoritas penduduk yang berprofesi sebagai pelaku usaha UMKM sehingga hal tersebut mampu dilakukannya pengembangan UMKM agar memberikan alternatif sebagai sumber penghasilan bagi masyarakat di Tanjung Pura. Dibawah ini terdapat tabel jumlah UMKM dodol di Kecamatan Tanjung Pura.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah UMKM Pedagang Dodol di Kecamatan Tanjung Pura**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah UMKM Dodol</b>
2019	23
2020	27
2021	31
2022	36
2023	39

*Sumber : Kecamatan Tanjung Pura, data diolah*

Berdasarkan tabel data diatas, dapat diketahui bahwa jumlah pedagang dodol di Kecamatan tanjung Pura, Kabupaten Langkat mengalami peningkatan selama 5 tahun terakhir ini. Pada tahun 2019 jumlah pedagang dodol sebanyak 23 unit, kemudian pada tahun 2020 mengalami peningkatan menjadi 27 unit, kemudian pada tahun 2021 meningkat menjadi 31 unit, selanjutnya pada tahun 2022 semakin meningkat menjadi 36 unit, dan pada tahun 2023 meningkat menjadi 39 unit pedagang dodol di Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat.

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Pendapatan UMKM dodol di Kecamatan Tanjung Pura**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pendapatan</b>
--------------	--------------------------

	<b>Pedagang Dodol</b>
2019	Rp. 170.200.000
2020	Rp. 162.350.000
2021	Rp. 172.800.000
2022	Rp. 175.400.000
2023	Rp. 180.100.000

*Sumber : observasi / interview dari pedagang dodol*

Berdasarkan tabel data diatas, dapat diketahui bahwa jumlah pendapatan pedagang dodol di Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat, mengalami peningkatan dan penurunan pada 5 tahun terakhir ini. Pada tahun 2019 jumlah pendapatan pedagang dodol sebesar Rp. 170.200.000, kemudian pada tahun 2020 mengalami penurunan pendapatan menjadi Rp. 162.350.000, kemudian pada tahun 2021 mengalami peningkatan pendapatan menjadi Rp. 172.800.000, selanjutnya pada tahun 2022 mengalami peningkatan pendapatan menjadi Rp. 175.400.000, dan pada tahun 2023 mengalami peningkatan pendapatan menjadi 180.100.000.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penting dilakukannya penelitian tentang pengaruh modal dan pemasaran terhadap pendapatan UMKM pedagang dodol di Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat karena memiliki potensi untuk meberikan kontribusi bagi pengembangan perekonomian yang berkelanjutan. Sehingga tugas akhir ini diberi judul : **Pengaruh Modal dan Pemasaran Terhadap Pendapatan UMKM Pedagang Dodol Di Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat.**

## **1.2 Gap Penelitian**

I Komang Adi Wirawan, Ketut Sudibia, Ida Bagus Putu Purbadharmaja (2015), dengan judul “Pengaruh Dana Bantuan Bergulir, Modal Kerja, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Sektor

Industri Di Kota Denpasar”. Dalam perkembangan perekonomian di Indonesia, kegiatan usaha kecil dan menengah (UKM) yang dikategorikan sebagai usaha sektor informal, sangat potensial dan berperan dalam menyediakan lapangan pekerjaan dengan penyerapan tenaga kerja secara mandiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dana bergulir, modal kerja, lokasi pemasaran, dan kualitas produk terhadap pendapatan pelaku UMKM sektor industri di kota Denpasar. Data-data dalam penelitian ini seluruhnya menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 85 responden yang dijadikan sampel penelitian. Populasi penelitian berjumlah 556 unit UMKM yang ada di kota Denpasar. Penentuan sampel ditentukan dengan teknik *accidental sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis path. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Dana bergulir, modal kerja, lokasi pemasaran, dan kualitas produk secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di kota Denpasar. 2) Dana bergulir dan modal kerja secara tidak langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar melalui volume produksi. 3) Modal kerja berpengaruh paling dominan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar.

Andrean Syahputra, Ervina, Melisa (2022), dengan judul “Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan UMKM”. 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 dan menggunakan data primer, dengan melakukan survey dengan kuisioner. 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  $0,870 < 1,976$  sedangkan 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 berpengaruh negatif terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah dan modal pinjaman bukan sebagai variabel moderating; b) lokasi usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM pinjaman bukan sebagai variabel moderating; c) lokasi pemasaran berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah dan modal pinjaman bukan sebagai variabel moderating; d) kualitas produk berpengaruh negatif 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.

Devi Melani (2022), dengan judul “Analisis Pengaruh Modal, Jam Kerja, Pemberian Kredit, Strategi Pemasaran, Penggunaan E-Commerce, dan Efisiensi Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus UMKM di Kabupaten Gunungkidul)”.

