

FAKTOR DOMINAN BERHUBUNGAN DENGAN PENDAPATAN UMKM DAN STRATEGI PENINGKATANNYA DI KOTA JAMBI (PENDEKATAN NON PARAMETRIK)

Sesraria Yuvanda^{1)*}, Muhammad Rachmad R²⁾, Deby Aisyah Rj Nur³⁾,
Besti Valanetine Nadeak⁴⁾

Prodi Ekonomi Pembangunan, Universitas Muhammadiyah Jambi¹⁾

Prodi Ekonomi Pembangunan, Universitas Jambi^{2,4)}

Prodi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Jambi³⁾

E-mail korespondensi* : sesraria@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan faktor yang dominan berhubungan dengan pendapatan UMKM dan strategi peningkatannya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survai dan observasi dengan mengambil sampel sebanyak 204 UMKM yang dipilih secara acak sederhana. Model analisis data yang dipakai adalah model statistic non parametrik yaitu model analisis korelasi Kendall's Tau beserta pengujiannya. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa faktor dominan berhubungan signifikan dengan pendapatan adalah modal, umur, pendidikan, tenaga kerja dan media promosi. Sedangkan faktor pengalaman, jumlah tanggungan dan jam kerja tidak signifikan berhubungan dengan pendapatan UMKM. Strategi yang dapat digunakan untuk peningkatan pendapatan UMKM diarahkan pada penguatan akses dan pemanfaatan modal usaha secara produktif, optimalisasi tenaga kerja melalui peningkatan keterampilan dan produktivitas, serta perluasan dan intensifikasi media promosi, khususnya promosi digital yang terintegrasi dengan pemasaran offline. Pendekatan strategi yang terfokus dan terpadu pada ketiga faktor dominan tersebut diharapkan mampu meningkatkan kapasitas usaha, memperluas jangkauan pasar, dan mendorong peningkatan pendapatan UMKM secara berkelanjutan

Kata Kunci : Pendapatan, UMKM, Strategi

Abstract

This study aims to identify the dominant factors associated with MSMEs' income and to formulate strategies for income enhancement. The research employs a survey and observation method, using a sample of 204 MSMEs selected through simple random sampling. The data are analyzed using a non-parametric statistical approach, namely Kendall's Tau correlation analysis and its significance testing. The results indicate that capital, age, education, labor, and promotional media are the dominant factors significantly associated with MSMEs' income. In contrast, experience, number of dependents, and working hours are not significantly related to MSMEs' income. Based on these findings, strategies for increasing MSMEs' income are directed toward strengthening access to and productive utilization of business capital, optimizing labor through improvements in skills and productivity, and expanding and intensifying promotional activities, particularly digital promotion integrated with offline marketing. A focused and integrated strategic approach centered on these dominant factors is expected to enhance business capacity, expand market reach, and sustainably increase MSMEs' income.

Keywords : Revenue, MSMEs, Strategy

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan institusi ekonomi yang memiliki ketahanan tinggi dalam menghadapi gejolak dan perubahan kondisi ekonomi. Pengalaman pada berbagai krisis ekonomi dan keuangan menunjukkan bahwa UMKM mampu bertahan dan tetap menjalankan aktivitas usaha ketika banyak sektor formal mengalami kontraksi. (Yuvanda & Aisyah RJ Nur, 2021). Ketahanan ini menjadikan UMKM sebagai penyangga perekonomian, terutama pada masa ketidakpastian dan perlambatan aktivitas bisnis (J. Surya & Iqbal, 2024)

Selain berperan sebagai penggerak ekonomi, UMKM juga memiliki fungsi sosial yang signifikan dalam menyerap tenaga kerja dan meredam dampak pemutusan hubungan kerja (PHK) (Lukita et al., 2025). Ketika lapangan kerja formal semakin terbatas, UMKM menjadi alternatif utama bagi masyarakat untuk mempertahankan pendapatan dan keberlangsungan ekonomi rumah tangga. Oleh karena itu, penumbuhkembangan UMKM tidak hanya dipandang sebagai agenda ekonomi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam pengendalian pengangguran dan kemiskinan (Ema Fauziah & Al Amrie, 2023).

