
PENGARUH MODAL, LAMA USAHA DAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KULINER

Nur Aina Desi Pratiwi¹, Zulgani², Yohanes Vyn Amzar³

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi ^{1,2,3}

Email: desipratiwii123456@gmail.com

ABSTRACT

This research purpose: 1) analyzing the socio-economic characteristics of culinary MSMEs in Kota Baru District, Jambi. 2) analyzing the influence of capital, business duration, and online marketing on the income of culinary MSMEs in Kota Baru District, Jambi. The analytical method used is quantitative descriptive analysis. The analytical tool uses multiple linear regression with EViews 12 data processing tools. The population in this study are culinary MSMEs in Kota Baru District, Jambi. Sampling uses a specific sample criteria selection method and produces a sample of 98 respondents. The results of this study found that: 1) Most culinary MSMEs in Kota Baru District are female, aged 18-35 years, have a high school education, are single, and generally do not have a number of dependents. The majority of respondents do not have a side job and run their own business. The initial capital used is an average of IDR 1,675,000, with an average monthly operational capital of IDR 2,493,316. The average net income is Rp5,425,000 per month, with an average business operating time of 8 hours per day. In addition, most culinary MSMEs have not utilized digital marketing as a product marketing medium. 2) The results of the study also found that capital, length of business, and online marketing together have a significant effect on the income of culinary MSMEs in Kota Baru District, Jambi. Individually, capital has a positive and significant effect on the income of culinary MSMEs in Kota Baru District, Jambi, while length of business and online marketing have a negative and significant effect on the income of culinary MSMEs in Kota Baru District, Jambi.

Keywords : *Income, Capital, Business Duration, Digital Marketing, Multiple Linear Regression*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) menganalisis karakteristik sosial ekonomi pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru, Jambi. 2) menganalisis pengaruh modal, lama usaha dan pemasaran digital terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru, Jambi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif. Alat analisis menggunakan regresi linear berganda dengan alat bantu olah data EViews 12. Populasi pada penelitian ini merupakan pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru, Jambi. Pengambilan sampel menggunakan metode pemilihan kriteria sampel tertentu dan menghasilkan sampel sebanyak 98 responden. Hasil penelitian ini menemukan bahwa: 1) Sebagian besar pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru berjenis kelamin perempuan, berada pada rentang usia 18–35 tahun, memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA, berstatus belum menikah, serta umumnya tidak memiliki jumlah tanggungan. Mayoritas responden tidak memiliki pekerjaan sampingan dan menjalankan usaha milik sendiri. Modal awal yang digunakan rata-rata sebesar Rp1.675.000, dengan modal operasional bulanan rata-rata Rp2.493.316. Pendapatan rata-rata yang diperoleh sebesar Rp 5.425.000 per bulan, dengan waktu operasional usaha rata-rata 8 jam per hari. Selain itu, sebagian besar UMKM kuliner belum memanfaatkan digital marketing sebagai media pemasaran produk.2) Hasil penelitian juga menemukan bahwa modal, lama usaha, dan pemasaran digital secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru, Jambi. Secara individual, modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru, Jambi sedangkan lama usaha dan pemasaran digital berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru, Jambi.

Kata Kunci : Pendapatan, Modal, Lama Usaha, Pemasaran Digital, Regresi Linear Berganda

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto yang mencapai sekitar 60 persen dan penyediaan lapangan kerja bagi 97 persen tenaga kerja nasional (kompasiana.com, 2025). Peran UMKM tidak hanya terbatas pada kontribusi ekonomi makro, tetapi juga mencakup penciptaan lapangan kerja, pemerataan distribusi pendapatan, dan pengurangan tingkat kemiskinan (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2024).

Selain mampu menyerap tenaga kerja yang cukup besar, UMKM di Indonesia mampu menyumbang kontribusi yang sangat besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Pada tahun 2023 pelaku usaha UMKM mencapai 66 juta jiwa dengan kontribusi mencapai 61 persen dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp. 9.580 triliun sehingga peran UMKM ini sangat besar terhadap

pertumbuhan perekonomian Indonesia dan mampu mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia (Kementerian koordinator bidang perekonomian, 2023).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terdiri dari berbagai macam bidang salah satunya adalah bidang kuliner. Berdasarkan total usaha Industri Mikro Kecil yang ada di Indonesia pada tahun 2024, Industri makanan berada pada posisi teratas sebagai industri yang paling banyak yang ada di Indonesia (Reynaldi, 2024). Makanan dan minuman menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang baik dimana saja dan kapan saja sehingga usaha makanan dan minuman menjadi usaha yang banyak diminati karena kesempatan untuk memperoleh pendapatan cukup besar. Bidang kuliner menjadi salah satu dari tiga subsektor penyumbang terbesar dalam PDB ekonomi kreatif yaitu 75 persen pada tahun 2022 (Somba, 2022).

Sebagian besar wisatawan atau warga setempat di Kecamatan Kota Baru tentunya memiliki kuliner yang menjadi favorit atau konsumsi sehari-hari yang harus ada dalam setiap acara (Yasin, 2022). Banyaknya keanekaragaman kuliner yang terdapat memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha, karena dengan berbagai jenis makanan yang ditawarkan, para pelaku usaha mampu menarik lebih banyak konsumen. Hal ini tidak hanya memperluas pasar, tetapi juga meningkatkan daya saing dan peluang untuk memperluas usaha.

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Jambi, pada tahun 2024 jumlah UMKM di Kecamatan Kota Baru mencapai 5.271 tercatat paling tinggi dibandingkan kecamatan lain. Berikut data pelaku UMKM bidang kuliner di 11 Kecamatan di Kota Jambi.

Berdasarkan data jumlah UMKM Kuliner dari tahun 2022 hingga 2024, terjadi peningkatan yang signifikan. Pada tahun 2022, jumlah UMKM Kuliner dari 1.454 menjadi 2.988 pada tahun 2023, selanjutnya pada tahun 2024 jumlah UMKM Kuliner menjadi 5.271.

