



Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMK di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya

Regian Syaeful Hilal*, Dyah Titis Kusuma Wardani

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
regiansyaefulhilal@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media ekonomi digital, strategi, modal, jam kerja, dan lama usaha terhadap pendapatan pelaku usaha UMK di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya. Data dalam penelitian ini diperoleh dari Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan Daerah, penyebaran kuesioner melalui google form dan sumber-sumber lainnya yang terkait dengan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode Analisis Regresi Linear Berganda dengan SPSS 25 sebagai alat analisis. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan diperoleh bahwa variabel ekonomi digital, strategi, modal, jam kerja, dan lama usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan.

Kata kunci: Ekonomi Digital; Strategi; Modal; Jam Kerja; Lama Usaha; Pendapatan

*Correspondence: Regian Syaeful Hilal
Email: regiansyaefulhilal@gmail.com

Received: 03 Nov 2023
Accepted: 20 Des 2023
Published: 20 Des 2023



Copyright: © 2023 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to analyze the influence of digital economic media, strategy, capital, working hours, and length of business on the income of MSE business actors in Kawalu District, Tasikmalaya City. The data in this study were obtained from the Regional Development Planning, Research and Development Agency, distributing questionnaires via google form and other sources related to this research. This research uses the Multiple Linear Regression Analysis method with SPSS 25 as an analytical tool. Based on the results of the analysis conducted, it is found that the variables of digital economy, strategy, capital, working hours, and length of business have a positive and significant effect on income.

Keywords: Digital Economy; Strategy; Capital; Working Hours; Length of Business; Income

PENDAHULUAN

Inovasi dalam digitalisasi telah menghasilkan penemuan-penemuan baru di bidang ekonomi, khususnya dalam hubungan antara bisnis dan pelanggan mereka. Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMK) menjadi semakin kompetitif karena Ekonomi Digital menjadi kenyataan yang nyata. Jadi, sangat penting bagi para pelaku UMK untuk mempelajari pemasaran digital yang berkaitan dengan ekonomi digital dan memperhatikan tren ini. Kemunculan teknologi digital telah menyederhanakan proses branding dan promosi produk bagi perusahaan. Jika di masa lalu sulit untuk menemukan pemasok, saat ini hampir semua produk dapat ditemukan melalui pasar online (Prastyaningtyas, 2019).

Produk dan layanan dalam ekonomi digital diciptakan dan dipertukarkan melalui alat dan jaringan digital. Hal ini menunjukkan bahwa operasional perusahaan terkait dengan prosedur produksi dan manajemen elektronik yang dihubungkan dengan kolaborator melalui transaksi internet atau teknologi situs web. Bangkitnya ekonomi digital telah melahirkan layanan- layanan baru yang mutakhir, seperti peningkatan metode dalam melakukan transaksi komersial dan layanan transfer serta model bisnis baru, yang memaksa dunia usaha untuk melakukan perubahan yang diperlukan guna mempertahankan dominasi pasar mereka saat ini dan di masa depan. Hal tersebut dapat terlihat dengan munculnya toko-toko online yang mulai merajalela di berbagai belahan dunia. Teknologi dapat mendorong masyarakat agar semakin berinovasi dan berkembang sehingga bisa beradaptasi pada era yang serba canggih ini. Para pelaku bisnis terutama usaha mikro, dan kecil (UMK) dapat mengambil kesempatan tersebut untuk memperluas jangkauan usaha agar memperoleh lebih banyak pelanggan dan dapat meningkatkan keuntungan.

Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana faktor-faktor seperti pertumbuhan ekonomi digital, jumlah modal yang tersedia, teknik bisnis atau strategi yang digunakan oleh pengusaha UMK, dan lama usaha dapat mempengaruhi pendapatan mereka. Penelitian mengenai hal ini penting karena dapat memberikan gambaran tentang potensi peningkatan kesejahteraan pelaku usaha UMK di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya. Saat memulai suatu usaha baru atau mengembangkan usaha yang sudah ada, modal usaha bagi pelaku usaha UMK sangat diperlukan karena tahap produksi sangat bergantung padanya. Faktor lain seperti jam kerja berpengaruh untuk perkembangan usaha selain keuangan. Jam kerja merupakan persyaratan mendasar bagi perusahaan mana pun. Kemungkinan pemilik bisnis akan menghasilkan lebih banyak uang dari usahanya meningkat seiring dengan lamanya jam kerja terkait penjualan. Mirip dengan betapa sedikitnya waktu yang dihabiskan untuk bekerja, laba bersih juga mengalami naik turun (Hasanah et al., 2020; Sidik & Ilmiah, 2022).

Beberapa peneliti berfokus pada satu variabel independen yaitu Ekonomi Digital yang sudah dijelaskan menurut (Syikin et al., 2020) bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman tentang dampak ekonomi digital terhadap persepsi para pelaku di sektor UMKM dan untuk mempelajari bagaimana ekonomi digital telah memberdayakan dan memperkuat UMKM. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kecamatan Rappocini telah mengadopsi dan mendapatkan manfaat dari berbagai aspek ekonomi digital. Promosi produk/jasa, akses pelanggan/produsen, fasilitasi transaksi (karena itu disebut "transaksi online"), dan peningkatan penjualan produk semuanya dapat ditelusuri kembali ke Ekonomi Digital, yang perannya dapat diidentifikasi dalam penelitian ini.

Saat ini terdapat sebuah kelompok UMKM di Kota Tasikmalaya yang bernama usaha, yang menaungi sejumlah UMKM, termasuk UMK, karena UMK dianggap sebagai bagian dari kelompok UMKM. Dengan memanfaatkan pertumbuhan ekonomi digital melalui media sosial, kelompok UMKM usaha berharap dapat memperkuat usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Tasikmalaya. Ade Nurhayati, 51 tahun, adalah salah satunya;

ia menjalankan perusahaan produk susu Sha's Milk. Tim UMKM usaha memasarkan produknya, dan ia mengatakan bahwa pelatihan kewirausahaan sangat membantu. Andi Kurnia Rahman, koordinator UMKM usaha Kota Tasikmalaya, mengklaim bahwa sepuluh kecamatan di kota ini memiliki total 310 pelaku UMKM. Inisiatif usaha akan membantu semua anggota UMKM usaha yang terlibat dalam penjualan online untuk meningkatkan kesadaran merek dan memperluas basis pelanggan mereka dengan memanfaatkan jaringan media sosial UMKM usaha dan para influencer (Indonesia, 2021).

Tabel 1 Jumlah UMK Di Kota Tasikmalaya 2020

No	Nama Kecamatan	Jumlah UMK
1	Cihideung	72
2	Tawang	94
3	Tamansari	62
4	Purbaratu	18
5	Mangkubumi	92
6	Kawalu	164
7	Cipedes	136
8	Cibereum	62
9	Bungursari	61
10	Indihiang	66

Sumber: (Open Data Kota Tasikmalaya, 2021a)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa UMK di Kota Tasikmalaya paling banyak di Kecamatan Kawalu. Kota Tasikmalaya merupakan salah satu Kota yang terdapat 70% pusat bisnis hampir ada di dalamnya (Ramadani & Syariati, 2020; Riswanto et al., 2017).

Para pelaku usaha UMK di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, kurangnya akses ke pasar dan teknologi, serta persaingan yang ketat dari bisnis-bisnis besar dan e-commerce. Sedangkan UMK di Kota Tasikmalaya memiliki peran penting dalam perekonomian daerah. Sebagian besar UMK di Kota Tasikmalaya bergerak di sektor perdagangan dan jasa, seperti toko-toko kecil, warung makan, dan jasa service. Beberapa UMK di Kota Tasikmalaya menghasilkan produk-produk khas daerah, seperti kerajinan tangan, kain tenun, dan makanan khas. Dan di antaranya ada UMK yang telah berhasil memperluas pasar mereka ke luar daerah (Open Data Kota Tasikmalaya, 2021b).