Kontribusi UMKM terhadap perekonomian daerah tercermin dari kemampuannya dalam mendorong aktivitas usaha produktif dan memperluas basis ekonomi masyarakat. Tanpa UMKM yang kuat dan berkelanjutan, upaya menekan pengangguran dan kemiskinan akan menghadapi tantangan yang semakin kompleks (Yuvanda et al., 2024). Namun demikian, pengembangan UMKM tidak cukup hanya berfokus pada peningkatan jumlah unit usaha, melainkan harus diarahkan pada peningkatan kualitas dan pendapatan usaha secara berkelanjutan.

Kota Jambi merupakan salah satu wilayah dengan jumlah UMKM yang cukup besar, yaitu sebanyak 46.966 unit yang tersebar di 11 kecamatan. Distribusi UMKM menunjukkan ketimpangan spasial, di mana Kecamatan Paal Merah memiliki jumlah UMKM terbanyak, sementara Kecamatan Pasar Jambi memiliki jumlah yang relatif sedikit. UMKM di Kota Jambi bergerak dalam berbagai sektor usaha, seperti kuliner, fashion, jasa pendidikan, otomotif, perdagangan, agronomi, teknologi informasi, dan industri kreatif. Keragaman sektor ini mencerminkan potensi ekonomi yang besar, sekaligus menuntut pendekatan pengembangan yang lebih spesifik dan berbasis karakteristik usaha.

Meskipun jumlah UMKM relatif besar, peningkatan pendapatan UMKM belum sepenuhnya merata. Banyak pelaku UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam hal permodalan (Rismayanti & Yanti, 2025), skala usaha, kualitas sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi, dan akses pasar (Hasanah et al., 2020; Sudrajat et al., 2022). Kondisi ini menunjukkan bahwa tidak semua faktor pengembangan UMKM memiliki pengaruh yang sama terhadap pendapatan usaha. Namun, sebagian besar kajian sebelumnya masih menggunakan pendekatan parametrik yang mensyaratkan asumsi distribusi data tertentu, sementara data UMKM di tingkat daerah umumnya bersifat heterogen, berskala ordinal, dan tidak selalu berdistribusi normal.

Selain itu, sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji berbagai faktor yang berpengaruh terhadap pendapatan UMKM, seperti modal usaha, lama usaha, tingkat pendidikan, dan skala usaha (Bela et al., 2024; Prawira D. & Dewi, 2019; Sadira et al., 2025), yang umumnya dianalisis menggunakan pendekatan regresi berganda. Pendekatan tersebut memberikan gambaran pengaruh variabel secara simultan, namun pada umumnya mensyaratkan asumsi statistik tertentu, seperti distribusi normal dan hubungan linier antarvariabel.

Dalam praktiknya, karakteristik data UMKM di tingkat daerah sering kali bersifat heterogen, tidak berdistribusi normal, serta diukur dalam skala ordinal, sehingga berpotensi

membatasi ketepatan interpretasi hasil jika dianalisis hanya dengan pendekatan parametrik. Selain itu, hasil regresi berganda umumnya menempatkan faktor-faktor penentu pendapatan dalam kerangka pengaruh parsial, namun belum secara eksplisit menekankan kekuatan hubungan relatif antarvariabel untuk menentukan faktor yang paling dominan sebagai dasar penetapan prioritas strategi pengembangan.

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji peran UMKM serta faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan usaha, sebagian besar kajian tersebut masih menggunakan pendekatan parametrik seperti regresi berganda yang mensyaratkan asumsi distribusi normal dan hubungan linier antarvariabel, sehingga kurang adaptif terhadap karakteristik data UMKM di tingkat daerah yang bersifat heterogen, berskala ordinal, dan tidak selalu berdistribusi normal. Selain itu, penelitian terdahulu umumnya menempatkan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan dalam kerangka pengaruh parsial. Secara eksplisit belum menekankan kekuatan hubungan relatif untuk mengidentifikasi faktor yang paling dominan sebagai dasar penetapan prioritas strategi pengembangan UMKM, khususnya pada konteks Kota Jambi yang memiliki keragaman sektor usaha dan ketimpangan distribusi wilayah.

Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan analisis non-parametrik Kendall Tau untuk mengidentifikasi faktor dominan yang berhubungan dengan pendapatan UMKM. Hasil indentifikasi tersebut selanjutnya diintegrasinya dalam perumusan strategi peningkatan pendapatan UMKM yang berkelanjutan di Kota Jambi

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk ; 1. Menentukan faktor yang paling dominan berdasarkan kekuatan korelasi. 2. Merumuskan strategi peningkatan pendapatan UMKM berbasis faktor dominan.