Berdasarkan penelitian yang telah ada sebelumnya, terdapat faktor – faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM yaitu modal usaha, lama usaha, tingkat pendidikan, jam kerja, penerapan digital marketing, tenaga kerja, dan daya saing. Pada penelitian ini peneliti menggunakan digital marketing dan lama usaha sebagai faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM yg hanya berfokus pada bidang kuliner saja. Berdasarkan penelitian sebelumnya faktor tersebut memiliki hubungan yang kuat secara teoritis dengan pendapatan. Faktor itu tentunya berkaitan erat dengan perekonomian yang terjadi dan menjadi pengamatan seseorang dalam bertingkah laku dan menentukan berjalannya sistem manajemen pada suatu usaha. Berbagai ragam usaha yang dilakukan oleh masyarakat dalam bentuk usaha kecil kemungkinan memberikan dampak positif untuk meningkatkan pendapatan itu sendiri.

Untuk menjalankan usaha agar berjalan dengan baik dan terstruktur, tentunya harus menjalankan manajemen yang baik dan memiliki kemampuan yang signifikan

pada usaha yang dijalani. Usaha yang berjalan baik akan meningkat pendapatan bagi pelaku usaha. Pada dasarnya setiap usaha memiliki kebutuhan yang perlu di keluarkan seperti modal usaha. Modal usaha menjadi salah satu faktor utama dalam keberlangsungan dan pengembangan usaha. Modal yang diperoleh dapat berasal dari sumber internal, seperti tabungan pribadi atau keuntungan usaha yang diinvestasikan kembali, maupun dari sumber eksternal, seperti pinjaman dari bank, koperasi, atau lembaga keuangan mikro.

Usaha yang telah beroperasi lebih lama biasanya memiliki pengalaman yang lebih mendalam dalam mengelola bisnis, yang membantu pelaku usaha memahami dinamika pasar, preferensi konsumen, serta manajemen sumber daya. Pengalaman ini juga memungkinkan pelaku usaha untuk membangun jaringan pelanggan yang lebih luas dan loyal, yang secara langsung berdampak pada peningkatan pendapatan. Lama usaha merupakan lamanya pedagang berkarya pada usaha perdagangan yang sedang di jalani saat ini (Asmie, 2008). Selain itu, UMKM kuliner yang sudah lama beroperasi cenderung lebih efisien dalam mengelola modal dan operasional, sehingga mampu mempertahankan kualitas produk dan layanan (Nduru, 2022). Hal ini membantu pelaku usaha menghadapi tantangan seperti persaingan pasar dan fluktuasi harga bahan baku.

Pelaku UMKM di era saat ini sangat memerlukan teknologi demi mempertahankan kelangsungan usaha yang dimiliki, salah satunya dengan menerapkannya digital marketing dalam usaha untuk memasarkan produk. Digital marketing dilakukan dengan melakukan pemasaran produk lewat media sosial. Dengan adanya digital marketing akan membuat jangkauan usaha semakin luas dan meminimalisir biaya yang dikeluarkan untuk pemasaran produk sehingga dengan adanya digital marketing akan membantu meningkatkan pendapatan pelaku usaha.

Dalam dunia usaha, pendapatan menjadi poin tujuan dari adanya proses penjualan, dan pendapatan selalu diperoleh dalam bentuk nominal uang. Pendapatan yang dihasilkan digunakan untuk mengukur sejauh mana pendapatan usaha dalam memperoleh dari hasil penjualan dengan mengharap keuntungan sesuai dengan yang di inginkan. Pendapatan menjadi (Agustian, 2020) suatu unsur penting untuk mengukur tingkat keberhasilan suatu usaha.

Berdasarkan pentingnya peran UMKM bagi perekonomian terdapat fenomena yang menjelaskan bahwa UMKM di Kota Jambi merupakan yang terbanyak di Provinsi Jambi yang mana usaha terbanyak berupa usaha kuliner karena usaha ini merupakan usaha yang memiliki potensi besar karena makanan menjadi kebutuhan pokok setiap orang baik itu makanan ringan, makanan berat maupun minuman.

UMKM kuliner Kecamatan Kota Baru merupakan objek penelitian yang menjadi fokus peneliti. Berdasarkan data, peneliti menjadikan jumlah UMKM yang terdapat di Kecamatan Kota Baru sebagai bahan penelitian untuk mengetahui pengaruh peningkatan pendapatan pelaku UMKM dari faktor modal, lama usaha,

dan digital marketing.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini dirumuskan untuk menjawab permasalahan mengenai bagaimana karakteristik kondisi sosial ekonomi responden pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru serta bagaimana pengaruh modal, lama usaha, dan pemasaran digital terhadap peningkatan pendapatan pelaku UMKM kuliner di wilayah tersebut. Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis karakteristik sosial ekonomi pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru serta menganalisis pengaruh modal, lama usaha, dan pemasaran digital terhadap peningkatan pendapatan pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data utama yang diperoleh secara langsung dari pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru melalui penyebaran kuesioner dan wawancara terstruktur, sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik (BPS), Dinas Koperasi dan UKM Kota Jambi, serta berbagai jurnal ilmiah yang relevan dengan topik penelitian. Jenis data yang digunakan adalah data cross section, yaitu data yang dikumpulkan dari banyak responden dalam satu periode waktu tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru yang berjumlah 5.271 unit usaha berdasarkan data tahun 2024. Teknik penarikan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria tertentu, mengingat keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10 persen, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 98 responden yang dianggap mampu mewakili populasi penelitian.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan wawancara guna memperoleh informasi yang akurat terkait modal usaha, lama usaha, pemasaran digital, dan pendapatan pelaku UMKM kuliner. Data yang telah dikumpulkan selanjutnya dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden serta kondisi umum variabel penelitian melalui nilai minimum, maksimum, dan rata-rata. Sementara itu, analisis kuantitatif dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh modal usaha, lama usaha, dan pemasaran digital terhadap pendapatan UMKM kuliner. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, model regresi diuji melalui uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi guna memastikan model regresi layak digunakan. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji F untuk melihat pengaruh variabel independen secara simultan, uji t untuk melihat pengaruh secara

parsial, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi pendapatan pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Karakteristik responden menurut jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Percentase (%)
Perempuan	57	58,16
Laki - laki	41	41,84
Jumlah	98	100,00