Untuk mengetahui fenomena di atas, penelitian ini sangat penting untuk dibahas dan dikaji lebih lanjut lagi agar dapat mengetahui pengaruh variabel ekonomi digital, strategi, modal, jam kerja, dan lama usaha, khususnya untuk para pelaku usaha UMK yang berada di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya, dan para pelaku usaha UMK dapat mengembangkan hasil dari penelitian ini.

METODE PENELITIAN

Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian ini mencakup Usaha Mikro dan Kecil di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya. Peneliti memilih objek tersebut dikarenakan UMK di Kota Tasikmalaya memiliki peran penting dalam perekonomian daerah. Sedangkan Subjek penelitian ini berfokus pada para pelaku usaha UMK di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya. Peneliti memilih Subjek tersebut dikarenakan para pelaku usaha UMK masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, kurangnya akses ke pasar dan teknologi, serta persaingan yang ketat dari bisnis-bisnis besar dan e-commerce.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan keseluruhan kelompok orang, fenomena, atau keseluruhan objek yang akan diamati, sedangkan sampel adalah bagian dari populasi namun tidak seluruhnya (Sekaran & Bougie, 2017) Dalam penelitian ini populasi mengacu pada para pelaku usaha UMK yang berdomisili di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya. Peneliti memilih UMK di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya karena selain UMK memiliki peran penting bagi perekonomian daerah Kota Tasikmalaya, peneliti menemukan banyaknya UMK dan banyaknya jenis usaha yang ada di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya (Open Data Kota Tasikmalaya, 2021a). Sampel ini diperoleh dari data beberapa pelaku usaha UMK di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya yang berjumlah 116 UMK (Open Data Kota Tasikmalaya, 2021a)

Adapun kriteria sampel yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Memiliki usaha, perdagangan sendiri/bersama. Peneliti memilih kriteria tersebut karena pemilik usaha mengetahui seluruh aspek keseluruhan usaha beserta data yang peneliti perlukan untuk penelitian.
2. Memiliki usaha yang berdomisili di Kecamatan Kawalu, Kota Tasikmalaya. Peneliti memilih kriteria tersebut karena penelitian ini berfokus pada pelaku usaha UMK di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya.
3. Karyawan/bekerja di UMK lebih dari 1 Tahun. Peneliti Memilih subjek yang sudah bekerja minimal lebih dari 1 tahun alasannya karena selain pemilik usaha, karyawan yang sudah bekerja lebih dari satu tahun sudah beradaptasi dan mengenal dengan baik lingkungan kerja mereka.

Data dan Sumber Data

Untuk memperoleh data yang akan digunakan oleh peneliti dapat dilakukan dengan cara kuesioner. Teknik pengambilan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan penyebaran kuesioner yang berupa pernyataan yang diberikan kepada responden. Teknik pengukuran yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan skala likert.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah batasan serta cara pengukuran variabel yang diteliti. Definisi operasional dibuat agar memudahkan dan menjaga konsistensi pengumpulan suatu data, menghindarkan perbedaan interpretasi dan membatasi ruang lingkup variabel (Purwanto, 2019)

Variabel penelitian berfungsi sebagai pembeda, namun saling berkaitan dan saling mempengaruhi. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi variabel independen, sedangkan variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel pada penelitian ini dibagi menjadi 2 bagian yakni variabel terikat (Y) yaitu Pendapatan dan variabel bebas (X) Ekonomi Digital (X1), Strategi (X2), Modal (X3), Jam Kerja (X4), Lama Usaha(X5).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Tujuan dari uji ini adalah untuk menentukan apakah pengamatan mengikuti distribusi normal, dan tes Kolmogorov Smirnov digunakan untuk tujuan ini. Hasil uji Normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2 Uji Normalitas

Unstandardized Residual Sig.	Batas	Keterangan
0,842	0,05	Normal

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Berdasarkan Tabel dapat diketahui nilai signifikansi Unstandradized Residual sebesar 0,842 (sig. 0,842 > 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolineartias

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk memastikan apakah variabel-variabel independen dalam model regresi saling berkorelasi satu sama lain. Variabel independen dalam model regresi yang baik seharusnya tidak saling berhubungan satu sama lain. Nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan tolerance (a) dapat digunakan untuk menyimpulkan ada atau tidaknya multikolinieritas.