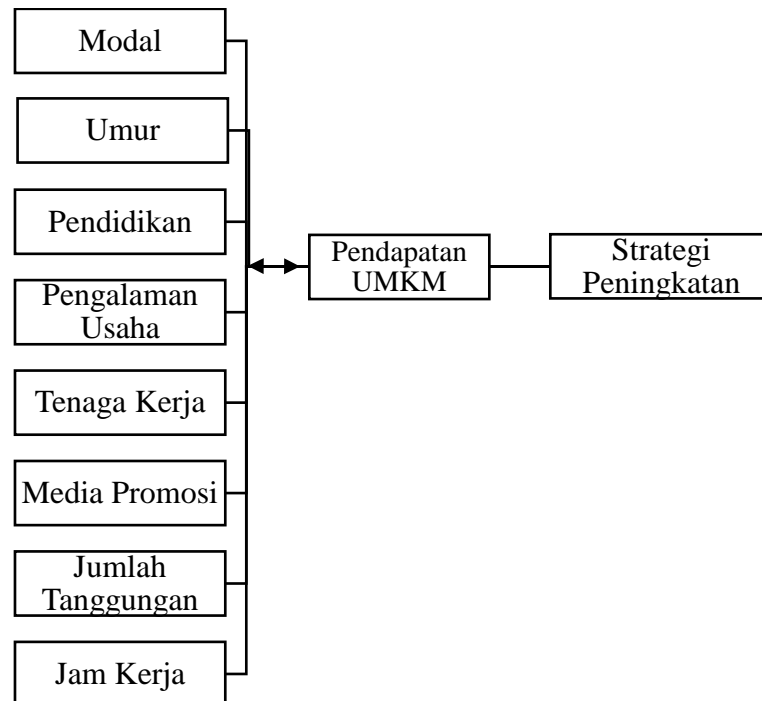
2. KAJIAN PUSTAKA

UMKM merupakan pelaku ekonomi yang ulet dalam menghadapi conjungtur perekonomian serta relatif tangguh ketika terjadi perubahan kondisi ekonomi (Rachmad R et al., 2025). UMKM juga mampu merespons perubahan perilaku konsumen dan dinamika pasar secara lebih fleksibel dibandingkan usaha berskala besar. Perubahan pasar tersebut menuntut UMKM untuk melakukan adaptasi secara cepat yang berbasis inovasi, baik dalam pengembangan produk, proses usaha (Utaminingsih et al., 2024). Pelaku usaha dalam kategori UMKM umumnya memiliki jiwa kewirausahaan dan berperan sebagai inovator dalam menindaklanjuti perubahan permintaan pasar. Oleh karena itu, pebisnis UMKM harus memahami perilaku pelanggan agar mampu menciptakan konsumen yang loyal terhadap bisnis yang ditumbuhkembangkan oleh UMKM.

Tujuan utama kegiatan bisnis UMKM adalah meningkatkan pendapatan usaha yang sepenuhnya bersumber dari aktivitas bisnis yang dikelola oleh UMKM. Pendapatan yang diperoleh pelaku UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling terkait, baik yang berasal dari karakteristik pribadi pelaku UMKM maupun faktor yang berasal dari luar pribadi pelaku usaha. Sebagian faktor tersebut berkaitan dengan karakteristik internal pelaku UMKM, seperti umur, tingkat pendidikan, pengalaman usaha, dan jam kerja. Sementara itu, faktor lainnya berasal dari aspek eksternal, yaitu modal usaha, jumlah tenaga kerja, media promosi, dan jumlah tanggungan keluarga. Menurut (B. Surya et al., 2021), dukungan modal usaha dan penguatan kapasitas sumber daya manusia secara bersamaan memiliki dampak positif terhadap perkembangan UMKM, karena mampu meningkatkan produktivitas usaha sekaligus memperkuat kemampuan pengelolaan bisnis. Selanjutnya (Siswanti, 2020) menyatakan faktor internal dan eksternal yang ada pada UMKM berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Secara keseluruhan, berbagai penelitian menunjukkan bahwa sedikitnya

delapan faktor utama tersebut turut berhubungan dengan tingkat pendapatan yang diperoleh UMKM.

Secara skematis, kedelapan faktor yang berhubungan dengan pendapatan UMKM dimuat pada gambar berikut ini.



Gambar 1. Alur Faktor Yang Berhubungan Dengan Pendapatan UMKM Dan Strategi Peningkatannya.