Tujuan penelitian ini adalah melihat bagaimana pengaruh modal, jam kerja, pemberian kredit, strategi pemasaran, penggunaan e-commerce dan efisiensi kerja terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Gunungkidul pada masa pandemic covid-19. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuisisioner dengan subjek penelitian pemilik UMKM di Kabupaten Gunungkidul dan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan purposive sampling. Alat analisis yang digunakan berupa analisis linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel modal, pemberian kredit, strategi pemasaran, dan penggunaan e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM, sedangkan variabel jam kerja dan efisiensi kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Gunungkidul pada masa pandemic Covid-19.

### **1.3 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. UMKM menghadapi kesulitan dalam mendapatkan akses modal yang cukup untuk mengembangkan usaha mereka.
2. Banyaknya persaingan dalam proses pemasaran sehingga konsumen lebih tertarik pada harga yang lebih murah dan mengakibatkan perang harga antara sesama pedagang dodol.
3. Kurangnya keterampilan sumber daya manusia dapat menghambat kualitas produksi, berpotensi menurunkan daya saing dan pendapatan pedagang dodol.

#### **1.4 Batasan Masalah**

Untuk memperjelas juga membatasi ruang lingkup permasalahan untuk menghasilkan uraian yang sistematis maka penulis merasa perlu membuat batasan pada Pengaruh Modal dan Pemasaran Terhadap Pendapatan UMKM Pedagang Dodol di Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat.

#### **1.5 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan peneliti, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah modal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM pedagang dodol di Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat?.
2. Apakah pemasaran berpengaruh terhadap pendapatan pedagang dodol di Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat?
3. Apakah modal dan pemasaran berpengaruh terhadap pendapatan pedagang dodol di Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat?

#### **1.6 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh modal terhadap pendapatan pedagang dodol di Kecamatan Tanjung Pura, kabupaten Langkat.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pemasaran terhadap pendapatan pedagang dodol di Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat.

### **1.7 Manfaat Penelitian**

1. Bagi akademisi, hasil penelitian ini dapat menambah dan mengembangkan wawasan pembaca terkait Pengaruh Modal dan Pemasaran Terhadap UMKM, selain sebagai resensi bagi pembaca yang tertarik dan ingin mengkaji lebih dalam penelitian ini.
2. Bagi UMKM, terutama bagi UMKM dodol di Kecamatan Tanjung Pura diharapkan dapat meningkatkan kinerjanya dan dapat menciptakan lapangan kerja yang lebih banyak lagi.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Modal**

Modal merupakan yang dikeluarkan sebagai pokok untuk berusaha, melepas uang dan sebagainya, Modal artinya yaitu jumlah uang yang digunakan untuk menjalankan kegiatan berbisnis. Modal usaha adalah dana yang diperoleh dari pemilik suatu pengusaha atau pengusaha. Prinsip modal sedikit maka akan mendapatkan keuntungan tertentu, sedangkan dengan modal yang besar maka akan mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Sebelum melakukan pengusaha harus memiliki modal awal dimana modal tergantung pada jenis usaha yang dikelola, Modal yang sedikit akan membatasi hasil produksi sehingga pendapatan dicapai sedikit. Kurangnya modal tentu akan menghambat pengembangan usaha, Sedangkan adanya modal cukup besar kuantitas produksi dapat ditingkatkan sehingga penjualan meningkat dan pendapatan usaha juga meningkat (Mutia Anjali 2022).

Modal menurut Listyawan Ardi Nugraha (2011) “modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang melepas uang dan sebagian harta benda (uang barang dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan”. Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam

menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis. Namun perlu dipahami bahwa uang dalam sebuah usaha sangat diperlukan.

Modal yang ditambahkan akan mendapatkan pendapatan yang lebih besar, Modal kerja adalah investasi pengusaha untuk dalam jangka pendek yang meliputi kas, piutang dan persediaan barang. Dengan berkembang teknologi semakin ketatnya persaingan di sektor industri, maka faktor produksi modal dapat diartikan penting bagi pengusaha untuk mengembangkan usahanya. Modal yaitu baik berupa barang-barang konkret yang ada dalam rumah tangga perusahaan atau pengusaha yang terdapat dineraca debit, maupun daya beli atau nilai tukar dari barang-barang dicatat kredit (Puspa 2021).