Tabel 3 Uji Multikolineartias

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Ekonomi Digital	0.573	1.745	Tidak terjadi multikolinieritas
Strategi	0.482	2.074	Tidak terjadi multikolinieritas
Modal	0.780	1.283	Tidak terjadi multikolinieritas
Jam Kerja	0.712	1.404	Tidak terjadi multikolinieritas
Lama Usaha	0.853	1.172	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai tolerance value $> 0,10$ atau nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Salah satu asumsi penting dari model regresi linier klasik adalah bahwa gangguan (*disturbance*) yang terjadi pada regresi bersifat homoskedastik, artinya semua gangguan memiliki varians yang sama.. Hasil uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4 Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	batas	Keterangan
Ekonomi Digital	0.101	$>0,05$	Tidak terjadi heterokedasitas
Strategi	0.999	$>0,05$	Tidak terjadi heterokedasitas
Modal	0.761	$>0,05$	Tidak terjadi heterokedasitas
Jam Kerja	0.718	$>0,05$	Tidak terjadi heterokedasitas
Lama Usaha	0.216	$>0,05$	Tidak terjadi heterokedasitas

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Dapat dilihat berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai probabilitas lebih besar dari $0,05$, maka dari itu variabel yang diajukan dalam penelitian tidak terjadi heterokedasitas.

Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, Rangkaian program statistik SPSS digunakan untuk melakukan analisis regresi linier berganda dalam investigasi ini. Pemrosesan data parametrik dan nonparametrik dapat dilakukan dalam SPSS. Seperti ditunjukkan pada Tabel berikut ini:

Tabel 5 Hasil Uji Regresi Berganda

Variabel	B	beta	t hitung	Sig t	Keterangan
(Constant)	.135				
Ekonomi Digital	.108	.138	2.150	.034	Signifikan
Strategi	.415	.462	6.576	.000	Signifikan
Modal	.119	.122	2.201	.030	Signifikan
Jam Kerja	.137	.159	2.753	.007	Signifikan
Lama Usaha	.237	.272	5.149	.000	Signifikan
F hitung	62.159				
Sig F	0.000				
R square	0.727				
Variabel Dependent					: Pendapatan

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Uji T Parsial

1. Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa semakin baik Ekonomi Digital maka akan meningkatkan Pendapatan, begitu juga sebaliknya. Dan nilai signifikansi sebesar 0,034 (sig. 0,034 < 0,05) yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Sehingga hipotesis yang menyatakan "Ekonomi Digital berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan" diterima.
2. Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa semakin baik Strategi maka akan meningkatkan Pendapatan, begitu juga sebaliknya. Dan nilai signifikansi sebesar 0,000 (sig. 0,000 < 0,05) yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Sehingga hipotesis yang menyatakan "Strategi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah" diterima.
3. Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa semakin tinggi Modal maka akan meningkatkan Pendapatan, begitu juga sebaliknya. Dan nilai signifikansi sebesar 0,030 (sig. 0,030 < 0,05) yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Sehingga hipotesis yang menyatakan "Modal berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan" diterima.
4. Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa semakin tinggi Jam Kerja maka akan meningkatkan Pendapatan, begitu juga sebaliknya. Dan nilai signifikansi sebesar 0,007 (sig. 0,007 < 0,05) yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Sehingga hipotesis yang menyatakan "Jam Kerja berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan" diterima.
5. Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa semakin tinggi Lama Usaha maka akan meningkatkan Pendapatan, begitu juga sebaliknya. Dan nilai signifikansi sebesar 0,000 (sig. 0,000 < 0,05) yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Sehingga hipotesis yang menyatakan "Lama Usaha berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan" diterima.

