

SKRIPSI

**PENGARUH MODAL USAHA DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
(UMKM) DI KABUPATEN PINRANG**



OLEH

HESTRI SYUKRAMADANI

NIM : 18.2900.044

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023

**PENGARUH MODAL USAHA DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
(UMKM) DI KABUPATEN PINRANG**



OLEH

**HESTRI SYUKRAMADANI
NIM. 18.2900.044**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada
Program Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Modal Usaha dan Media Sosial Terhadap
Pendapatan UMKM di Kabupaten Pinrang
Nama Mahasiswa : Hestri Syukramadani
NIM : 18.2900.044
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing: Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
No. B.2884/In.39.8/PP.00.9/8/2021

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd. (.....)
NIP : 19610320 199403 1 004
Pembimbing Pendamping : Abdul Hamid, S.E., M.M. (.....)
NIP : 19720929 200801 1 012

Mengetahui:




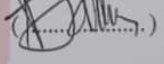
Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. (.....)
NIP. 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

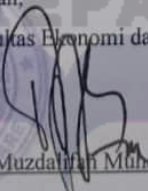
Judul Skripsi : Pengaruh Modal Usaha dan Media Sosial
Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten
Pinrang
Nama Mahasiswa : Hestri Syukramadani
Nomor Induk Mahasiswa : 18.2900.044
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam No.
B.2884/In.39.8/PP.00.9/8/2021
Tanggal Kelulusan : 17 Januari 2023

Disahkan Komisi Penguji:

Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd. (Ketua) 
Abdul Hamid, S.E., M.M. (Sekretaris) 
Dr. Syahriyah Semaun, S.E., M.M. (Anggota) 
Dr. Damirah, S.E., M.M. (Anggota) 

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


/Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt. berkat hidayah, taufik dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada orangtua penulis yaitu ibu Hasnaini dan bapak Hasan dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari bapak Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd. selaku pembimbing utama dan bapak Abdul Hamid, S.E., M.M. selaku pembimbing pendamping, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Ibu Dr. Nurfadillah, S.E M.M selaku ketua Program Studi Manajemen Keuangan Syariah yang selalu meningkatkan penulis agar lulus tepat waktu

4. Ibu Dr. Damirah, S.E., M.M. selaku dosen Penasehat Akademik yang selama ini telah memberikan berbagai nasehat, motivasi, dukungan dan bantuan dalam menjalani aktivitas akademik.
5. Bapak dan Ibu Dosen IAIN Parepare yang selama ini telah mendidik penulis selama menjalani perkuliahan, terutama dalam penulisan skripsi ini.
6. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani perkuliahan, terutama pada penulisan skripsi ini.
7. Jajaran staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta staf akademik yang banyak membantu penulis mulai dari awal perkuliahan sampai dengan pengurusan-pengurusan berkas penyelesaian kuliah.
8. Para pelaku UMKM yang telah bersedia membantu penulis untuk menyelesaikan penelitian yang dilakukan.
9. Terimakasih kepada seluruh pihak terutama sahabat penulis yaitu Nurfitriyani Rahman, Nurul Fauziah, Dewi Cahyaningrum, dan Sri Indah Fathul Janna. Serta pihak yang tidak disebutkan namanya karena telah memberikan dukungan kepada penulis hingga sampai ditahap penyelesaian skripsi.

Parepare, 30 September 2022

4 Rabi'ul Awal

Penulis

Hestri Syukramadani
NIM. 18.2900.044

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Hestri Syukramadani

Nim : 18.2900.044

Tempat/Tgl. Lahir : Pincara, 19 Desember 2000

Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Modal Usaha dan Media Sosial Terhadap n
Pendapatan UMKM di Kabupaten Pinrang

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 30 September 2022

Hestri Syukramadani

ABSTRAK

Hestri Syukramadani, *Pengaruh Modal Usaha dan Media Sosial Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Pinrang*. (Dibimbing oleh bapak Moh. Yasin Soumena, dan bapak Abdul Hamid)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana Pengaruh Modal Usaha dan Media Sosial Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Metode pada penelitian ini yaitu kuantitatif, jenis penelitian yaitu penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini menggunakan jenis sampel *Accidental Sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner/angket. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah Uji Validitas, uji reliabilitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, uji normalitas. Untuk teknik analisis datanya dilakukan dengan menggunakan *One Sample T Test* untuk ketiga variabel, uji korelasi *pearson product moment*, uji t atau parsial, uji f atau simultan, Analisis Regresi Linier Berganda serta uji koefisien Determinasi (R^2).

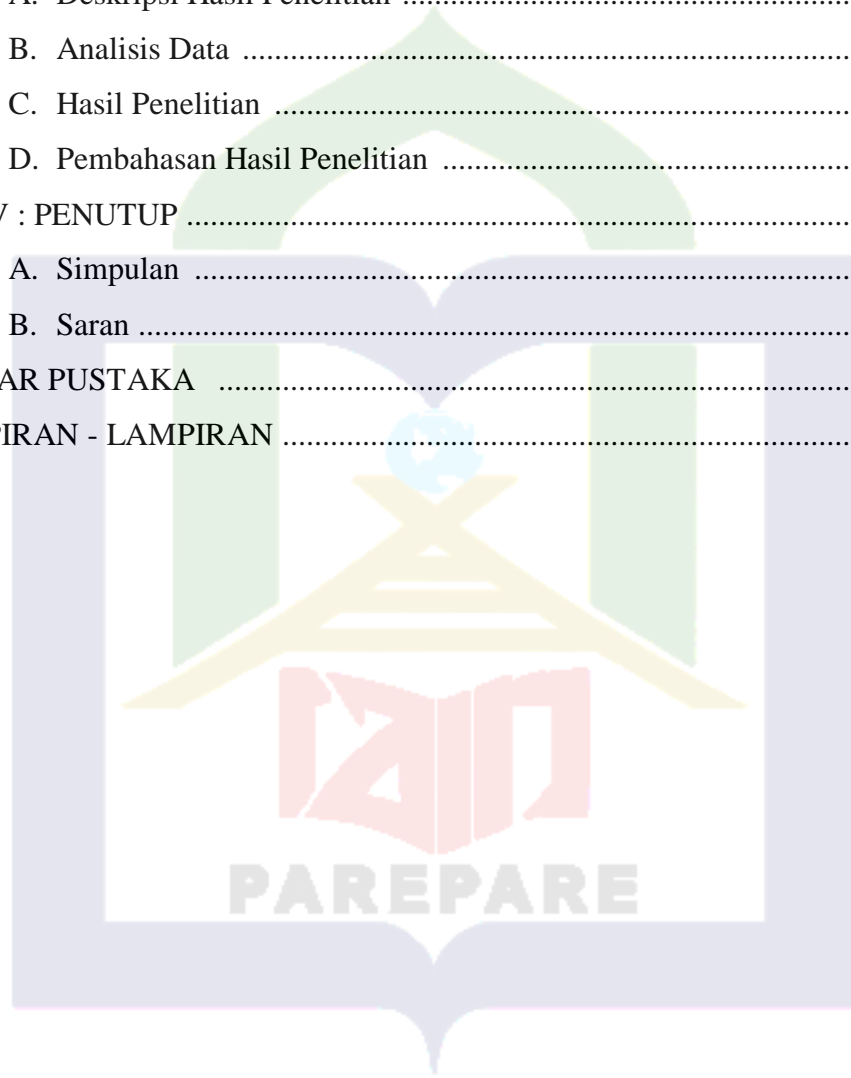
Hasil penelitian dan analisis data menunjukkan bahwa diketahui modal usaha, media sosial dan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah memiliki skor klasifikasi sebesar 79%, 79%, dan 75% yang berarti kondisi tersebut dalam klasifikasi yang baik. Kemudian untuk modal usaha (X1) memiliki hubungan yang positif dan signifikan dan memiliki pengaruh terhadap tingkat pendapatan pelaku usaha. Secara simultan modal usaha dan media sosial diketahui memiliki hubungan yang positif dan signifikan serta memiliki pengaruh terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah. Begitupun untuk modal usaha yang memiliki hubungan yang positif dan signifikan serta memiliki pengaruh terhadap tingkat pendapatan UMKM, sehingga menjadikan modal usaha (X1) variabel yang dominan berpengaruh terhadap variabel yang dominan berpengaruh terhadap variabel Y pendapatan UMKM.

Kata Kunci : Modal Usaha, Media Sosial, dan Pendapatan UMKM

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN	xv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	5
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Tinjauan Penelitian Relevan	7
B. Tinjauan Teori	11
C. Kerangka Konseptual	33
D. Kerangka Pikir	34
E. Hipotesis	35
BAB III : METODE PENELITIAN	37
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	37
C. Populasi dan Sampel	37

D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	39
E. Definisi Operasional Variabel	40
F. Teknik Analisis Data	40
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Deskripsi Hasil Penelitian	47
B. Analisis Data	54
C. Hasil Penelitian	65
D. Pembahasan Hasil Penelitian	75
BAB V : PENUTUP	83
A. Simpulan	83
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	I
LAMPIRAN - LAMPIRAN	V



DAFTAR TABEL

NO.	Judul Tabel	Halaman
1.1	Data UMKM kabupaten Pinrang	3
3.1	Skor Klasifikasi	43
3.2	Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan	44
4.1	Sampel UMKM Kabupaten Pinrang	47
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	50
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
4.5	Jawaban Responden Terhadap Modal Usaha (X1)	51
4.6	Jawaban Responden Terhadap Media Sosial (X2)	52
4.7	Jawaban Responden Terhadap Pendapatan UMKM (Y)	53
4.8	Hasil Uji Validitas Modal Usaha (X1)	54
4.9	Ringkasan Hasil Uji Validitas	55
4.10	Hasil Uji Validitas Media Sosial (X2)	56
4.11	Ringkasan Hasil Uji Validitas	57
4.12	Hasil Uji Validitas Pendapatan UMKM (Y)	58
4.13	Ringkasan Hasil Uji Validitas	59
4.14	Hasil Uji Reliabilitas	60
4.15	Hasil Uji Multikolineritas	62
4.16	Skor Klasifikasi	64
4.17	Hasil <i>One Sample Statistic</i> Variabel Modal Usaha	65
4.18	Hasil <i>One Sample Statistic</i> Variabel Media Sosial	66
4.19	Hasil <i>One Sample Statistic</i> Variabel Pendapatan UMKM	67
4.20	Hasil Uji t	68
4.21	Uji Simultan f	69
4.22	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	70

4.23	Hasil Korelasi Secara Parsial	70
4.24	Hasil Korelasi Secara Simultan	72
4.25	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	73



DAFTAR GAMBAR

NO	Judul Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Konseptual	34
2.2	Kerangka Pikir	35
4.1	Uji Heteroskedastisitas	61
4.2	Uji Normalitas	63



DAFTAR LAMPIRAN

NO	Judul Lampiran	Halaman
1.	Surat Penelitian dari Kampus	VI
2.	Surat Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Pinrang	VII
3.	Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian	VIII
4.	Kueisioner	IX
5.	Sampel UMKM di Kabupaten Pinrang	XIV
6.	Jawaban Responden Terhadap Variabel Modal Usaha	XVI
7.	Jawaban Responden Terhadap Variabel Media Sosial	XVI
8.	Jawaban Responden Terhadap Variabel Pendapatan UMKM	XVII
9.	Tabel Hasil Statistik	XVIII
10.	Dokumentasi	XXXI
11.	Biografi Penulis	XXXII

PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Huruf atau kata bahasa yang terdapat di dalam sistem penulisan bahasa Arab dilambangkan menggunakan huruf. Pada transliterasi penelitian ini ada yang dilambangkan dengan menggunakan huruf, menggunakan tanda, serta ada yang menggunakan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ya
ص	shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dhad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	·	Apostrof

ي	Ya	Y	Ya
---	----	---	----

Hamzah (ء) pada awal kata mengikuti huruf atau bunyi vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Apabila terdapat di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan menggunakan tanda(“).

2. Vokal

- a. Vokal tunggal (*monoftong*) dalam penggunaan bahasa Arab dilambangkandengan tanda atau harakat, adapun transliterasinya yakni:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
أ	Dhomma	U	U

- b. Vokal rangkap (*diftong*) dalam penggunaan bahasa Arab merupakan gabungan antara harakat dan huruf, dilambangkan dengan:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
وَ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ: *Kaifa*

حَوْلَ: *Haula*

3. *Maddah*

Maddah atau yang berarti vokal panjang dilambangkandengan harkat dan huruf, adapun transliterasinya yakni:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
نا / نِي	Fathah dan Alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
يِي	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis di atas
وُو	Kasrah dan Wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh :

مات : *māta*

رمى : *ramā*

قيل : *qīla*

يموت : *yamūtu*

4. *Ta Marbutah*

Ta Marbutah terdiri dari dua transliterasi yakni:

- ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya yakni [t].
- ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya yakni [h].

Apabila di dalam kata terakhir terdapat *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* dan bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu dibaca dengan *ha (h)*.

Contoh :

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *rauḍah al-jannah* atau *rauḍatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* merupakan penulisan dalam bahasa Arab yang dilambangkan dengan tanda *tasydid* (ّ). Dimana transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) dengan diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعَمُّ : *nu‘ima*

عَدُوُّ : *‘aduwwun*

Huruf (ى) apabila bertasydid pada akhir kata dan apabila didahulukan oleh huruf kasrah (يِ) maka ditransliterasikan seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : *‘Arabi* (bukan *‘Arabiyy* atau *‘Araby*)

عَلِيٌّ : *‘Ali* (bukan *‘Alyy* atau *‘Aly*)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam penulisan bahasa Arab disimbolkan dengan menggunakan huruf لا (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi, kata sandang dalam hal ini dibaca *al-*, dan bacaannya tetap sama apabila diikuti oleh huruf *syamsiah* atau huruf *qamariah*. Bunyi dari kata sandang tidak mengikuti huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang dihubungkan menggunakan garis mendatar (-) dan ditulis secara terpisah dari kata yang mengikutinya.

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy- syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Huruf hamzah yang terletak di tengah atau di akhir kalimat aturannya menjadi apostrof ('). Ketika hamzah berada di awal kalimat maka tidak dilambangkan, karena dalam bahasa Arab hamzah berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *Umirtu*

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Merupakan kata, istilah atau kalimat Arab yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia, sehingga sudah lazim dan menjadi bagian dari bahasa Indonesia dikarenakan penggunaan tulisan yang sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia. Misal seperti kata *Al-Qur'an* (dari *Qur'an*) atau *Sunnah*. Namun ketika kata ini berada dalam penulisan bahasa Arab maka wajib ditransliterasikan secara utuh.

Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafz lā bi khusus al-sabab

9. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” apabila didahulukan dengan huruf tertentu seperti misalnya huruf *ja* atau huruf lainnya yang berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), maka dituliskan tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *Dīnullah*

بِاللَّهِ : *billah*

Apabila terdapat *marbutah* di akhir kata dan disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, maka ditransliterasikan menggunakan huruf [t].

Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *Hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Dalam penulisan bahasa Arab tidak memiliki penggunaan huruf kapital, maka pada transliterasi ini penggunaan huruf tersebut ditransliterasikan berdasarkan ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Misalnya dalam bahasa Indonesia penggunaan huruf kapital pada awal nama diri seseorang atau tempat dan huruf pertama dalam permulaan kalimat. Apabila nama seseorang didahulukandengan kata sandang (*al-*), maka penulisan nama orang pada awal kata tersebut tetap ditulis bukan huruf awal kata sandangnya. Misalkan huruf awal nama seseorang A maka kata sandangnya menggunakan huruf kapital (*Al-*).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Apabila terdapat nama resmi dengan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama keduanya, maka kedua nama tersebut harus disebutkan sebagai nama akhir dalam penulisan referensi atau daftar pustaka.

Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: *Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu*)

Naṣr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naṣr Ḥamīd (bukan:Zaid, Naṣr Ḥamīd Abū)

B. Singkatan

Adapun singkatan-singkatan yang dibakukan terdiri dari:

swt.	= <i>subḥānahū wa ta'āla</i>
saw.	= <i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	= <i>'alaihi al- sallām</i>
H	= Hijriah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l.	= Lahir tahun
w.	= Wafat tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrāhīm/ ..., ayat 4
HR	= Hadis Riwayat

Adapun singkatan-singkatan dalam penulisan bahasa Arab yaitu:

ص	= صفحة
دم	= بدون
صلعم	= ﷺ
ط	= طبعة

بن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها / إلى آخره
ج	=	جزء

Beberapa singkatan dalam suatu penulisan perlu dijelaskan kepanjangan dari singkatan tersebut, dimana beberapa singkatan misalnya seperti:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata *editors*] atau terdiri dari beberapa orang editor). Dalam bahasa Indonesia “editor” berlaku untuk satu atau beberapa editor, maka dapat pula disingkat dengan ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et al*). Format penulisan *italic*. Digunakan pada singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis berdiri atau tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan dimana buku terjemahan mencantumkan nama penerjemah buku.
- Vol. : Volume. Menunjukkan jumlah jilid buku atau ensiklopedi bahasa Inggris. Buku-buku yang menggunakan bahasa Arab menggunakan istilah juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi saat ini banyak perkembangan dan perubahan yang terjadi sehingga berpengaruh besar bagi kehidupan masyarakat. Bisnis pada zaman ini semakin berkembang pesat, banyak yang beralih ke dunia bisnis karena lebih fleksibel dan menguntungkan. Dari hal tersebut memunculkan banyaknya bisnis baru yang membuat persaingan semakin ketat. Maka pengusaha harus membuat inovasi yang terus diperbaharui semakin baik agar tidak kalah saing dan juga untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, kebutuhan dan kepuasan konsumen merupakan dorongan untuk melakukan sesuatu yang telah menjadi keinginan, dan keinginan menjadi dasar untuk menciptakan permintaan terhadap produk yang di dukung dengan kemampuan dan ketersediaan. Dan salah satu faktor yang penting dalam perkembangan dan penopang perekonomian adalah keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Modal usaha memiliki peran penting dalam membangun sebuah usaha. Tanpa adanya modal usaha tidak akan terbentuk maupun berjalan dengan lancar. Dengan adanya modal yang tinggi atau besar maka pelaku usaha dapat menciptakan kualitas dan kuantitas yang tinggi pula yang dapat berpengaruh terhadap pendapatan mereka. Modal yang digunakan dalam usaha merupakan modal awal berasal dari modal sendiri ataupun modal dari pihak lain, dan keuntungan dari penjualan yang diperoleh sebagai akumulasi modal. Usaha Mikro Kecil dan Menengah juga masih menghadapi kendala dalam hal akses modal dan pendanaan. Akibatnya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah kesulitan dalam meningkatkan kapasitas usahanya atau mengembangkan produk-produknya.¹ Permodalan merupakan suatu dasar dalam membangun usaha dan

¹ Junedi, J. Mustika Dwi Arumsari, "Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Produk, Jaringan Wirausaha Terhadap Kelangsungan Usaha UMKM Madu Sari Lanceng" (Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan, Vol. 1. 2. 2021), h. 176.

pada umumnya menjadi kendala. Modal bisa dari diri sendiri maupun pinjaman dari pihak lain. Modal usaha bukan hanya berupa uang saja, tetapi juga meliputi aktiva seperti mesin, kendaraan, bangunan, pabrik, bahan baku dan banyak lagi yang lain untuk menjalankan operasi usaha.

Selain modal usaha yang berpengaruh bagi pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), media sosial juga dianggap berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Media sosial merupakan bagian dari internet yang memiliki fungsi salah satunya sebagai media yang digunakan untuk mempromosikan produk-produk UMKM. Media sosial digunakan sebagai alat promosi karena memiliki respon secara langsung dengan penggunaannya. Media sosial sekarang telah memiliki peran penting dalam strategi pemasaran bagi bisnis kecil maupun besar. Kini berbagi informasi kepada pengunjung atau follower bukan satu-satunya keuntungan menggunakan media sosial bagi sebuah bisnis.

Pelaku bisnis melihat bahwa pengguna internet menjadi sasaran empuk untuk bisnisnya ke depan. Pada era sekarang ini semakin lama semakin banyak yang menggunakan media sosial. Melihat jumlah pengguna yang semakin banyak, media sosial bisa menjadi lahan untuk menaikkan profit serta memperlebar sayap bisnis. Dengan perangkat bisnis yang ada, kini bisa diketahui dengan terperinci mengenai siapa saja konsumennya, bahasa yang digunakan, rentang usia, bahkan jenis kelamin dari sosial media. Informasi ini dapat membantu proses branding dan promosi kepada target konsumen yang tepat.