### **2.1.1 Macam-Macam Modal**

Modal dapat dibagikan menjadi dua macam, yaitu modal usaha dan modal kerja. Modal usaha adalah dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam produksi untuk menambah output. Modal kerja dilakukan untuk membiayai operasi sehari-hari, misalnya untuk membayar uang muka pembelian bahan mentah, dimana uang yang telah dikeluarkan itu diharapkan akan dapat masuk kembali dalam perusahaan dalam jangka waktu pendek melalui hasil penjualan produksinya. Fungsi modal adalah modal usaha atau biasa disebut sebagai kapital yaitu semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam produksi untuk menambah output. Modal kerja digunakan untuk membiayai operasi sehari-hari, misalnya untuk membayar uang muka pembelian bahan mentah, dimana uang yang telah dikeluarkan itu diharapkan akan dapat

masuk kembali dalam perusahaan dalam jangka waktu pendek melalui hasil penjualan produksinya.

### **2.1.2 Indikator Modal**

a. Modal sebagai syarat untuk usaha

Yaitu untuk dilakukan kegiatan usaha. Tanpa modal usaha tidak akan berjalan dengan lancar atau akan susah untuk melakukan operasi, karena dibutuhkan sejumlah dana untuk syarat terbentuk usaha.

b. Pemanfaatan modal tambahan

Dana sangat penting jika dapat menerima tambahan dana sehingga dapat meningkatkan kegiatan produksinya.

c. Besar modal

Modal adalah suatu usaha sebelum melakukan kegiatan operasi. Besar atau kecil modal akan mempengaruhi kegiatan operasional suatu usaha akan mempengaruhi pendapatan.

## **2.2 Pemasaran**

Menurut Rangkuti (2017), “pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi, dan manajerial. Akibat dari pengaruh berbagai faktor tersebut adalah masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kabutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas”.

Menurut Laksana (2019), pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada

aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen.

Menurut Tjiptono dan Diana (2020), pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis.

### **2.2.1 Tujuan Pemasaran**

Menurut Drucker dalam Sunyoto (2014) “tujuan pemasaran adalah membuat penjual melampaui dan mengetahui serta memahami konsumen sehingga produk (jasa) sesuai dengan konsumen dan laku dengan sendirinya. Seiring dengan perkembangan masyarakat, keinginan masyarakat juga tumbuh, di sisi lain produsen memiliki langkah-langkah dan promosi khusus untuk merangsang keinginan masyarakat akan produk yang promosi sebagai pemuas keinginan masyarakat akan produk yang direkomendasikan”.

Ada beberapa tujuan pemasaran lainnya yaitu:

- a. Promotion (Pemberian Informasi), ialah usaha dalam mengiklankan atau mempertawarkan barang atau layanan bermaksud menarik minat calon konsumen agar melakukan pembelian.
- b. Menciptakan pembelian.

- c. Membuat pembelian berulang. Penciptaan tenaga kerja, dalam pemasaran layanan atau barang fisik, secara tidak langsung menciptakan tenaga kerja. Membentuk brand produk yang bagus, produk yang dikenal dan mempunyai konsumen yang loyal akan menciptakan brand yang bagus yang pada akhirnya produk tersebut selalu dicari oleh konsumen.

### **2.2.2 Aspek Pemasaran**

Terdapat sejumlah aspek pokok dari pemasaran yang dikemukakan oleh Rangkuti (2017):

- a. Aspek Strategi Bersaing dimana terbagi lagi menjadi sejumlah bagian: Segmen pasar dimana aspek ini merupakan kegiatan dalam melakukan identifikasi dan melakukan pembentukan atau mengelompokkan pelanggan yang berbeda. Target dimana aspek ini merupakan kegiatan dalam melihat dan memilih segmen pasar yang akan dimasuki oleh perusahaan. Pemosisian dimana aspek ini ialah kegiatan melihat kedudukan dalam pasar yang bertujuan dalam membentuk dan memperkenalkan keunggulan kompetitif dari produk yang ditawarkan pada pikiran pelanggan.
- b. Aspek Taktik Pemasaran dimana terbagi lagi menjadi sejumlah bagian : Bagaimana membentuk strategi pemasaran untuk sejumlah aspek usaha. Aktivitas merumuskan kebijakan ialah tindakan dalam mengelompokkan perbedaan yang dimiliki oleh suatu badan usaha dengan badan usaha lain biasa disebut dengan diferensiasi. Bauran pemasaran dimana melibatkan

aktivitas yang memiliki hubungan pada produk yang ditawarkan, harga yang ditetapkan, promosi yang dilakukan dan cara mendistribusikan produk.