Uji F Simultan

Tabel 6 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	ANOVA ^a			
		df	Mean Square	F	Sig.
Regression	351.671	5	70.334	62.159	.000 ^b
1 Residual	124.467	110	1.132		
Total	476.138	115			

a. Dependent Variable: Pendapatan

b. Predictors: (Constant), Lama Usaha, Modal, Jam Kerja, Ekonomi Digital, Strategi

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Berdasarkan hasil uji di atas dapat diketahui bahwa nilai F Hitung sebesar 62,159 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 (sig. 0,000 < 0,05). Sehingga dapat disimpulkan “Ekonomi Digital, Strategi, Modal, Jam Kerja, dan Lama Usaha secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan”.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 7 Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 ^a	.739	.727	1.064

a. Predictors: (Constant), Lama Usaha, Modal, Jam Kerja, Ekonomi Digital, Strategi

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Pada hasil koefisien determinasi di atas diketahui nilai Adjusted R Squared sebesar 0,727 yang berarti bahwa Ekonomi Digital, Strategi, Modal, Jam Kerja dan Lama Usaha secara bersama- sama memiliki pengaruh sebesar 72,7% terhadap Pendapatan dan sisanya 27,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan

Dari hasil analisis regresi variabel ekonomi digital berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMK di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya. Dengan nilai koefisien regresi variabel ekonomi digital sebesar 0,108 yang dapat disimpulkan bahwa pengaruh ekonomi digital terhadap pendapatan adalah positif. Adapun nilai signifikansi sebesar 0,034 (sig. 0,034 < 0,05) yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan.

Dengan berkembangnya ekonomi digital pada saat ini, pelaku ekonomi dapat melakukan penjualan, pemasaran, periklanan, dan pembelian bahan baku dengan lebih mudah. Kemudahan ini juga memudahkan pendapatan pelaku ekonomi dan memudahkan hidup konsumen. Pasalnya ekonomi digital dapat memberikan akses terhadap penyediaan dan distribusi barang dan jasa yang menunjang kegiatan usaha di sektor industri dan komersial. Melalui penerapan teknologi, industri mikro dan kecil mempunyai peluang untuk memperluas target pasarnya.

Dari penelitian ini didapatkan kesimpulan yang sama dengan (Yanti et al., 2022) dalam penelitian tersebut mengatakan bahwa variabel ekonomi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kota Lubuklinggau. Adapun pada penelitian yang sama yang dilakukan oleh (Purnomo & Adhitya, 2021) dalam penelitian tersebut mengatakan bahwa variabel ekonomi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

Pengaruh Strategi Terhadap Pendapatan

Dari hasil analisis regresi variabel strategi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMK di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya. Dengan nilai koefisien regresi variabel ekonomi digital sebesar 0,415 yang dapat disimpulkan bahwa pengaruh ekonomi digital terhadap pendapatan adalah positif. Adapun nilai signifikansi sebesar 0,000 (sig. $0,000 < 0,05$) yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan.

Dalam strategi khususnya pemasaran jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas dan senang. Dapat disimpulkan bahwa strategi berpengaruh terhadap pendapatan. Dengan adanya strategi pemasaran yang sesuai dan melakukan pengambilan keputusan yang tepat pendapatan akan meningkat.

Dari penelitian ini didapatkan kesimpulan yang sama dengan (Tanjung et al., 2021) dalam penelitian tersebut mengatakan bahwa variabel strategi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan dan pendapatan. Adapun pada penelitian yang sama yang dilakukan (Setiawati & Widyartati, 2017; Supandi & Johan, 2022) dalam penelitian tersebut mengatakan bahwa variabel strategi memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan.

Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan

Dari hasil analisis regresi variabel modal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMK di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya. Dengan nilai koefisien regresi variabel ekonomi digital sebesar 0,119 yang dapat disimpulkan bahwa pengaruh ekonomi digital terhadap pendapatan adalah positif. Adapun nilai signifikansi sebesar 0,030 (sig. $0,030 < 0,05$) yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan.

Dengan adanya penambahan modal pelaku usaha dapat memperluas usahanya. Dengan adanya modal yang banyak maka dapat mendukung dengan peningkatan proses produksi. Dengan tidak adanya modal yang cukup, maka dapat menghambat proses produksi dan menghambat proses peningkatan pendapatan.

Dari penelitian ini didapatkan kesimpulan yang sama dengan (Artini, 201 C.E.; Hidayanti & Saharsini, 2023) dalam penelitian tersebut mengatakan bahwa modal berpengaruh positif terhadap pendapatan. Adapun pada penelitian yang sama yang dilakukan (Hasanah et al., 2020) mengatakan bahwa variabel modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

Pengaruh Jam Kerja Terhadap Pendapatan

Dari hasil analisis regresi variabel jam kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMK di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya. Dengan nilai koefisien regresi

variabel ekonomi digital sebesar 0,137 ang dapat disimpulkan bahwa pengaruh ekonomi digital terhadap pendapatan adalah positif. Adapun nilai signifikansi sebesar 0,007 (sig. 0,007 < 0,05) yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan.

Jam kerja memiliki peran penting dalam dunia usaha, semakin tinggi jam kerja maka pekerjaan yang dilakukan semakin produktif dan pendapatan meningkat. Adapun alasan lain terkait dengan lamanya jam kerja maka konsumen akan sering melihat usaha dan perkembangan usaha tersebut.

Dari penelitian ini didapatkan kesimpulan yang sama dengan (Nursyamsu et al., 2020) dalam penelitian tersebut mengatakan bahwa jam kerja berpengaruh positif terhadap pendapatan. Adapun pada penelitian yang sama yang dilakukan (Alifiana et al., 2021) mengatakan bahwa variabel modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

Pengaruh Lama Usaha Terhadap Lama Usaha

Dari hasil analisis regresi variabel Lama Usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMK di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya. Dengan nilai koefisien regresi variabel ekonomi digital sebesar 0,237 yang dapat disimpulkan bahwa pengaruh ekonomi digital terhadap pendapatan adalah positif. Adapun nilai signifikansi sebesar 0,000 (sig. 0,000 < 0,05) yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan.

Lamanya usaha akan mendapatkan pengalaman berusaha, dimana pengalaman usaha dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertindak laku. Lama usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, dan lama seorang pelaku usaha menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya.

SIMPULAN

Ekonomi digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan. Semakin berkembang pelaku UMK menggunakan media ekonomi digital maka pendapatan naik, dikarenakan dapat menjual produk dan layanan dengan jangkauan pasar yang lebih luas. Sebaliknya semakin negatif ekonomi digital maka pendapatan semakin turun, dikarenakan kalah oleh daya saing UMK yang sudah menggunakan perkembangan ekonomi digital. Strategi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan. Semakin pelaku usaha UMK memiliki strategi yang baik dan terarah, pengusaha dapat menilai pro dan kontra dari berbagai opsi. Pelaku UMK juga dapat menganalisis perkembangan pasar dan kebutuhan pelanggan dan memilih jalur terbaik yang mendukung tujuan bisnis mereka. Modal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan. Semakin cukup dan besar modal yang dimiliki pelaku usaha UMK, maka usaha akan dapat dikembangkan dan dapat melakukan investasi sehingga mendapatkan pendapatan tambahan. Jam kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan. Semakin pelaku usaha UMK melakukan jam kerja yang baik dan teratur karyawan akan dapat memaksimalkan produktivitas