Periklanan digital mulai menjadi tren di era internet. Para pemilik merek mulai menjadikan media digital sebagai media promosi dan pemasaran yang baru. Adanya situs jejaring sosial menjadi peluang usaha yang baik untuk memasarkan atau mempromosikan produk yang akan dijual, salah satu kelebihan memasarkan produk melalui media sosial diantaranya sebagai sarana berkomunikasi dengan konsumen, sebagai media promosi, dan membangun merek. Pemasaran melalui media sosial ini disebut sosial media marketing. Salah

satu media sosial yang populer digunakan dalam social media marketing adalah Instagram, Whatsapp, Facebook, Twitter bahkan Youtube sekalipun.

Persaingan usaha yang semakin pesat di tandai dengan banyaknya penawaran produk sejenis di berbagai saluran distribusi penjualan. Banyak dan berkembangnya strategi dalam memasarkan produk-produknya juga merupakan satu permasalahan yang harus dimengerti para pelaku usaha agar usahanya tetap bertahan dan untuk mengembangkan usahanya perlu agar para pelaku untuk menganalisa kebutuhan dan keinginan konsumen dengan maksimal. Modal usaha yang terbatas dan pemasaran produk melalui media sosial yang belum maksimal membuat produk belum dikenal banyak di kalangan konsumen yang hal tersebut berimbas pada pendapatan usaha yang dijalankan.

Tabel 1.1

Data Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Pinrang Kec. Watang Sawitto

Data UMKM	2019	2020	2021
Pedagang Besar (<i>Wholesaler</i>)	1	3	1
Pedagang Menengah (<i>Medium Trader</i>)	23	288	1
Pedagang Kecil (<i>Small Trader</i>)	125	288	454

Sumber data: Badan Pusat Statistik kabupaten Pinrang

Berdasarkan data yang diperoleh melalui website Badan Pusat Statistik kabupaten Pinrang tercatat bahwa pada tahun 2019 terdapat 1 pedagang besar, dan 23 pedagang menengah, dan 125 pedagang kecil. Untuk tahun 2020 terdapat 3 pedagang besar, 288 pedagang menengah, dan 288 pedagang kecil. Tahun 2021 terdapat 1 pedagang besar, 1 pedagang menengah dan 454 pedagang kecil yang terdaftar di Badan Pusat Statistik.² Rata-rata pengeluaran penduduk berdasarkan pengeluaran perkapita sebulan penduduk Pinrang lebih banyak dialokasikan

² pinrangkab.bps.go.id.

untuk makanan, sehingga pelaku usaha pada sektor makanan atau kuliner akan lebih menguntungkan.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) juga diharapkan mampu menjadi penunjang perekonomian daerah terutama di kabupaten Pinrang yang pada tahun 2019 struktur perekonomian Pinrang sebagian besar ditopang oleh sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan.³ Kehadiran UMKM yang didorong oleh pemerintah kepada para pelaku usaha agar mampu mengembangkan dan berinovasi mengikuti perubahan yang ada sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan mampu menciptakan lapangan pekerjaan sehingga mampu mengurangi jumlah pengangguran dan kemiskinan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti menyimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa baik modal usaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah di kabupaten Pinrang ?
2. Seberapa baik media sosial Usaha Mikro Kecil dan Menengah di kabupaten Pinrang ?
3. Seberapa besar tingkat pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di kabupaten Pinrang ?
4. Apakah ada hubungan yang positif dan antara modal usaha dan media sosial terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah di kabupaten Pinrang ?
5. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di kabupaten Pinrang ?
6. Apakah media sosial berpengaruh terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di kabupaten Pinrang ?

³ pinrangkab.bps.go.id

7. Variabel manakah yang dominan berpengaruh secara simultan antara modal usaha dan media sosial terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di kabupaten Pinrang ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi modal usaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah di kabupaten Pinrang
2. Untuk mengetahui kondisi media sosial Usaha Mikro Kecil dan Menengah di kabupaten Pinrang
3. Untuk mengetahui kondisi tingkat pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di kabupaten Pinrang
4. Untuk mengetahui hubungan yang positif dan antara modal usaha dan media sosial terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di kabupaten Pinrang
5. Untuk mengetahui pengaruh modal usaha terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di kabupaten Pinrang
6. Untuk mengetahui pengaruh media sosial pada pendapatan yang dihasilkan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah di kabupaten Pinrang
7. Untuk mengetahui variabel yang dominan berpengaruh secara simultan antara modal usaha dengan media sosial terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di kabupaten Pinrang

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dari segi ilmiah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan atau menambah khasanah ilmu pengetahuan, khususnya tentang Pengaruh Modal Usaha dan Media Sosial Terhadap Pendapatan UMKM.
 - b. Dapat digunakan sebagai acuan di bidang penelitian sejenis.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dan keterampilan peneliti khususnya mengenai pengaruh modal usaha dan media sosial terhadap pendapatan UMKM.
- b. Bagi pembaca, hasil penelitian ini dapat menambah dan mengembangkan wawasan pembaca terkait masalah pengaruh modal usaha dan media sosial. Selain itu sebagai referensi bagi pembaca yang tertarik dan ingin mengkaji lebih dalam tentang penelitian ini.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Sebelum melakukan penelitian, perlu kiranya peneliti menghadirkan peneliti sebelumnya yang berkaitan dengan tema penelitian ini. Oleh sebab itu, peneliti melakukan tinjauan terhadap pustaka, diantaranya:

1. Nurul Amalia Sari “Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Makassar”. Bertujuan untuk mengetahui bagaimana perkembangan ekonomi digital dan faktor yang mempengaruhi pendapatan pelaku usaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Makassar. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif, cara pengumpulan data yaitu melalui observasi, wawancara, angket dan dokumentasi.⁴

Perbedaan penelitian Nurul Amalia Sari dengan penelitian ini adalah dari variabel independennya, dimana penelitian sebelumnya menggunakan satu variabel independen, sedangkan penelitian ini menggunakan dua variabel independen. Dan hal yang membedakan dalam penelitian ini yaitu penelitian ini lebih berfokus pada perkembangan ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah, sedangkan pada penelitian ini lebih kepada pengaruh modal usaha dan sosial media terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Perbedaan hasil penelitian Nurul Amalia Sari dengan penelitian ini yaitu hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh ekonomi digital secara parsial yang positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha. Sedangkan pada penelitian ini hasil yang diperoleh bahwa variabel modal usaha berpengaruh secara parsial terhadap pendapatan usaha mikro

⁴ Nurul Amalia Sari, “Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMKM di Kota Makassar (Skripsi : Universitas Negeri Makassar , 2020), h. 1.

kecil dan menengah. Dan secara simultan variabel modal usaha dan variabel media sosial memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil dan menengah.

2. Elvira Rahmanda dan Lailatul Amanah “Pengaruh Modal Pribadi, Harga dan Sosial Media Terhadap Pendapatan UMKM”. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, dengan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 40 responden. Data yang digunakan adalah data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket (kuesioner). Teknik analisis data yang digunakan ialah uji validitas, reliabilitas, normalitas data, multikolinearitas, heteroskedastisitas, analisis regresi berganda, uji f, uji t, dan koefisien determinasi.⁵

Perbedaan penelitian Elvira Rahmanda dan Lailatul Amanah dengan penelitian ini adalah variabel independennya, dimana penelitian sebelumnya menggunakan tiga variabel independen, sedangkan penelitian ini menggunakan dua variabel independen. Namun tujuan yang ingin dicapai memiliki kesamaan yaitu untuk mengetahui pengaruh dari modal usaha dan media sosial terhadap pendapatan dari pelaku UMKM.

Perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian Elvira Rahmanda dan Lailatul Amanah yaitu hasil penelitian sebelumnya disimpulkan bahwa variabel modal pribadi dan sosial media berpengaruh positif dan signifikan, namun variabel harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dikarenakan harga tidak menjadi penghalang ketika masyarakat ingin membeli sesuatu yang mereka butuhkan dan inginkan. Sedangkan pada penelitian ini hasil yang diperoleh bahwa variabel modal usaha memiliki hubungan yang positif dan signifikan

⁵ Elvira Rahmanda dan Lailatul Amanah, “Pengaruh Modal Pribadi, Harga dan Sosial Media Terhadap Pendapatan UMKM”, (Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Vol. 10 No. 10 Oktober, 2021),h.1.

terhadap pendapatan pelaku usaha. Dan variabel media sosial juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah.

3. Gregorius Widiyanto, Heri Satrianto dan FX. Pudjo Wibowo “Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan Promosi Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat di Kota Tangerang (Studi Kasus Peran UKM Pembuatan Makanan Ringan dan Snack) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar, baik sendiri-sendiri maupun bersama-sama antara variabel bebas berpengaruh terhadap pendapatan variabel terikat. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pertanyaan sedangkan sampel penelitian digunakan dengan *Random Simple Sampling*. Pengumpulan data ditunjukkan kepada pelaku usaha dengan jumlah 100 konsumen. Analisis data statistik menggunakan uji realibilitas, validitas, normalitas, autokorelasi, heterokedstisitas multikolinearitas, determinasi koefisien, uji parsial (uji-t) dan uji simultan (uji-f).⁶

Perbedaan penelitian Gregorius Widiyanto dkk dengan penelitian ini adalah variabel independennya, dimana penelitian sebelumnya lebih berfokus kepada pemasaran produk terhadap penambahan pendapatan, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel modal usaha dan media sosial terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah.

Perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian Gregorius Widiyanto yaitu hasil penelitian sebelumnya disimpulkan bahwa variabel bebas baik sendiri-sendiri berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada penelitian sebelumnya diketahui bahwa koefisien determinasinya sebesar 80,7% yang berarti memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Sedangkan pada penelitian ini,

⁶ Gregorius Widiyanto dkk, “Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan Promosi Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat di Kota Tangerang”, (Jurnal Ilmiah Ecobuss, Vol. 3, No. 3, April, 2021), h.1.

hasil yang diperoleh adalah sebesar 23,8% yang berarti memiliki tingkat hubungan yang lemah. Hal ini berarti penelitian sebelumnya memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat, dan pada penelitian ini memiliki tingkat hubungan yang lemah

4. Islami Rahmi “Pengaruh Modal Kerja Terhadap Pendapatan UMKM Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Melati I Kabupaten Bantaeng”. Bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal kerja terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah kelompok usaha bersama (KUBE) Melati I di Kabupaten Bantaeng. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik regresi linier sederhana dan menggunakan uji t untuk menganalisis keeratan hubungan variabel secara individual.⁷

Perbedaan penelitian ini Islami Rahmi dengan penelitian ini adalah dari independennya, dimana penelitian sebelumnya menggunakan variabel secara individu (modal kerja), sedangkan penelitian ini menggunakan 2 variabel independen yaitu variabel modal usaha dan variabel sosial media.

Perbedaan hasil penelitian Islami Rahmi dengan penelitian ini yaitu terletak pada penelitian Islami Rahmi yang menunjukkan bahwa hasil uji statistik pada perputaran modal kerja terhadap pendapatan adalah positif namun tidak signifikan, dan pada uji t diperoleh hasil t tabel lebih besar dari t hitung, yang berarti bahwa variabel modal kerja memiliki hubungan yang positif tapi tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan Usaha Kecil Menengah, sedangkan penelitian ini diketahui pada uji t bahwa variabel modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha, dan variabel media sosial juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil dan menengah.

⁷ Islami Rahmi, “Pengaruh Modal Kerja Terhadap Pendapatan UMKM Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Melati I di Kabupaten Bantaeng (SKRIPSI : UIN Alauddin Makassar 2014)”, h. 13.

B. Tinjauan Teori

1. Teori Pengaruh

Pengaruh merupakan suatu akibat yang timbul dari sesuatu, bisa dari benda maupun orang. Hal tersebut dapat berdampak terhadap suatu hal, bisa positif dan bisa juga negatif.

Pengertian Pengaruh Menurut Para Ahli

Menurut Surakhmad, pengaruh adalah kekuatan yang timbul dari orang atau benda dan juga gejala dalam yang bisa memberikan perubahan terhadap apa yang ada di sekelilingnya.⁸

Menurut Uwe Becker, pengaruh adalah kemampuan yang terus berkembang dan tidak terlalu terkait dengan usaha memperjuangkan dan memaksakan kepentingan.⁹

Menurut Norman Barry, pengaruh adalah suatu tipe kekuasaan agar bertindak dengan cara tertentu, terdorong untuk bertindak demikian, sekalipun ancaman sanksi yang terbuka tidak merupakan motivasi yang mendorongnya.¹⁰

Pengaruh bisa didefinisikan dalam berbagai bidang dan aspek kehidupan. Ada yang mengartikannya dari segi kekuasaan, politik, psikologi, sosial, ekonomi, dan sebagainya. Hal tersebut menandakan bahwa pengaruh memang tidak bisa diartikan secara harfiah, tetapi istilah pengaruh akan mudah untuk dipahami saat telah diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh merupakan sebuah hal abstrak yang tidak bisa dilihat tapi bisa dirasakan keberadaan dan kegunaannya dalam kehidupan dan aktivitas manusia sebagai makhluk sosial.

Untuk memprediksi dan mengukur nilai dari pengaruh satu variabel (bebas/*independent*) terhadap variabel lain (terikat/*dependent*) dapat digunakan

⁸ Khasanah dkk, *Dinamika Konsep Dasar Model Pembelajaran*, (Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri: 2022), h. 57.

⁹ Nurul Qamar dkk, *Tebaran Pemikiran tentang Hukum*, (Makassar: CV. Social Politic Genius: 2022), h. 119.

¹⁰ Ujang Permana, *Ilmu Politik dalam Kesehatan dan Keperawatan*, (Jawa Barat: LovRinz Publishing: 2016), h. 26.

uji regresi. Analisis/uji regresi merupakan suatu kajian dari hubungan antara satu variabel, yaitu variabel yang diterangkan dengan satu atau lebih variabel, yaitu variabel yang menerangkan. Apabila variabel bebasnya hanya satu, maka analisis regresinya disebut dengan regresi sederhana. Apabila variabel bebasnya lebih dari satu, maka analisis regresinya dikenal dengan regresi linear berganda. Dikatakan berganda karena terdapat beberapa variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat.¹¹

Regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan nilai.

Regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel terikat (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat apakah masing-masing variabel bebas berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat.

2. Teori Modal Usaha

a. Pengertian Modal Usaha

Menurut Bambang Riyanto bahwa modal adalah hasil produksi yang ke depannya dapat digunakan kembali untuk melakukan produksi selanjutnya. Modal ditekankan pada nilai, dan beli ataupun sebagai kolektivitas dari barang-barang modal. Yang dimaksud dengan barang-barang modal adalah

¹¹ I Made Yuliara, "Modul : *Regresi Linier Sederhana*", (Modul Perkuliahan Jurusan Fisika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Udayana, 2016), h. 1.

semua barang yang ada di dalam perusahaan dengan segala fungsi produktifnya untuk menghasilkan pendapatan.¹²

Menurut Polak, menjelaskan definisi modal ialah sebagai kekuasaan untuk menggunakan barang modal. Yang dimaksud barang-barang modal ialah barang-barang yang terdapat dalam perusahaan yang belum digunakan.¹³

Secara garis besar modal usaha adalah sekumpulan uang atau komoditas yang dapat digunakan sebagai dasar dalam menjalankan pekerjaan atau usaha. Modal menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan atau badan usaha. Tanpa modal, perusahaan tidak dapat berjalan sesuai rencana. Dari bisnis besar hingga bisnis kecil, bisnis dari semua ukuran membutuhkan modal. Oleh karenanya pengertian modal juga merupakan aset utama perusahaan untuk menjalankan usaha, biasanya berupa dana, aset atau hutang. Dengan demikian, proses produksi pemasaran perusahaan dapat berjalan dengan lancar.¹⁴

a) Jenis-Jenis Modal

- Modal Investasi

Modal investasi digunakan untuk jangka panjang dan dapat digunakan berulang-ulang, biasanya umurnya lebih dari 1 tahun. Penggunaan modal investasi jangka panjang untuk membeli aktiva tetap seperti tanah, bangunan, mesin-mesin, peralatan, kendaraan, bersumber dari perbankan.

- Modal Kerja

Modal kerja adalah modal yang digunakan untuk membiayai operasional perusahaan pada saat sedang beroperasi. Modal kerja

¹² Nur Inayah dkk, *Pengantar Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI), h. 110.

¹³ Edison Siregar, *Pengantar Manajemen dan Bisnis*, (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung: 2021), h. 61.

¹⁴ Hayyu Anindita, "Modal Usaha : Pengertian hingga cara mendapatkan modal usaha". (diakses pada 24 Agustus 2022).

digunakan untuk jangka pendek dan beberapa kali pakai dalam satu proses produksi.

- Modal Operasional

Modal operasional adalah jenis modal yang harus dibayarkan untuk kepentingan biaya operasi bulanan bisnis. Contohnya antara lain gaji pegawai, pulsa telepon, air, PLN, serta retribusi. Intinya, modal operasional adalah uang yang harus dikeluarkan untuk membayar pos-pos biaya di luar bisnis dan biasanya dibayar bulanan.¹⁵

b) Jenis Modal Berdasarkan Sumber

- Modal Internal

Modal internal adalah modal yang berasal dari kekayaan pemilik perusahaan, modal para pemegang saham, penjualan surat berharga, atau modal yang didapatkan dari laba perusahaan. Contoh dari modal internal adalah kendaraan, inventaris, alat produksi, tabungan pribadi, gedung, saham, tanah, keuntungan perusahaan, dan sebagainya yang tidak menggunakan kekayaan pihak luar.

- Modal Eksternal

Modal eksternal adalah modal yang didapatkan selain dari kekayaan perusahaan. Modal tersebut bisa didapatkan dari investor atau kreditur seperti bank, koperasi, pinjaman personal. Biasanya modal eksternal diperlukan karena keterbatasan sumber modal internal yang ada. Pengelola khawatir modal internal tidak dapat mencukupi untuk menjalankan ataupun mengembangkan aktivitas bisnis. Contoh modal eksternal adalah pinjaman dari bank/koperasi, gaji karyawan yang belum terbayar, biaya produksi

¹⁵ Dewi Suryani Purba dkk, Manajemen Usaha Kecil dan Menengah, (Yayasan Kita Menulis, 2021), h. 115.

yang belum dibayarkan ke supplier, investasi yang disetor oleh investor.¹⁶

c) Jenis Modal Berdasarkan Pemiliknya

- Modal Perseorangan

Modal jenis ini merupakan modal yang berasal dari seseorang. Kelebihan dari modal perseorangan yaitu memudahkan berbagai aktivitas bisnis dan memberikan profit yang optimal kepada pemiliknya. Contoh modal jenis ini seperti properti pribadi, deposito, dan saham.

- Modal Sosial

Jenis modal ini adalah modal yang dimiliki oleh masyarakat. Modal ini memberikan manfaat bagi masyarakat secara umum dalam melakukan aktivitas bisnis. Contoh modal sosial yaitu jalan raya, pelabuhan, pasar, jembatan, stasiun, dan lain-lain.

d) Jenis Modal Berdasarkan Wujudnya

- Modal Konkret (Aktif)

Modal konkret atau modal aktif adalah modal yang dapat dilihat secara kasat mata dan berwujud. Contoh modal konkret adalah uang, bahan baku, gedung atau tempat usaha, kendaraan, mesin, gudang, dan lain-lain.

- Modal Abstrak (Pasif)

Modal abstrak adalah modal usaha yang tidak dapat dilihat secara kasat mata. Nilainya susah ditakar langsung. Meskipun demikian, modal abstrak sangat penting bagi keberlangsungan jalannya perusahaan. Contoh modal abstrak adalah ilmu pengetahuan, skill,

¹⁶ Wida Kurniasih, "Pengertian Modal: Sejarah, Jenis, Sumber, dan Manfaat" (diakses pada 21 Februari 2022).

hak cipta, brand media sosial, koneksi usaha, manajerial, dan sebagainya.¹⁷

- Modal dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan Al-Quran, uang merupakan modal serta salah satu faktor produksi yang penting, tetapi “bukan yang terpenting”. Manusia menduduki tempat di atas modal disusul sumber daya alam. Pandangan ini berbeda dengan pandangan sementara pelaku ekonomi modern yang memandang uang sebagai segala sesuatu, sehingga tidak jarang manusia atau sumber daya alam dianiaya atau ditelantarkan.

Dalam sistem ekonomi Islam modal diharuskan terus berkembang agar sirkulasi uang tidak berhenti. Di karenakan jika modal atau uang berhenti (ditimbun/stagnan) maka harta itu tidak dapat mendatangkan manfaat bagi orang lain, namun dapat mendatangkan manfaat bagi orang lain, namun seandainya jika uang diinvestasikan dan digunakan untuk melakukan bisnis maka uang tersebut akan mendatangkan manfaat bagi orang lain, termasuk di antaranya jika ada bisnis berjalan maka akan bisa menyerap tenaga kerja.