- c. Aspek Nilai Pemasaran dimana terbagi lagi menjadi sejumlah bagian :

Merek ialah poin yang berhubungan dengan nama yang melekat pada usaha yang dilakukan. Badan usaha mesti senantiasa berupacara dalam melakukan peningkatan terkait citra dari mereknya. Apabila ekuitas merek dengan baik mampu diatas, badan usaha yang terlibat dapat menggapai dua poin yakni pelanggan akan memperoleh nilai dari produk yang ditawarkan. Pelanggan mampu merasakan manfaat yang didapatkan setelah menggunakan produk dan merasakan kepuasan sebab produk mampu memenuhi keinginannya. Yang kedua ialah badan usaha mendapatkan nilai dari sikap loyal pelanggannya pada merek dimana margin keuntungan yang meningkat, keunggulan kompetitif, efisiensi dan keefektifan dalam bekerja, khususnya pada kegiatan pemasaran yang dilakukan. Layanan dimana aspek ini berhubungan pada pengembalian layanan untuk pelanggan sehingga harus senantiasa dilakukan peningkatan. Proses dimana aspek ini merujuk pada prinsip badan usaha ialah dengan melibatkan karyawannya secara langsung atau tidak langsung dalam proses yang dilakukan khususnya pada proses kepuasan pelanggan.

### **2.3 Pendapatan**

Pendapatan yaitu suatu hasil yang memperoleh kegiatan ekonomi dengan mengorbankan suatu barang atau jasa. Barang atau jasa biasanya dilakukan

dengan berkurangnya manfaat atau nilai yang akan mendapatkan suatu pendapatan. Pendapatan adalah suatu penghasilan dari pemilik suatu usaha yang menjual barang dagangan. . Pendapatan adalah penerimaan dari hasil yang diperoleh untuk melakukan kegiatan ekonomi berkaitan dengan aktivitas perusahaan atau usaha yang dilakukan penjualan faktor produksi yang dimiliki pengusaha.

Menurut Yustiawati (2014), pendapatan ditentukan oleh kemampuan faktor produksi dalam menghasilkan barang dan jasa. Semakin besar kemampuan faktor produksi dalam menghasilkan barang dan jasa, semakin besar pula pendapatan yang didapatkan.

“Pendapatan adalah keuntungan”. Keuntungan ditentukan dengan cara mengurangi berbagai biaya yang dikeluarkan dari hasil penjualan yang diperoleh. Istilah pendapatan digunakan apabila berhubungan dengan aliran penghasilan pada suatu periode tertentu yang berasal dari penyediaan faktor- faktor produksi (sumber daya alam, tenaga kerja dan modal) masing-masing dalam bentuk sewa, upah dan bunga secara berurutan (IMP, R., & Maghfira 2018).

### **2.3.1 Sumber Pendapatan**

Memperoleh pendapatan dari transaksi, oleh sebab itu pendapatan dibagikan menjadi dua jenis yaitu, Pendapatan Operasional (Operating Revenue) dan Pendapatan Non Operasional (Non Operating Pendapatan yaitu suatu usaha atau yang memperoleh pendapatan dimana berasal dari kegiatan Revenue).

Pendapatan Operasional (Operating Revenue) adalah hasil yang didapat langsung dari kegiatan operasional suatu perusahaan sebagai hasil usaha pokok

yang dilakukan oleh perusahaan. Pendapatan operasional juga yang menunjukkan seberapa besar perusahaan atau usaha yang akan menjadi keuntungan.

Pendapatan Non operasional (Non Operating Revenue) adalah pendapatan yang diterima oleh perusahaan yang tidak ada hubungannya dengan usaha pokok yang dilakukan perusahaan dalam kegiatannya.

Karakteristik pendapatan perusahaan atau pengusaha memiliki dua jenis dua kriteria pendapatan umum melalui daftar pengecekan atas empat faktor yang menjelaskan dua kriteria umum antara lain (Puspa 2021), :

- a. Bukti yang meyakinkan adanya kesepakatan.
- b. Pengiriman yang telah terjadi.
- c. Harga atau biaya pemasok adalah tetap atau dapat di tentukan.
- d. Tingkat ketertagihan yang tinggi.

### **2.3.2 Teori Pendapatan**

Pendapatan merupakan hasil yang didapatkan dari usaha seseorang sebagai ganti jerih payah atas usaha yang dikerjakan, sedangkan pendapatan idnsutri adalah pendapatan yang dipeoleh karena mengorganisasikan seluruh faktor produksi yang dikelolanya. Pendapatan yaitu diperoleh dari jumlah produk fisik yang dikalikan dengan harga jualnya atau dalam matematif dapat dinyatakan (A Eachern,2001).

$$TR = Q \times P$$

Dimana :

TR : Penerimaan total atau pendapatan

Q : Jumlah produksi

P : Harga jual produk

Pendapatan bersih merupakan pendapatan Bruto dikurangi biaya dalam proses produksi. Biaya yang dimaksud yaitu pengorbanan nilai yang memberikan sumbangan bermanfaat untuk produksi barang. Biaya merupakan pengorbanan yang secara ekonomi tidak dapat dihindarkan dalam proses produksi barang.