Sumber: Data Primer diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 1, pelaku UMKM bidang kuliner di Kecamatan Kota Baru berdasarkan jenis kelamin terdiri dari 58,16 persen perempuan dan 41,84 persen lainnya adalah laki - laki. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru pada penelitian ini adalah perempuan. Pelaku UMKM bidang kuliner di Kecamatan Kota Baru perempuan dikarenakan usaha kuliner menjadi satu pilihan strategis bagi perempuan untuk memperoleh penghasilan, baik sebagai sumber pendapatan utama maupun tambahan. Sementara itu, pelaku UMKM berjenis kelamin laki-laki berjumlah 41 orang yang jumlahnya cukup besar menggambarkan bahwa usaha kuliner tidak lagi terbatas pada satu gender, melainkan menjadi bidang usaha yang kompetitif bagi semua pihak.

Tabel 2 Karakteristik responden menurut usia

Usia	Jumlah	Percentase (%)
18-26	38	38,78
27-35	49	50,00
36-44	8	8,26
45-53	3	3,06
Jumlah	98	100,00

Sumber: Data Primer diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 2, karakteristik pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru menurut usia menggambarkan bahwa mayoritas pelaku usaha pada usia 27 - 35 tahun yang merupakan kategori terbanyak yaitu sebanyak 49 orang atau 50,00 persen, yang menggambarkan bahwa rentang usia ini memiliki kemampuan fisik yang baik, serta keberanian mengambil resiko pada usaha. Kelompok usia 18 - 26 tahun menggambarkan bahwa generasi muda juga mempunyai jiwa kewirausahaan yang cukup tinggi yaitu sekitar 38,78 persen. Sementara 8,26 persen lainnya merupakan kategori usia yang sudah cukup matang yaitu 36-44 dan sisanya yaitu 3,06 persen pada kategori usia 45-53. Jumlah yang relatif kecil ini dikaitkan dengan faktor fisik, minat, atau aktivitas menjelang usia lanjut. Kondisi ini sesuai dengan keadaan di lapangan, dimana usaha kuliner lebih banyak diminati oleh pelaku usia

muda sampai dewasa dikarenakan adanya faktor kebutuhan serta kemampuan beradaptasi dengan teknologi digital.

Tabel 3 Karakteristik responden menurut pendidikan terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
SMP	7	7,14
SMA	60	61,22
D1/D3	10	10,20
S1	21	21,43
Jumlah	98	100,00

Sumber: Data Primer diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 3, pendidikan pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru pada penelitian ini memiliki latar belakang pendidikan yang telah ditempuh yaitu 61,22 persen pendidikan terakhirnya SMA kemudian diikuti dengan dengan pendidikan terakhir SMP yaitu 7,14. Selanjutnya 21,43 persen lainnya berpendidikan S1 dan persentase terkecil yaitu 10,20 persen menempuh pendidikan D1/D3. Oleh karena itu mengingat besarnya peluang perolehan pendapatan yang didapatkan melalui berusaha terutama UMKM kuliner, maka pendidikan mengenai kewirausahaan sangat penting di berikan pada masa – masa menempuh pendidikan. Dengan pendidikan yang tinggi juga mampu mengasah kemampuan untuk berinovasi agar dapat membuka usaha serta membuka lapangan pekerjaan lebih banyak lagi. Dalam hal ini pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru yang menjadi responden paling banyak telah menempuh pendidikan SMA.

Tabel 4 Karakteristik responden menurut status perkawinan

Status Perkawinan	Jumlah	Persentase (%)
Belum Menikah	53	54,08
Menikah	45	45,92
Jumlah	98	100,00

Sumber: Data Primer diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4 diatas, pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru pada penelitian ini memiliki status perkawinan yaitu 54,08 persen berstatus belum menikah, kondisi ini mendorong mereka untuk memulai bisnis pada usaha kuliner, karena adanya fleksibilitas waktu dan belum memiliki tanggungan keluarga yang besar. Selanjutnya 45,92 persen lainnya berstatus menikah, persentase ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM kuliner sudah memiliki tanggungan.

Tabel 5 Karakteristik responden menurut jumlah tanggungan

Jumlah Tanggungan	Jumlah	Persentase (%)
Tidak Ada	53	55,21
1	3	3,13
2	12	12,50

3	18	18,75
4	10	10,42
Jumlah	98	100,00

Sumber: Data Primer diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 5 pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru pada penelitian ini sebanyak 55,21 persen pelaku UMKM kuliner tidak memiliki tanggungan, dan pelaku UMKM yang memiliki 2 tanggungan yaitu 12,50 persen dan yang berjumlah 3 tanggungan yaitu 18,75 persen, sedangkan 10,42 persen lainnya memiliki tanggungan 4 orang. Dalam hal ini pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru pada penelitian ini mayoritas tidak memiliki tanggungan yaitu sebanyak 53 responden.