selama jam kerja, dengan jam kerja yang baik dan teratur juga dapat meningkatkan produksi dan pendapatan. Lama usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan. Semakin lama usaha yang dimiliki pelaku usaha UMK cenderung mendapatkan tingkat kredibilitas dan kepercayaan yang lebih tinggi para konsumen. Dengan usaha yang cukup lama beroperasi dapat dapat memberikan pemahaman yang mendalam mengenai bisnis dan strategi yang paling efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifiana, D., Susyanti, J., & Dianawati, E. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Usaha pada Pelaku Ekonomi Kreatif di Masa Pandemi Covid-19 (Sub Sektor Fashion-Kuliner Malang Raya). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(4).
- Artini, N. R. (201 C.E.). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM di Kabupaten Tabanan. *Ganec Swara*, 13(1), 71–77.
- 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.
- Hidayanti, R. P., & Saharsini, A. (2023). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN UMKM MAKANAN DAN MINUMAN DI KABUPATEN SUKOHARJO. *Kurs : Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 8(1). <https://doi.org/10.35145/kurs.v8i1.2900>
- Indonesia, M. (2021). Ratusan UMKM di Kota Tasikmalaya Gabung Komunitas UMKM Binaan Airlangga. *Media Indonesia*.
- Nursyamsu, N., Irfan, I., Mangge, I. R., & Zainuddin, Moh. A. (2020). Pengaruh Modal Kerja dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kelurahan Kabonena. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 90–105. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v2i1.25.90-105>
- Open Data Kota Tasikmalaya. (2021a). *DATA IUMK KECAMATAN KAWALU KOTA TASIKMALAYA TAHUN 2020*.
- Open Data Kota Tasikmalaya. (2021b). *Kondisi Ekonomi Kota Tasikmalaya Tahun 2020*.
- Prastyaningtyas, E. W. (2019). *Dampak ekonomi digital bagi perekonomian indonesia*.
- Purnomo, S. D., & Adhitya, B. (2021). Pengaruh ekonomi digital terhadap pendapatan industri mikro dan Kecil di Indonesia the effect of the digital economy on industrial income micro and small in Indonesia. *Ekonomikawan : Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 21(1), 85–95.
- Purwanto, N. (2019). VARIABEL DALAM PENELITIAN PENDIDIKAN. *Jurnal Teknodik*, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Ramadani, D. F., & Syariati, A. (2020). Ekonomi Digital dan Persaingan Usaha sebagai Pendorong Pendapatan UMKM di Kota Makassar. *ICOR: Journal of Regional Economics*, 1(1).

- Riswanto, A., Ningsih, S. R., & Daryati, D. (2017). PENGENDALIAN INTERN DAN PEMBERIAN KREDIT USAHA: ANALISIS PERANAN DAN EFEKTIFITAS SISTEM. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3). <https://doi.org/10.17509/jrak.v4i3.4670>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (6th ed.). Salemba Empat.
- Setiawati, I., & Widyartati, P. (2017). Pengaruh strategi pemasaran online terhadap peningkatan laba UMKM. *PROCEEDINGS*, 1(1).
- Sidik, S. S., & Ilmiah, D. (2022). PENGARUH MODAL, TINGKAT PENDIDIKAN DAN TEKNOLOGI TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KECAMATAN PAJANGAN BANTUL. *MARGIN ECO*, 5(2), 34–49. <https://doi.org/10.32764/margin.v5i2.2411>
- Supandi, A., & Johan, R. S. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Pendapatan Pelaku Umkm Di Kecamatan Cilandak. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(1), 15--24.
- Syikin, N., Mane, A., & Jafar, S. (2020). *Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner di Kecamatan Rappocini Kota Makassar* (6; 5).
- Tanjung, A., Rini, I., & Lubis, S. (2021). Pengaruh Modal Kerja dan Strategi Pemasaran. *Jurnal Mirai Manajemen*, 6(2), 202–213.
- Yanti, P. M., Meidy, R., & Julica, L. A. (2022). PENGARUH IMPLEMENTASI EKONOMI DIGITAL TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (Studi Kasus UMKM Kuliner di Kota Lubuklinggau). *Jurnal Interprof Volume*, 8(2).