## **2.4 UMKM**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan bagian terbesar dalam perekonomian nasional, merupakan indikator tingkat partisipasi masyarakat dalam berbagai sektor kegiatan ekonomi. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) selama ini terbukti dapat di andalkan sebagai katup pengaman dimasa krisis, melalui mekanisme penciptaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berarti memperkokoh bisnis perekonomian masyarakat. Hal ini akan membantu mempercepat proses pemulihan perekonomian nasional, dan sekaligus sumber dukungan nyata terhadap pemerintah daerah dalam melaksanakan otonomi pemerintah. Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi (Tambunan, 2012).

UMKM menurut Undang-Undang No.20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan ekonomi dilakukan perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan maupun tidak langsung dari usaha kecil menengah, UMKM berpotensi dapat membangun perekonomian

nasional karena saat ini UMKM yang berdiri semakin banyak pengusaha yang ingin peluang agar dapat menjadi perusahaan atau usaha dengan keuntungan yang besar (Undang-Undang Republik Indonesia No. 20, 2008). Usaha mikro kecil dan menengah yang biasa disebut UMKM merupakan pelaku bisnis yang bergerak di berbagai bidang usaha yang mencakup kepentingan masyarakat. UMKM merupakan penopang perekonomian bangsa. Karena UMKM menjadi penopang bangsa sistem perekonomian Indonesia, semakin banyak UMKM yang berdiri akan semakin banyak pengusaha yang ingin membuka peluang agar menjadi pengusaha dengan keuntungan yang besar (Undang-Undang Republik Indonesia No. 20, 2008). Kita bahkan dapat menafikan betapa sangat penting dalam menekan angka pengangguran, menyediakan lapangan kerja, mengurangi angka kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan dan dan membangun karakter bangsa melalui kewirausahaan. UMKM merupakan usaha perorang yang memenuhi kriteria usaha yang diharapkan dapat menjadi pelaku utama yang produktif dan berdaya saing dalam perekonomian Indonesia yang memiliki suatu negara, selain kekuatan ekonomi adalah basis kekokohan struktur ekonomi dikarenakan menjual produk relatif dan produk makanan dengan harga yang murah (Mutia Anjali 2022).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah salah satu sektor usaha yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Peran penting Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia ditunjukkan dalam tiga indikator yaitu pertama yakni Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah (UMKM) yang jumlahnya banyak dan mencakup setiap sektor ekonomi. UMKM memiliki potensi besar dalam menyerap tenaga kerja dan

memberikan kontribusi yang besar dalam pendapatan nasional (Wibawa & Anggitaria, 2020).

UMKM merupakan kekuatan strategis dan penting untuk mempercepat pembangunan daerah. Hal ini dapat dibuktikan dengan pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dari tahun ke tahun yang mengalami peningkatan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2020 jumlah UMKM di Kota Jayapura sebanyak 17.000 (tujuh belas ribu) unit, terbukti memberikan kontribusi 34,60% terhadap pendapatan daerah dan terhadap penyerapan tenaga kerja sebanyak 49,96% di kota jayapura. Saat ini UMKM masih dihadapkan pada berbagai tantangan dan hambatan dalam menghadapi persaingan (Marlinah, 2020). Tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh pengusaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan kinerja usahanya adalah keterbatasan modal yang dimiliki. Permodalan merupakan salah satu masalah mendasar yang dihadapi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan terbatasnya akses terhadap sumber-sumber pembiayaan dari lembaga keuangan perbankan. Masyarakat (dengan modal kecil) ini cenderung menganggap apa yang dimilikinya adalah sesuatu yang biasa secara bebas digunakan. Hal ini juga tentunya terkait dengan permasalahan permodalan. Modal yang seharusnya digunakan hanya untuk usaha, mereka gunakan juga untuk hal-hal di luar usaha yang dijalankan. Padahal hanya dari usaha yang dijalankan itulah mereka biasa memperoleh penghasilan, namun mereka belum dapat secara tepat memisahkan antara modal usaha dengan pembiayaan kehidupan sehari-hari, sehingga dapat diketahui lemahnya modal dari pedagang kecil terkait

dengan keadaan ekonomi mereka, apalagi dengan jumlah pendapatan yang kurang memadai (Betlehn, A. 2018).