Tabel 6 Karakteristik responden menurut pekerjaan utama

Pekerjaan Utama	Jumlah	Percentase (%)
Pedagang UMKM	84	85,71
Penjaga Konter	1	1,02
Buruh	4	4,08
Guru	3	3,06
Bisnis	1	1,02
Petani Sawit	1	1,02
Pedagang Toko Kelontong	3	3,06
Pedagang <i>Online Shop</i>	1	1,02
Jumlah	98	100,00

Berdasarkan tabel 6, pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru pada penelitian ini memiliki pekerjaan utama yaitu sebagai pedagang toko kelontong sebanyak 3,06 persen, sebagai buruh 4,08 persen, sebagai guru 3,06 persen, penjaga konter 1,02 persen, bisnis 1,02 persen, dan pedagang *online shop* 1,02 persen. Sebagian besar menjadikan UMKM kuliner sebagai pekerjaan utamanya yaitu sebanyak 85,71 persen. Pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru memilih untuk menjadikan usahanya sebagai pekerjaan utama agar lebih fokus mengembangkan usahanya karena dengan berusaha potensi dalam memperoleh pendapatan sangat besar dibandingkan menjadi karyawan/bekerja di luar. Dalam hal ini pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru pada penelitian ini mayoritas menjadikan UMKM sebagai pekerjaan utama.

Tabel 7 Karakteristik responden menurut pekerjaan sampingan

Pekerjaan Sampingan	Jumlah	Percentase (%)
Pedagang UMKM	14	14,29
Tidak ada	84	85,71
Jumlah	98	100,00

Sumber: Data Primer diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 7 pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru pada penelitian ini yang menjadikan UMKM sebagai pekerjaan sampingan sebanyak 14,29 persen, 85,71 persen lainnya tidak memiliki pekerjaan sampingan atau hanya menjadikan UMKM sebagai pekerjaan utamanya. Dalam hal ini pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru pada penelitian ini mayoritas tidak memiliki pekerjaan sampingan.

Tabel 8 Karakteristik responden menurut jenis usaha

Jenis Usaha	Jumlah	Persentase (%)
Makanan	71	72,45
Minuman	27	27,55
Jumlah	98	100,00

Sumber: Data Primer diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 8 karakteristik usaha pada UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru pada penelitian ini berdasarkan jenis usahanya yaitu UMKM kuliner jenis makanan sebanyak 72,45 persen, UMKM kuliner jenis minuman sebanyak 27,55 persen. Pelaku UMKM kuliner Kecamatan Kota Baru lebih banyak memilih jenis makanan dikarenakan makanan dapat diinovasikan secara beragam dan memiliki banyak variasi seperti makanan ringan, makanan berat hingga makanan yang sedang *trend*. Dalam hal ini jenis usaha pada UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru pada penelitian ini mayoritas memilih UMKM kuliner jenis makanan.

Tabel 9 Karakteristik responden menurut status kepemilikan usaha

Kepemilikan Usaha	Jumlah	Persentase (%)
Milik Sendiri	68	69,39
Bukan Milik Sendiri	30	30,61
Jumlah	98	100,00

Sumber: Data Primer diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 9 karakteristik usaha pada UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru pada penelitian ini berdasarkan kepemilikan usahanya yaitu kepemilikan sendiri sebanyak 69,39 persen dan 30,61 persen lainnya mengoperasikan usaha dengan statatus bukan milik sendiri, melainkan usaha yang dikelola melalui sistem bagi hasil, kerja sama, atau usaha milik keluarga. Pelaku UMKM kuliner sebagian besar kepemilikan usaha sendiri dikarenakan agar pelaku usaha mampu mengatur atau mengelola perolehan pendapatannya sendiri serta mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru. Dalam hal ini kepemilikan usaha pada UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru pada penelitian ini paling banyak yaitu kepemilikan sendiri.

Tabel 10 Karakteristik responden menurut sumber modal awal

Sumber Modal	Jumlah	Persentase (%)
Modal Sendiri	73	74,49
Bank	7	7,14

Campuran	18	18,37
Jumlah	98	100,00

Sumber: Data Primer diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 10 dapat dilihat sebagian besar pelaku UMKM kuliner Kecamatan Kota Baru yaitu sekitar 74,49 persen menggunakan modal sendiri pada saat memulai usaha dikarenakan banyak yang berpendapat bahwa meminjam modal di Bank persyaratannya rumit dan sulit sehingga mereka menggunakan modal sendiri saat memulai usaha. Namun, ada beberapa responden yang menggunakan sumber modal yang diperoleh dari Bank yaitu sekitar 7,14 persen. Lainnya yaitu menggunakan sumber modal yang berasal dari campuran yaitu dari Bank dan modal sendiri sekitar 18,37 persen, hal ini menunjukkan bahwa responden tersebut membutuhkan tambahan modal namun ingin meminimalisir porsi pinjaman agar tidak sepenuhnya bergantung terhadap lembaga Bank.

Tabel 11 Karakteristik responden menurut modal awal

Modal Awal	Jumlah	Persentase (%)
200.000 – 799.999	12	12,24
800.000 – 1.399.999	2	2,04
1.400.000 – 1.999.999	20	20,41
2.000.000 – 2.599.999	15	15,31
2.600.000 – 3.199.999	16	16,33
3.200.000 – 3.799.999	15	15,31
3.800.000 – 4.399.999	10	10,20
4.400.000 – 4.999.999	8	8,16
Jumlah	98	100,00
Rata-rata	1.675.000	

Sumber: Data Primer diolah tahun 2025

Berdasarkan table 11 karakteristik usaha pada UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru pada penelitian ini berdasarkan modal awal usaha yaitu dengan modal Rp. 200.000 – 2.599.999 sebanyak 50,00 persen dan dengan modal diatas Rp. 2.600.000 – 4.999.999 sebanyak 50,00 persen. Pelaku UMKM kuliner menggunakan modal awal yang rendah dikarenakan pelaku usaha membangun usaha secara bertahap dan menggunakan fasilitas yang telah ada di rumah seperti untuk memasak menggunakan wajan yang ada dirumah, jika usaha telah berkembang kemudian pelaku usaha membeli untuk khusus usahanya. Dalam hal ini modal awal usaha yang digunakan pada UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru yang menjadi responden mayoritas dengan rata – rata sebesar Rp. 1.675.000