Ayat yang berhubungan dengan modal terdapat pada QS. Ali Imran ayat 14:

رُيِّنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ
وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ۗ ذَلِكَ مَتَاعُ الدُّنْيَا ۗ وَاللَّهُ
عِنْدَهُ حُسْنُ الْمَآبِ

Terjemahnya :

¹⁷ Wida Kurniasih, "Pengertian Modal: Sejarah, Jenis, Sumber, dan Manfaat" (diakses pada 21 Februari 2022).

Dijadikan indah pada pandangan manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan disisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga).¹⁸

Modal tidak boleh diabaikan, manusia berkewajiban menggunakannya dengan baik, agar ia terus produktif dan tidak habis digunakan. Karena itu seorang wali yang menguasai harta orang-orang yang tidak atau belum mampu mengurus hartanya, diperintahkan untuk mengembangkan harta yang berada dalam kekuasaannya itu dan membiayai kebutuhan pemiliknya yang tidak mampu itu, dari keuntungan perputaran modal, bukan dari pokok modal sebagaimana firman Allah swt dalam Q.S An- Nisa ayat 5 :

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ
وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Terjemahnya :

Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik.¹⁹

Dari ayat di atas, dimana dinyatakan *Warzuqum fiha* bukan *Warzuquhum minha*. “*Minha*” artinya “dari modal” sedang “*fiha*” berarti “di dalam modal”, yang dipahami sebagai ada sesuatu yang masuk dari luar ke dalam (keuntungan) yang diperoleh dari hasil usaha. Karena itu pula modal tidak boleh menghasilkan dari dirinya sendiri, tetapi harus dengan usaha manusia. Ini salah satu

¹⁸ Kementrian agama Republik Indonesia, Al-Qur’an Al-Karim dan terjemahnya: (Surabaya: Halim Publishing & Distributing, 2014), h. 51.

¹⁹ Kementrian agama Republik Indonesia, Al-Qur’an Al-Karim dan terjemahnya: h. 77.

sebab mengapa membungakan uang, dalam bentuk riba dan perjudian, dilarang oleh al-Quran. Salah satu hikmah pelarangan riba, serta pengenaan zakat sebesar 2,5% terhadap uang (walau tidak diperdagangkan) adalah untuk mendorong aktivitas ekonomi, perputaran dana, serta sekaligus mengurangi spekulasi serta penimbunan. Secara fisik terdapat dua jenis modal yaitu *fixed capital* dan *circulating capital*.

Modal tetap atau *fix capital* merupakan modal yang dapat digunakan untuk produksi beberapa kali dalam waktu jangka panjang dan berulang. Contoh modal tetap adalah gedung, mesin, tanah, komputer, kendaraan, alat tes, dan sebagainya. Modal lancar atau *circulating capital* adalah modal yang habis terpakai dalam sekali proses produksi. Contoh modal lancar adalah bahan baku, bahan bakar, alat sekali pakai, dan sebagainya. Perbedaan keduanya dalam syariah dapat kita lihat sebagai berikut. Modal tetap pada umumnya dapat disewakan, tetapi tidak dapat dipinjamkan (*qardh*). Sedangkan modal sirkulasi yang bersifat konsumtif bisa dipinjamkan (*qardh*) tetapi tidak dapat disewakan. Hal itu karena *ijarah* dalam Islam hanya dapat dilakukan pada benda-benda yang memiliki karakteristik, substansinya dapat dinikmati secara terpisah atau sekaligus. Ketika sebuah barang disewakan, maka manfaat barang tersebut dipisahkan dari pemiliknya. Ia kini dinikmati oleh penyewa, namun status kepemilikannya tetap pada si pemilik. Ketika masa sewa berakhir, barang itu dikembalikan kepada si pemilik dalam keadaan seperti sedia kala.

3. Teori Media Sosial

Media sosial dianggap menjadi media yang sangat efektif untuk meningkatkan konversi penjualan. Masyarakat digital saat ini hampir seluruhnya mempunyai akun media sosial baik itu *Facebook, Instagram, Twitter* dan lain sebagainya. Banyaknya aktivitas tersebut menghadirkan peluang besar untuk menjangkau konsumen dimana saja dan kapan saja.

a. Pengertian Media Sosial

Teknologi pada dasarnya memiliki kontribusi dalam menciptakan keberagaman media. Dari sisi industri, biaya produksi media dan tentu sajalah produksi yang semakin murah dan canggih, memunculkan media secara massal.²⁰ Hal itu semakin membuktikan bahwa media merupakan wadah untuk membawa pesan dari proses komunikasi.

Menurut Zarella, sosial media adalah paradigma media baru dalam konteks industri pemasaran. Weber juga menyatakan bahwa media tradisional seperti TV, radio dan koran memfasilitasi komunikasi satu arah sementara media sosial komunikasinya dua arah dengan mengizinkan setiap orang dapat mempublikasikan dan berkontribusi lewat percakapan online. Menurut Van Dijk, media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium *fasilitator online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.²¹

Dari definisi-definisi diatas, peneliti menyimpulkan definisi media sosial adalah medium internet yang memungkinkan pengguna untuk berbagi, bekerja sama, berkomunikasi dengan pengguna lain melalui dunia maya dan membentuk ikatan secara virtual.

²⁰ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), h. 1.

²¹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), h. 11.

Pengguna media sosial merupakan masyarakat digital yang biasanya mengakses akun mereka untuk mencari hiburan dan informasi terbaru. Media sosial justru menjadi tempat dimana konsumen lebih mudah menerima pesan produk. Dengan melalui konten yang jelas dan menarik dapat meningkatkan minat untuk melakukan pembelian. Dalam banyak hal, media sosial telah menjadi media yang sangat luas untuk melakukan pemasaran dari mulut ke mulut yang tidak hanya gratis, tetapi juga membantu membangun kepercayaan dengan sangat efektif.

a. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis siber lainnya. Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial dibanding dengan media lainnya. Adapun karakteristik media sosial yaitu:²²

1) Jaringan (*Network*) Antar Pengguna

Kata “jaringan” (*network*) bisa dipahami dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras (*hardware*) lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer terhubung, termasuk didalamnya perpindahan data.

2) Informasi (*Information*)

Infomasi menjadi entitas yang penting dari media sosial karena tidak seperti media-media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan, informasi menjadi semacam komoditas dalam masyarakat informasi (*informationsociety*). Informasi diproduksi, dipertukarkan, dan

²² Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), h. 44.

dikonsumsi yang menjadikan informasi itu komoditas bernilai sebagai bentuk baru dari kapitalisme yang dalam pembahasan sering disebut dengan berbagai istilah, seperti *informational*, serta pengetahuan atau *knowing*.

3) Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi apapun yang di unggah di Facebook, sebagai contoh, informasi itu tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan, sampai tahun. Informasi itu akan terus tersimpan dan bahkan dengan mudahnya bisa diakses.

4) Interaksi (*Interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekadar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda, seperti tanda jempol '*like*' di Facebook.

5) Simulasi (*Simulation*) Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia *virtual*. Di media sosial interaksi yang ada memang menggambarkan bahkan mirip dengan realitas, akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi dan terkadang berbeda sama sekali. Misalnya, di media sosial memungkinkan siapapun untuk menjadi siapa saja, bahkan bisa menjadi pengguna yang berbeda sekali dengan realitasnya, seperti pertukaran identitas jenis kelamin, hubungan perkawinan, sampai pada foto profil.

6) Konten Oleh Pengguna (*User Generated Content*)

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *user generated content (UGC)*. *Term* ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. Contoh bagaimana karakteristik media sosial ini bekerja bisa dilihat dari jenis-jenis media sosialnya.

7) Penyebaran (*Share/Sharing*)

Penyebaran (*Share/Sharing*) merupakan karakter lainnya dari media sosial. Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekali dikembangkan oleh penggunanya. Praktik ini merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten dan mengembangkannya.

b. Jenis-Jenis Media Sosial

Banyak sumber, terutama liputan media maupun kajian literatur, yang membagi jenis media sosial. Ada yang berdasarkan model jaringan yang terbentuk, berdasarkan pada *file* atau berkas apa saja yang disebarkan (*Sharing*) di antara pengguna. Ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni:²³

1) Media Jejaring Sosial (*Social Networking*)

Social networking atau jaringan sosial merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut, di dunia *virtual*. Media sosial tersebut memungkinkan anggota untuk berinteraksi satu sama lain. Interaksi terjadi tidak hanya pada pesan

²³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), h. 46.

teks, tetapi juga termasuk foto dan video yang mungkin menarik perhatian pengguna lain. Semua *posting* (publikasi) merupakan *real time*, memungkinkan anggota untuk berbagi informasi seperti apa yang terjadi.

2) *Blog*

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi, baik tautan web lain, informasi, dan sebagainya. Istilah *blog* berasal dari kata “*weblog*” yang pertama kali diperkenalkan oleh Jorn Berger pada 1997 merujuk pada jurnal pribadi *online*.

3) *Microblogging*

Tidak berbeda dengan *blog*, *Microblogging* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas serta atau pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya *Twitter* yang hanya menyediakan ruang tertentu atau maksimal 140 karakter. Sama seperti media sosial lainnya, di *Twitter* pengguna bisa menjalin jaringan dengan pengguna lain, menyebarkan informasi, mempromosikan pendapat/pandangan pengguna lain, sampai membahas isu terhangat (*trending topic*) saat itu juga dan menjadi bagian dari isu tersebut dengan turut berkicau (*tweet*) menggunakan tagar (*hashtag*) tertentu.

4) *Media Sharing*

Situs berbagi (media *Sharing*) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (*file*), video, audio, gambar, dan sebagainya. Jenis media sosial ini memungkinkan anggota untuk menyimpan dan berbagi gambar, *podcast*, dan video secara *online*. Kebanyakan dari media sosial ini adalah gratis meskipun beberapa juga mengenakan biaya keanggotaan,

berdasarkan *fitur* dan layanan yang mereka berikan. Beberapa contoh media ini adalah *Youtube, Flickr, Photobucket,* atau *Snapfish.*

5) *Social Bookmarking*

Penanda sosial atau *Social bookmarking* merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasikan, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara *online*. Dalam catatan *historis* jenis penanda sosial di internet muncul pada sekitar 1996 dengan munculnya *itList* dan istilah *sosial bookmarking* itu sendiri muncul pada 2003 dengan kehadiran situs *Delicious*. *Delicious* mempopulerkan penandaan menggunakan tagar atau *tagging* yang memungkinkan pengguna di internet mencari informasi berdasarkan kata kunci.

6) *Wiki*

Media sosial selanjutnya adalah *Wiki* atau media konten bersama. Media sosial ini merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedi, *wiki* menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Dalam praktiknya, penjelasan-penjelasan tersebut dikerjakan oleh para pengunjung. Artinya, ada kolaborasi atau kerja sama dari semua pengunjung untuk mengisi konten dalam situs ini.

c. Sarana Komunikasi Massa

Ada dua sarana yang utama yang digunakan untuk menyebarkan berita atau pesan kepada khalayak ramai. Ini adalah media cetak, misalnya koran dan majalah, dan media elektronik seperti televisi, radio, hingga internet.

1) Media cetak

Media cetak merupakan sarana penyebaran informasi yang paling tua. Karakteristik utamanya adalah bersifat *hard copy* atau mempunyai wujud fisik yang diproduksi dengan bahan kertas dan tinta

menggunakan mesin cetak. Tujuan pembuatan media cetak adalah untuk menyebarkan informasi, pesan, berita, termasuk iklan kepada publik. Jenis media cetak yang utama adalah koran alias surat kabar atau tabloid, majalah, dan buku.

2) Media elektronik

Media elektronik adalah bentuk perkembangan baru media komunikasi massa melalui perangkat elektronik untuk menyebarkan berita. Misalnya televisi, radio, dan gawai dengan internet yang penggunaannya kian meluas pada era digital. Perangkat-perangkat tersebut dapat memuat berita dalam bentuk audio, visual, multimedia, konten online, dan sebagainya.

Perbedaan media cetak dan media elektronik :

- Bentuk media

Media cetak mempunyai wujud fisik berupa *hard copy* berbentuk kertas yang memuat tulisan dan ilustrasi gambar. Sementara media elektronik tersaji pada perangkat elektronik dalam bentuk suara, visual, multimedia, konten online, animasi interaktif, dan sebagainya.

- Pemirsa

Audiens dari media cetak adalah orang-orang yang melek huruf sehingga sanggup memahami maksud tulisan. Sementara media elektronik lebih fleksibel dan dapat menjangkau lebih banyak kalangan, termasuk mereka yang buta huruf.

- Kemudahan mengakses berita terbaru

Media cetak terbit secara teratur baik mingguan atau bulanan, berbeda dengan media elektronik yang memungkinkan pengguna mengakses publikasi kapan saja.

- Jangkauan

Pada media cetak cakupan jangkauannya lebih terbatas daripada media elektronik, yaitu hanya meliputi kota, provinsi, atau negara tertentu. Sedangkan media elektronik dapat menjangkau semua orang di seluruh dunia yang terhubung dengan internet.

- Keterlibatan pemirsa

Audiens tidak dapat memberikan respon secara langsung pada publikasi media cetak. Namun untuk konten berita online, *audiens* dapat berkomentar mengungkapkan opini, menyukai suatu berita, hingga membagikannya kepada orang lain.²⁴

3. Teori Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Menurut Sadono Sukirno pendapatan adalah penghasilan yang diterima tanpa memberikan suatu kegiatan apapun yang diterima oleh suatu Negara.²⁵ Menurut Manurung, mengemukakan pendapatan adalah total penerimaan (uang dan bukan uang) seseorang atau suatu rumah tangga dalam periode tertentu.²⁶

Pendapatan merupakan salah satu unsur yang paling utama dari pembentukan laporan laba rugi dalam suatu perusahaan. Banyak yang bingung mengenai istilah pendapatan. Hal ini disebabkan pendapatan dapat diartikan sebagai *revenue* dan dapat juga diartikan sebagai *income*, maka *income* dapat diartikan sebagai penghasilan dan kata *revenue* sebagai pendapatan penghasilan maupun keuntungan.

Pendapatan sangat berpengaruh bagi keseluruhan hidup perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan

²⁴ Deasy Mayasari, "Pengertian dan Perbedaan Media Cetak dan Elektronik serta Contohnya", (diakses pada 24 Agustus 2022).

²⁵ Chairia, *Akuntansi Perbankan*, (Bandung: Media Sains Indonesia: 2022), h. 132.

²⁶ Zulia Rifda Daulay dan Abdul Gani, *Kajian teoritis pendapatan pengrajin kain songket batu bara* (Jawa Timur : Global Aksara Pers, 2022), h. 54.

perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Selain itu pendapatan juga berpengaruh terhadap laba rugi perusahaan yang tersaji dalam laporan laba rugi maka, pendapatan adalah darah kehidupan dari suatu perusahaan.

Pendapatan dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya).²⁷ Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba.

Pendapatan adalah jumlah yang dibebankan kepada langganan untuk barang dan jasa yang dijual. Pendapatan adalah aliran masuk aktiva atau pengurangan utang yang diperoleh dari hasil penyerahan barang atau jasa kepada para pelanggan. Pendapatan adalah kenaikan modal perusahaan akibat penjualan produk perusahaan. Arus masuk aktiva atau peningkatan lainnya atas aktiva atau penyelesaian kewajiban entitas (atau kombinasi dari keduanya) dari pengirim barang, pemberian jasa, atau aktivitas lainnya yang merupakan operasi utama atau operasi sentral perusahaan.²⁸

Soekartawi menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsi adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik.²⁹

²⁷ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), h. 185.

²⁸ BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), h. 230.

²⁹ Soekartawi, *Faktor-faktor Produksi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h. 132.

Istilah pendapatan atau keuntungan adalah sinonim dengan istilah laba (Indonesia), *profit* (Inggris), dan *riba* (Arab). Dalam Al Qur'an, dijelaskan dengan surah Al-Baqarah(2): 29, yaitu :

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ ۗ
وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Terjemahnya :

Dia-lah Allah yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu.³⁰

Berdasarkan pengertian menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah arus kas masuk yang berasal dari kegiatan normal perusahaan dalam penciptaan barang atau jasa yang mengakibatkan kenaikan aktiva dan penurunan kewajiban.

Sedangkan menurut Boediono pendapatan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain dipengaruhi:

- 1) Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada hasil-hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian.
- 2) Harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi.
- 3) Hasil kegiatan anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan.³¹

Tingkat pendapatan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat. Hubungan antara pendapatan dan konsumsi merupakan hal yang sangat penting dalam berbagai permasalahan ekonomi. Kenyataan menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi meningkat dengan naiknya pendapatan, dan sebaliknya jika pendapatan turun, pengeluaran konsumsi juga turun. Tinggi rendahnya pengeluaran sangat tergantung kepada kemampuan keluarga dalam mengelola penerimaan atau pendapatannya.

³⁰ Kementrian agama Republik Indonesia, Al-Qur'an Al-Karim dan terjemahnya, h. 5.

³¹ Boediono, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2002), h. 150.

Distribusi pendapatan adalah penyaluran atau pembelanjaan masyarakat untuk kebutuhan konsumsi. Kurangnya distribusi pendapatan dapat menimbulkan daya beli rendah, terjadinya tingkat kemiskinan, ketidakadilan, kelaparan dan lain-lain yang akhirnya akan menimbulkan anti pati golongan masyarakat yang berpendapatan rendah terhadap yang berpendapatan tinggi, sehingga akan menimbulkan kecemburuan sosial di dalam masyarakat.

b. Karakteristik Pendapatan

Walaupun jenis pendapatan yang dimiliki setiap perusahaan berbeda-beda, tetapi dari sudut akuntansi seluruh pendapatan tersebut mulai dari kelompok pendapatan yang berasal dari penjualan barang jadi hingga pendapatan dari penjualan jasa memiliki karakteristik yang sama dalam pencatatanya. Karakteristik pendapatan dibagi menjadi dua karakteristik yaitu:

- 1) Bahwa pendapatan itu muncul dari kegiatan-kegiatan pokok perusahaan dalam mencari laba.
- 2) Bahwa pendapatan itu sifatnya berulang-ulang atau berkesinambungan kegiatan-kegiatan pokok tersebut pada dasarnya berada dibawah kendali manajemen.

c. Jenis-Jenis Pendapatan

Dalam praktiknya komponen pendapatan yang dilaporkan dalam laporan laba rugi terdiri dari dua jenis, yaitu :

- 1) Pendapatan atau penghasilan yang diperoleh dari usaha pokok (usaha utama) perusahaan.
- 2) Pendapatan atau penghasilan yang diperoleh dari luar usaha pokok (usaha sampingan) perusahaan.³²

Laporan laba rugi terdapat dua komponen pendapatan yang terdiri dari:

- 1) Pendapatan utama

³² Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Pertama Cetakan Kelima (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), h. 46.

Pendapatan utama berasal dari kegiatan utama perusahaan.

2) Pendapatan lain-lain

Pendapatan lain-lain berasal dari pendapatan yang tidak merupakan kegiatan utama perusahaan. Misalnya pendapatan bunga bagi perusahaan perdagangan. Selain itu, juga dalam beberapa kasus terdapat pendapatan dan kerugian dari pos luar biasa.

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan yaitu sebagai berikut:

1) Produk

Salah satu tugas utama dari manajemen penjualan adalah desain produk yaitu mereka merupakan pemberi saran perbaikan yang diperlukan desain produk dengan akibat dari keluhan para pelanggan.

2) Harga

Jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk akibat dari keluhan para pelanggan.

3) Distribusi

Perantara barang dari produsen ke konsumen, semakin luas pendistribusiannya maka akan mempengaruhi penjualan promosi.

4) Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama menginformasikan, mempengaruhi dan mengingatkan konsumen agar memilih program yang diberikan perusahaan.

e. Tingkat Pendapatan

Menurut Purwantini, menyebutkan bahwa tingkat pendapatan seseorang digolongkan menjadi 4 golongan :

- 1) Golongan yang berpenghasilan rendah (*low income group*), yaitu pendapatan rata-rata Rp 150.000

- 2) Golongan yang berpenghasilan sedang (*moderate income group*), yaitu pendapatan rata-rata antara Rp 150.000 – Rp 450.000 perbulan
- 3) Golongan berpenghasilan menengah (*middle income group*), yaitu pendapatan rata-rata antara Rp 450.000 – Rp 900.000
- 4) Golongan yang berpenghasilan tinggi (*high income group*), yaitu rata-rata pendapatan perbulan lebih dari Rp 900.000³³

4. Teori Usaha Mikro Kecil Menengah

a. Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah

Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UU UMKM) definisi UMKM adalah sebagai berikut :

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini, (UU UMKM Nomor 20 tahun 2008). Kriteria usaha mikro adalah sebagai berikut: Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah)
- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tak langsung dari usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini, (UU UMKM Nomor 20 tahun 2008). Kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut: Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan

³³ Zulia Rifda Daulay dan Abdul Gani, *Kajian teoritis pendapatan pengrajin kain songket batu bara* (Jawa Timur : Global Aksara Pers, 2022), h. 56.

bangunan tempat usaha; atau Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah).

- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tak langsung dari usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini, (UU UMKM Nomor 20 tahun 2008). Kriteria usaha menengah adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,- (lima puluh milyar rupiah).³⁴

Secara garis besar, terdapat 3 (tiga) kebijakan pokok yang dibutuhkan dalam pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengan (UMKM), yaitu:

- 1) Menciptakan iklim usaha yang kondusif (*conducive business climate*) sekaligus menyediakan lingkungan yang mampu (*enabling environment*) mendorong pengembangan UMKM secara sistematis, mandiri, dan berkelanjutan.
- 2) Kedua, menciptakan sistem penjaminan (*guarantee system*) secara finansial terhadap operasionalisasi kegiatan usaha ekonomi produktif yang dijalankan oleh UMKM.

³⁴ Mukti Fajar, *UMKM di Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2016), h. 112-113.

- 3) Ketiga, menyediakan bantuan teknis dan pendampingan (*technical assistance and fasilitation*) secara manajerial guna meningkatkan status usaha UMKM agar feasible sekaligus bankable dalam jangka panjang.
- b. Landasan Hukum Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)
 - 1) Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Menengah
 - c. Perspektif Perkembangan UMKM

Menurut Purdi E Chandra, perkembangan usaha merupakan suatu keadaan terjadinya peningkatan omset penjualan. Dalam perspektif perkembangannya, UMKM dapat diklasifikasikan menjadi 4 (empat) kelompok yaitu:

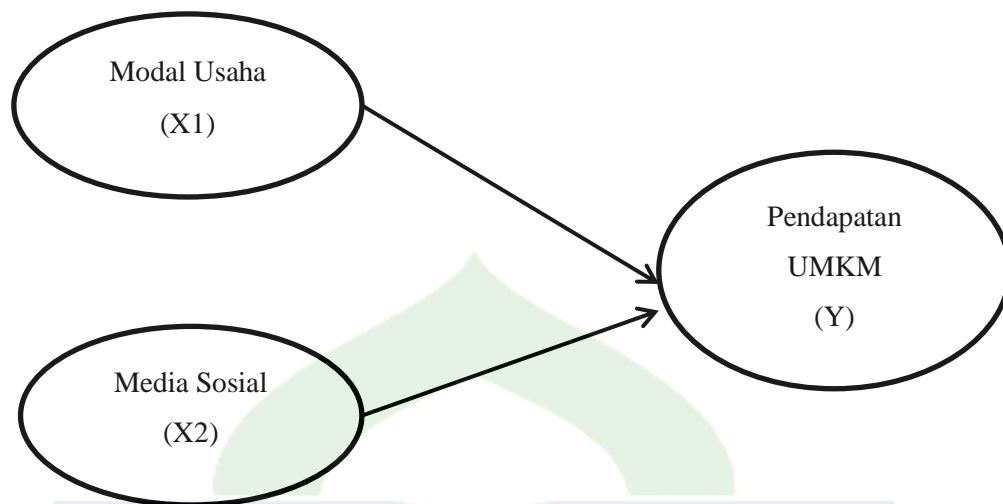
- 1) *Livelihood Activities*, merupakan UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
- 2) *Micro Enterprise*, merupakan UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- 3) *Fast Moving Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).³⁵

Menurut Jeaning Beaver dalam Muhammad Sholeh, Tolak ukur tingkat keberhasilan dan perkembangan perusahaan kecil dapat dilihat dari peningkatan omset penjualan.

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan kerangka hubungan antara konsep-konsep yang ingin diamati atau diukur melalui penelitian-penelitian yang akan dilakukan. Adapun kerangka konseptual penelitian ini adalah :

³⁵ Purdi E Chandra, *Trik Menuju Sukses*, (Yogyakarta: Grafika Indah: 2000), h. 121.

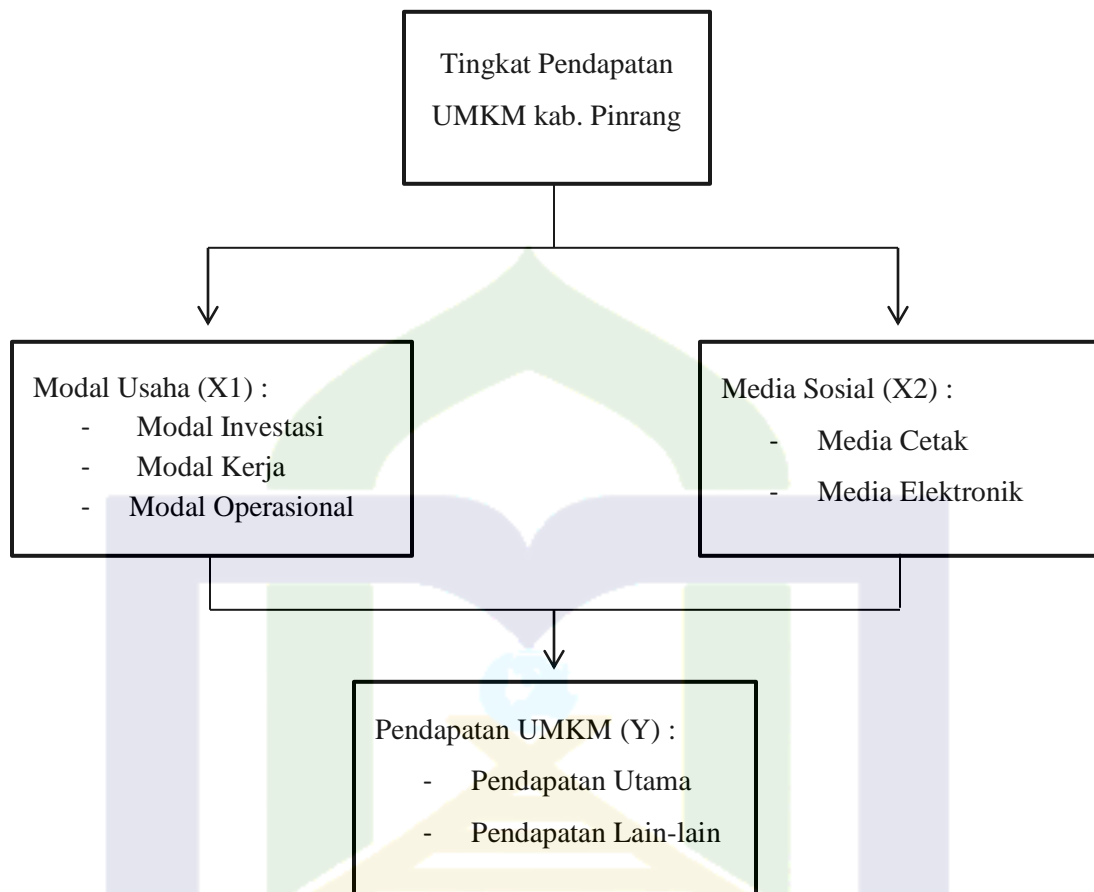


Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan gambaran tentang pola hubungan antar konsep dan atau variabel secara koheren yang merupakan gambaran yang utuh terhadap fokus penelitian.³⁶ Kerangka berpikir merupakan sebuah model atau juga gambaran yang berupa konsep yang didalamnya itu menjelaskan mengenai suatu hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya. Berdasarkan bagan tersebut, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan melalui, “Pengaruh Modal Usaha dan Sosial Media Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Pinrang” merupakan judul penelitian ini sehingga dapat diketahui bahwa *variable independen* (variabel bebas) yaitu Pengaruh Modal Usaha (X1) dan Pengaruh Sosial Media (X2) sedangkan *variable dependen* (variabel terikat) yaitu Pendapatan UMKM (Y).

³⁶ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Makalah dan Skripsi), Edisi Revisi (Parepare: IAIN Parepare, 2021), h. 30-36.



Gambar 2.2 Kerangka Pikir

E. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan yang bersifat sementara mengenai sesuatu objek/subjek yang akan dibuktikan kebenarannya melalui suatu penelitian. Proses pembentukan hipotesis merupakan sebuah proses penalaran, yang melalui tahap-tahap tertentu. Hipotesis harus menyatakan perbedaan atau hubungan antara variabel. Satu hipotesis yang memuaskan adalah salah satu hubungan yang diharapkan di antara variabel dibuat secara eksplisit.³⁷ Perumusan hipotesis berdasarkan kajian teori dan kerangka pikir yang telah dilakukan, selanjutnya

³⁷ Fatimah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Mudharabah (Studi Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Pinrang)*, (Skripsi IAIN Parepare 2019)

hipotesis memerlukan proses penelitian untuk menguji kebenarannya.³⁸ Berikut hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ho=terdapat kondisi yang tidak baik pada modal usaha UMKM di Kab. Pinrang

H1=terdapat kondisi yang baik pada modal usaha UMKM di kabupaten Pinrang

Ho=terdapat kondisi yang tidak baik pada media sosial UMKM di Kab. Pinrang

H2=terdapat kondisi yang baik pada media sosial UMKM di kabupaten Pinrang

Ho=tidak terdapat peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Pinrang

H3=terdapat peningkatan pendapatan UMKM di kabupaten Pinrang

Ho=tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara modal usaha dan media sosial terhadap pendapatan UMKM

H4=terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara modal usaha dan media sosial terhadap pendapatan UMKM

Ho=tidak ada hubungan yang positif antara modal usaha terhadap pendapatan UMKM

H5=terdapat hubungan yang positif antara modal usaha terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Pinrang

Ho=tidak ada hubungan yang positif antara media sosial terhadap pendapatan UMKM

H6=terdapat hubungan yang positif antara media sosial terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Pinrang

Ho=tidak ada variabel yang dominan berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Pinrang

H7=terdapat variabel yang dominan berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan UMKM di kabupaten Pinrang

³⁸ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Makalah dan Skripsi), Edisi Revisi (Parepare: IAIN Parepare, 2021), h. 30-36.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu melakukan kegiatan dilapangan tertentu guna memperoleh berbagai data dan informasi yang diperlukan. Melalui pendekatan asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penulisan penelitian yang digunakan dalam sripsi ini merujuk pada Pedoman Penulisan Karya Ilmiah yang diterbitkan IAIN Parepare.³⁹

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada UMKM yang berada di Kabupaten Pinrang. Dengan durasi penelitian kurang lebih dua bulan. Terhitung setelah seminar proposal, penelitian dan proses pengelolaan data yang telah dikumpulkan di lokasi penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian penelitian dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang ditentukan. Pengertian lain menyebutkan bahwa populasi adalah keseluruhan objek manusia yang terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuhan, gejala, nilai tes, atau peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain.

³⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Makalah dan Skripsi), Edisi Revisi (Parepare: IAIN Parepare, 2021), h. 30-36.

Populasi juga bukan sekadar jumlah yang ada pada subyek atau objek itu.⁴⁰ Pada penelitian ini populasi yang diambil adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di daerah Kabupaten Pinrang. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM yang ada di Kabupaten Pinrang sebanyak 459 UMKM.

1. Sampel

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi. Peneliti menggunakan metode pengambilan sampel *non random* dengan cara pengambilan sampel seadanya (*accidental sampling*). Pengambilan sampel seadanya yaitu siapa saja UMKM yang secara kebetulan/*accidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang UMKM yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Dalam menentukan ukuran sampel penelitian, slovin memasukkan unsur kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi. Nilai toleransi ini dinyatakan dalam persentase, misalnya 10%.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N\alpha^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

α = Error level (tingkat kesalahan) atau batas kesalahan.

$$N = \frac{459}{1+459 \times (10\%)^2}$$

$$N = \frac{459}{1+459 \times (0,01)}$$

⁴⁰ Nurul Zuriah, *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan*, (Jakarta:PT Bumu Aksara, 2006), h.116.

$$N = \frac{459}{1+4,59}$$

$$N = \frac{459}{5,59}$$

$$N = 82,11$$

$$N = 82$$

D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

1) Observasi

Observasi adalah aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian.

2) Angket (Kuesioner)

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat daftar pertanyaan atau pertanyaan tertulis untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden. Kuesioner juga merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang sangat efisien dalam penelitian kuantitatif karena dari hasil kuesioner akan diketahui respon secara terukur variabel yang sedang peneliti teliti. Sejumlah pertanyaan yang diajukan kepada responden dan kemudian responden diminta menjawab sesuai dengan pendapat mereka. Kuesioner juga merupakan suatu teknik dengan pendapat mereka. Kuesioner juga merupakan suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik beberapa orang terutama didalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan oleh

sistem yang sudah ada.⁴¹ Angket dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data tentang Pengaruh Modal Usaha dan Media Sosial

⁴¹ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Ed. 1, (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2013), h. 21.

Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Pinrang.

E. Definisi Operasional Variabel

Dalam melakukan analisis, perlu kiranya memperhatikan variabel-variabel yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Variabel penelitian adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.

a. Variabel Bebas (*Variable Independent*)

Variabel bebas (*variable independent*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya *variable dependen*. *Variable independen* dalam penelitian ini adalah modal usaha (X1), dan media sosial (X2). Modal usaha adalah sesuatu yang digunakan untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha. Media sosial adalah medium internet yang memungkinkan pengguna untuk berbagi, bekerja sama, berkomunikasi dengan pengguna lain melalui dunia maya dan membentuk ikatan secara virtual.

b. Variabel Terikat (*Variable Dependent*)

Variabel terikat (*variable dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. *Variable dependent* adalah variabel yang mempunyai ketergantungan antara variabel satu dengan variabel yang lain, atau variabel yang dipengaruhi oleh *variable independen*. Dalam penelitian ini, *variable dependen* yaitu pendapatan UMKM di Kabupaten Pinrang (Y). Pendapatan Dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya). Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan pengolahan setelah data dari seluruh responden terkumpul dalam penelitian kuantitatif. Kegiatan dalam analisis data adalah

mengelompokkan data berdasarkan dari informan, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Adapun pengujian yang akan dilakukan peneliti yaitu :

1) Uji Validitas

Validasi adalah konfirmasi melalui pengujian dan pengadaan bukti yang objektif bahwa persyaratan tertentu untuk suatu maksud khusus dipenuhi. Secara sederhana validasi digunakan untuk melihat apakah alat ukur yang kita gunakan mampu untuk mengukur apa yang ingin kita ukur. Instrumen yang valid berarti alat ukur untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat diukur untuk mengukur apa seharusnya diukur.⁴²

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen menggambarkan pada kemantapan atau kekonsistenan alat ukur yang digunakan. Suatu alat ukur dinyatakan reliabel yang tinggi atau dapat dipercaya, apabila alat ukur itu stabil, sehingga dapat diandalkan dan dapat digunakan dalam peramalan. Dalam perdagangan positivistik (kuantitatif) suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih penelitian dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama.⁴³

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variasi dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap, maka disebut homoskedastisitas, namun jika

⁴² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2002), h.121.

⁴³ Nasution, *Metode Research* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h. 77.

variasi dari nilai berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4) Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu.

5) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat atau bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogrov Smirnov satu arah dengan nilai signifikannya yaitu, jika signifikan $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal.⁴⁴

6) *One Sample T Test* / Uji Satu Sample

One sample t test merupakan teknis analisis untuk membandingkan satu variabel bebas. Teknik ini digunakan untuk menguji apakah nilai tertentu berbeda secara signifikan atau tidak dengan rata-rata sebuah sampel. Dasar pengambilan keputusan dalam *One sample t test* yaitu:

Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ Maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Rumus:

$$t = \frac{\bar{x} - \mu}{S / \sqrt{n}}$$

t = Koefisien t

\bar{x} = Mean sampel

⁴⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 108.

μ = Mean Populasi

S = Standard deviasi sampel

n = banyak sampel

Tabel 3.1
Skor Klasifikasi

Skor	Klasifikasi
80 – 100	Sangat Baik
66 – 79	Baik
56 – 65	Sedang
40 – 55	Buruk
< 39	Sangat Buruk

7) Uji Korelasi *Pearson Product Moment*

Fungsi utama dari analisis korelasi adalah untuk melihat apakah ada hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lain. Ukuran yang menyatakan keeratan hubungan tersebut adalah koefisien korelasi atau sering disebut dengan korelasi pearson (*pearson product moment*). Koefisien korelasi person bernilai -1 sampai dengan +1. Rumus yang dipergunakan untuk menghitung Koefisien Korelasi Sederhana adalah sebagai berikut :

$$\left\{ r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}} \right\}$$

Keterangan:

n = banyaknya Pasangan data X dan Y

$\sum x$ = Total Jumlah dari Variabel X

$\sum y$ = Total Jumlah dari Variabel Y

$\sum x^2$ = Kuadrat dari Total Jumlah Variabel X

$\sum y^2$ = Kuadrat dari Total Jumlah Variabel Y

$\sum xy$ = Hasil Perkalian dari Total Jumlah Variabel X dan Variabel Y

Tabel 3.2
Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

No	Nilai Korelasi (r)	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat Lemah
2	0,20 – 0,399	Lemah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 0,100	Sangat Kuat

8) Uji t (Parsial)

Uji t termasuk salah satu statistika parametrik (Inferensial) yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat signifikan variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individu.

$H_0 : \beta = 0$, berarti tidak ada pengaruh signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

$H_a : \beta > 0$, berarti ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Diterima jika $p\text{-value} < \text{level of significant}$

diterima jika $p\text{-value} > \text{level of significant}$.

9) Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat signifikan variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersama-sama. Cara yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dengan ketentuan sebagai berikut.

$H_0 : \beta = 0$, berarti tidak ada pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

$H_a : \beta > 0$, berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

Diterima jika $p\text{-value} < \text{level of significant}$

diterima jika $p\text{-value} > \text{level of significant}$.

10) Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan kelanjutan regresi sederhana, ketika regresi sederhana hanya menyediakan satu variabel independen (X) dan satu juga variabel dependen (Y). Sedangkan regresi linear berganda dapat memiliki lebih dari satu independen.⁴⁵ Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Modal Usaha (X1) dan Media Sosial (X2) sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah Pendapatan UMKM (Y). Dengan demikian, regresi linear berganda dinyatakan dalam persamaan matematika sebagai berikut.

$$\{Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e\}$$

Y = Pendapatan UMKM di Kabupaten Pinrang

α = Konstanta

$\beta_1 X_1$ = Modal Usaha

$\beta_2 X_2$ = Media Sosial

e = Error

11) Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen yang besarnya merupakan kuadrat dari korelasi dan penggunaannya dinyatakan dalam persentase. Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial digunakan koefisien

⁴⁵ Robert Kurniawan & Budi Yuniarto, *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R* (Jakarta: Kencana, 2016), h. 91.

determinasi. Nilai R square dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai R square berkisar antara 0 – 1. Jika determinasi totalnya (R^2) yang diperoleh mendekati satu maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika determinasi totalnya (R^2) makin mendekati 0 (nol) maka semakin lemah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

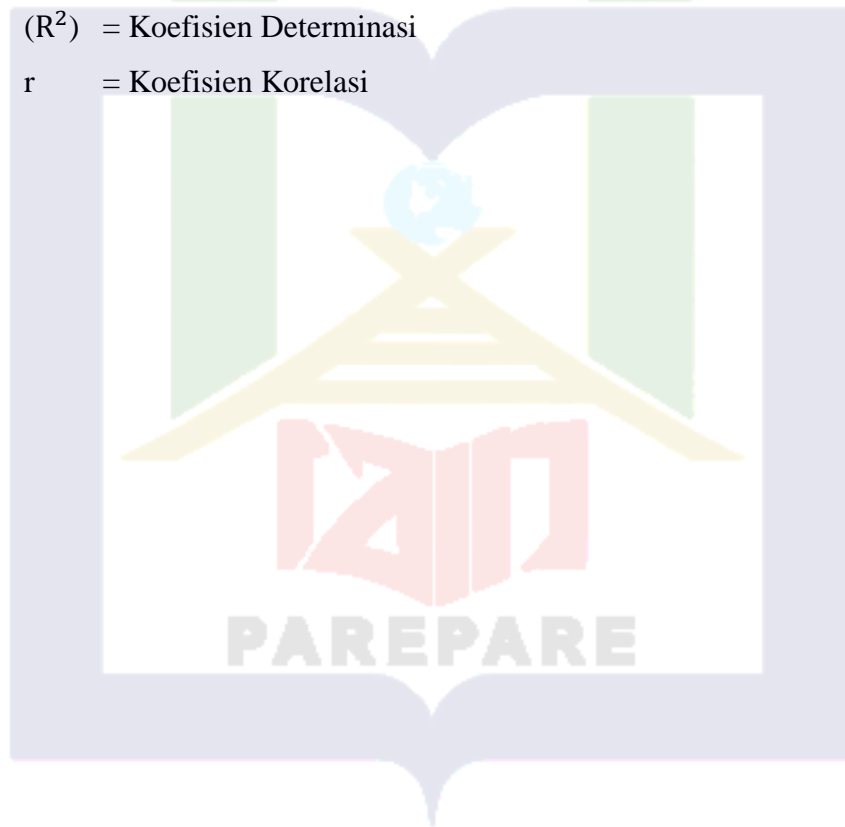
Rumus:

$$r = (R^2) \times 100 \%$$

Keterangan:

(R^2) = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian ini populasinya adalah UMKM yang berada di kabupaten Pinrang dan metode yang digunakan adalah metode angket atau kuesioner dengan memberikan atau membagikan angket atau kuesioner kepada UMKM yang ada di kabupaten Pinrang.

Tabel 4.1

Sampel UMKM di kabupaten Pinrang

	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan Terakhir
1	Sulfiana	Perempuan	15-25	SMA/SMK
2	Hj. Halwatia Pallurang	Perempuan	56>	SD
3	Nurhikmah	Perempuan	15-25	SMA/SMK
4	Warda Niar	Perempuan	15-25	SMA/SMK
5	H. Raupa Karo	Laki-Laki	56>	SMP
6	Amirullah	Laki-Laki	46-55	SD
7	Darmi	Perempuan	26-35	SMA/SMK
8	Nurhalifah S.M	Perempuan	26-35	Lainnya
9	Siti Aisyah	Perempuan	15-25	SMA/SMK
10	Sartika S.E	Perempuan	26-35	Lainnya
11	Intan Permata Sari	Perempuan	26-35	SMA/SMK
12	Idris	Laki-Laki	36-45	SD
13	Jusnaniati	Perempuan	46-55	SMA/SMK
14	Hamzah	Laki-Laki	46-55	SD
15	Siti Salma	Perempuan	15-25	SMA/SMK
16	Hadrah	Perempuan	36-45	SMP
17	Trisna	Perempuan	15-25	SMA/SMK

18	Hj. Rasmi	Perempuan	36-45	SMA/SMK
19	Ansar	Laki-Laki	36-45	SMA/SMK
20	Harmiati	Perempuan	15-25	SMA/SMK
21	Reski Amelia	Perempuan	15-25	SMA/SMK
22	Renaldi	Laki-Laki	15-25	SMA/SMK
23	Masni	Perempuan	26-35	SMA/SMK
24	Nur Aisyah	Perempuan	15-25	SMA/SMK
25	Mulyadi	Laki-Laki	36-45	SMA/SMK
26	Andi Nurfaika	Perempuan	15-25	SMA/SMK
27	Fitriani	Perempuan	15-25	SMA/SMK
28	Aulia Ulfa S.M	Perempuan	15-25	Lainnya
29	Hj. Fitri	Perempuan	36-45	SMA/SMK
30	Agustina	Perempuan	15-25	SMA/SMK
31	Suparman	Laki-Laki	15-25	SMA/SMK
32	Rosmini	Perempuan	26-35	SMA/SMK
33	Hj. Ramlah	Perempuan	46-55	SD
34	Sarina	Perempuan	46-55	SMP
35	Nurul Hidayah	Perempuan	15-25	SMA/SMK
36	Amria bt Jufri S.E	Perempuan	15-25	Lainnya
37	Nurmi	Perempuan	46-55	SD
38	Mulyadi	Laki-Laki	26-35	SMA/SMK
39	Hasan	Laki-Laki	56>	SD
40	Fathur	Laki-Laki	15-25	SMA/SMK
41	Hj. Suriani	Perempuan	46-55	SMP
42	Muh. Saleh	Laki-Laki	26-35	SMA/SMK
43	Hartati	Perempuan	36-45	SMA/SMK
44	Fuji Reski	Perempuan	15-25	SMA/SMK

45	Hasmah	Perempuan	36-45	SMP
46	Hj. Muliana	Perempuan	46-55	SMP
47	Fitriah	Perempuan	26-35	SMA/SMK
48	A. Muliati	Perempuan	46-55	SMA/SMK
49	Faridah	Perempuan	36-45	SMA/SMK
50	Riska Ramdani S. Pd	Perempuan	15-25	Lainnya
51	Zulfikar	Laki-Laki	26-35	SMA/SMK
52	Iis Wanti	Perempuan	36-45	SD
53	Suriyani	Perempuan	36-45	SMA/SMK
54	Hj. Bunga	Perempuan	46-55	SMA/SMK
55	Salmayanti	Perempuan	26-35	SMA/SMK
56	Almairah Ahmad	Perempuan	15-25	SMA/SMK
57	H. Abdul Karim	Laki-Laki	46-55	SD
58	Nurhidayah Najib	Perempuan	26-35	SMA/SMK
59	Hanif Arkan	Laki-Laki	26-35	SMA/SMK
60	Rosdiana	Perempuan	36-45	SMA/SMK
61	Hj. Hasturi	Perempuan	46-55	SMA/SMK
62	Mansur	Laki-Laki	46-55	SMP
63	Hapisah	Perempuan	36-45	SMA/SMK
64	Dian Cahyani	Perempuan	15-25	SMA/SMK
65	Arinatul Khaeriyah	Perempuan	15-25	SMA/SMK
66	Sarimah	Perempuan	26-35	SMA/SMK
67	Hartono	Laki-Laki	36-45	SMA/SMK
68	Nur Ainun	Perempuan	15-25	SMA/SMK
69	Irawati	Perempuan	26-35	SMA/SMK
70	Arifuddin	Laki-Laki	56>	SMP
71	Nani	Perempuan	46-55	SMP

72	Abdul Latif	Laki-Laki	46-55	SD
73	Hasmirah Rusli	Perempuan	26-35	SMA/SMK
74	Selviana	Perempuan	26-35	SMA/SMK
75	Hj. Ida	Perempuan	46-55	SMP
76	Hasriana	Perempuan	26-35	SMA/SMK
77	Friska Ismail	Perempuan	15-25	SMA/SMK
78	Dedi Firman	Laki-Laki	26-35	SMA/SMK
79	Nasrullah	Laki-Laki	26-35	SMA/SMK
80	Fajriyani N.	Perempuan	15-25	SMA/SMK
81	Mustaming	Laki-Laki	46-55	SMA/SMK
82	Yuyun Marsuki	Perempuan	15-25	SMA/SMK

1. Karakteristik Responden

Dari seluruh responden yang diteliti, maka responden-responden tersebut dapat dikategorikan menurut karakteristiknya, yaitu sebagai berikut :

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
Laki-Laki	22	27%
Perempuan	60	73%

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase %
15-25	27	33%
26-35	20	24%

36-45	14	17%
46-55	17	21%
56>	4	5%

Dari tabel 4.3 maka dapat diketahui bahwa responden terbanyak jika dilihat dari segi umur adalah usia 15-25 tahun yaitu sebanyak 27 responden atau setara dengan 33%.

c. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase %
SD	10	12%
SMP	10	12%
SMA/SMK	57	70%
Lainnya	5	6%

Dari tabel 4.4 di atas, maka dapat diketahui bahwa jumlah responden terbanyak jika dilihat dari pendidikan terakhir adalah SMA/SMK sebanyak 57 orang atau setara dengan 70%.

2. Deskripsi Jawaban Responden

a. Jawaban Responden Terhadap Pengaruh Modal Usaha(X1)

Tabel 4.5

Jawaban Responden Terhadap Pengaruh Modal Usaha(X1)

No	Indikator Variabel	Skor
1	Apakah membeli aset seperti pabrik produksi, mesin, dan lain sebagainya merupakan salah satu modal investasi yang dilakukan agar bisa menambah jumlah produksi	348
2	Bagaimana jika membeli bahan pokok persediaan dalam	361

	jumlah yang cukup agar penjualannya berjalan lancar	
3	Apakah dengan menambah tenaga kerja bias menambah kontribusi pendapatan	343
4	Apakah modal usaha berasal dari modal sendiri tanpa ada modal dari investor	273
5	Apakah modal usaha semakin besar, maka pendapatan juga semakin meningkat	323
Total		1648
Mean		20

Dari tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel X1 mengenai Modal Sosial hasil perhitungannya dari 82 responden berdasarkan kuesioner atau angket yang diberikan yaitu sejumlah 1648 untuk variabel X1 dan rata-ratanya sebesar 20,09

b. Jawaban Responden Terhadap Pengaruh Media Sosial (X2)

Tabel 4.6
Jawaban Responden Terhadap Media Sosial(X2)

No	Indikator Variabel	Skor
1	Bagaimana jika menggunakan media sosial sebagai media untuk memasarkan produk	341
2	Apakah memasarkan produk menggunakan brosur, baliho dan lain sebagainya menghabiskan biaya yang cukup besar	319
3	Apakah memasarkan produk melalui media elektronik seperti whatsapp, facebook, grabfood, instagram dan lain sebagainya dianggap lebih menguntungkan	340
4	Apakah jangkauan pelanggan bertambah sejak memasarkan produk menggunakan media social	219

5	Apakah biaya promosi dapat diminimalisir sejak menggunakan media untuk memasarkan produk	319
Total		1638
Mean		20

Dari tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel X2 mengenai Media Sosial hasil perhitungannya dari 82 responden berdasarkan kuesioner atau angket yang diberikan yaitu sejumlah 1638 untuk variabel X2 dan rata-ratanya sebesar 19,97 dibulatkan menjadi 20.

c. Jawaban Responden Terhadap Pendapatan UMKM (Y)

Tabel 4.7

Jawaban Responden Terhadap Pendapatan UMKM(Y)

No	Indikator Variabel	Skor
1	Apakah pendapatan meningkat setelah menggunakan media sebagai media promosi	325
2	Bagaimana jika pendapatan yang diperoleh akan diputar kembali menjadi modal	339
3	Apakah pendapatan yang diterima bersumber dsari usaha yang dimiliki, tidak ada alternatif penghasilan tambahan lainnya	350
4	Bagaimana apabila pendapatan yang diperoleh sesuai dengan modal yang dikeluarkan	307
5	Apakah semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin kemampuan suatu usaha untuk membiayai pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan	336
Total		1557
Mean		18,98

Dari tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel Pendapatan UMKM (Y) mengenai hasil perhitungannya dari 82 responden berdasarkan kuesioner atau angket yang diberikan yaitu sejumlah 1557 untuk variabel Y dan rata-ratanya sebesar 18,98.

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap butir item dalam instrument itu valid atau tidak dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total menggunakan program komputer SPSS. Apabila korelasi tiap item pertanyaan positif dan besarnya 0,2172 ke atas ($r_{hitung} > r_{tabel}$) maka item butir tersebut valid dan jika korelasi dibawah 0,2172 ($r_{hitung} < r_{tabel}$), maka item butir tersebut tidak valid dan harus di perbaiki.

a) Hasil Uji Validitas Modal Usaha

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Modal Usaha (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total.X1
X1.1	Pearson Correlation	1	-,181	,096	,012	,124	,399**
	Sig. (2-tailed)		,104	,389	,913	,267	,000
	N	82	82	82	82	82	82
X1.2	Pearson Correlation	-,181	1	-,020	,172	-,161	,319**
	Sig. (2-tailed)	,104		,862	,122	,149	,004
	N	82	82	82	82	82	82
X1.3	Pearson Correlation	,096	-,020	1	,153	,011	,464**

	Sig. (2-tailed)	,389	,862		,170	,921	,000
	N	82	82	82	82	82	82
	Pearson Correlation	,012	,172	,153	1	,180	,673**
X1.4	Sig. (2-tailed)	,913	,122	,170		,105	,000
	N	82	82	82	82	82	82
	Pearson Correlation	,124	-,161	,011	,180	1	,537**
X1.5	Sig. (2-tailed)	,267	,149	,921	,105		,000
	N	82	82	82	82	82	82
	Pearson Correlation	,399**	,319**	,464**	,673**	,537**	1
Total.X1	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,000	,000	,000	
	N	82	82	82	82	82	82

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 21

Berdasarkan pada tabel 4.9 diatas, dapat dilihat pada hasil uji validitas Modal Usaha (X1) pada r_{hitung} semua berada diatas 0,2172 dan juga lebih besar dari pada r_{tabel} sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil dari setiap butir pernyataan variabel Modal Usaha (X1) dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Ringkasan Hasil Uji Validitas

Tabel 4.9

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Kriteria
1	0,399	0,2172	0,000	Valid
2	0,319	0,2172	0,004	Valid
3	0,464	0,2172	0,000	Valid
4	0,673	0,2172	0,000	Valid

5	0,537	0,2172	0,000	Valid
---	-------	--------	-------	-------

b) Hasil Uji Validitas Media Sosial (X2)

Tabel 4.10

Hasil Uji Validitas Media Sosial (X2)

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total.X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,078	,445**	,442**	,406**	,755**
	Sig. (2-tailed)		,484	,000	,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82
X2.2	Pearson Correlation	,078	1	-,094	,075	-,026	,458**
	Sig. (2-tailed)	,484		,399	,505	,813	,000
	N	82	82	82	82	82	82
X2.3	Pearson Correlation	,445**	-,094	1	,270*	,212	,550**
	Sig. (2-tailed)	,000	,399		,014	,056	,000
	N	82	82	82	82	82	82
X2.4	Pearson Correlation	,442**	,075	,270*	1	,386**	,681**
	Sig. (2-tailed)	,000	,399	,014		,056	,000
	N	82	82	82	82	82	82

X2.5	Sig. (2-tailed)	,000	,505	,014	,000	,000	
	N	82	82	82	82	82	
	Pearson Correlation	,406**	-,026	,212	,386**	1	,593**
	Sig. (2-tailed)	,000	,813	,056	,000		,000
	N	82	82	82	82	82	82
Total.X2	Pearson Correlation	,755**	,458**	,550**	,681**	,593**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	82	82	82	82	82	82
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	82	82	82	82	82	82

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 21

Ringkasan Hasil Uji Validitas

Tabel 4.11

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Kriteria
1	0,755	0,2172	0,000	Valid
2	0,458	0,2172	0,000	Valid
3	0,550	0,2172	0,000	Valid
4	0,681	0,2172	0,000	Valid
5	0,593	0,2172	0,000	Valid

Berdasarkan pada tabel 4.10 diatas, dapat dilihat pada hasil uji validitas Media Sosial (X2) pada r_{hitung} semua berada diatas 0,2172 dan juga lebih besar dari pada r_{tabel} sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil dari setiap butir pernyataan variabel Media Sosial (X2) dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

c) Hasil Uji Validitas Pendapatan UMKM

d) Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas Pendapatan UMKM (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total.Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,197	,327**	,017	-,049	,597**
	Sig. (2-tailed)		,076	,003	,882	,663	,000
	N	82	82	82	82	82	82
Y.2	Pearson Correlation	,197	1	-,013	,033	,052	,455**
	Sig. (2-tailed)	,076		,908	,768	,640	,000
	N	82	82	82	82	82	82
Y.3	Pearson Correlation	,327**	-,013	1	,141	,002	,712**
	Sig. (2-tailed)	,003	,908		,207	,989	,000
	N	82	82	82	82	82	82

Y.4	Pearson Correlation	,017	,033	,141	1	-,145	,435**
	Sig. (2-tailed)	,882	,768	,207		,195	,000
	N	82	82	82	82	82	82
Y.5	Pearson Correlation	-,049	,052	,002	-,145	1	,234*
	Sig. (2-tailed)	,663	,640	,989	,195		,034
	N	82	82	82	82	82	82
Total. Y	Pearson Correlation	,597**	,455**	,712**	,435**	,234*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,034	
	N	82	82	82	82	82	82

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 21

Ringkasan Hasil Uji Validitas

Tabel 4.13

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Kriteria
1	0,597	0,2172	0,000	Valid
2	0,455	0,2172	0,004	Valid
3	0,712	0,2172	0,000	Valid

4	0,435	0,2172	0,000	Valid
5	0,234	0,2172	0,034	Valid

Berdasarkan pada tabel 4.10 diatas, dapat dilihat pada hasil uji validitas Pendapatan UMKM (Y) pada r_{hitung} semua berada diatas 0,2172 dan juga lebih besar dari pada r_{tabel} sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil dari setiap butir pernyataan variabel Pendapatan UMKM (Y) dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2. Uji Reliabilitas

Instrumen dalam penelitian ini dikatakan reliable atau handal apabila dipergunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama sehingga menghasilkan data yang sama. Untuk melakukan uji reliabilitas terhadap instrumen penelitian adalah dengan menggunakan alpha cronbach yang mengelompokkan item-item menjadi dua atau beberapa belahan. Jika $r_{hitung} >$ nilai kritis r_{tabel} product moment maka data penelitian diaanggap realiable atau handal untuk digunakan sebagai input dalam proses penganalisaan data guna menguji hipotesis penelitian.

Tabel 4.14

**Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics**

Cronbach 's Alpha	N of Items
, 643	15

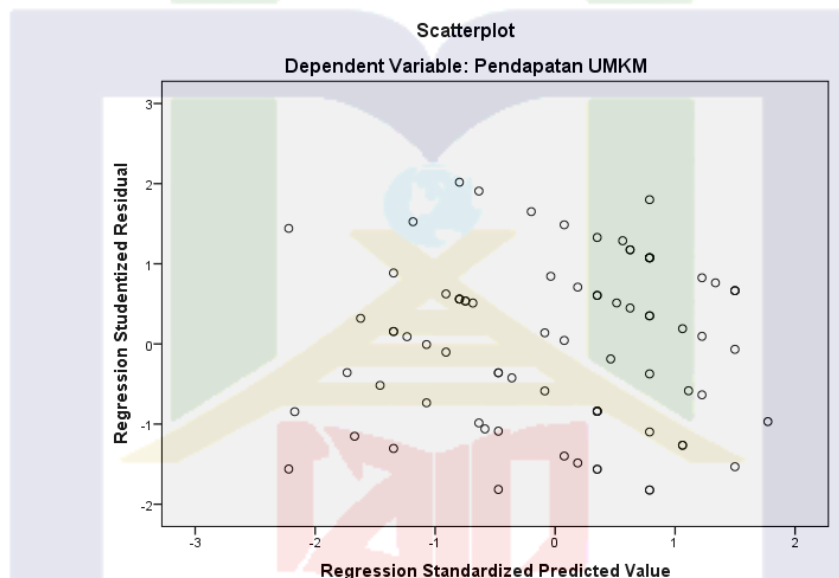
Sumber : data diolah menggunakan SPSS 21

Berdasarkan tabel diatas, uji reliabilitas dari setiap item instrumen terhadap semua variabel diperoleh bahwa data valid karena nilai Cronbach's Alphanya lebih besar dari 0,6 0 ($0,643 > 0,60$) dan r hitung $>$ r tabel ($0,643 > 0,2172$) maka dapat dikatakan data yang digunakan handal atau reliable.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik harusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun dasar pengambilan keputusannya, jika nilai $\text{sig} > 0,05$ maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Sebaliknya, jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut.

Gambar 4.1



Sumber : data diolah menggunakan SPSS 21

Berdasarkan output uji heteroskedastisitas diatas dengan Scatterplot, dapat diketahui bahwa :

- Titik-titik pada data penyebaran berada diatas dan dibawah atau sekitar angka 0.
- Titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja. Penyebaran titik-titik data membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali pada persebarannya.

- c) Penyebaran titik-titik data tersebut tidak berpola.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

4. Uji Multikolinearitas

uji multikolineritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu.

Adapun untuk dasar pengambilan keputusannya, jika nilai *Tolerance* > 0,10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi, sebaliknya jika nilai *Tolerance* < ,010 maka artinya terjadi multikolinearitas pada model regresi.

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,414	2,201		3,369	,001
	MODAL USAHA	,354	,107	,345	3,311	,001
	MEDIA SOSIAL	,222	,087	,265	2,542	,013

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	MODAL USAHA	,864	1,157
	MEDIA SOSIAL	,864	1,157

a. Dependent Variable: PENDAPATAN UMKM

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 21

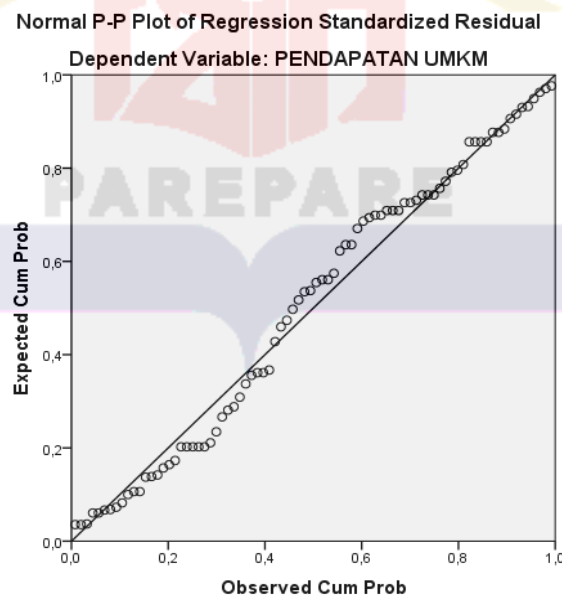
Dari hasil SPSS diatas, maka diketahui bahwa nilai $0,864 > 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat korelasi (hubungan) antara variabel bebasnya .

5. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atautakah tidak. Kenormalan dari distribusi sebuah data adalah suatu keharusan yang harus terpenuhi ketika peneliti hendak melakukan analisis statistik parametrik. Uji normalitas merupakan bagian dari uji prasyarat atau asumsi klasik dalam analisis regresi.

Adapun dasar pengambilan keputusannya adalah, data dikatakan berdistribusi normal jika data atau titik penyebarannya menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sebaliknya data dikatakan tidak berdistribusi normal jika data atau titik menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal.

Gambar 4.2



ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	53,160	2	26,580	13,669	,000 ^b
Residual	153,621	79	1,945		
Total	206,780	81			

a. Dependent Variable: PENDAPATAN UMKM

b. Predictors: (Constant), MEDIA SOSIAL, MODAL USAHA

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 21

Hasil dari gambar diatas menunjukkan bahwa sebaran titik berada sepanjang garis diagonal dan mengikuti arus garis diagonal. Pengujian distribusi data yang dilakukan dengan metode grafis ini menunjukkan hasil yang dapat ditarik kesimpulannya bahwa model regresi layak digunakan untuk mengukur Pengaruh Modal Usaha dan Media Sosial terhadap Pendapatan UMKM karena telah memenuhi asumsi normalitas.

C. Hasil Penelitian

1. Uji One Sample T Test

Untuk mengetahui seberapa baik Modal Usaha, Media Sosial dan Pendapatan UMKM di Kabupaten Pinrang.

Tabel 4.16

Skor Klasifikasi

Skor	Klasifikasi
80 – 100	Sangat Baik
66 – 79	Baik
56 – 65	Sedang
40 – 55	Buruk
< 39	Sangat Buruk

a) Modal Usaha:

Pengambilan keputusan sebagai berikut: jika H_0 lebih kecil atau sama dengan 70% dari skor ideal, dan H_a lebih besar dari 75% dari skor ideal.

$$H_0 = \mu < 75\%$$

$$H_a = \mu > 75\%$$

Tabel 4.17

Hasil *One Sample Statistics* Variabel Modal Usaha

One-Sample Test

	Test Value = 75					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Modal Usaha	-320,329	81	,000	-55,159	-55,50	-54,82

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 21

Dari hasil t test diatas diperoleh nilai t hitung sebesar -320,329 jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ (0,05) diperoleh nilai t tabel sebesar 1,993. Dari perhitungan sampel ditemukan rata-rata modal usaha = 79% dari yang diharapkan.

b) Media Sosial (X2)

Pengambilan keputusan sebagai berikut : jika H_0 lebih kecil atau sama dengan 75% dari skor ideal, dan H_a lebih besar dari 75% dari skor ideal.

$$H_0 = <75\%$$

$$H_a = >75\%$$

Tabel 4.18
Hasil One Sample Statistics Variabel Media Sosial
One-Sample Test

	Test Value = 75					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Media Sosial	-261,557	81	,000	-55,024	-55,44	-54,61

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 21

Dari hasil t test diatas diperoleh nilai t hitung sebesar -261,557 jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ (0,05) diperoleh nilai t tabel sebesar 1,993. Nilai t hitung (-261,557) < t tabel (1,993), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dengan demikian bahwa kepercayaan “paling tinggi 75% dari nilai ideal” tidak dapat diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga di dalam populasi dengan data yang terkumpul dari sampel. Dari perhitungan sampel ditemukan rata-rata Media Sosial = 79% dari yang diharapkan.

c) Pendapatan UMKM (Y)

Pengambilan keputusan sebagai berikut : jika H_0 lebih kecil atau sama dengan 75% dari skor ideal, dan H_a lebih besar dari 75% dari skor ideal.

$H_0 = <75\%$

$H_a = >75\%$

Tabel 4.19
Hasil One Sample Statistics Variabel Pendapatan UMKM
One-Sample Test

	Test Value = 70					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Pendapatan UMKM	-289,736	81	,000	-51,122	-51,47	-50,77

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 21

Dari hasil t test diatas diperoleh nilai t hitung sebesar -289,736 jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ (0,05) diperoleh nilai t tabel sebesar 1,993. Nilai t hitung $(-289,736) < t$ tabel (1,993), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dengan demikian bahwa Pendapatan UMKM “paling tinggi 70 % dari nilai ideal” tidak dapat diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga di dalam populasi dengan data yang terkumpul dari sampel. Dari perhitungan sampel ditemukan rata-rata Pendapatan UMKM 75% dari yang diharapkan.

2. Uji Parsial (t)

Uji t digunakan untuk mengetahui bagaimana hubungan variabel independen secara individu (*parsial*) mempengaruhi variabel dependen ini berarti menjelaskan Modal Usaha dan Media Sosial secara terpisah dapat mempengaruhi Pendapatan UMKM.

Hasil uji t yang dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS *Statistic* versi 21 dapat dilihat pada tabel *Coefficients* hubungan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari nilai *p*-

value yang memenuhi standar jika lebih kecil dari nilai *level of significant* yaitu 0,05.

Tabel 4.20
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,414	2,201		3,369	,001
	MODAL USAHA	,354	,107	,345	3,311	,001
	MEDIA SOSIAL	,222	,087	,265	2,542	,013

a. Dependent Variable: PENDAPATAN UMKM

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 21

Tabel Uji t telah dilakukan pada variabel Modal Usaha diketahui bahwa $p\text{-value} < \text{level of significant}$ dimana $0,001 < 0,05$ ini berarti Modal Usaha berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan UMKM secara parsial. Sedangkan pada variabel Media Sosial diketahui $p\text{-value} < \text{level of significant}$ dimana $0,013 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan UMKM secara parsial.

3. Uji Simultan (f)

Uji f digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat (dependen).

Hasil yang diperoleh dari Uji f yang dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS *Statistic* versi 21 dapat dilihat pada tabel ANOVA. Hasil f test menunjukkan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen jika *p-value* (pada kolom signifikan) lebih kecil dari *level of significant* yaitu 0,05

Tabel 4.21
Hasil Uji f
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	53,160	2	26,580	13,669	,000 ^b
	Residual	153,621	79	1,945		
	Total	206,780	81			

a. Dependent Variable: PENDAPATAN UMKM

b. Predictors: (Constant), MEDIA SOSIAL, MODAL USAHA

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 21

Berdasarkan tabel diatas, menunjukan bahwa *p-value* tersebut lebih besar dari *level of significant* yang telah ditentukan sebesar 0,05. Berarti Modal Usaha dan Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Pinrang secara simultan, karena $0,000 < 0,05$.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen (Modal Usaha dan Media Sosial) terhadap variabel dependen (Pendapatan UMKM). Nilai R square dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai R square berkisar antara 0-1.

Tabel 4.22
Hasil Uji R²
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,507 ^a	,257	,238	1,39448

a. Predictors: (Constant), MEDIA SOSIAL, MODAL USAHA

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 21

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa R Square atau koefisien determinasi sebesar 0,257 dan nilai Adjusted R Square sebesar 0,238 – 23,8% . jika dilihat menggunakan tabel tingkat korelasi dan kekuatan hubungan pada halaman sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa nilai 23,8% memiliki tingkat hubungan yang lemah.

5. Korelasi *Pearson Product Moment*

Dasar pengambilan keputusan, pengambilan keputusan dalam analisis korelasi yakni dengan melihat nilai signifikansi. Berdasarkan nilai signifikansi jika nilai signifikansi < 0,05 maka terdapat korelasi, sebaliknya jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terdapat korelasi.

Tabel 4.23
Hasil Korelasi Secara Parsial
Correlations

	Modal Usaha	Media Sosial	Pendapatan UMKM
Pearson Correlation	1	,369**	,443**
Sig. (2-tailed)		,001	,000
N	82	82	82

Media Sosial	Pearson Correlation	,369**	1	,392**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000
	N	82	82	82
Pendapatan UMKM	Pearson Correlation	,443**	,392**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	82	82	82

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 21

Berdasarkan nilai signifikan (*sig*) dari tabel korelasi dapat diketahui antara Modal (X1) dengan Pendapatan UMKM (Y) nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara variabel Modal Usaha (X1) dengan variabel Pendapatan UMKM (Y), maka diterima. Kemudian jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan, disimpulkan bahwa nilai korelasi X1 terhadap Y yaitu 0,443 yang artinya tingkat korelasinya cukup.

Selanjutnya antara Media Sosial (X2) dengan Pendapatan UMKM (Y) nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara variabel Media Sosial (X1) dengan variabel Pendapatan UMKM (Y), maka diterima. Kemudian jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan, disimpulkan bahwa nilai korelasi X2 terhadap Y yaitu 0,392 yang artinya tingkat korelasinya lemah.

Terakhir antara variabel X1 dengan variabel X2 nilai signifikansi adalah $0,001 < 0,05$ yang berarti bahwa terdapat korelasi antara X1 dengan X2 yang artinya diterima. Kemudian jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan, disimpulkan bahwa nilai korelasi X1 terhadap X2 yaitu 0,369 yang artinya tingkat korelasinya lemah.

Tabel 4.24
Hasil Korelasi Secara Simultan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,507 ^a	,257	,238	1,39448	,257	13,669	2	79	,000

a. Predictors: (Constant), Media Sosial, Modal Usaha

b. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 21

Setelah sebelumnya telah di jelaskan hubungan antara masing-masing variabel secara parsial terhadap Pendapatan UMKM, maka tabel 4.24 diatas menggambarkan hubungan variabel X secara bersama-sama (simultan) terhadap Pendapatan UMKM. Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu:

Jika *Sig f change* < 0,05. Maka berkorelasi

Jika *Sig f change* > 0,05. Maka tidak berkorelasi

Melihat tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa nilai *sig f change* adalah 0 ,000 < 0,05 artinya ada hubungan yang positif dan signifikan antara Modal Usaha(X1) dan Media Sosial(X2) secara bersama-sama (simultan) terhadap Pendapatan UMKM (Y), maka diterima. Kemudian jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan, disimpulkan bahwa nilai korelasi X1 dan X2 secara bersama-sama terhadap Y yaitu 0,507 yang artinya korelasi cukup.

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda ini digunakan untuk mencari pengaruh antara nilai variabel yang ada biasanya variabel X dan Y menampilkan simbol dari suatu data dimana Y sebagai variabel terikat dan X sebagai variabel bebas.

Dalam penelitian ini regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui kelinearan pengaruh antara variabel Modal Usaha dan Media Sosial terhadap Pendapatan UMKM. Berdasarkan hasil olahan data yang dilakukan dengan program IBM SPSS maka didapatkan hasil regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 4.25
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,414	2,201		3,369	,001
	MODAL USAHA	,354	,107	,345	3,311	,001
	MEDIA SOSIAL	,222	,087	,265	2,542	,013

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 21

Berdasarkan hasil tersebut, diperoleh regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 7,414 + 0,354 X_1 + 0,222 X_2$$

Keterangan :

Y = Pendapatan UMKM

a = Konstanta

- = Koefisien Regresi
- = Variabel Modal Usaha
- = Variabel Media Sosial

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka interpretasi dari koefisien masing-masing variabel sebagai berikut:

a = konstanta sebesar 7,414 menyatakan bahwa jika variabel Modal Usaha(X_1), variabel Media Sosial(X_2) dianggap konstan, maka Pendapatan UMKM di Kabupaten Pinrang akan positif.

= 0,354, koefisien regresi Modal Usaha(X_1) sebesar 0,354 yang berarti apabila Modal Usaha konstan, maka dengan meningkatnya kepercayaan akan membuat Pendapatan UMKM meningkat.

= 0,222 koefisien regresi Media Sosial(X_2) sebesar 0,222 yang berarti apabila Media Sosial konstan, maka dengan meningkatnya media sosial akan membuat Pendapatan UMKM meningkat.

Berdasarkan dasar pengambilan keputusan yang menyebutkan bahwa variabel yang memiliki nilai Koefisien Regresi tertinggi dengan nilai yang menjauhi angka nol makanya variabel tersebut merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh dibandingkan variabel yang lainnya.

Jadi variabel Modal Usaha merupakan yang paling dominan berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM, dimana nilai koefisiennya sebesar 0,354 dibandingkan dengan variabel Media Sosial yang nilai koefisiennya sebesar 0,222. Karena ($=$ Modal Usaha) $>$ ($=$ Media Sosial) dimana $0,354 > 0,222$ sehingga dapat disimpulkan bahwa yang paling dominan berpengaruh adalah Modal Usaha. Keterangan tersebut bahwa variabel Modal Usaha dan Media Sosial berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengujian Hipotesis

Hasil data yang telah diolah menggunakan SPSS telah diketahui bahwa nilai residual berdistribusi normal, kemudian instrumen-instrumen pernyataan setiap variabel dapat dikatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dan instrumen pernyataan memiliki *reliable* yang tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa instrumen tersebut dinyatakan *reliable* dan memiliki hasil pengukuran yang konsisten dan handal.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas tidak terjadi gejala heteroskedastisitas hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi, dan pada uji multikolinearitas model regresi pengaruh modal usaha dan media sosial terhadap pendapatan UMKM tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Selain melakukan uji terhadap instrumen penelitian, berikut hasil uji untuk rumusan masalah dan hipotesis yang telah ditentukan:

a. Variabel Modal Usaha (X1) memiliki pengaruh yang baik terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Pinrang

Rumusan masalah pertama penelitian ini untuk mengetahui seberapa baik kondisi modal usaha UMKM di Kabupaten Pinrang.

One-Sample Test

	Test Value = 75					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Modal Usaha	-320,329	81	,000	-55,159	-55,50	-54,82

Hasil yang diperoleh dari pengujian *One Sample T Test* menunjukkan bahwa nilai *t* hitung dari modal usaha sebesar (-320.329), nilai frekuensi distribusi (*df*) sebesar 81, nilai signifikansi Sig, (2-tailed) sebesar 0,000 nilai beda rata-rata (*Mean Difference*) sebesar -55.159 , nilai beda ambang bawah (*lower*) sebesar -55.50, dan nilai beda ambang atas (*upper*) sebesar -54.82.

Hasil dari uji *one sampel t test*, diperoleh Nilai *t* hitung (-320.329). data yang diharapkan seberapa baik modal usaha yaitu sebesar 80%, data yang diharapkan seberapa baik Modal Usaha yaitu sebesar 75%, sedangkan data yang terkumpul dari sampel dengan dengan 5 item pernyataan dari angket yaitu sebesar 79%. Untuk memperoleh nilai skor ideal yaitu Skor Tertinggi x jumlah pernyataan x jumlah responden = 5 x 5 x 82 = 2050. Untuk memperoleh nilai ideal dari variabel Modal Usaha yaitu total X1 / nilai skor ideal = 1627/2050 = 0,79 atau 79% dengan skor klasifikasi baik.

Penelitian ini menemukan hasil bahwa kondisi modal usaha pada usaha mikro kecil dan menengah berpengaruh terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil dan menengah dari nilai ideal yang diharapkan sebesar 79% yang artinya modal usaha dinilai dapat mempengaruhi tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah. Hal ini juga dijelaskan dalam Al-Qur'an pada QS. Ali Imran yang melarang untuk mengabaikan modal, oleh karenanya manusia berkewajiban mengelola atau produktif dan tidak menghambur-hamburkannya. Sehingga modal dalam sistem ekonomi Islam diharuskan terus berkembang agar sirkulasi uang tidak berhenti. Dikarena jika modal terhenti maka harta tidak dapat mendatangkan manfaat bagi orang lain, namun seandainya jika diinvestasikan dan digunakan untuk melakukan bisnis atau usaha maka akan mendatangkan manfaat bagi orang lain.

b. Media Sosial (X2) memiliki pengaruh yang baik pada Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Pinrang

One-Sample Test

	Test Value = 75					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Media Sosial	-261,557	81	,000	-55,024	-55,44	-54,61

Hasil yang diperoleh dari pengujian *One Sample T-Test* menunjukkan bahwa nilai t hitung dari media sosial sebesar (-261.557), nilai frekuensi distribusi (df) sebesar 81, nilai signifikansi Sig, (2-tailed) sebesar 0,000, nilai beda rata-rata (*Mean Difference*) sebesar -55.024, nilai beda ambang bawah (*lower*) sebesar -55.44, dan nilai beda ambang atas (*upper*) sebesar -54.61.

Hasil dari uji diatas, maka diperoleh t hitung (-261.557). Data yang diharapkan, seberapa baik Media Sosial yaitu sebesar 75%, sedangkan data yang terkumpul dari sampel dengan 5 item pernyataan dari angket yaitu sebesar 79%. Untuk memperoleh nilai skor ideal yaitu Skor tertinggi x jumlah pernyataan x jumlah responden = $5 \times 5 \times 82 = 2050$. Untuk memperoleh nilai ideal dari variabel Media Sosial yaitu total X2 / nilai skor ideal = $1638 / 2050 = 0,79$ atau 79% dengan skor klasifikasi yang baik.

Penelitian ini menentukan hasil bahwa kondisi media sosial pada usaha mikro kecil dan menengah memiliki pengaruh terhadap pendapatan pelaku usaha sebesar 79% dari nilai ideal yang diharapkan yang berarti media sosial dinilai dapat mempengaruhi tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurul Amalia Sari bahwa kemampuan pada pengetahuan akan

penggunaan media yang merupakan indikator pendukung keberhasilan ekonomi sehingga berpengaruh pada penambahan penghasilan pelaku usaha.

c. Pendapatan UMKM memiliki pengaruh yang baik di Kabupaten Pinrang

One-Sample Test

	Test Value = 70					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Pendapatan UMKM	-289,736	81	,000	-51,122	-51,47	-50,77

Hasil yang diperoleh dari pengujian *One Sample T-Test* menunjukkan bahwa nilai t hitung dari pendapatan UMKM (Y) sebesar (-289,736), nilai frekuensi distribusi (df) sebesar 81, nilai signifikansi Sig, (2-tailed) sebesar 0,000, nilai beda rata-rata (*Mean Difference*) sebesar -51.122, nilai beda ambang bawah (*lower*) sebesar -51.47, dan nilai beda ambang atas (*upper*) sebesar -50.77.

Hasil dari uji tersebut diperoleh t hitung (-289.736). Data yang diharapkan, seberapa baik Pendapatan UMKM yaitu sebesar 70%, sedangkan data yang terkumpul dari sampel dengan 5 item pernyataan dari angket yaitu sebesar 75%. Untuk memperoleh nilai skor ideal yaitu Skor tertinggi x jumlah pernyataan x jumlah responden = $5 \times 5 \times 82 = 2050$. Untuk memperoleh nilai ideal dari variabel Pendapatan UMKM yaitu total Y / nilai skor ideal = $1548 / 2050 = 0,75$ atau 75 % dengan skor klasifikasi yang baik.

Penelitian ini menemukan hasil bahwa kondisi tingkat pendapatan pelaku usaha mikro kecil dan menengah memiliki kondisi yang baik, dibuktikan dengan nilai ideal yang diharapkan diperoleh nilai sebesar 75% yang berarti hal tersebut berjalan baik dengan beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan seperti modal usaha dan media sosial.

d. Hubungan Antara Modal Usaha dengan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Hasil uji validitas dari ke lima butir pernyataan pada variabel Pendapatan UMKM diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau $r_{hitung} > 0,217$, hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel Modal Usaha yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah). Hasil uji f menunjukkan variabel X1 dan variabel X2 secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y. Dengan ketentuan, jika $p\text{-value} < level\ of\ signi\ ficant$ atau $0,000 < 0,05$.

Hasil uji Korelasi simultan berdasarkan nilai *Sig f change* dari tabel korelasi secara simultan dapat diketahui antara Modal Usaha (X1) dan Media Sosial (X2) secara bersama-sama mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan Pendapatan UMKM (Y) dimana nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang positif dan signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa H4 diterima. Dengan tingkat kekuatan hubungan yaitu 0,507 atau tingkat korelasinya cukup.

Penelitian ini menemukan hasil bahwa terdapat pengaruh antara variabel modal usaha dengan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah dengan tingkat korelasi yang cukup, dibuktikan dengan hasil dari uji simultan yang menunjukkan hasil bahwa variabel modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Elvira Rahmanda dan Lailatul Amanah, bahwa variabel modal usaha berpengaruh terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah.

e. Pengaruh Modal Usaha terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Hasil pengujian secara parsial atau uji t menunjukkan bahwa variabel modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha

mikro kecil dan menengah. Hal ini mengidentifikasi ada hubungan yang searah antara modal usaha dengan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah. Artinya modal usaha ini sangat mempengaruhi pendapatan usaha mikro kecil dan menengah atau dengan kata lain, jika modal usaha yang digunakan semakin besar maka pendapatan usaha mikro kecil dan menengah juga akan meningkat, hal ini sejalan dengan teori yang dijelaskan oleh Bambang Riyanto bahwa modal merupakan hasil produksi yang dapat digunakan untuk menambah jumlah produksi selanjutnya.

Hasil pengujian secara parsial ini menunjukkan bahwa variabel modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Dibuktikan dengan nilai $(sig) = 0,001$ lebih kecil dari probability yakni $0,05$ atau $0,001 < 0,05$ dan nilai kontribusi $b1=0,354$ atau $35,4\%$.

Penelitian ini menemukan hasil bahwa variabel modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil dan menengah. Dibuktikan dengan nilai signifikan $0,001$ yang lebih kecil dari probability yakni $0,05$ dengan nilai kontribusi $35,4\%$.

f. Pengaruh Media Sosial terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Hasil pengujian secara parsial atau uji t menunjukkan bahwa variabel media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Hal ini mengidentifikasi ada hubungan yang searah antara media sosial dengan pendapatan UMKM. Artinya media sosial ini sangat mempengaruhi pendapatan UMKM atau dengan kata lain, jika media sosial yang digunakan semakin banyak maka pendapatan UMKM juga akan meningkat.

Hasil pengujian secara parsial ini menunjukkan bahwa variabel media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Dibuktikan dengan nilai $(sig) = 0,013$ lebih kecil dari probability yakni $0,05$ atau $0,013 < 0,05$ dan nilai kontribusi $b1=0,222$ atau $22,2\%$.

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara media sosial dengan pendapatan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah yang dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,013 yang lebih kecil dari nilai probability yakni 0,05 dengan nilai kontribusi sebesar 22,2%. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Amalia Sari bahwa perkembangan ekonomi digital memiliki pengaruh terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha.

g. Variabel yang dominan berpengaruh secara simultan antara Modal Usaha dan Media Sosial Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Hasil dari Analisis Regresi Linear Berganda didapatkan nilai Koefisien Regresi X_1 ($\beta_1 =$ Modal Usaha) sebesar 0,345 dan Koefisien Regresi X_2 ($\beta_2 =$ Media Sosial) sebesar 0,222. Berdasarkan dasar pengambilan keputusan yang menyebutkan bahwa variabel yang memiliki nilai koefisien regresi (X_n, β_n) tertinggi dengan nilai yang menjauhi angka nol maka variabel tersebut merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh dibandingkan variabel lainnya.

Variabel Modal Usaha merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan UMKM, dimana nilai koefisiennya sebesar 0,345 dibandingkan dengan variabel media sosial yang nilai koefisiennya hanya sebesar 0,222. Karena X_1 ($\beta_1 =$ Modal Usaha) $>$ X_2 ($\beta_2 =$ Media Sosial) dimana $0,345 > 0,222$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 (Modal Usaha) dan X_2 (Media Sosial) berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM namun variabel X_1 dominan berpengaruh terhadap variabel Y pendapatan UMKM.

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa di antara kedua variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil dan menengah adalah variabel modal usaha. Dibuktikan dengan nilai

koefisien dari modal usaha sebesar 0,345 lebih besar dari nilai koefisien media sosial yakni 0,222. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel modal usaha dan media sosial berpengaruh positif dan signifikan, namun variabel modal usaha yang paling dominan berpengaruh terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah. Hal ini sesuai dengan yang dijelaskan oleh Bambang Riyanto bahwa modal menjadi sangat penting bagi suatu usaha, semakin besar modal yang digunakan tidak menutup kemungkinan pendapatan yang dihasilkan juga akan lebih besar.



BAB V PENUTUP

A. SIMPULAN

1. Dari hasil uji yang telah dilakukan dapat diketahui kondisi modal usaha UMKM di Kab. Pinrang berdasarkan data yang diperoleh yaitu sebesar 79% yang berarti kondisi modal usaha dalam klasifikasi baik.
2. Dari hasil uji yang telah dilakukan dapat diketahui kondisi media sosial UMKM di Kab. Pinrang berdasarkan data yang diperoleh yaitu sebesar 79% yang berarti kondisi media sosial dalam klasifikasi baik.
3. Dari hasil uji yang telah dilakukan, diketahui tingkat pendapatan UMKM di Kab. Pinrang berdasarkan data yang diperoleh yaitu sebesar 75% yang berarti pendapatan UMKM dalam klasifikasi baik.
4. Hasil uji korelasi berdasarkan nilai signifikansi dari tabel korelasi dapat diketahui antara modal usaha dan media sosial bersama-sama memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan pendapatan UMKM, dimana nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang positif dan signifikan.
5. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM, dibuktikan dengan nilai (*sig*) 0,001 lebih kecil dari probability yakni 0,05 atau $0,001 < 0,05$ dari nilai kontribusi $b_1 = 0,354$ atau 35,4%.
6. Hasil pengujian secara parsial atau uji t menunjukkan bahwa variabel media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Dibuktikan dengan nilai (*sig*) = 0,013 lebih kecil dari probability yakni 0,05 atau $0,013 < 0,05$ dan nilai kontribusi $b_1 = 0,222$ atau 22,2%.
7. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda didapatkan nilai Koefisien Regresi X_1 ($\beta_1 =$ Modal Usaha) sebesar 0,345 dan Koefisien Regresi X_2 ($\beta_2 =$ Media Sosial) sebesar 0,222. Jadi variabel modal usaha merupakan variabel

yang paling dominan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan UMKM, dimana nilai koefisiennya sebesar 0,345 dibandingkan media sosial sebesar 0,222. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel modal usaha dan media sosial berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM namun variabel X1 dominan berpengaruh terhadap variabel Y.

B. Saran

Penelitian kedepannya dapat diharapkan dapat menyajikan hasil penelitian yang lebih berkualitas, berikut beberapa masukan yang disarankan oleh peneliti bagi instansi terkait dan penelitian selanjutnya.

1. Bagi Pelaku UMKM

Sebaiknya para pelaku UMKM agar terus meningkatkan dan berinovasi terhadap minat konsumsi konsumen, dan memperluas jangkauan pemasarannya baik melalui sosialisasi, promosi ataupun media sosial yang ada.

2. Bagi Akademis

Penelitian selanjutnya diharapkan lebih berkembang dan mengembangkan penelitian lanjutan dengan meneliti faktor-faktor lain maupun hal-hal yang berkaitan dengan UMKM agar dapat semakin dipahami baik bagi peneliti, ataupun pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran Al-Karim

Amalia, Nurul. (2020). *Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMKM di Kota Makassar*. Diakses dari Skripsi Universitas Negeri Makassar.

Anindita, Hayyu. *Modal Usaha : Pengertian hingga cara mendapatkan modal usaha*.

BN. Marbun. (2003). *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan

Boediono. (2002). *Pengantar Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.

BPS Kabupaten Pinrang, pinrangkab.bps.go.id

Chairia. (2022). *Akuntansi Perbankan*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Chandra, Purdi E. (2000). *Trik Menuju Sukses*. (Yogyakarta: Grafika Indah.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.

Fajar, Mukti. 2016. *UMKM di Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Fatkhan, AH. *Pengertian dan contoh kasus uji regresi linier sederhana dan berganda*, <https://fatkhan.web.id/pengertian-dan-contoh-kasus-uji-regresi-linear-sederhana-dan-berganda/> .

Fatimah, (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Mudharabah (Studi Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Pinrang)*. Diakses dari Skripsi IAIN Parepare.

Fitriani, (2019). *Pengaruh Pembiayaan Mudharabah Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi BMT Fauzan Azhiima Parepare)*, diakses dari Skripsi IAIN Parepare.

Inayah, Nur dkk. *Pengantar Kewirausahaan*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

- I Made Yuliara, Modul *Regresi Linier Sederhana*.
- Iriawan Ramadhan, Nanda. *Pengertian Modal, Sejarah, jenis, Sumber dan Manfaat*.
- Junedi, J. Dwi, Mustika. *Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Produk, Jaringan Wirausaha Terhadap Kelangsungan Usaha UMKM Madu Sari Lanceng*”
Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan, Vol. 1 (2).
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Pertama Cetakan Kelima. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kementrian Agama Republik Indonesia. (2008). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Surabaya: Mekar Surabaya.
- Khasanah dkk. (2022). *Dinamika Konsep Dasar Model Pembelajaran*. (Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Kurniawan, Robert dan Budi Yuniarto. (2016.). *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R*. Jakarta: Kencana.
- Kurniasih,W. *Pengertian Modal: Sejarah, Jenis, Sumber, dan Manfaat*.
- Mayasari, D. *Pengertian dan Perbedaan Media Cetak dan Elektronik serta Contohnya*.
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. (2014.) *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nasution. (2012). *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Permana, Ujang. (2016). *Ilmu Politik dalam Kesehatan dan Keperawatan*. Jawa Barat: LovRinz Publishing.
- Qamar, Nurul dkk. (2022). *Tebaran Pemikiran tentang Hukum*. Makassar: CV. Social Politic Genius.

- Rahmanda, E dan Lailatul, A. (2021). *Pengaruh Modal Pribadi, Harga dan Sosial Media Terhadap Pendapatan UMKM*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Vol. 10 No. 10.
- Rahmi, Islami. (2014) *Pengaruh Modal Kerja Terhadap Pendapatan UMKM Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Melati I di Kabupaten Bantaeng*. Diakses dari SKRIPSI UIN Alauddin Makassar.
- Rifda, Zulia dan Abdul Gani.(2022). *Kajian teoritis pendapatan pengrajin kain songket batu bara Jawa Timur* : Global Aksara Pers.
- Siregar, Edison. (2021). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*, Ed. 1. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Supradono, Bambang dan Ayu Noviani Hanum. *Peran Sosial Media Untuk Manajemen Hubungan Dengan Pelanggan pada Layanan E-Commerce*. (Value Added: Majalah Ekonomi dan Bisnis).
- Suryani Purba, Dewi dkk. (2021). *Manajemen Usaha Kecil dan Menengah*. Yayasan Kita Menulis.
- Soekartawi. (2012). *Faktor-faktor Produksi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sukirno, Sadono dkk. (2006) *Pengantar Bisnis*. Jakarta:Kencana.
- Sugiono. (2002). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*.
- Tim Penyusun. (2021). *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. (Makalah dan Skripsi). Edisi Revisi, Parepare: IAIN Parepare.
- Tim Penyusun. (2020). *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. (Makalah dan Skripsi). IAIN Parepare.

Widiyanto, Gregorius dkk, (2021). *Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan Promosi Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat di Kota Tangerang*. Jurnal Ilmiah Ecobuss, Vol. 3, No. 3.

Zuriah, Nurul. (2006). *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta:PT Bumi Aksara.





LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.3938/In.39.8/PP.00.9/08/2022
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI PINRANG
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Di
KABUPATEN PINRANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : HESTRI SYUKRAMADANI
Tempat/ Tgl. Lahir : PINCARA, 19 DESEMBER 2000
NIM : 18.2900.044
Fakultas/ Program Studi : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/MANAJEMEN
KEUANGAN SYARIAH
Semester : IX (SEMBILAN)
Alamat : PINCARA, KELURAHAN PINCARA, KECAMATAN
PATAMPANUA, KABUPATEN PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KABUPATEN PINRANG dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

PENGARUH MODAL USAHA DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENDAPATAN
UMKM DI KABUPATEN PINRANG

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan September sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.



31 Agustus 2022

Dekan,

Muzdalifah Muhammadun



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Jend. Sukawati Nomor 40. Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212

**KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG**
 Nomor : 503/0503/PENELITIAN/DPMPTSP/09/2022

Tentang

REKOMENDASI PENELITIAN

- Memimbang** : bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 15-09-2022 atas nama HESTRI SYUKRAMADANI, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Rekomendasi Penelitian.
- Mengingat** :
 1. Undang - Undang Nomor 29 Tahun 1959;
 2. Undang - Undang Nomor 18 Tahun 2002;
 3. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007;
 4. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2009;
 5. Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014;
 6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014;
 7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;
 8. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016; dan
 9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019.
- Memperhatikan** :
 1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP : 1374/R/T.Teknis/DPMPTSP/09/2022, Tanggal : 26-09-2022
 2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0496/BAP/PENELITIAN/DPMPTSP/09/2022, Tanggal : 27-09-2022

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** :
KESATU : Memberikan Rekomendasi Penelitian kepada :
 1. Nama Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
 2. Alamat Lembaga : JL. AMAL BAKTI NO. 8 SOREANG PAREPARE
 3. Nama Peneliti : HESTRI SYUKRAMADANI
 4. Judul Penelitian : PENGARUH MODAL USAHA DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENDAPATAN UMKM DI KABUPATEN PINRANG
 5. Jangka waktu Penelitian : 1 Bulan
 6. Sasaran/target Penelitian : UMKM DI KABUPATEN PINRANG
 7. Lokasi Penelitian : Kecamatan Watang Sawitto
- KEDUA** : Rekomendasi Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 26-03-2023.
- KETIGA** : Peneliti wajib mentaati dan melakukan ketentuan dalam Rekomendasi Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.
- KEEMPAT** : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 27 September 2022



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :
ANDI MIRANI, AP.,M.Si
 NIP. 197406031993112001
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang

Biaya : Rp 0,-



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSR E





PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
KECAMATAN WATANG SAWITTO

Jl. Jend. Sukowati No. 44 Telp (0421) 921 538 Pinrang

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN

Nomor : 217 / KWS / XI / 2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : ANDI HAMDAN SE

JABATAN : KASI PEREKONOMIAN WATANG SAWITTO

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

NAMA : HESTRI SYUKRAMADANI
NIM : 18.2900.044
PROGRAM STUDI : MANAGEMEN KEUANGAN SYARIAH
JENIS KELAMIN : PEREMPUAN
PEKERJAAN : MAHASISWA
ALAMAT : PINCARA, KEC. PATAMPANUA

Identitas tersebut di atas adalah benar – benar telah melaksanakan kegiatan Penelitian di Kecamatan Watang Sawitto Kabupaten Pinrang dengan Judul Penelitian " PENGARUH MODAL USAHA DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENDAPATAN UMKM DI KABUPATEN PINRANG " dengan lama Penelitian selama satu bulan pada bulan September 2022.

Demikian surat keterangan ini, dibuat dengan sebenarnya selanjutnya kami berikan untuk dipergunaka seperlunya.

Pinrang, 24 November 2022
An C A M A T

KASI PEREKONOMIAN

ANDI HAMDAN SE

Pangkat: Penata

NIP. 19780617 200701 1 014



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JL. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307**

**VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN
SKRIPSI**

NAMA MAHASISWA : HESTRI SYUKRAMADANI
NIM : 18.2900.044
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI : MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
JUDUL : PENGARUH MODAL USAHA DAN
MEDIA SOSIAL TERHADAP
PENDAPATAN UMKM DI KABUPATEN \\
PINRANG

KUEISIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i

Di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Bapak/Ibu/Saudara/I dalam rangka menyelesaikan karya (skripsi) pada Prodi Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare (IAIN) Parepare maka saya,

Nama : Hestri Syukramadani

NIM : 18.2900.044

Judul : Pengaruh Modal Usaha dan Media Sosial Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten

Pinrang

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, saya memohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Atas ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner ini, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Hormat
saya,

Hestri Syukramadani

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama =
2. Alamat =
3. Jenis Kelamin = Laki-Laki Perempuan
4. Pendidikan =
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. Diploma (D1,D2,D3)
 - e. Sarjana
 - f. Lainnya (Sebutkan)
5. Umur
 - a. 15>25
 - b. 26>35
 - c. 36>45
 - d. 46>55
 - e. 56>

6. Pekerjaan

- a. Pelajar/Mahasiswa
 b. Petani
 c. Nelayan
 d. PNS
 e. Wiraswasta
 f. Lainnya (Sebutkan)

II. PETUNJUK PENGISIAN

- Pernyataan yang ada, mohon dibaca dan dipahami dengan sebaik-baiknya, sehingga tidak ada pernyataan yang tidak terisi atau terlewat.
- Berilah tanda checklist pada jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/I pada kolom yang telah disediakan. Pilihlah jawaban yang sesuai pendapat atas pernyataan.

Dengan Keterangan di bawah ini:

SS : Sangat Setuju = 5

S : Setuju = 4

N : Netral = 3

TS : Tidak Setuju = 2

STS : Sangat Tidak Setuju = 1

- Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
- Terima Kasih atas partisipasi Anda

1. Variabel Modal Usaha (X_1)

No	Indikator Variabel	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Apakah membeli aset seperti pabrik produksi, mesin, dan lain sebagainya merupakan salah satu modal investasi yang					

	dilakukan agar bisa menambah jumlah produksi					
2	Bagaimana jika membeli bahan pokok persediaan dalam jumlah yang cukup agar penjualannya berjalan lancar					
3	Apakah dengan menambah tenaga kerja bias menambah kontribusi pendapatan					
4	Apakah modal usaha berasal dari modal sendiri tanpa ada modal dari investor					
5	Apakah modal usaha semakin besar, maka pendapatan juga semakin meningkat					

2. Variabel Media Sosial (X_2)

No	Indikator Variabel	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Bagaimana jika menggunakan media sosial sebagai media untuk memasarkan produk					
2	Apakah memasarkan produk menggunakan brosur, baliho dan lain sebagainya menghabiskan biaya yang cukup besar					
3	Apakah memasarkan produk melalui media elektronik seperti whatsapp, facebook, grabfood, instagram dan lain sebagainya dianggap lebih menguntungkan					
4	Apakah jangkauan pelanggan bertambah sejak memasarkan produk menggunakan media social					

5	Apakah biaya promosi dapat diminimalisir sejak menggunakan media untuk memasarkan produk					
---	--	--	--	--	--	--

3. Variabel Pendapatan UMKM (Y)

No	Indikator Variabel	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Apakah pendapatan meningkat setelah menggunakan media sebagai media promosi					
2	Bagaimana jika pendapatan yang diperoleh akan diputar kembali menjadi modal					
3	Apakah pendapatan yang diterima bersumber dsari usaha yang dimiliki, tidak ada alternatifif penghasilan tambahan lainnya					
4	Bagaimana apabila pendapatan yang diperoleh sesuai dengan modal yang dikeluarkan					
5	Apakah semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin kemampuan suatu usaha untuk membiayai pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan					

Sampel UMKM di kabupaten Pinrang

No.	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan Terakhir
1	Sulfiana	Perempuan	15-25	SMA/SMK
2	Hj. Halwatia Pallurang	Perempuan	56>	SD
3	Nurhikmah	Perempuan	15-25	SMA/SMK
4	Warda Niar	Perempuan	15-25	SMA/SMK
5	H. Raupa Karo	Laki-Laki	56>	SMP
6	Amirullah	Laki-Laki	46-55	SD
7	Darmi	Perempuan	26-35	SMA/SMK
8	Nurhalifah S.M	Perempuan	26-35	Lainnya
9	Siti Aisyah	Perempuan	15-25	SMA/SMK
10	Sartika S.E	Perempuan	26-35	Lainnya
11	Intan Permata Sari	Perempuan	26-35	SMA/SMK
12	Idris	Laki-Laki	36-45	SD
13	Jusnaniati	Perempuan	46-55	SMA/SMK
14	Hamzah	Laki-Laki	46-55	SD
15	Siti Salma	Perempuan	15-25	SMA/SMK
16	Hadrah	Perempuan	36-45	SMP
17	Trisna	Perempuan	15-25	SMA/SMK
18	Hj. Rasmi	Perempuan	36-45	SMA/SMK
19	Ansar	Laki-Laki	36-45	SMA/SMK
20	Harmiati	Perempuan	15-25	SMA/SMK
21	Reski Amelia	Perempuan	15-25	SMA/SMK
22	Renaldi	Laki-Laki	15-25	SMA/SMK
23	Masni	Perempuan	26-35	SMA/SMK
24	Nur Aisyah	Perempuan	15-25	SMA/SMK
25	Mulyadi	Laki-Laki	36-45	SMA/SMK

26	Andi Nurfaika	Perempuan	15-25	SMA/SMK
27	Fitriani	Perempuan	15-25	SMA/SMK
28	Aulia Ulfa S.M	Perempuan	15-25	Lainnya
29	Hj. Fitri	Perempuan	36-45	SMA/SMK
30	Agustina	Perempuan	15-25	SMA/SMK
31	Suparman	Laki-Laki	15-25	SMA/SMK
32	Rosmini	Perempuan	26-35	SMA/SMK
33	Hj. Ramlah	Perempuan	46-55	SD
34	Sarina	Perempuan	46-55	SMP
35	Nurul Hidayah	Perempuan	15-25	SMA/SMK
36	Amria bt Jufri S.E	Perempuan	15-25	Lainnya
37	Nurmi	Perempuan	46-55	SD
38	Mulyadi	Laki-Laki	26-35	SMA/SMK
39	Hasan	Laki-Laki	56>	SD
40	Fathur	Laki-Laki	15-25	SMA/SMK
41	Hj. Suriani	Perempuan	46-55	SMP
42	Muh. Saleh	Laki-Laki	26-35	SMA/SMK
43	Hartati	Perempuan	36-45	SMA/SMK
44	Fuji Reski	Perempuan	15-25	SMA/SMK
45	Hasmah	Perempuan	36-45	SMP
46	Hj. Muliana	Perempuan	46-55	SMP
47	Fitriah	Perempuan	26-35	SMA/SMK
48	A. Muliati	Perempuan	46-55	SMA/SMK
49	Faridah	Perempuan	36-45	SMA/SMK
50	Riska Ramdani S. Pd	Perempuan	15-25	Lainnya
51	Zulfikar	Laki-Laki	26-35	SMA/SMK
52	Iis Wanti	Perempuan	36-45	SD

53	Suriyani	Perempuan	36-45	SMA/SMK
54	Hj. Bunga	Perempuan	46-55	SMA/SMK
55	Salmayanti	Perempuan	26-35	SMA/SMK
56	Almairah Ahmad	Perempuan	15-25	SMA/SMK
57	H. Abdul Karim	Laki-Laki	46-55	SD
58	Nurhidayah Najib	Perempuan	26-35	SMA/SMK
59	Hanif Arkan	Laki-Laki	26-35	SMA/SMK
60	Rosdiana	Perempuan	36-45	SMA/SMK
61	Hj. Hasturi	Perempuan	46-55	SMA/SMK
62	Mansur	Laki-Laki	46-55	SMP
63	Hapisah	Perempuan	36-45	SMA/SMK
64	Dian Cahyani	Perempuan	15-25	SMA/SMK
65	Arinatul Khaeriyah	Perempuan	15-25	SMA/SMK
66	Sarimah	Perempuan	26-35	SMA/SMK
67	Hartono	Laki-Laki	36-45	SMA/SMK
68	Nur Ainun	Perempuan	15-25	SMA/SMK
69	Irawati	Perempuan	26-35	SMA/SMK
70	Arifuddin	Laki-Laki	56>	SMP
71	Nani	Perempuan	46-55	SMP
72	Abdul Latif	Laki-Laki	46-55	SD
73	Hasmirah Rusli	Perempuan	26-35	SMA/SMK
74	Selviana	Perempuan	26-35	SMA/SMK
75	Hj. Ida	Perempuan	46-55	SMP
76	Hasriana	Perempuan	26-35	SMA/SMK
77	Friska Ismail	Perempuan	15-25	SMA/SMK
78	Dedi Firman	Laki-Laki	26-35	SMA/SMK
79	Nasrullah	Laki-Laki	26-35	SMA/SMK

80	Fajriyani N.	Perempuan	15-25	SMA/SMK
81	Mustaming	Laki-Laki	46-55	SMA/SMK
82	Yuyun Marsuki	Perempuan	15-25	SMA/SMK



Jawaban Responden Terhadap Pengaruh Modal Usaha (X1)

No	Indikator Variabel	Skor
1	Apakah membeli aset seperti pabrik produksi, mesin, dan lain sebagainya merupakan salah satu modal investasi yang dilakukan agar bisa menambah jumlah produksi	348
2	Bagaimana jika membeli bahan pokok persediaan dalam jumlah yang cukup agar penjualannya berjalan lancar	361
3	Apakah dengan menambah tenaga kerja bias menambah kontribusi pendapatan	343
4	Apakah modal usaha berasal dari modal sendiri tanpa ada modal dari investor	273
5	Apakah modal usaha semakin besar, maka pendapatan juga semakin meningkat	323
Total		1648
Mean		20

Jawaban Responden Terhadap Media Sosial(X2)

No	Indikator Variabel	Skor
1	Bagaimana jika menggunakan media sosial sebagai media untuk memasarkan produk	341
2	Apakah memasarkan produk menggunakan brosur, baliho dan lain sebagainya menghabiskan biaya yang cukup besar	319
3	Apakah memasarkan produk melalui media elektronik seperti whatsapp, facebook, grabfood, instagram dan lain sebagainya dianggap lebih menguntungkan	340
4	Apakah jangkauan pelanggan bertambah sejak memasarkan produk menggunakan media social	219
5	Apakah biaya promosi dapat diminimalisir sejak menggunakan media untuk memasarkan produk	319

Total	1638
Mean	20

Jawaban Responden Terhadap Pendapatan UMKM(Y)

No	Indikator Variabel	Skor
1	Apakah pendapatan meningkat setelah menggunakan media sebagai media promosi	325
2	Bagaimana jika pendapatan yang diperoleh akan diputar kembali menjadi modal	339
3	Apakah pendapatan yang diterima bersumber dsari usaha yang dimiliki, tidak ada alternatif penghasilan tambahan lainnya	350
4	Bagaimana apabila pendapatan yang diperoleh sesuai dengan modal yang dikeluarkan	307
5	Apakah semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin kemampuan suatu usaha untuk membiayai pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan	336
Total		1557
Mean		18,98

Uji Validitas Modal Usaha (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total.X1
X1.1	Pearson Correlation	1	-,181	,096	,012	,124	,399**
	Sig. (2-tailed)		,104	,389	,913	,267	,000
	N	82	82	82	82	82	82
X1.2	Pearson Correlation	-,181	1	-,020	,172	-,161	,319**
	Sig. (2-tailed)	,104		,862	,122	,149	,004
	N	82	82	82	82	82	82
X1.3	Pearson Correlation	,096	-,020	1	,153	,011	,464**
	Sig. (2-tailed)	,389	,862		,170	,921	,000
	N	82	82	82	82	82	82
X1.4	Pearson Correlation	,012	,172	,153	1	,180	,673**
	Sig. (2-tailed)	,913	,122	,170		,105	,000
	N	82	82	82	82	82	82
X1.5	Pearson Correlation	,124	-,161	,011	,180	1	,537**

	Sig. (2-tailed)	,267	,149	,921	,105		,000
	N	82	82	82	82	82	82
Total.X1	Pearson Correlation	,399**	,319**	,464**	,673**	,537**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,000	,000	,000	
	N	82	82	82	82	82	82

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Media Sosial (X2)

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total.X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,078	,445**	,442**	,406**	,755**
	Sig. (2-tailed)		,484	,000	,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82
X2.2	Pearson Correlation	,078	1	-,094	,075	-,026	,458**
	Sig. (2-tailed)	,484		,399	,505	,813	,000
	N	82	82	82	82	82	82
X2.3	Pearson Correlation	,445**	-,094	1	,270*	,212	,550**

X2.4	Sig. (2-tailed)	,000	,399		,014	,056	,000
	N	82	82	82	82	82	82
	Pearson Correlation	,442**	,075	,270*	1	,386**	,681**
	Sig. (2-tailed)	,000	,505	,014		,000	,000
X2.5	N	82	82	82	82	82	82
	Pearson Correlation	,406**	-,026	,212	,386**	1	,593**
	Sig. (2-tailed)	,000	,813	,056	,000		,000
	N	82	82	82	82	82	82
Total.X2	Pearson Correlation	,755**	,458**	,550**	,681**	,593**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	82	82	82	82	82	82

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Pendapatan UMKM (Y)

Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total.Y
Y.1	1	,197	,327**	,017	-,049	,597**

	Sig. (2-tailed)		,076	,003	,882	,663	,000
	N	82	82	82	82	82	82
	Pearson Correlation	,197	1	-,013	,033	,052	,455**
Y.2	Sig. (2-tailed)	,076		,908	,768	,640	,000
	N	82	82	82	82	82	82
	Pearson Correlation	,327**	-,013	1	,141	,002	,712**
Y.3	Sig. (2-tailed)	,003	,908		,207	,989	,000
	N	82	82	82	82	82	82
	Pearson Correlation	,017	,033	,141	1	-,145	,435**
Y.4	Sig. (2-tailed)	,882	,768	,207		,195	,000
	N	82	82	82	82	82	82
	Pearson Correlation	-,049	,052	,002	-,145	1	,234*
Y.5	Sig. (2-tailed)	,663	,640	,989	,195		,034
	N	82	82	82	82	82	82
	Pearson Correlation	,597**	,455**	,712**	,435**	,234*	1
Total. Y	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,034	
	N	82	82	82	82	82	82

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

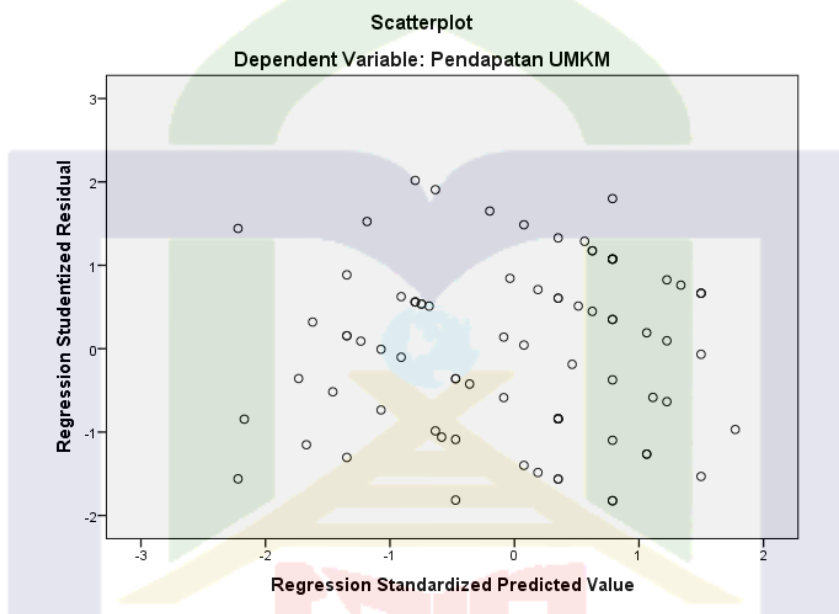
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Cronbach 's Alpha

Reliability Statistics

Cronbach 's Alpha	N of Items
,643	15

Uji Heteroskedastisitas



Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	7,414	2,201		3,369	,001
1	MODAL USAHA	,354	,107	,345	3,311	,001
	MEDIA SOSIAL	,222	,087	,265	2,542	,013

Coefficients^a

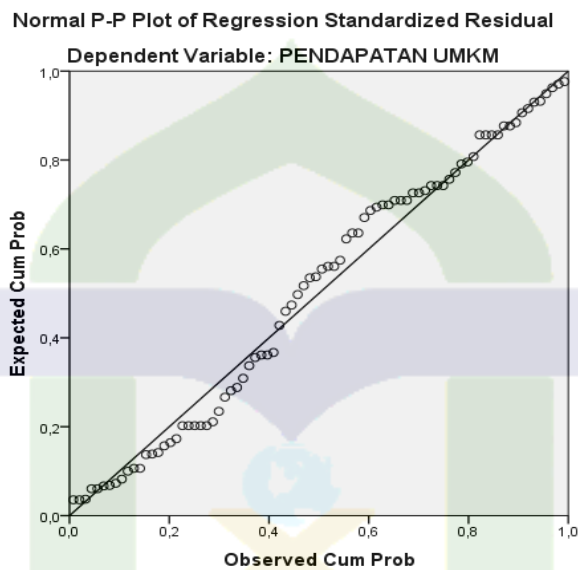
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF

	(Constant)		
1	MODAL USAHA	,864	1,157
	MEDIA SOSIAL	,864	1,157

a. Dependent Variable: PENDAPATAN UMKM

b.

Uji Normalitas



One Sample Statistics Variabel X1

One-Sample Test

	Test Value = 75					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Modal Usaha	-320,329	81	,000	-55,159	-55,50	-54,82

One Sample Statistics Variabel X2

One-Sample Test

	Test Value = 75					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Media Sosial	-261,557	81	,000	-55,024	-55,44	-54,61

One Sample Statistics Variabel Y

One-Sample Test

	Test Value = 70					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Pendapatan UMKM	-289,736	81	,000	-51,122	-51,47	-50,77

Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,414	2,201		3,369	,001
	MODAL USAHA	,354	,107	,345	3,311	,001

MEDIA	,222	,087	,2 65	2,542	,013
SOSIAL					

a. Dependent Variable: PENDAPATAN UMKM

Uji f (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	53,160	2	26,580	13,669	,000 ^b
	Residual	153,621	79	1,945		
	Total	206,780	81			

a. Dependent Variable: PENDAPATAN UMKM

b. Predictors: (Constant), MEDIA SOSIAL, MODAL USAHA

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,507 ^a	,257	,238	1,39448

a. Predictors: (Constant), MEDIA SOSIAL, MODAL USAHA

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,414	2,201		3,369	,001

MODAL USAHA	,354	,107	,345	3,311	,001
MEDIA SOSIAL	,222	,087	,265	2,542	,013

Korelasi Secara Simultan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,507 ^a	,257	,238	1,39448	,257	13,669	2	79	,000

c. Predictors: (Constant), Media Sosial, Modal Usaha

d. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Distribusi Nilai t_{tabel}

d.f	t _{0.10}	t _{0.05}	t _{0.025}	t _{0.01}	t _{0.005}
1	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169
61	1.296	1.671	2.000	2.390	2.659
62	1.296	1.671	1.999	2.389	2.659
63	1.296	1.670	1.999	2.389	2.658
64	1.296	1.670	1.999	2.388	2.657
65	1.296	1.670	1.998	2.388	2.657
66	1.295	1.670	1.998	2.387	2.656
67	1.295	1.670	1.998	2.387	2.655
68	1.295	1.670	1.997	2.386	2.655
69	1.295	1.669	1.997	2.386	2.654
70	1.295	1.669	1.997	2.385	2.653

11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	71	1.295	1.669	1.996	2.385	2.653
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	72	1.295	1.669	1.996	2.384	2.652
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	73	1.295	1.669	1.996	2.384	2.651
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	74	1.295	1.668	1.995	2.383	2.651
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	75	1.295	1.668	1.995	2.383	2.650
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	76	1.294	1.668	1.995	2.382	2.649
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	77	1.294	1.668	1.994	2.382	2.649
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	78	1.294	1.668	1.994	2.381	2.648
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	79	1.294	1.668	1.994	2.381	2.647
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	80	1.294	1.667	1.993	2.380	2.647
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	81	1.294	1.667	1.993	2.380	2.646
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	82	1.294	1.667	1.993	2.379	2.645
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807	83	1.294	1.667	1.992	2.379	2.645
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	84	1.294	1.667	1.992	2.378	2.644
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	85	1.294	1.666	1.992	2.378	2.643
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	86	1.293	1.666	1.991	2.377	2.643
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	87	1.293	1.666	1.991	2.377	2.642
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763	88	1.293	1.666	1.991	2.376	2.641
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	89	1.293	1.666	1.990	2.376	2.641
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750	90	1.293	1.666	1.990	2.375	2.640
31	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744	91	1.293	1.665	1.990	2.374	2.639
32	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738	92	1.293	1.665	1.989	2.374	2.639
33	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733	93	1.293	1.665	1.989	2.373	2.638
34	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728	94	1.293	1.665	1.989	2.373	2.637
35	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724	95	1.293	1.665	1.988	2.372	2.637
36	1.306	1.688	2.028	2.434	2.719	96	1.292	1.664	1.988	2.372	2.636

37	1.305	1.687	2.026	2.431	2.715	97	1.292	1.664	1.988	2.371	2.635
38	1.304	1.686	2.024	2.429	2.712	98	1.292	1.664	1.987	2.371	2.635
39	1.304	1.685	2.023	2.426	2.708	99	1.292	1.664	1.987	2.370	2.634
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	100	1.292	1.664	1.987	2.370	2.633
41	1.303	1.683	2.020	2.421	2.701	101	1.292	1.663	1.986	2.369	2.633
42	1.302	1.682	2.018	2.418	2.698	102	1.292	1.663	1.986	2.369	2.632
43	1.302	1.681	2.017	2.416	2.695	103	1.292	1.663	1.986	2.368	2.631
44	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692	104	1.292	1.663	1.985	2.368	2.631
45	1.301	1.679	2.014	2.412	2.690	105	1.292	1.663	1.985	2.367	2.630
46	1.300	1.679	2.013	2.410	2.687	106	1.291	1.663	1.985	2.367	2.629
47	1.300	1.678	2.012	2.408	2.685	107	1.291	1.662	1.984	2.366	2.629
48	1.299	1.677	2.011	2.407	2.682	108	1.291	1.662	1.984	2.366	2.628
49	1.299	1.677	2.010	2.405	2.680	109	1.291	1.662	1.984	2.365	2.627
50	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678	110	1.291	1.662	1.983	2.365	2.627
51	1.298	1.675	2.008	2.402	2.676	111	1.291	1.662	1.983	2.364	2.626
52	1.298	1.675	2.007	2.400	2.674	112	1.291	1.661	1.983	2.364	2.625
53	1.298	1.674	2.006	2.399	2.672	113	1.291	1.661	1.982	2.363	2.625
54	1.297	1.674	2.005	2.397	2.670	114	1.291	1.661	1.982	2.363	2.624
55	1.297	1.673	2.004	2.396	2.668	115	1.291	1.661	1.982	2.362	2.623
56	1.297	1.673	2.003	2.395	2.667	116	1.290	1.661	1.981	2.362	2.623
57	1.297	1.672	2.002	2.394	2.665	117	1.290	1.661	1.981	2.361	2.622
58	1.296	1.672	2.002	2.392	2.663	118	1.290	1.660	1.981	2.361	2.621
59	1.296	1.671	2.001	2.391	2.662	119	1.290	1.660	1.980	2.360	2.621
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	120	1.290	1.660	1.980	2.360	2.620

Dari "Table of Percentage Points of the t-Distribution." Biometrika, Vol. 32. (1941), p. 300. Reproduced by permission of the Biometrika Trustees.

DISTRIBUSI NILAI R TABEL PADASIGNIFIKANSI 5% DAN 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Tabel Uji F

$\alpha = 0,05$	$df1=(k-1)$							
	$df2=(n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7
1	161,448	199,500	215,707	224,583	230,162	233,986	236,768	238,883
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,330	19,353	19,371
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941	8,887	8,845
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163	6,094	6,041
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950	4,876	4,818
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284	4,207	4,147
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866	3,787	3,726
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	3,581	3,500	3,438
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374	3,293	3,230
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217	3,135	3,072
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095	3,012	2,948
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996	2,913	2,849
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915	2,832	2,767
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848	2,764	2,699
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790	2,707	2,641
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741	2,657	2,591
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699	2,614	2,548
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661	2,577	2,510
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628	2,544	2,477
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599	2,514	2,447
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573	2,488	2,420
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549	2,464	2,397
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528	2,442	2,375
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508	2,423	2,355
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490	2,405	2,337
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474	2,388	2,321
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459	2,373	2,305
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445	2,359	2,291
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432	2,346	2,278

Dokumentasi



BIOGRAFI PENULIS



Hestri Syukramadani, merupakan salah satu mahasiswi di IAIN Parepare Program Studi Manajemen Keuangan Syariah yang lahir pada 19 Desember 2000 di Kabupaten Pinrang. Anak kedua dari tiga bersaudara. Anak dari pasangan Bapak Hasan dan Ibu Hasnaini. Penulis mulai masuk pendidikan formal pada Sekolah Dasar Negeri (SDN) 127 Patampanua pada tahun 2006-2012 selama 6 tahun, kemudian masuk di Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Patampanua pada tahun 2012-2015 selama 3 tahun dan melanjutkan lagi ke Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 1 Pinrang pada tahun 2015-2018 selama 3 tahun. Pada tahun 2018 penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan memilih fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Manajemen Keuangan Syariah.

Penulis melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Kelurahan Talabangi Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang Sulawesi Selatan dan melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Kantor Walikota Parepare. Kemudian penulis menyelesaikan studi di IAIN Parepare pada tahun 2022 dengan judul skripsi : **Pengaruh Modal Usaha dan Media Sosial Terhadap Pendapatan UMKM.**