#### 2.4.1 Klasifikasi dan Ciri-Ciri UMKM

Dalam perspektif pengembangannya, UMKM dapat diklasifikasikan menjadi empat kelompok yaitu:

- a. *Livelihood Activities*, merupakan UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima. Kelompok ini disebut sebagai sektor informal. Di Indonesia jumlah UMKM kategori ini sangat besar.
- b. *Micro Enterprise*, merupakan UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan. Jumlah UMKM ini di Indonesia juga cukup besar.
- c. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor. Banyak pengusaha skala menengah dan besar yang tadinya berasal dari kategori ini. Jika di didik dan dilatih dengan baik maka sebagian dari UMKM kategori ini akan masuk ke kategori empat. Jumlah kelompok UMKM yang masuk kategori satu dan dua.
- d. *Fast Moving Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB). Kelompok ini jumlahnya juga lebih sedikit dari UMKM kategori satu dan dua.

Ciri – Ciri Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM):

- a. Bahan baku mudah diperoleh.
- b. Menggunakan teknologi sederhana sehingga mudah dilakukan alih teknologi.
- c. Keterampilan dasar umumnya sudah dimiliki secara turun-menurun.
- d. Bersifat padat karya atau menyerap tenaga kerja yang cukup banyak.
- e. Peluang pasar cukup luas, sebagian besar produknya terserap dipasar lokal/domestik dan tidak tertutup sebagian lainnya berpotensi untuk di ekspor.
- f. Melibatkan masyarakat ekonomi lemah setempat, secara ekonomis menguntungkan.

#### **2.4.2 Manfaat UMKM**

- a. Penyumbang Terbesar Produk Domestic

Manfaat bisnis sektor UMKM yaitu meningkatnya produk yang dihasilkan oleh pengusaha untuk dalam negeri. Produk-produk yang ada saat ini akan merambah pasar nasional namun bisa merambah ke dalam negeri bisa merambah pasar internasional disuatu negara Produk UMKM atau produk lokal banyak diminati oleh banyak orang.

Contohnya produk kerajinan. Produk kerajinan dari Indonesia juga banyak yang terkenal sampai di luar negeri.

- b. Terbukanya Lapangan Pekerjaan

Pada saat bahwa sektor UMKM secara tidak langsung membuka peluang bagi orang-orang untuk mendapatkan pekerjaan. Hal ini bisa membantu suatu negara untuk mengurangi jumlah pengangguran yang ada disuatu negara.

c. Solusi Masyarakat Kelas Menengah

Modal yang diperlukan untuk membuka usaha dalam sektor UMKM Tidak susah, namun bisa dikatakan mudah. Banyak sudah lembaga pemerintah yang membantu dengan memberikan bantuan dan modal dengan jumlah yang kecil oleh bank yang memberikan jaminan pinjaman (Farisi, Fasa, dan Suharto 2022).

### **2.4.3 Peran UMKM dalam perekonomian**

Peran usaha Kecil dan Menengah seperti yang diungkapkan oleh (Tran, Tulus Tambunan, dkk,2009:2) mengemukakan bahwa UMKM mempunyai karakteristik yang khusus karena :

1. Jumlah mereka sangat besar, dan khususnya usaha kecil (UK) dan mikro (MIEs) yang tersebar luas di seluruh daerah pedesaan dan arena itu mereka mungkin memiliki arti khusus “lokal” arti penting bagi ekonomi pedesaan.
2. Sebagian besar UMKM di negara berkembang terletak di daerah pedesaan, mereka juga kegiatan tertama berbasis pertanian. Oleh karena itu, upaya pemerintah untuk mendukung UMKM juga merupakan cara tidak langsung untuk mendukung pembangunan di bidang pertanian.
3. UMKM pedesaan dapat berfungsi sebagai sektor yang penting memberikan jalan bagi penguatan dan pengembangan kemampuan kewirausahaan di daerah pedesaan.
4. Banyak juga UMKM yang terlibat dalam produksi alat-alat sederhana, peralatan, dan mesin untuk memenuhi tuntutan petani dan produsen di industri, perdagangan, konstruksi, dan sektor transportasi.

#### 2.4.4 Karakteristik, Kekuatan dan Kelemahan UMKM

Ada beberapa macam karakteristik UMKM menurut Kartini Kartono yang dikutip oleh Imbang

- a. Merupakan pedagang pada umumnya namun kadang memproduksi barang atau menyelenggarakan jasa-jasa yang sekaligus dijual kepada konsumen
- b. Mereka umumnya menjajakan barang dagangannya dengan gelara tikar dipinggir-pinggir jalan atau tokoyang dianggap strategis, menggunakan meja, kerata dorong, maupun kios kecil.
- c. Umumnya menjajakan bahan-bahan makanan, minuman, barang-barang konsumsi tahan lama secara eceran.
- d. Umumnya bermodal kecil, bahkan tidak jarang mereka hanya merupakan alat bagi pemilik modal, dengan mendapatkan sekadar komisi sebagai imbalan atas jerih payahnya.
- e. Pada umumnya kelompok pedagang kecil adalah kelompok marginal, bahkan ada pula termasuk sub marginal.
- f. Umumnya kualitas barang yang diperdagangkan relatif rendah.
- g. Volume omset para pedagang kecil relatif tidak seberapa besar karena juga dipengaruhi jumlah modal kecil pula.
- h. Para pembeli umumnya mempunyai daya beli yang rendah.
- i. Pedagang kecil berhasil secara ekonomis sehingga akhirnya memiliki tangguh hirarki pedagang sukses agak langka.