Tabel 12 Karakteristik responden menurut modal operasional

Modal Operasional	Jumlah	Persentase (%)
500.000 – 1.499.999	15	15,31

1.500.000 – 2.499.999	25	25,51
2.500.000 – 3.499.999	20	20,41
3.500.000 – 4.499.999	7	7,14
4.500.000 – 5.499.999	10	10,20
5.500.000 – 6.499.999	9	9,18
6.500.000 – 7.499.999	8	8,16
7.500.000 – 8.499.999	4	4,08
Jumlah	98	100,00
Rata-rata	2.493.316	

Sumber: Data Primer diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 12 karakteristik usaha pada UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru pada penelitian ini berdasarkan modal operasional usaha yang dihabiskan selama satu bulan yaitu UMKM kuliner dengan modal operasional rata - rata sebesar Rp. 2.350.00 . Pelaku UMKM kuliner yang menggunakan modal operasional perbulan mencapai Rp. 500.000 – Rp. 3.499.999 sebanyak 61,23 persen sedangkan 38,76 persen lainnya menggunakan modal operasional perbulan diatas Rp. 3.500.000 – Rp.849.999. UMKM kuliner menggunakan modal operasional perbulan yang kecil dikarenakan bahan baku yang relatif terjangkau terutama untuk membuat makanan maupun minuman sehingga banyak pelaku usaha memilih bidang kuliner dalam menjalankan usaha. Dalam hal ini modal operasional yang digunakan dalam waktu satu bulan pada UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru pada penelitian ini mayoritas sebesar Rp. 500.000 – Rp. 3.499.999.

Tabel 13 Karakteristik responden menurut pendapatan

Pendapatan	Jumlah	Percentase (%)
1.500.000 – 3.199.999	35	35,71
3.200.000 – 4.899.999	20	20,41
4.900.000 – 6.599.999	15	15,31
6.600.000 – 8.299.999	12	12,24
8.300.000 – 9.999.999	7	7,14
10.000.000 – 11.699.999	4	4,08
11.700.000 – 13.399.999	2	2,04
13.400.000 – 15 099.999	3	3,06
Jumlah	98	100,00
Rata-rata	5.425.000	

Sumber: Data Primer diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 13 karakteristik usaha pada UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru pada penelitian ini berdasarkan pendapatan bersih yang diperoleh selama satu bulan yaitu UMKM kuliner dengan perolehan pendapatan rata - rata sebesar Rp. 5.425.000. Pelaku UMKM kuliner yang memperoleh pendapatan dalam satu

bulan mencapai Rp. 1.500.000 – Rp. 8.299.999 sebanyak 83,67 persen, sedangkan 16,33 persen lainnya memperoleh pendapatan mulai Rp. 8.300.000 – 15.099.999. Pelaku UMKM kuliner mampu memperoleh pendapatan rata – rata Rp. 5.425.000 dikarenakan makanan dan minuman menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang dan jenis makanan dan minuman yang sangat beragam setiap saat serta permintaan produk kuliner yang selalu ada sehingga menjadikan UMKM kuliner sebagai bisnis yang menguntungkan. Dalam hal ini pendapatan bersih yang diperoleh dalam waktu satu bulan pada UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru pada penelitian ini paling banyak memperoleh pendapatan sebesar Rp. 1.500.000 – 3.199.999.

Tabel 14 Karakteristik responden menurut jam kerja operasional

Jam Kerja Operasional	Jumlah	Percentase (%)
≤ 4 jam	1	1,02
5 – 6 jam	15	15,31
7 – 8 jam	70	71,43
9 - 10 jam	12	12,24
Jumlah	98	100,00

Sumber: Data Primer diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 14 karakteristik usaha pada UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru pada penelitian ini berdasarkan jam operasional atau jam kerja yaitu UMKM kuliner bekerja dengan jam operasional selama ≤ 4 hingga 10 jam. Pelaku UMKM kuliner yang beroperasi < 4 jam hanya 1,02 persen, selanjutnya yang beroperasi selama 5 – 6 jam yaitu sebesar 15,31 persen. Sebesar 71,43 persen beroperasi selama 7 - 8 jam. Pelaku UMKM kuliner rata – rata menjalankan usahanya selama 8 jam per hari dihitung dari jam buka toko hingga tutup toko dikarenakan pelaku usaha perlu menyiapkan bahan baku untuk digunakan di hari selanjutnya lagi dan umumnya jenis produk yang dijual sangat berpengaruh terhadap jam operasional usaha seperti jika membuka UMKM makanan berat yang hanya buka pagi hingga siang saja. Sisanya, yaitu 12,24 persen beroperasi hingga 9 – 10 jam per hari.

Tabel 15 Karakteristik usaha pelaku UMKM kuliner berdasarkan lama usaha

Lama Usaha (tahun)	Jumlah	Percentase (%)
1 - 2	55	56,12
3 - 4	27	27,55
5 - 6	10	10,20
7 - 8	6	6,12
Jumlah	98	100.00

Sumber: Data Primer diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 15 karakteristik usaha pada UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru pada penelitian ini berdasarkan lama usaha tersebut dijalankan yaitu

UMKM kuliner dengan rata - rata lama usaha selama 1 - 2 tahun. Pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru yang telah membuka usaha nya selama 1 - 2 tahun sebesar 56,12 persen sedangkan 27,55 persen lainnya telah membuka usaha selama 3 - 4 tahun.Selanjutnya, persentase yang membuka usaha selama 5 -6 tahun yaitu 10,20 persen dan sisanya 6,12 persen lainnya telah membuka usahanya cukup lama yaitu 7 - 8 tahun. Banyak UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru yang baru mendirikan usahanya sehingga jumlah UMKM kuliner akan semakin bertambah, ini dikarenakan seiring berjalannya waktu kuliner di berbagai dunia dapat di lihat maupun di buat secara otodidak maupun diajarkan langsung sehingga kuliner semakin ramai dan semakin banyak permintaan dipasar oleh karena itu banyak UMKM kuliner yang baru bermunculan akhir ini. Dalam hal ini lama usaha pada UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru pada penelitian ini mayoritas telah menjalankan usahanya selama 1 hingga 3 tahun.

Tabel 16 Karakteristik responden menurut penggunaan pemasaran digital

Penggunaan Pemasaran Digital	Jumlah	Persentase (%)
Menggunakan	64	65,98
Tidak Menggunakan	33	34,02
Jumlah	98	100,00

Sumber: Data Primer diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 16 karakteristik usaha pada UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru pada penelitian ini berdasarkan pemasaran digital yaitu UMKM kuliner yang tidak menggunakan digital sebesar 65,98 persen dalam pemasaran produknya, sedangkan 34,02 persen UMKM kuliner telah menggunakan digital marketing untuk memasarkan produknya. UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru perlu untuk diberikan pelatihan dan sosialisasi mengenai pentingnya penggunaan digital sebagai media pemasaran produk usaha dikarenakan perkembangan zaman akan semakin maju dan dengan menggunakan media digital akan membuat produk lebih dijangkau secara lebih luas seingga kesempatan untuk memperoleh pendapatan pada UMKM kuliner akan semakin besar. Dalam hal ini penggunaan digital marketing pada UMKM kuliner Kecamatan Kota Baru pada penelitian ini mayoritas belum menggunakan digital sebagai media pemasaran.

Tabel 17 Hasil Regresi Linear Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4260342.	790388.4	5.390188	0.0000
MODAL	0.242459	0.067976	3.566826	0.0006
LAMA_USAHA	-27301.92	189659.0	-0.143953	0.8858
PEMASARAN_DIGITAL	782240.7	591183.0	1.323178	0.1890
L				
R-squared	0.621603	Mean dependent var		5071222.

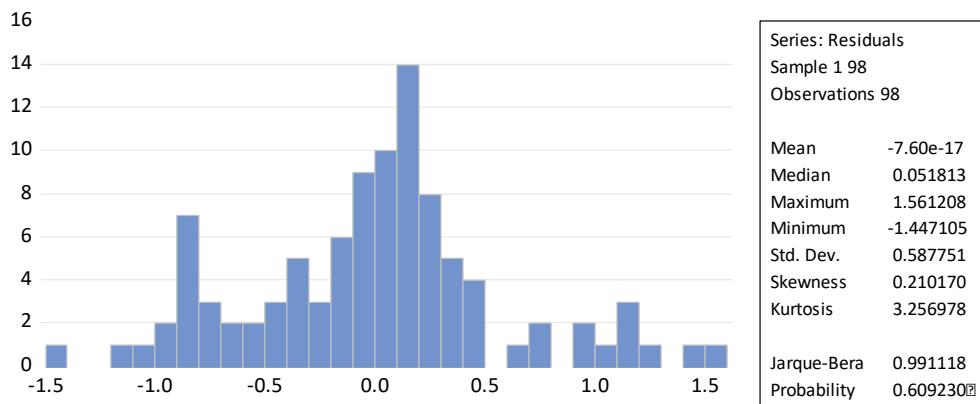
Adjusted R-squared	0.604700	S.D. dependent var	3685691.
S.E. of regression	1355713.	Akaike info criterion	31.13624
Sum squared resid	1.71E+14	Schwarz	31.29352
		criterion	
Log likelihood	-1585.254	Hannan-Quinn criter.	31.19988
F-statistic	5.019755	Durbin-Watson stat	1.375086
Prob(F-statistic)	0.002850		

Sumber: EViews 12 (data diolah)

Berdasarkan tabel dapat dituliskan persamaan regresi modal, lama usaha, dan pemasaran digital sebagai berikut.

$$Y_{Pi} = 4.260.342 + 0,242459 MU_i - 27.301,92 LU_i + 782.240,7 PD_i$$

Dari persamaan diatas, dapat diperoleh nilai konstanta dan koefisien dari masing-masing variabel bahwa konstanta (Y) bernilai 4.260.342 artinya apabila modal, lama usaha, dan pemasaran digital pada pelaku UMKM kuliner Kecamatan Kota Baru selama pengamatan penelitian diasumsikan tidak berubah maka rata-rata pendapatan pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru diperkirakan sebesar Rp. 4.260.342. Koefisien variabel modal (X_1) bernilai 0,242459. Nilai ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel modal dan variabel pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru. Koefisien variabel modal ini memiliki arti apabila terjadi peningkatan variabel modal sebesar 1 juta rupiah, tetapi variabel lama usaha dan pemasaran digital dianggap tetap atau tidak berubah, maka variabel pendapatan UMKM mengalami peningkatan sebesar Rp. 242.459. Koefisien variabel lama usaha (X_2) bernilai -27.301,92. Nilai ini menunjukkan adanya pengaruh negatif dan signifikan antara variabel lama usaha dan variabel pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru. Hal ini menunjukkan bahwa semakin lama usaha berdiri, maka pendapatan diperkirakan mengalami penurunan sebesar Rp. 27.301,92. Variabel pemasaran digital merupakan dummy variabel, dimana pemasaran tidak menggunakan media digital diberi skor 0 sedangkan pemasaran menggunakan media digital diberi skor 1. Koefisien pemasaran digital (D_3) bernilai 782.240,7 dan nilai probabilitas sebesar 0,1890 yang berada di atas tingkat signifikansi 5%. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran digital tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru.



Gambar 1 Histogram Uji Normalitas

Pada gambar histogram diatas nilai Prob. Jarque Bera sebesar 0.609 yang artinya \geq dibandingkan 0,05 yang menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terdistribusi normal sehingga asumsi klasik terkait normalitas sudah terpenuhi.

Tabel 18 Hasil Uji Multikolinearitas

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	6.25E+11	8.931632	NA
MODAL	0.004621	2.513499	1.003530
LAMA_USAHA	3.60E+10	4.074855	1.117657
PEMASARAN_DIGITAL	3.49E+11	3.314217	1.116012

Sumber: EViews 12 (data diolah)

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinearitas diatas, dapat dilihat nilai VIF variabel modal sebesar 1.003, lama usaha sebesar 1.117 dan pemasaran digital sebesar 1.116 yang berarti semua variabel nilai VIF nya ≤ 10 artinya tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 19 Hasil Uji Heterokedastisitas

Heteroskedasticity Test: Glejser
Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	1.798218	Prob. F(3,94)	0.1529
Obs*R-squared	5.318958	Prob. Chi-Square(3)	0.1499
Scaled explained SS	6.229300	Prob. Chi-Square(3)	0.1010

Sumber: EViews 12 (data diolah)

Pada hasil uji heterokedastisitas metode glejser diatas, menunjukkan bahwa nilai probabilitinya sebesar 0.149 dimana nilai ini ≥ 0.05 yang artinya tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

Tabel 20 Hasil Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

Null hypothesis: No serial correlation at up to 2 lags

F-statistic	1.685164	Prob. F(2,92)	0.1911
Obs*R-squared	3.463259	Prob. Chi-Square(2)	0.1770

Sumber: EViews 12 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dapat dilihat bahwa probability nya sebesar $0.177 \geq 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terjadi autokorelasi.

Tabel 21 Hasil Uji F

R-squared	0.621603	Mean dependent var	5071222.
Adjusted R-squared	0.604700	S.D. dependent var	3685691.
S.E. of regression	1355713.	Akaike info criterion	31.13624
Sum squared resid	1.71E+14	Schwarz criterion	31.29352
Log likelihood	-1585.254	Hannan-Quinn criter.	31.19988
F-statistic	5.019755	Durbin-Watson stat	1.375086
Prob(F-statistic)	0.002850		

Sumber: EViews 12 (data diolah)

Dari hasil uji F di atas, diperoleh nilai F-hitung sebesar 5.019755. Dengan probability sebesar $0.002850 \leq 0.05$ maka H_0 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel modal, lama usaha, dan pemasaran digital secara bersama - sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM kuliner Kecamatan Kota Baru.

Tabel 22 Hasil Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4260342.	790388.4	5.390188	0.0000
MODAL	0.242459	0.067976	3.566826	0.0006
LAMA_USAHA	-27301.92	189659.0	-0.143953	0.8858
PEMASARAN_DIGITA	782240.7	591183.0	1.323178	0.1890
L				

Sumber: EViews 12 (data diolah)

Berdasarkan tabel hasil uji t diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut. (1) Modal, dari hasil uji t diatas, diketahui bahwa nilai t-Statistic sebesar 3.566826 dan nilai Probability sebesar $0.0006 \leq 0.05$ maka, H_0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM kuliner Kecamatan Kota Baru. (2) Lama Usaha, dari hasil uji t diatas, diketahui bahwa nilai t-Statistic sebesar -0.143953 dan nilai Probability sebesar $0.8858 \geq 0.05$ maka, H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Lama Usaha berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM

kuliner Kecamatan Kota Baru. (3)Pemasaran Digital, dari hasil uji t diatas, diketahui bahwa nilai t-Statistic sebesar 1.323178 dan nilai Probability sebesar $0.1890 \geq 0.05$ maka, H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pemasaran digital berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM kuliner Kecamatan Kota Baru.

Pembahasan

Analisis Pengaruh Modal terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Kota Baru

Berdasarkan hasil pengujian statistik, menunjukkan bahwasanya modal usaha berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pendapatan UMKM Kuliner di Kecamatan Kota Baru. Modal merupakan titik kunci dari setiap usaha dimana modal yang besar akan berpengaruh terhadap besarnya variasi produk bahkan tenaga kerja. Tanpa modal yang cukup maka akan berpengaruh terhadap kelancaran usaha sehingga akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh.

Penggunaan modal untuk kegiatan operasional dalam UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru akan mempengaruhi seberapa banyak penyediaan barang/produk yang akan dijual/diperdagangkan sehingga usaha tersebut dapat terus berkembang dan bertahan serta akan meningkatkan kemampuan usaha dalam memperoleh pendapatan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Wiguna (2022) yang menyatakan bahwa modal berpengaruh terhadap pendapatan usaha. Semakin banyak modal usaha yang dikeluarkan maka pedagang dapat menambah jumlah dan variasi barang dagangan yang akan dijual sehingga pendapatan juga akan meningkat. Tidak hanya itu dengan modal usaha maka pedagang bisa memenuhi kebutuhan berdagang seperti membeli peralatan yang dibutuhkan untuk mempermudah dan memperlancar dalam proses berdagang.

Analisis Pengaruh Lama Usaha terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Kota Baru

Berdasarkan hasil pengujian statistik yang dilakukan menunjukkan bahwa lama usaha secara parsial tidak berpengaruh dan signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam pandangan pemilik UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru keberadaan lama usaha tidak terlalu penting terhadap pendapatan dikarenakan ada nya faktor lain seperti inovasi produk, strategi pemasaran, dan modal usaha dianggap lebih menentukan dalam meningkatkan pendapatan mereka.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Rizky Pratama (2023) yang menyatakan pelaku UMKM yang telah menjalankan usahanya selama bertahun-tahun namun tidak mengalami peningkatan pendapatan yang signifikan. Sebaliknya, ada juga pelaku usaha yang baru memulai namun mampu meraih pendapatan tinggi dalam waktu singkat. Hal ini terjadi karena tidak semua pelaku usaha yang sudah lama

menjalankan usahanya melakukan pembaruan strategi atau inovasi. Banyak dari mereka yang masih memakai cara-cara lama dan tidak menyesuaikan dengan perkembangan trend dan kebutuhan pasar, sehingga pendapatannya tetap dan tidak mengalami peningkatan.

Analisis Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Kota Baru

Berdasarkan hasil pengujian statistik, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran digital tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kecamatan Kota Baru. Hal ini dapat terjadi karena pelaku usaha belum memiliki kemampuan digital marketing yang tepat. Beberapa faktor penyebab, diantaranya pelaku usaha belum memiliki visi yang jelas, kurang berani menghadapi risiko dalam menjalankan bisnisnya saat menggunakan digital, kurang mengembangkan konsep promosional, dan kurang merespon peluang maupun ancaman dalam menjalankan bisnisnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Prasetyaningrum (2023) yang menyatakan bahwa pemasaran digital tidak berpengaruh signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Boyolali.. Pemanfaatan modal usaha terbukti sebagai variabel yang dapat memperkuat pemasaran digital dan lama usaha terhadap keberlangsungan usaha dalam penelitian ini, peningkatan pendapatan pelaku UMKM di Kecamatan Kota Baru tidak cukup hanya dicapai melalui digital marketing dan lama usaha. Dengan mempertimbangkan faktor ketidakpastian lingkungan usaha, diperlukan strategi untuk mempertahankan pertumbuhan kinerja dan menjaga keberlangsungan bisnis yaitu melalui pemanfaatan modal usaha. Pelaku usaha yang telah memanfaatkan modal usaha akan memperoleh stabilitas kondisi keuangan usaha secara optimal bila ada pesanan yang lebih besar dari pada kapasitas produksi seperti biasanya. Diharapkan akan menghasilkan profit yang semakin besar dan berkelanjutan, sehingga memberikan kontribusi pada peningkatan kinerja usaha.

Implikasi Kebijakan

Modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru. Ini menandakan bahwa modal sangat berpengaruh sekali terhadap pendapatan, oleh karena itu pemerintah diharapkan dapat memberikan bantuan modal bagi pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru serta pelaku UMKM dapat diberikan kemudahan dalam mengakses pinjaman permodalan untuk menjalankan usahanya serta diberikan bunga pinjaman yang tidak begitu besar mengingat bahwa modal yang digunakan pada UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru rata - rata masih tergolong rendah.

Lama usaha tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru. Pemerintah diharapkan dapat melakukan sosialisasi bagi pelaku UMKM untuk diberikan pemahaman tentang bagaimana

mempertahankan usaha yang dijalankan dan membantu UMKM untuk memberikan kemudahan menetapkan izin usaha ataupun pendaftaran merek dan sertifikasi produk, serta pelatihan terhadap pelaku UMKM agar dapat berinovasi terhadap produknya dan dapat menyesuaikan dengan perkembangan pasar.

Pemasaran digital tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru. Ini menandakan bahwa penggunaan pemasaran digital sangat mempengaruhi peningkatan pendapatan UMKM kuliner. Di Kecamatan Kota Baru dalam penelitian ini masih banyak responden yang belum menggunakan pemasaran digital untuk memasarkan usahanya. Diperlukan sosialisasi dari pemerintah bagi pelaku UMKM kuliner agar para pelaku usaha ikut berpartisipasi untuk memasarkan produk melalui online, dikarenakan perkembangan zaman akan semakin maju dan ini juga akan memudahkan produk UMKM terutama kuliner agar jangkauan pasarnya lebih luas serta kesempatan untuk memperoleh pendapatan akan semakin besar. Pengurangan pajak untuk pemasaran online melalui platform digital juga perlu diterapkan agar mendorong pelaku usaha dan konsumen sering menggunakanannya.

KESIMPULAN

Karakteristik sosial ekonomi pada pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru, sebagian besar pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru berjenis kelamin perempuan, berada pada rentang usia 18-35 tahun, memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA, berstatus belum menikah, serta umumnya tidak memiliki jumlah tanggungan. Mayoritas responden tidak memiliki pekerjaan sampingan dan menjalankan usaha milik sendiri. Modal awal yang digunakan rata-rata sebesar Rp1.675.000, dengan modal operasional bulanan rata-rata Rp2.493.316. Pendapatan rata-rata yang diperoleh sebesar Rp5.425.000 per bulan, dengan waktu operasional usaha rata-rata 8 jam per hari. Selain itu, sebagian besar UMKM kuliner belum memanfaatkan media digital sebagai media pemasaran produk.

Modal, lama usaha, dan pemasaran digital secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru. Secara individual modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru, lama usaha berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru, sedangkan pemasaran digital berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Kota Baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, E., Mutiara, I., & Rozi, A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 5(2), 257. <https://doi.org/10.33087/jmas.v5i2.192>

- Asmie, P. (2008). Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar tradisional di Kota Yogyakarta. *Jurnal NeO-Bis*, 2(2), 197-210
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2023). Narasi kinerja triwulan IV deputi bidang koordinasi ekonomi digital, ketenagakerjaan, dan UMKM tahun 2023.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2024, 26 Agustus) Analisis Efektivitas Paket Kebijakan Ekonomi Terhadap Transformasi Digital UMKM. Kemenkeu.Go.Id
- Kompasiana.com. (2025, 1 Maret). Dampak Digitalisasi terhadap UMKM di Indonesia. www.kompasiana.com
- Nduru, M. P., & Genua, V. (2022). Pendampingan Kegiatan Literasi Digital KKN Tema Budaya Digital di SMPS Kristen Kelurahan Onekore Kabupaten Ende. Mitra Mahajana: *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 202-209.
- Priananda, A. M., Reynaldi, A., Halim, R. N., Pamungkas, S. A., & Wardana, A. C. (2024). 21045010012_Halim Rahman Nur. Upaya Rebranding Sebagai Bentuk Kepedulian Terhadap UMKM, 2(4), 124-131.
- Putri, A. P., Syam, A., Rahmatullah, R., Said, M. I., & Hasan, M. (2023). Pengaruh Kemampuan Wirausaha, Peluang Usaha Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Sektor Kuliner Di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. *Ekonis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(1).
- Rachmawati, D. W., & Yasin, A. (2022). Pengaruh Pembiayaan Mikro terhadap Perkembangan UMKM Nasabah BSI KCP Mojopahit 2. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(2), 145-156