Gambar 1 memperlihatkan 8 faktor yang berhubungan dengan pendapatan UMKM. Untuk meningkatkan pendapatan UMKM maka perlu dirumuskan strategi yang tepat. Strategi tersebut harus dibuat berdasarkan penilaian dan analisis tingkat signifikansi tingkat hubungan dari setiap faktor dengan pendapatan UMKM, guna dirumuskan strategi peningkatan pendapatan UMKM tersebut.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survai yang bersifat *cross-sectional* data dan didukung oleh metode observasi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif. Sampel yang diambil sebanyak 204 UMKM yang dipilih secara acak sederhana dengan menggunakan kuesioner terstruktur.

Model analisis yang dipakai adalah model statistic non parametrik berupa model analisis korelasi Kendall's Tau beserta pengujiannya. Korelasi Kendall's Tau merupakan metode statistic non parametrik yang digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel yang setidaknya memiliki skala data ordinal murni atau data interval/rasio yang telah ditransformasi menjadi data ordinal melalui proses perankingan. Korelasi Kendall's Tau tidak memerlukan pemenuhan asumsi distribusi data normal sehingga lebih fleksibel penggunaannya. Untuk menghitung koefisien korelasi Kendall's Tau maka digunakan formulasi berikut ini ;

$$r_T = \frac{N_c - N_d}{N(N - 1)}$$

Dimana :

r_T = Koefisien korelasi Kendall's Tau

N_c = Jumlah angka pasangan Concordant

N_d = Jumlah angka pasangan discordant

N = Jumlah sampel

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Dominan Berhubungan Dengan Pendapatan UMKM

Untuk menentukan faktor yang dominan berhubungan dengan pendapatan UMKM maka digunakan model analisis korelasi Kendall's Tau. Hasil perhitungan dan uji korelasi Kendall's Tau perlu dijabarkan satu persatu dari 8 faktor yang berhubungan dengan pendapatan UMKM.

Tabel 1. Faktor Yang Berhubungan Dengan Pendapatan UMKM Dan Hasil Signifikansinya.

Faktor	Koefisien Korelasi Kendall's Tau	P-Value	Hasil Signifikansi
Modal	0,262	0,000	Sangat signifikan
Umur	0,172	0,000	Sangat signifikan
Pendidikan	0,116	0,036	Signifikan
Pengalaman	0,061	0,210	Tidak signifikan
Tenaga kerja	0,314	0,000	Sangat signifikan
Media promosi	0,207	0,000	Sangat signifikan
Jumlah tanggungan	0,055	0,293	Tidak signifikan
Jam kerja	0,038	0,457	Tidak signifikan

Dari paparan tabel 1. dapat diinterpretasikan bahwa faktor yang signifikan berhubungan dengan pendapatan UMKM adalah modal, umur, pendidikan, tenaga kerja dan media promosi dengan nilai *p-Value* sebesar 0,000. Sedangkan, faktor yang tidak signifikan berhubungan dengan pendapatan UMKM adalah pengalaman, jumlah tanggungan dan jam kerja. Hasil uji ini sejalan dengan (Suminah et al., 2022) yang signifikan adalah umur modal, tenaga kerja berpengaruh terhadap pendapatan UMKM namun penelitiannya menambahkan variabel teknologi dan jenis usaha yang berpengaruh pendapatan

Guna menganalisis hubungan setiap faktor yang berhubungan dengan pendapatan UMKM berdasarkan hasil pengujian koefisien korelasi Kendall's Tau maka perlu dideskripsi lebih detail hubungan setiap faktor tersebut. Hubungan 8 faktor dengan pendapatan UMKM satu persatu dijabarkan berikut ini ;

1. Hubungan Modal Dengan Pendapatan UMKM

Hasil pengujian variabel modal menunjukkan konsistensi yang sangat tinggi dan signifikan secara statistic. Nilai *p-Value* pada uji korelasi Kendall's sebesar 0,000. Nilai ini jauh dibawah tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Temuan ini memberikan bukti yang sangat kuat dan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara statistic antara modal dengan pendapatan UMKM. Hasil ini sejalan dengan teori ekonomi yang menyatakan bahwa modal merupakan faktor produksi fundamental. Modal yang memadai memungkinkan UMKM untuk meningkatkan kapasitas produksi, memperluas jangkauan pasar, membeli bahan baku dalam jumlah yang lebih ekonomis dan berinvestasi dalam teknologi yang meningkatkan efisiensi. Sejalan dengan (Sinaga et al., 2024) Modal merupakan faktor yang penting bagi pertumbuhan pendapatan UMKM.

2. Hubungan Umur dengan Pendapatan UMKM

Umur pelaku usaha juga menunjukkan hubungan yang signifikan dengan pendapatan UMKM uji korelasi Kendall's Tau (p -Value = 0,000) secara konsisten menghasilkan menghasilkan nilai signifikansi di bawah 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa usia merupakan faktor relevan yang berhubungan dengan finansial usaha, dimana kelompok umur tertentu berkorelasi dengan kemampuan pencapaian pendapatan yang berbeda, kemungkinan melalui mekanisme akumulasi pengalaman, perluasan jaringan bisnis, kematangan dalam pengambilan keputusan strategis, serta variasi dalam pola pengelolaan usaha seiring perkembangan siklus hidup pelaku usaha.

3. Hubungan pendidikan dengan pendapatan UMKM

Hasil pengujian untuk variabel pendidikan memberikan temuan yang konsisten, di mana uji korelasi Kendall's Tau menunjukkan hubungan signifikan (p -Value = 0,036). Dapat disimpulkan bahwa pendidikan formal merupakan faktor yang berkorelasi dengan UMKM. Dalam penelitian ini, faktor-faktor lain seperti keterampilan praktis, pelatihan non-formal, kecerdasan emosional, dan pengalaman langsung dalam berwirausaha memainkan peran yang dominan dalam menentukan keberhasilan finansial pelaku usaha. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Hariyono & Narsa, 2024) , bahwa pendidikan memberikan bukti untuk keberlanjutan dan daya saing usaha UMKM saat ini.

4. Hubungan pengalaman usaha dengan pendapatan UMKM

Uji statistik Kendall's Tau sebesar 0,210 menghasilkan nilai signifikansi yang jauh di atas 0,05. Ini berarti tidak terdapat hubungan yang signifikan antara lamanya pengalaman usaha dengan pendapatan UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa sekadar lama berusaha tidak serta-merta menjamin pendapatan yang lebih tinggi. Faktor lain seperti inovasi dan adaptasi pasar mungkin lebih berhubungan.

5. Hubungan tenaga kerja dengan pendapatan UMKM

Variabel jumlah tenaga kerja terbukti memiliki hubungan yang signifikan dan sangat kuat dengan pendapatan UMKM, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai signifikansi 0,000 pada ketiga uji statistik yang digunakan Kendall's Tau. Hasil pada tingkat signifikansi yang sangat tinggi ini mengindikasikan bahwa penambahan jumlah tenaga kerja berkorelasi positif dengan peningkatan kapasitas produksi dan kemampuan pelayanan UMKM, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan. Temuan ini memperkuat teori ekonomi klasik yang menempatkan tenaga kerja sebagai salah satu faktor produksi utama, dimana dalam konteks UMKM, keberadaan tenaga kerja yang memadai memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan diversifikasi produk, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan frekuensi produksi, dan pada akhirnya mencapai skala ekonomi yang lebih optimal.

6. Hubungan media promosi dengan pendapatan UMKM

Penggunaan media promosi sangat berhubungan dengan pendapatan UMKM. Uji statistik yang dilakukan menunjukkan hasil yang sama: nilai signifikansi 0,000, yang berarti hubungan ini sangat signifikan. UMKM yang aktif mempromosikan usahanya cenderung memiliki pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan yang tidak promosi. Promosi yang dimaksud bisa melalui berbagai media, baik media digital seperti Instagram, Facebook, Tokopedia, dan Shopee, maupun media konvensional seperti spanduk, selebaran, atau dari mulut ke mulut. Keaktifan promosi, sebuah UMKM dapat lebih dikenal oleh banyak calon pelanggan, menjangkau pasar yang lebih luas, dan akhirnya meningkatkan penjualannya. Dapat disimpulkan bahwa memasukkan strategi promosi yang baik ke dalam rencana bisnis adalah langkah yang sangat penting bagi UMKM jika ingin meningkatkan pendapatannya.

7. Hubungan Jumlah Tanggungan Dengan Pendapatan UMKM

Tidak terbukti adanya hubungan yang jelas antara jumlah tanggungan keluarga dengan pendapatan UMKM. Hal ini terlihat dari uji statistik yang menunjukkan angka signifikansi jauh di atas 0.05, yaitu 0.293 pada uji Kendall's Tau, ini berarti bahwa banyak atau sedikitnya anggota keluarga yang harus dinafkahi oleh pelaku UMKM tidak secara otomatis membuat pendapatan usahanya menjadi lebih tinggi atau lebih rendah. Meskipun secara logika, memiliki tanggungan keluarga yang banyak seharusnya memotivasi seseorang untuk bekerja lebih giat, namun dalam kenyataannya faktor motivasi internal seperti semangat wirausaha, visi pengembangan bisnis, dan keterampilan manajerial ternyata lebih berperan penting dalam menentukan keberhasilan finansial sebuah UMKM. Kesuksesan usaha lebih ditentukan oleh cara pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan bisnisnya, bukan semata-mata karena tekanan untuk menafkahi banyak anggota keluarga.

8. Hubungan Jam Kerja Dengan Pendapatan UMKM

Tidak ada hubungan yang signifikan antara lamanya jam kerja dengan pendapatan UMKM, dimana ketiga uji statistik Kendall's Tau 0.457 memberikan nilai signifikansi jauh di atas batas 0.05. Temuan ini mengindikasikan bahwa sekadar bekerja dalam waktu yang panjang tidak menjamin peningkatan pendapatan jika tidak diiringi dengan efisiensi dan produktivitas kerja. Banyak pelaku UMKM yang menghabiskan waktu berjam-jam untuk kegiatan operasional yang kurang produktif, sementara UMKM lain yang mampu mengoptimalkan proses kerja dengan strategi yang tepat justru dapat mencapai pendapatan yang lebih tinggi dalam waktu kerja yang lebih singkat. Kunci sukses usaha tidak terletak pada lamanya waktu bekerja, tetapi pada seberapa efektif dan cerdas pelaku UMKM dalam mengelola waktu dan sumber daya yang dimiliki.

Strategi Peningkatan Pendapatan UMKM

Hasil pengujian korelasi Kendall Tau menunjukkan bahwa modal usaha, tenaga kerja, dan media promosi merupakan faktor yang memiliki hubungan sangat signifikan dengan pendapatan UMKM. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan pendapatan UMKM tidak dapat dilakukan secara parsial, melainkan memerlukan strategi terintegrasi yang berfokus pada penguatan ketiga faktor dominan tersebut. Strategi tersebut dibuat berdasarkan derajat signifikansi. Terdapat 4 Faktor yang hasil Signifikansi pengujiannya kategori sangat significant yaitu faktor modal, umur, tenaga kerja dan media promosi. Untuk merumuskan Strategi peningkatan pendapatan UMKM hanya 3 faktor yang layak menjadi entri point strategi: yaitu modal tenaga kerja dan media promosi. Sedangkan Faktor umur tidak layak menjadi entri point strategi karena tidak bisa diintervensi. Oleh karena itu, rumusan peningkatan pendapatan UMKM hanya menggunakan 3 faktor sebagai entri point strategi berikut ini.

1. Modal

Modal usaha terbukti memiliki hubungan yang sangat signifikan dengan pendapatan UMKM, karena modal menentukan skala produksi, kontinuitas usaha, dan kemampuan memenuhi permintaan pasar (Hendrawan et al., 2023; Shofa, 2025; Weldeslassie et al., 2019). Oleh karena itu, strategi yang dapat diterapkan adalah:

1. Mendorong akses permodalan yang lebih mudah dan terjangkau, baik melalui lembaga keuangan formal, koperasi, maupun program pembiayaan pemerintah.
2. Mengoptimalkan penggunaan modal untuk kegiatan produktif, khususnya pembelian bahan baku, peralatan produksi, dan peningkatan kapasitas usaha, bukan untuk konsumsi non-produktif.

3. Peningkatan literasi keuangan UMKM, agar pelaku usaha mampu mengelola modal secara efisien, memisahkan keuangan usaha dan rumah tangga, serta menghindari risiko gagal usaha.

Strategi ini diharapkan mampu meningkatkan volume produksi dan kapasitas penjualan, sehingga berdampak langsung pada peningkatan pendapatan UMKM.

2. Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan faktor dominan kedua yang berhubungan signifikan dengan pendapatan UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan UMKM tidak hanya ditentukan oleh jumlah tenaga kerja, tetapi juga oleh produktivitas dan kualitas kerja (Prawira D. & Dewi, 2019; Wibiseno & Usman, 2021). Strategi yang dapat dilakukan meliputi:

1. Peningkatan keterampilan dan kompetensi tenaga kerja, melalui pelatihan teknis produksi, pelayanan konsumen, dan manajemen usaha.
2. Pengaturan pembagian kerja yang lebih efisien, sehingga setiap tenaga kerja memiliki peran yang jelas dan mampu bekerja secara optimal.
3. Pemanfaatan tenaga kerja lokal, yang tidak hanya menekan biaya operasional, tetapi juga meningkatkan keberlanjutan usaha dan dampak ekonomi lokal.

Optimalisasi tenaga kerja diharapkan mampu meningkatkan produktivitas usaha, mempercepat proses produksi dan pelayanan, serta meningkatkan kualitas output UMKM.

3. Media Promosi

Media promosi terbukti sebagai faktor dominan yang berhubungan signifikan dengan pendapatan UMKM, menandakan bahwa akses pasar dan visibilitas produk sangat menentukan keberhasilan usaha (Sinha & Fukey, 2025). Strategi penguatan promosi yang dapat diterapkan adalah:

1. Perluasan penggunaan media promosi digital, seperti media sosial, marketplace, dan website, untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.
2. Penguatan konten promosi, melalui tampilan visual produk yang menarik, informasi harga yang jelas, serta komunikasi yang konsisten dengan konsumen.
3. Integrasi promosi online dan offline, sehingga promosi digital mendukung penjualan langsung di toko fisik, pameran, maupun kegiatan bazar UMKM.

Strategi ini diarahkan untuk memperkuat visibilitas produk di pasar, memperluas jangkauan konsumen, serta meningkatkan intensitas transaksi penjualan yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan UMKM..

5. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat pula disimpulkan fointer berikut ini ;

1. Dari delapan faktor yang dianalisis, terdapat lima hubungan faktor yang terbukti dominan dan signifikan hubungan dengan pendapatan UMKM, yaitu pendidikan, modal, umur, jumlah tenaga kerja, dan media promosi. Modal yang memadai menjadi fondasi untuk meningkatkan kapasitas produksi dan berinvestasi, sementara tenaga kerja yang cukup memungkinkan usaha melayani pasar lebih luas. Promosi yang aktif, baik secara digital maupun konvensional, terbukti efektif menjangkau lebih banyak pelanggan, dan umur dari pendidikan pelqaku usaha yang lebih matang berkorelasi dengan pendapatan serta jaringan bisnis yang lebih baik. Sebaliknya, pengalaman usaha, jumlah tanggungan

keluarga, berhubungan dengan pendapatan UMKM. Kesuksesan finansial sebuah UMKM tidak ditentukan oleh lama usahanya berjalan, tetapi lebih pada efisiensi, inovasi, dan kecerdasan dalam mengelola usaha.

2. Strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan pendapatan UMKM adalah meningkatkan akses permodalan tanpa anggungan dan bunga subsidi, keterampilan tenaga kerja melalui pelatihan bersertifikasi dan perluasan pendayagunaan media promosi digital.

Saran

Sejalan dengan rumusan strategi peningaktan pendapatan UMKM maka disarankan seperti berikut ini. Perlu disiapkan paket program akses permodalan bagi UMKM dengan bunga subsidi dan tanpa anggungan tetapi dilengkapi dengan pembinaan teknis dan pengawasan yang ketat bagi UMKM peserta program. Perlu juga ditumbuhkembangkan pusat pelatihan ketenagakerjaan dan digitalisasi UMKM yang berkelanjutan dan disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Bela, A., Adila, N., & Mustahidda, R. (2024). The Influence of Business Capital, Labor, on Income With Length Of Business As a Moderation Variable. *Jurnal Ekonomi*, 13, 2024. <https://doi.org/10.54209/ekonomi.v13i03>
- Ema Fauziah, S., & Al Amrie, M. (2023). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal UMKM Perbatasan Dalam Mengurangi Pengangguran Sebatik Tengah. *Jurnal Imiah MEA*, 7(3), 2023. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3528>
- Hariyono, A., & Narsa, I. M. (2024). The value of intellectual capital in improving MSMEs' competitiveness, financial performance, and business sustainability. *Cogent Economics & Finance*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2024.2325834>
- Hasanah, R. L., Kholifah, D. N., & Alamsyah, D. P. (2020). Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan dan Teknologi Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Purbalingga. *Kinerja*, 17(2), 305–313. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/7492>
- Hendrawan, H., Bakri, A. A., & Fatchuroji, A. (2023). Effects of Capital, Usage of Accounting Information, Financial Statements, and Characteristics Entrepreneurship on Financial Capability and Business Performance of MSMEs In Bogor City. *The ES Accounting And Finance*, 1(02), 72–81. <https://doi.org/10.58812/esaf.v1i02.64>
- Lukita, C., Liana, S., & Ramdan, N. A. (2025). Analisis Determinan Pendapatan Pelaku UMKM di Kabupaten Karawang. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 11(1).
- Prawira D., I. B. H., & Dewi, H. U. (2019). The analysis of factors that effect business development and income of MSMEs in Denpasar city. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 6(4), 118–126. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v6n4.664>
- Rachmad R, M., Zulfanetti, Z., & Ihsan, M. (2025). Kebijakan Kreatif Pengembangan UMKM Unggulan Kota Jambi. *Seminar Nasional LPPM Universitas Jambi*.
- Rismayanti, L. P., & Yanti, N. N. S. A. (2025). Pengembangan Ekonomi Kreatif Lokal UMKM melalui Inovasi Kerajinan Strapping Band di Desa Duman. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 11(2).