Kekuatan UMKM meliputi:

- a. UMKM memberikan kesempatan kerja pada umumnya sulit didapat padanegara-neagara yang sedang berkembang
- b. Dalam prakteknya mereka biasa menawarkan barang dan jasa dengan hargabersaing menginat mereka tidak dibebani pajak.
- c. Sebagai besar masyarakat lebih senang belanja pada UMKM meningkat faktor kemudahan dan barang yang ditawarkan relatif murah.

Kelemahan UMKM meliputi:

Mereka dimasukkan kedalam kelompok marginal dan sub marginal dengan modal kecil. Modal relatif kecil disebabkan laba relatif kecil padahal umumnya banyak anggota keluarga bergantung pada hasil minim. Karena terciptalah keadaan dimana hasil yang mereka capai pas-pasan untuk sekedar hidup. Bahkan tidak ada kemungkinan untuk akumulasi modal.

Karena rendahnya pendidikan dan kurangnya keterampilan, maka unsur efesiensi kurang mendapat perhatian, sehingga akan mempengaruhi kelancaran usaha. Ada kalanya lainnya yang sukses dengan jenis barang dagangan tertentu mengikuti jejak mereka menyebabkan suatu jenis usaha tertentu menjadi terlampau padat, sehingga dari mereka berguguran dan terpaksa harus gulung tikar ditengah jalan.

#### **2.4.5 Landasan Hukum UMKM**

Adapun menjadi landasan hukum UMKM adalah sebagai berikut :

1. Kegiatan usaha industri ataupun perdagangan di indonesia diatur oleh UU No. 1 Tahun 1985.
2. Untuk usaha kecil industri diatur UU No. 9 Tahun 1995.

3. Bentuk badan Hukum Usaha industri dan perdagangan diatur dalam UU No.1 tahun 1985 tentang Perseroan terbatas.
4. Perizinan usaha kecil dan menengah dan besar khusus industri tertuang dalam Surat keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan tanda daftar industri.
5. Tata cara perizinan usaha perdagangan ( SIUP) diatur dalam surat keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 591/MPP/Kep/99 tentang cara pemberian surat izin usaha perdagangan (SIUP).

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini penulis memiliki beberapa referensi dari penelitian terdahulu yang telah ada. Untuk penelitian terdahulu akan sangat membantu dalam menelaah masalah yang dibahas dalam penelitian yang digunakan sebagai tolak ukur peneliti untuk menulis penelitian. Tujuannya yaitu mendapatkan bahan perbandingan dan acuan serta untuk menghindari adanya anggapan kesamaan dengan penelitian. Oleh sebab itu penulis mencantumkan beberapa penelitian terdahulu sebagai berikut.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>NO</b>	<b>Nama Peneliti dan Tahun</b>	<b>Judul</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
1	Andrean Syahputra, Ervina, Melisa (2022)	Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran Dan Kualitas Produk	Hasil penelitian ini: a) modal usaha berpengaruh negative terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah dan modal pinjaman bukan sebagai

		Terhadap Pendapatan UMKM	variabel moderating. b) lokasi usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM pinjaman bukan sebagai variabel moderating. c) lokasi pemasaran berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah dan modal pinjaman bukan sebagai variabel moderating. d) kualitas produk berpengaruh negatif 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.
2	Agus Supandi, Ria Susanti Johan (2022)	Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Kecamatan Cilandak	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel strategi pemasaran memiliki hubungan positif terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kecamatan Cilandak Jakarta Selatan.
3	Rizka Faadhilah (2022)	Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha, Strategi Pemasaran, dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan UMKM Kuliner di Desa Bojong Kulur	Hasil penelitian bahwa variabel independen modal, lama usaha, strategi pemasaran, dan jumlah tenaga kerja secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen pendapatan UMKM sektor kuliner. Variabel modal, lama usaha, dan strategi pemasaran secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM sektor kuliner di Desa Bojong Kulur, sedangkan variabel tenaga kerja secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pendapatan UMKM sektor kuliner di Desa Bojong