- Sadira, A., Lukita, C., & Trisyanto, A. (2025). Faktor Pendukung Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah. *Gorontalo Accounting Journal*, 8(1), 77–91. <https://doi.org/10.32662/gaj.v8i1.3542>
- Shofa, A. (2025). Penguatan Lima Modal Livelihood melalui UMKM Olahan Susu: Analisis Sustainable Livelihoods Framewor. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 4(4), 405–421. <https://doi.org/10.18860/dsjpips.v4i4.19449>
- Sinaga, M., Martina, S., & Purba, D. (2024). Pengaruh Modal Kerja, Jam Kerja Dan Tingkat Pendidikan terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Simalungun. *Jurnal Ilmiah AccUsi*, 6(1). <https://doi.org/10.36985/jia.v6i1.1278>
- Sinha, M., & Fukey, L. (2025). Factors Affecting Digital Visibility of Small and Medium Enterprises in India. *Vision: The Journal of Business Perspective*, 29(2), 166–176. <https://doi.org/10.1177/09722629211060564>
- Siswanti, T. (2020). Analisis Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Bisnis & Akuntansi UNSURYA*, 5(2). <https://doi.org/10.35968/jbau.v5i2.430>
- Sudrajat, A., Megawati, Liya, & Munasto, D. (2022). The Influence of Business Capital and Marketing Strategy on The Development of Msmes. *Quality - Access to Success*, 23(190). <https://doi.org/10.47750/QAS/23.190.37>
- Suminah, S., Suwanto, S., Sugihardjo, S., Anantanyu, S., & Padmaningrum, D. (2022). Determinants of micro, small, and medium-scale enterprise performers' income during the Covid-19 pandemic era. *Heliyon*, 8(7), e09875. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09875>
- Surya, B., Menne, F., Sabhan, H., Suriani, S., Abubakar, H., & Idris, M. (2021). Economic Growth, Increasing Productivity of SMEs, and Open Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 20. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010020>
- Surya, J., & Iqbal, M. (2024). Dampak Krisis Ekonomi Global Terhadap Pembiayaan Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Indonesia. *Jurnal Riset Ekonomi*, 4(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.53625/juremi.v4i3.9504>
- Utaminingsih, A., Widowati, S. Y., & Witjaksono, E. H. (2024). Sustainable business model innovation: external and internal factors on SMEs. *International Journal of Innovation Science*, 16(1), 95–113. <https://doi.org/10.1108/IJIS-04-2022-0061>
- Weldeslassie, H. A., Vermaack, C., Kristos, K., Minwuyelet, L., Tsegay, M., Tekola, N. H., & Gidey, Y. (2019). Contributions of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) to Income Generation, Employment and GDP: Case Study Ethiopia. *Journal of Sustainable Development*, 12(3), 46. <https://doi.org/10.5539/jsd.v12n3p46>
- Wibiseno, P., & Usman, O. (2021). Influence of Capital, Labor and Technology on Income of MSME in a Region. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3768882>
- Yuvanda, S., & Aisyah RJ Nur, D. (2021). Penentuan industri kecil pangan unggulan dengan metode SAW dan dampaknya terhadap daya serap tenaga kerja di Kota Jambi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(2), 279–284. <https://doi.org/10.22437/jpe.v16i2.12562>
- Yuvanda, S., Rachmad R, M., & Nur, D. A. R. (2024). Strategi Pengembangan UMKM Industri Unggulan dengan Metode TOPSIS-SWOT. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 484. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i1.1505>