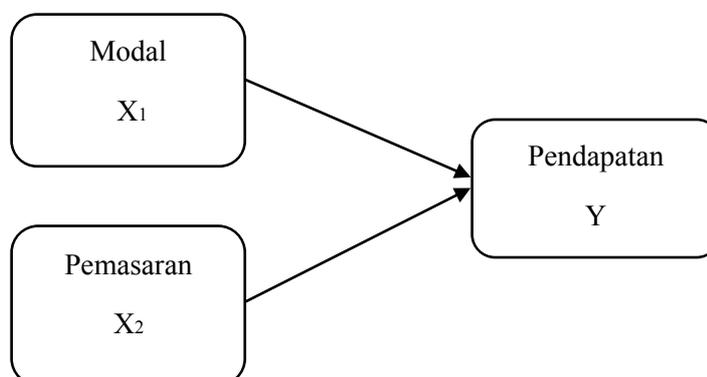
			Kulur. Variabel yang paling berpengaruh terhadap pendapatan UMKM kuliner di Desa Bojong Kulur yaitu strategi pemasaran.
4	Nur Huri Mustofa, Afrilia Tina Nur Anisa (2021)	Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Pelaku UMKM di Kabupaten Semarang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap perkembangan UMKM, modal usaha tidak berpengaruh terhadap perkembangan UMKM, strategi pemasaran berpengaruh positif signifikan terhadap perkembangan UMKM, inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap perkembangan UMKM. Sedangkan dari hasil path analysis menunjukkan bahwa inovasi memediasi karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran dengan perkembangan UMKM, namun inovasi tidak memediasi modal usaha dengan perkembangan UMKM.
5	I Komang Adi Wirawan, Ketut Sudibia, Ida Bagus Putu Purbadharmaja (2015)	Pengaruh Bantuan Dana Bergulir, Modal Kerja, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan UMKM Sektor Industri di Kota Denpasar	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Dana bergulir, modal kerja, lokasi pemasaran, dan kualitas produk secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar. Sedangkan volume produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar. 2) Dana bergulir dan modal kerja secara tidak langsung dan tidak berpengaruh signifikan terhadap pelaku UMKM di Kota Denpasar melalui volume

			produksi. 3) modal kerja berpengaruh paling dominan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar..
6	Andri Waskita Aji, Sela Putri Listyaningrum (2021)	Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Dan Teknologi Informasi Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Bantul	Hasil penelitian ini modal usaha, lokasi usaha dan teknologi informasi berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM.
7	Elys Sastika Tambunan (2020)	Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Wirausaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Pasar Tiban Sunday Morning UGM	Hasil penelitian menyatakan bahwa, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara modal, kemampuan wirausaha dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah di Pasar Tiban Sunday Morning UGM Yogyakarta, baik secara parsial dan secara simultan. Keberhasilan usaha di Pasar Tiban Sunday Morning UGM Yogyakarta dipengaruhi oleh modal, kemampuan wirausaha dan strategi pemasaran sebesar 37.2%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.
8	Ahmad Kafrawi, Muh Rezha Mulya Sugiri, Juardi (2022)	Pengaruh Pemasaran Digital dan Modal Usaha Terhadap Pendapatan UMKM di Tengah Pandemi covid-19	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa (1) pemasaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM kuliner di Kelurahan Samata, (2) modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kelurahan Samata, dan (3) pemasaran digital dan modal usaha secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kelurahan Samata.

9	Masyadi Masyadi, Mansur Mansur (2022)	Pengaruh Modal Kerja dan Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Petani Buah naga Pada Desa Tottong Kabupaten Soppeng	Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal kerja dan strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap pendapatan petani buah naga pada desa Tottong Kabupaten Soppeng.
10	Viria Latifah, Achma Hendra Setiawan (2021)	Analisis Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, Lokasi Usaha dan Pemasaran Online Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Pasa Klaster Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Cerica di Kabupaten Wonosobo	Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel modal, tenaga kerja dan lokasi usaha terhadap pendapatan pelaku usaha pada Klaster UMKM Cerica di Kabupaten Wonosobo. Sedangkan pemasaran online tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha Klaster UMKM Cerica di Kabupaten Wonosobo.

## 2.6 Kerangka Konseptual

Untuk mempermudah dalam kegiatan penelitian, pengolahan data, penganalisaannya, agar diperoleh hasil penelitian yang benar, maka digunakan kerangka penelitian sebagai berikut.



*Gambar 2.1 Kerangka Konseptual*

## **2.7 Hipotesis**

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian dinyatakan bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada faktor-faktor empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah, belum jawaban yang empiris. Berdasarkan kerangka teori tersebut dapat ditarik hipotesa yaitu:

- 1) Modal berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM pada pedagang dodol di Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat.
- 2) Pemasaran berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM pada pedagang dodol di Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat.
- 3) Modal dan Pemasaran berpengaruh positif terhadap Pendapatan UMKM pada pedagang dodol di Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat.