

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN PEDAGANG BIDANG *FASHION* DI KOTA DENPASAR

Gusti Ayu Putu Dewi Vidya Ningrum<sup>1</sup>  
Anak Agung Ketut Ayuningsasi<sup>2</sup>  
I Wayan Wenagama<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia  
<sup>1</sup>email: dewividya98@gmail.com

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan dan parsial variabel modal, tenaga kerja, penggunaan media sosial, dan lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar. Penelitian ini juga untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan di antara modal, tenaga kerja, penggunaan media sosial, dan lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar. Penelitian ini menggunakan metode penentuan sampel *accidental sampling* dengan sampel sebanyak 96 orang pemilik usaha perdagangan bidang *fashion*. Teknik analisis data yang digunakan yakni analisis regresi linier berganda. Hasil pengolahan data dan pengujian secara simultan menunjukkan bahwa modal, tenaga kerja, penggunaan media sosial, dan lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar. Hasil pengolahan data juga menunjukkan modal dan tenaga kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar. Pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar yang menggunakan media sosial memperoleh pendapatan lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak menggunakan media sosial dan juga pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar yang lokasi usahanya dekat dengan keramaian memperoleh pendapatan lebih tinggi dibandingkan dengan yang jauh dari keramaian. Variabel modal merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi pendapatan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar.

**Kata kunci:** pendapatan, modal, tenaga kerja, penggunaan media sosial, lokasi usaha

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine and analyze the effect of simultaneous and partial variables of capital, labor, use social media, and business location on the income of fashion traders in Denpasar. This research is also to find out the variables that have dominant influence among capital, labor, use of social media, and business location on the income of fashion traders in Denpasar. This research uses accidental sampling method with sample of 96 people who own fashion traders. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of data processing and testing simultaneously show that capital, labor, use of social media, and business locations significantly influence the income of fashion traders in Denpasar. The data processing also shows that capital and labor partially have a positive and significant effect on the income of fashion traders in Denpasar. Fashion traders in Denpasar who use social media earn higher income than those who do not use social media and also fashion traders in Denpasar whose business location is close to the crowd gets higher income compared to those who are far from the crowd. Capital is the most dominant factor influencing income of fashion traders in Denpasar.*

**Keywords:** income, capital, labor, use of social media, business location

## **PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang diharapkan mampu menjadi negara yang maju. Salah satu upaya yang perlu dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan peningkatan pembangunan ekonomi nasional (Dwiky Wirawan dan Indrajaya, 2019). Pembangunan nasional merupakan suatu pembangunan yang menempatkan manusia sebagai titik sentral sehingga memiliki ciri-ciri dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat (Todaro, 2000:20). Hal tersebut memiliki makna bahwa manusia yang memegang peran penting dalam peningkatan pembangunan nasional suatu negara.

Pembangunan ekonomi merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk meningkatkan pendapatan riil perkapita dalam jangka panjang dan diikuti oleh perbaikan sistem kelembagaan (Oka Artana Yasa dan Sudarsana Arka, 2015). Pembangunan ekonomi merupakan suatu tindakan yang harus dilakukan oleh suatu negara dalam rangka peningkatan pendapatan perkapita. Oleh karena itu, sangat diperlukan peran serta masyarakat, pemerintah dan semua elemen dalam suatu negara untuk berpartisipasi dalam prosesnya.

Indonesia dalam beberapa dekade terakhir telah menjadi negara dengan ekonomi terbesar ke-10 di dunia dalam hal paritas daya beli, dan telah menikmati pertumbuhan ekonomi yang tinggi (Kurniawan dan Shunsuke, 2018). Menurut Divisi Statistik Perserikatan Bangsa-Bangsa, PDB per kapita Indonesia terus meningkat dari \$ 877 pada tahun 1990 menjadi \$ 1.973 pada tahun 2014. Didukung oleh harga komoditas yang meningkatkan ekonomi, Indonesia telah menjadi salah satu negara berpenghasilan menengah ke bawah terbesar di dunia

(Basri dkk dalam Kurniawan dan Shunsuke, 2018). Pertumbuhan ekonomi Indonesia juga sedikit meningkat pada pertengahan 2016 tetapi tetap di bawah tingkat yang dituntut oleh pemerintah dan aspirasi rakyat (Hamilton-Hart dan Günther,2016).

Pertumbuhan ekonomi erat kaitannya dengan penyerapan tenaga kerja, jika pertumbuhan ekonomi menurun maka lapangan pekerjaan juga akan berkurang dan akan mempengaruhi penyerapan tenaga kerja. Indonesia merupakan negara kepulauan yang luas dengan jumlah penduduk terbesar ke-4 di dunia, sehingga membuat Indonesia sering mengalami permasalahan kurangnya lapangan pekerjaan. Semakin bertambahnya jumlah penduduk dan tidak diimbangi dengan kesempatan kerja dan lapangan pekerjaan membuat jumlah pengangguran meningkat. Oleh sebab itu, pemerintah memberi perhatian khusus kepada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebagai salah satu upaya untuk mengurangi jumlah pengangguran. Menurut Kuncoro dalam Tri Putri (2015), usaha kecil dan usaha rumah tangga di Indonesia telah memainkan peran penting dalam meningkatkan jumlah unit usaha, menyerap tenaga kerja, serta mendukung pendapatan rumah tangga. Peningkatan pembangunan ekonomi tidak hanya bersumber dari sektor formal melainkan juga melalui sektor informal seperti UMKM (Subridalam Sedana Putra dan Sudibia, 2018).

Sektor informal memegang peran sangat penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia ditinjau dari pendapatan masyarakat secara langsung maupun secara tidak langsung melalui pendapatan nasional (Sedana Putra dan Sudibia,2018). Pengembangan dan pertumbuhan UMKM di banyak bagian

dunia merupakan salah satu kekuatan pendorong pertumbuhan ekonomi (Imran Musa dan Muhammad, 2018). Menurut Meutia dan Ismail (2012), peran UMKM dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi sangat penting, dan hal tersebut terjadi tidak hanya di negara-negara berkembang saja, tetapi juga di negara maju. UMKM sangat penting di negara maju tidak hanya karena kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar seperti halnya di negara berkembang, tetapi kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar (Tambunan, 2012:1). UMKM dianggap sebagai industri yang luar biasa karena dapat menyerap lebih banyak tenaga kerja dibandingkan dengan industri lain yang lebih besar.

UMKM adalah salah satu usaha yang berkembang pesat dan merupakan prioritas dalam usaha pengembangan ekonomi nasional di Indonesia. UMKM memiliki beberapa keunggulan diantaranya dapat mengatasi pengangguran yakni mampu menyerap tenaga kerja, menciptakan kesempatan kerja baru, membuka lapangan kerja baru, dan juga sebagai solusi usaha untuk masyarakat kecil, mampu meningkatkan produk domestik bruto (PDB), serta mampu bertahan pada saat krisis ekonomi. UMKM mampu bertahan pada saat krisis dapat dilihat pada saat krisis ekonomi tahun 1997. Pada saat krisis ekonomi tahun 1997 justru sektor UMKM yang kuat bertahan bahkan mampu berkontribusi dalam usaha pemulihan keadaan pasca krisis ekonomi (Tambunan, 2012:3).

Menurut Rosenfeld dalam Tri Utari dan Martini Dewi (2014), pembangunan usaha kecil merupakan penggerak pembangunan nasional.

Pembangunan UMKM memiliki peranan dalam pembangunan nasional hal tersebut membuat pengembangan UMKM diupayakan agar dapat menjangkau dan merata sampai di daerah pedesaan. Kontribusi UMKM yang signifikan bagi perekonomian, menjadikannya sebagai pilar yang kuat dari sisi pendapatan dan penyerapan tenaga kerja (Subramanian, 2012). UMKM berperan aktif meningkatkan pendapatan, lapangan kerja, melakukan pelatihan wirausaha dan meningkatkan persaingan pasar (Papalangi, 2013).

Provinsi Bali merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang dikenal dengan pariwisata dan budaya unik yang dimiliki (Windu Wiyasa dan Urmila Dewi,2017). Keanekaragaman seni, adat, dan budaya yang tetap berkembang dan lestari hingga saat ini, menjadikan Bali sebagai pulau yang selalu ingin dikunjungi (Ariessi dan Suyana Utama,2017).Bali merupakan salah satu provinsi yang memiliki potensi dalam menyumbang pertumbuhan ekonomi Indonesia dari 33 provinsi yang ada. UMKM di Bali sangat dikenal oleh wisatawan lokal maupun mancanegara karena masyarakat Bali pada umumnya sangat kreatif dan inovatif. Pembangunan industri kecil maupun usaha kecil di Bali mempunyai potensi untuk dikembangkan mengingat pada dasarnya masyarakat Bali memiliki kreativitas yang tinggi serta sumber daya alam lokal yang cukup memberikan kontribusi pada peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat serta dapat mendukung program pembangunan daerah (Agus Budiarta dan Trunajaya, 2013).

Terdapat beberapa jenis sektor UMKM yakni UMKM sektor pertanian, sektor non pertanian, sektor perdagangan, dan sektor aneka usaha. Sektor perdagangan merupakan salah satu jenis sektor UMKM yang diminati oleh

penduduk Provinsi Bali. Dalam Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Provinsi Bali, kontribusi sektor perdagangan mengalami peningkatan tiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat dalam Tabel 1 yang menunjukkan kontribusi sektor perdagangan besar dan eceran pada PDRB Provinsi Bali tahun 2015-2018.

**Tabel 1.**  
**Kontribusi Sektor Perdagangan Besar dan Eceran pada Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Provinsi Bali Tahun 2015-2018**

No	Tahun	Perdagangan Besar dan Eceran (juta rupiah)	Total PDRB (juta rupiah)	Kontribusi (%)
1	2014	8.122.893	121.787.575	6,67
2	2015	8.816.113	129.126.562	6,83
3	2016	9.428.272	137.296.445	6,87
4	2017	10.297.107	144.944.692	7,10
5	2018	11.106.939	154.150.979	7,20
	<b>Rata-Rata</b>	<b>9.554.265</b>	<b>137.461.251</b>	<b>6,93</b>

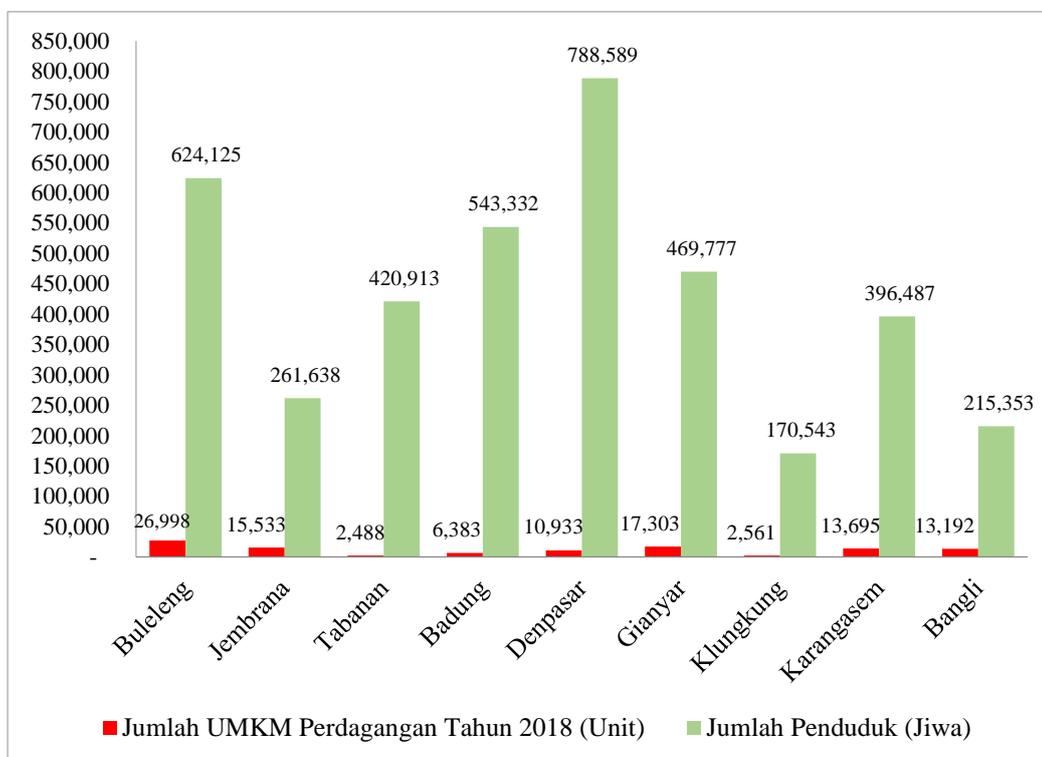
*Sumber:*Data diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa sektor perdagangan dalam PDRB disebut Perdagangan Besar dan Eceran di Provinsi Bali setiap tahunnya mengalami tren peningkatan, dimana pada tahun 2014 hingga 2018 kontribusinya terus mengalami peningkatan. Rata-rata kontribusi sektor perdagangan dari tahun 2014 hingga 2018 yakni sebesar Rp. 9.554.265,00 dengan persentase kontribusi rata-rata sebesar 6,93 persen.

Pada masing-masing kabupaten/kota di Provinsi Bali, keberadaan UMKM sektor perdagangan jumlahnya berbeda-beda antara satu dengan yang lain. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan masing-masing kabupaten/kota di Provinsi Bali memiliki sektor unggulan yang berbeda-beda. Pada Gambar 1.1 dapat dilihat jumlah UMKM sektor perdagangan menurut kabupaten/kota di Provinsi Bali pada tahun 2018. Pada Gambar 1.1 jumlah UMKM sektor perdagangan di Provinsi Bali 2018 sebanyak 109.086 unit dengan jumlah penduduk 3.890.757 jiwa. Kabupaten

dengan jumlah UMKM perdagangan terbanyak di posisi pertama yakni Kabupaten Buleleng sebanyak 26.998 unit atau 4,33 persen dari total jumlah penduduk di Kabupaten Buleleng. Kabupaten dengan jumlah UMKM perdagangan terkecil yakni Kabupaten Tabanan sebanyak 2.488 unit atau 0,59 persen dari total jumlah penduduk di Kabupaten Tabanan. Fenomena yang dapat dilihat yakni Kota Denpasar memiliki jumlah penduduk terbanyak dibandingkan dengan daerah lain di Provinsi Bali yakni sebanyak 788.589 jiwa dengan jumlah UMKM sektor perdagangan yang berada di posisi keenam bila dibandingkan dengan kabupaten lainnya di Provinsi Bali yakni sebanyak 10.933 unit atau hanya 1,39 persen dari total jumlah penduduk di Kota Denpasar.

**Gambar 1.**  
**Perbandingan Jumlah UMKM Sektor Perdagangan dengan Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Bali Tahun 2018**



Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Denpasar, 2019 dan BPS Provinsi Bali, 2019

Hal ini menarik perhatian penulis untuk melakukan pengkajian yang lebih dalam mengenai sektor UMKM khususnya yang berada di Kota Denpasar. Kota Denpasar merupakan kota dengan kepadatan penduduk terbesar di Provinsi Bali serta menjadi kota tujuan mobilitas namun jumlah UMKM perdagangan yang ada lebih sedikit dibandingkan Kabupaten Buleleng, Gianyar, Jembrana, Karangasem dan Bangli. Dapat dilihat pada Tabel 1.2 Penduduk Provinsi Bali menurut Kabupaten/Kota, Jenis Kelamin, dan Status Migrasi Seumur Hidup Hasil Sensus Penduduk 2010.

**Tabel 2.**  
**Penduduk Provinsi Bali menurut Kabupaten/Kota, Jenis Kelamin, dan Status Migrasi Seumur Hidup Hasil Sensus Penduduk 2010**

Laki-laki + Perempuan				
No	Kabupaten/Kota	Non Migran Kabupaten/Kota (Jiwa)	Migran Kabupaten/Kota (Jiwa)	Jumlah (Jiwa)
1	Jembrana	228.625	33.013	261.638
2	Tabanan	370.203	50.710	420.913
3	Badung	334.271	209.061	543.332
4	Gianyar	408.962	60.815	469.777
5	Klungkung	157.029	13.514	170.543
6	Bangli	206.989	8.364	215.353
7	Karangasem	384.325	12.162	396.487
8	Buleleng	587.808	36.317	624.125
9	Kota Denpasar	373.172	415.417	788.589
	<b>Provinsi Bali</b>	<b>3.051.384</b>	<b>839.373</b>	<b>3.890.757</b>

Sumber: BPS Provinsi Bali, 2019

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa Kota Denpasar memiliki jumlah penduduk tertinggi di Provinsi Bali jika dibandingkan dengan delapan kabupaten lainnya yakni sebanyak 788.589 jiwa menurut hasil Sensus Penduduk pada tahun 2010. Jumlah penduduk di Kota Denpasar terdiri dari 52,7 persen jumlah penduduk migran dan jumlah penduduk non-migran sebesar 47,3 persen. Jika dilihat komposisi jumlah penduduk migran lebih tinggi dibandingkan dengan jumlah penduduk non-migran. Hal tersebut menandakan kecenderungan tingginya

kepadatan penduduk di Kota Denpasar sebagai akibat tingginya arus mobilitas penduduk ke Kota Denpasar.

Kota Denpasar merupakan ibu kota dari Provinsi Bali yang memiliki 10.933 unit UMKM sektor perdagangan. UMKM sektor perdagangan di Kota Denpasar merupakan aset tersendiri yang dapat menjadi sumber pendapatan bagi pemerintah daerah dan dapat memperkuat pondasi perekonomian daerah (Marantiani dan Kembar Sri Budhi, 2017). UMKM sektor perdagangan merupakan usaha yang memiliki banyak jenis dan ragam usaha, salah satu jenis usahanya yaitu perdagangan bidang *fashion*. Usaha perdagangan di bidang *fashion* telah menjamur khususnya di Kota Denpasar karena pada umumnya masyarakat di daerah lain atau masyarakat yang tinggal di desa akan membeli kebutuhan *fashion* seperti baju, sandal, sepatu, dan lain sebagainya ke Kota Denpasar. Hal tersebut memberi peluang pada masyarakat untuk membuat usaha bidang *fashion* sehingga perdagangan bidang *fashion* merupakan salah satu usaha yang menjanjikan di Kota Denpasar.

Jenis usaha *fashion* merupakan usaha yang sangat potensial dan produk yang diperjualkan akan selalu dicari oleh banyak orang karena pakaian adalah kebutuhan sandang bagi manusia dan pada jaman sekarang manusia punya banyak keinginan untuk model pakaian yang dikenakan. Pada saat ini penggunaan pakaian tidak hanya sebagai pelindung tubuh dan penghangat tubuh tetapi juga sebagai penghias tubuh dan sebagai penunjuk status sosial. Perkembangan *fashion* telah mengalami perkembangan yang luas, hal itu tidak lepas dari pengaruh modernisasi, pengaruh dari budaya negara lain, dan juga pengaruh dari

perkembangan teknologi yang membuat akses informasi begitu cepat. Bentuk – bentuk dari jenis usaha perdagangan bidang *fashion* antara lain distro, butik, toko busana, toko pakaian adat, toko tas, toko sepatu dan sandal dan lain sebagainya. Perdagangan bidang *fashion* merupakan bagian dari UMKM dengan jenis usaha perdagangan. Pada Tabel 3 dapat dilihat jumlah UMKM bidang *fashion* menurut kecamatan di Kota Denpasar Tahun 2018.

**Tabel 3 Jumlah Usaha Perdagangan Bidang *Fashion* Menurut Kecamatan di Kota Denpasar Tahun 2018**

No	Kecamatan	Jumlah Usaha (Unit)
1	Denpasar Utara	872
2	Denpasar Barat	799
3	Denpasar Selatan	624
4	Denpasar Timur	206
<b>Total</b>		<b>2.501</b>

*Sumber:* Dinas Koperasi dan UMKM Kota Denpasar, 2019

Pada Tabel 3 disajikan jumlah usaha perdagangan bidang *fashion* di seluruh kecamatan yang ada di Kota Denpasar pada tahun 2018 yakni sebanyak 2.501 unit usaha. Kota Denpasar secara geografis terbagi dalam empat cakupan wilayah kecamatan yakni Kecamatan Denpasar Utara, Denpasar Barat, Denpasar Selatan, dan Denpasar Timur. Kecamatan dengan jumlah usaha perdagangan bidang *fashion* terbanyak yakni Kecamatan Denpasar Utara berjumlah 872 unit usaha. Kecamatan dengan jumlah usaha perdagangan bidang *fashion* terkecil yakni Kecamatan Denpasar Timur sebanyak 206 unit usaha. Hal ini menunjukkan persebaran usaha perdagangan bidang *fashion* di Kota Denpasar masih belum merata.

Menurut Dwi Maharani Putri dan Jember (2016), modal yang dikeluarkan akan mempengaruhi besar pendapatan yang akan diterima. Semakin besar modal

yang dikeluarkan untuk usaha maka akan memperbesar pendapatan yang diterima, dan semakin kecil modal yang dikeluarkan maka akan kecil pula pendapatan yang diterima. Penelitian yang dilakukan oleh Adi Mahayasa dan Yuliarmi (2017) menyatakan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha kerajinan ukiran kayu di Kecamatan Tembuku Kabupaten Bangli, demikian juga penelitian menurut Marantiani dan Kembar Sri Budhi (2017) menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh positif dan signifikan secara simultan dan parsial terhadap pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar.

Tenaga kerja adalah faktor yang sangat penting dalam suatu usaha. Tenaga kerja merupakan salah satu faktor produksi yang tidak kalah pentingnya dengan modal. Menurut Dwiky Wirawan dan Indrajaya (2018), tenaga kerja bukan hanya dilihat dari kuantitas dan kualitas, namun tenaga kerja juga memperhatikan jam kerja atau berapa lama tenaga kerja tersebut memberikan kontribusi terhadap perusahaan dalam periode waktu tertentu. Teori Cobb – Douglas menyatakan tenaga kerja mempengaruhi hasil produksi, dengan bertambahnya jumlah tenaga kerja atau jam kerja maka akan semakin banyak *output* yang dihasilkan. Penelitian yang dilakukan oleh Tri Wiguna dan Widanta (2016) menyatakan bahwa tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan. Semakin besar curahan kerja atau jam kerja yang dilakukan oleh tenaga kerja, maka pendapatan yang diterima semakin besar.

Selain modal dan tenaga kerja terdapat faktor produksi yang dapat digunakan untuk mempercepat produktivitas suatu usaha yakni teknologi. Teknologi berarti suatu perubahan dalam fungsi produksi yang tampak dari teknik

produksi yang ada (Irawan dan Suparmoko, 2008:196). Pada saat ini perkembangan teknologi telah menjadi lebih kompleks, sehingga UMKM menghadapi banyak tantangan serta menghadapi resiko yang lebih tinggi (Barnir dan Smith, 2002; Gomes-Casseres, 1997) dalam Devi R. Gnyawali dan Byung-jin (2009). Salah satu contoh pemanfaatan teknologi yakni penggunaan internet. Perkembangan internet di era globalisasi sangat cepat dan tanpa batas. Semua jenis usaha harus dapat berlomba-lomba untuk bersaing antara satu dengan lainnya, sehingga penggunaan internet pada UMKM menjadi hal yang sangat penting agar dapat ikut bersaing dipasar manapun (Kurniawan dan Suyana Utama, 2018). Minimnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi serta penggunaan internet juga merupakan permasalahan yang sering dialami, sehingga hal ini berdampak pada tidak berkembangnya strategi pemasaran.

Pemasaran menjadi hal yang penting dalam pengembangan usaha. Pelaku usaha tidak dapat hanya berdiam diri untuk menunggu pelanggan yang datang. Pelaku usaha harus berusaha untuk mempromosikan produknya melalui media pengiklanandan media sosial yang telah berkembang begitu pesat pada saat ini. Media sosial merupakan sebuah media bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan pelanggan secara massal, atau dapat dikatakan sebagai suatu mekanisme untuk interaksi pribadi atau individu (Andzulis et al., 2012). Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk memperluas jangkauan dalam pemasaran produk *fashion* bagi pelaku usaha.

Media sosial dapat dibagi dalam dua kelompok sesuai dengan sifat dasar koneksi dan interaksi yakni *profile-based* dan *content-based* (Zhu dan Chen, 2015).

Pelaku usaha perdagangan bidang *fashion* dapat memanfaatkan berbagai jenis media sosial yang ada pada saat ini seperti *whatsapp*, *facebook*, *twitter*, dan *line* yang termasuk dalam *profile-based* yaitu media sosial berdasarkan profil yang fokus kepada anggota individu. Media sosial tipe ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha *fashion* untuk sarana berkomunikasi dengan konsumen mengenai pemesanan produk. Pelaku usaha perdagangan bidang *fashion* juga dapat memanfaatkan media sosial *content-based* seperti *instagram* dan *youtube* untuk media pemasaran, pengiklanan, dan juga *endorsement*.

Menurut penelitian Kurniawan dan Suyana Utama (2018) menyatakan teknologi informasi (*whatsapp*, *bbm*, dan *instagram*) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UKM perak di Desa Celuk Kabupaten Gianyar, begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Marantiani dan Kembar Sri Budhi (2017) menyatakan penggunaan *e-commerce* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar, serta menyarankan para pelaku UKM sebaiknya memanfaatkan perkembangan teknologi berupa *e-commerce* dan juga media sosial dalam menjalankan usaha karena dalam UKM penjualan adalah nomor satu. Penggunaan media sosial mampu memperluas jangkauan pasar sehingga dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan pelaku UKM juga akan meningkat.

Selain penggunaan teknologi seperti media sosial pemilihan lokasi usaha juga dapat dijadikan salah satu strategi pemasaran dalam usaha. Usaha yang lokasinya strategis akan memberikan manfaat lebih kepada pemilik usaha, hal tersebut akan mempermudah dalam hal penjualan produk dan pemasaran produk.

Lokasi usaha merupakan tempat perusahaan melakukan kegiatan fisik (Sudarmono dalam Yuliati dan Utomo, 2012). Lokasi dari suatu usaha harus mudah dijangkau, dapat dilihat dengan jelas, serta tempat keluar dan masuknya jelas. Menurut Yuliati dan Utomo (2012), pemilihan lokasi usaha didukung pula oleh faktor-faktor seperti kedekatan dengan konsumen, kedekatan infrastruktur dan biaya dari suatu lokasi. Lokasi yang berdekatan dengan pesaing usaha, dapat membuat perusahaan melakukan strategi kompetisi total dalam kepemimpinan harga atau jasa lainnya. Seorang pengusaha harus mengetahui jumlah usaha lain yang ada dan mengenali situasi persaingan di daerah tersebut (Alcacer, 2004).

Menurut Harding dalam (Eko Nur Fu'ad, 2015), beberapa faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha antara lain lingkungan masyarakat, ketersediaan sumber alam, tenaga kerja, kedekatan dengan pasar, ketersediaan transportasi, pembangkit listrik serta ketersediaan tanah untuk perluasan usaha. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Paramita dan Sujana Budhiasa (2014), variabel lokasi usaha berpengaruh signifikan dan mempunyai hubungan yang positif terhadap tingkat pendapatan dimana semakin strategis lokasi usaha maka pendapatan akan semakin meningkat.

Teori Cobb-Douglas menyatakan bahwa modal mempengaruhi hasil produksi. Hal ini menunjukkan semakin tinggi modal akan dapat meningkatkan hasil produksi atau *output*. Demikian pula dengan tenaga kerja juga dapat mempengaruhi hasil produksi, dengan bertambahnya jumlah tenaga kerja atau jam kerja maka akan semakin banyak *output* yang dihasilkan (Danendra Putra dan Sudirman, 2015). Selain modal dan tenaga kerja terdapat faktor produksi yang

dapat digunakan untuk mempercepat produktivitas suatu usaha yakni teknologi. Teknologi berarti suatu perubahan dalam fungsi produksi yang tampak dari teknik produksi yang ada (Irawan dan Suparmoko, 2008:196).

Modal merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan. Modal dapat berupa uang, barang ataupun jasa. Modal merupakan salah satu faktor produksi dan menentukan produktivitas suatu usaha yang berdampak terhadap pendapatan (Revalthy dan Santhi, 2016). Menurut Frydenberg (2011), modal adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi untuk menambah *output*. Modal yang dikeluarkan akan mempengaruhi besar pendapatan yang akan diterima (Dwi Maharani Putri dan Jember, 2016). Peningkatan pendapatan mempunyai pengaruh besar untuk kelangsungan perusahaan, karena pendapatan digunakan dalam kegiatan perusahaan (Olaitan, 2006).

Tenaga kerja adalah faktor yang sangat penting dalam suatu usaha. Tenaga kerja merupakan salah satu faktor produksi yang tidak kalah pentingnya dengan modal. Untuk memenuhi permintaan konsumen pengusaha membutuhkan tenaga kerja untuk membantu dalam proses kegiatan produksi (Danendra Putra dan Sudirman, 2015). Efisiensi dari produksi akan terlihat dari kuantitas, kualitas, dan juga jam kerja pada masing-masing perusahaan (Mubeen, 2014). Penelitian yang dilakukan oleh Tri Wiguna dan Widanta (2016) menyatakan bahwa tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan. Semakin besar curahan kerja atau jam kerja yang dilakukan oleh tenaga kerja itu sendiri, maka pendapatan yang diterima semakin besar. Penelitian Wijaya Kresna (2016)

menyatakan tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sehingga apabila jumlah tenaga kerja meningkat, maka jumlah pendapatan juga akan meningkat.

Penelitian Lina Susilowati (2016) juga menyatakan bahwa tenaga kerja memberikan pengaruh pada produksi dan pendapatan. Tenaga kerja mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap produksi yang dimana semakin banyak tenaga kerja semakin tinggi jumlah produksi yang dihasilkan dan akan mempengaruhi jumlah pendapatan (Angga, 2014). Sejalan dengan penelitian Danendra Putra dan Sudirman (2015) yang menyatakan secara parsial variabel tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pada usaha warung makan di Kecamatan Abiansemal.

Penggunaan media sosial pada usaha UMKM seperti perdagangan bidang *fashion* merupakan hal yang sangat penting karena melalui penggunaan media sosial UMKM dapat berkembang dan juga media sosial dapat menjadi jembatan komunikasi antar pedagang dengan *supplier* maupun antar pedagang dengan konsumen. Pemanfaatan teknologi seperti media sosial dapat meningkatkan penjualan jika strategi pemasaran dilakukan dengan tepat, sehingga pangsa pemasaran produk akan berkembang (Schultz et al., 2012). Penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan dan Suyana Utama (2018) menunjukkan bahwa teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan dan parsial terhadap pendapatan UKM perak di Desa Celuk Kabupaten Gianyar.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Marantiani dan Kembar Sri Budhi (2017) penggunaan teknologi berupa *e-commerce* berpengaruh positif dan

signifikan secara simultan dan parsial terhadap pendapatan pelaku UKM di Kota Denpasar. Penelitian yang dilakukan oleh Raj Agnihotri et al. (2015) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dalam menjalankan usaha terbukti berdampak terhadap perilaku berkomunikasi dan pemberian informasi, yang meningkatkan daya tanggap tenaga penjual dan kepuasan pelanggan, dimana daya tanggap penjual memiliki hubungan positif dengan kepuasan pelanggan.

Secara umum lokasi usaha adalah suatu tempat dimana usaha atau perusahaan melakukan kegiatan fisik. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Paramita dan Sujana Budhiasa (2014), variabel lokasi usaha berpengaruh signifikan dan mempunyai hubungan yang positif terhadap tingkat pendapatan pedagang perempuan di Pasar Seni Sukawati, ini berarti semakin strategis lokasi usaha maka pendapatan akan semakin meningkat. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliati dan Utomo (2012), variabel kedekatan infrastruktur, kedekatan konsumen, dan biaya lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan pedagang di areal rute jalan jalur lintas selatan Kota Salatiga.

Penelitian yang dilakukan oleh Sundari (2017) menyatakan bahwa lokasi usaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan ikatan pedagang Bandar Lampung. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Atun (2016), variabel lokasi usaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman.

Tujuan penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan modal, tenaga kerja, penggunaan media sosial, dan lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar. 2)

Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial modal, tenaga kerja, penggunaan media sosial, dan lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar. 3) Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan di antara modal, tenaga kerja, penggunaan media sosial, dan lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar.

### **METODE PENELITIAN**

Lokasi penelitian dilakukan di Kota Denpasar. Dipilihnya Kota Denpasar karena merupakan ibu kota Provinsi Bali dimana dengan terpusatnya pemerintahan menyebabkan perekonomian terpusat di Kota Denpasar dan juga menjadi daerah tujuan untuk membeli barang *fashion*. Pada umumnya masyarakat di daerah lain atau masyarakat yang tinggal di desa akan membeli kebutuhan *fashion* ke Kota Denpasar. Dalam penelitian ini yang merupakan populasi adalah pedagang bidang *fashion* yang berada di Kota Denpasar yakni sebanyak 2.501 unit. Prosedur penentuan jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin (Husein,2002:95) sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)} \dots\dots\dots(1)$$

Dimana :

- $n$  = Ukuran sampel
- $N$  = Ukuran populasi
- $e$  = Nilai kritis (batas ketelitian)

Berdasarkan rumus Slovin nilai kritis  $e$  yang digunakan sebesar 10 persen, dengan jumlah populasi ( $N$ ) sebesar 2.501 unit. Dengan demikian jumlah sampel ( $n$ ) dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

$$n = \frac{2.501}{1 + (2.501)(0,1)^2}$$

$$n = 96,16$$

$$n = 96$$

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa jumlah sampel yang diambil sebanyak 96,16 sampel dibulatkan menjadi 96 sampel. Pengambilan jumlah sampel penelitian di Kota Denpasar ditentukan dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis regresi linier berganda dan diolah dengan bantuan program SPSS. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut.

$$\text{Ln}\hat{Y} = a + b_1 \text{Ln}X_1 + b_2 \text{Ln}X_2 + b_3 D_1 + b_4 D_2 + \varepsilon_i \quad \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

- $\hat{Y}$  : Pendapatan (Variabel Terikat)
- $a$  : Konstanta
- $b_1, b_2, b_3, b_4$  : Koefisien Regresi Untuk Masing-masing Variabel
- $X_1$  : Modal
- $X_2$  : Tenaga Kerja
- $D_1$  : *Dummy* Penggunaan Media Sosial  
1 = apabila menggunakan media sosial  
0 = apabila tidak menggunakan media sosial
- $D_2$  : *Dummy* Lokasi Usaha  
1 = lokasi yang dekat dengan keramaian  
0 = lokasi yang jauh dari keramaian
- $\varepsilon_i$  : Tingkat kesalahan (gangguan) stokastik

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{Ln}\hat{Y} &= a + b_1 \text{Ln}X_1 + b_2 \text{Ln}X_2 + b_3 D_1 + b_4 D_2 + \varepsilon_i \\ \text{Ln}\hat{Y} &= 8,218 + 0,499\text{Ln}X_1 + 0,148\text{Ln}X_2 + 0,224D_1 + 0,583 D_2 + \varepsilon_i \\ S_b &= \quad \quad (0,058) \quad (0,071) \quad (0,091) \quad (0,101) \\ t &= \quad \quad (8,531) \quad (2,078) \quad (2,472) \quad (5,786) \\ \text{Sig} &= \quad \quad (0,000) \quad (0,041) \quad (0,015) \quad (0,000) \\ R^2 &= 0,768 \quad \text{df} = 91 \quad F = 75,451 \quad \text{Sig} = 0,000 \end{aligned}$$

Berdasarkan persamaan regresi dapat diketahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas yakni modal ( $X_1$ ), tenaga kerja ( $X_2$ ), penggunaan media sosial ( $D_1$ ), dan lokasi usaha ( $D_2$ ) terhadap pendapatan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar ( $Y$ ). Pada pelaporan hasil analisis regresi linier berganda tersebut dapat dilihat nilai Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,768. Nilai tersebut mempunyai arti bahwa 76,8 persen variasi dari pendapatan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar dipengaruhi oleh variasi modal, tenaga kerja, penggunaan media sosial, dan lokasi usaha, sedangkan sisanya yakni 23,2 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model.

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 75,451. Nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $75,451 > F_{tabel}$  sebesar 2,47 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang menandakan bahwa modal, tenaga kerja, penggunaan media sosial, dan lokasi usaha secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar.

Hasil analisis menunjukkan bahwa modal ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar ( $Y$ ) dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$   $8,531 > t_{tabel}$  1,662 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal tersebut memiliki makna bahwa semakin tinggi modal, maka semakin tinggi pendapatan yang diperoleh. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Tri Utari dan Martini Dewi (2014), Marantiani dan Kembar Sri

Budhi (2017), dan Dwiky Wirawan dan Indrajaya (2019) yang menyatakan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan secara simultan dan parsial terhadap pendapatan UMKM.

Hasil analisis menunjukkan bahwa tenaga kerja ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar (Y) dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  2,078 >  $t_{tabel}$  1,662 dan nilai signifikansi 0,041 < 0,05. Hal tersebut memiliki makna bahwa bila tenaga kerja meningkat maka pendapatan yang diperoleh juga akan meningkat. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Adi Mahayasa dan Yuliarmi (2017), Widya Nayaka dan Kartika (2018), Tri Wiguna dan Widanta (2016), Wijaya Kresna (2016) yang menyatakan bahwa tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar yang menggunakan media sosial memperoleh pendapatan lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak menggunakan media sosial dimana dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  2,472 >  $t_{tabel}$  1,662 dan nilai signifikansi 0,015 < 0,05. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan dan Suyana Utama (2018) dan Marantiani dan Kembar Sri Budhi (2017) yang menunjukkan bahwa teknologi informasi (*whatsapp*, *bbm*, dan *instagram*) dan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan dan parsial terhadap pendapatan UKM.

Hasil analisis menunjukkan bahwa pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar yang lokasi usahanya dekat dengan keramaian memperoleh pendapatan

lebih tinggi dibandingkan dengan yang jauh dari keramaian dimana dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung} 5,786 > t_{tabel} 1,662$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Paramita dan Sujana Budhiasa (2014), Sundari (2017), dan Atun (2016) yang menyatakan lokasi usaha berpengaruh signifikan dan mempunyai hubungan yang positif terhadap tingkat pendapatan.

Modal yang dikeluarkan akan mempengaruhi besar pendapatan yang akan diterima (Dwi Maharani Putri dan Jember, 2016). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Hal ini mengandung implikasi bahwa modal berhubungan dengan pendapatan, jika modal bertambah maka pendapatan yang dihasilkan akan meningkat. Modal merupakan variabel yang paling dominan yang mempengaruhi besarnya pendapatan yang dihasilkan. Modal sangat penting dalam usaha perdagangan bidang *fashion* karena modal digunakan dalam membeli bahan baku untuk memproduksi barang dagangan bagi pelaku usaha distro dan modal digunakan untuk membeli barang dagangan bagi pelaku usaha butik. Jika tidak ada modal maka proses produksi tidak dapat berjalan karena tidak tersedianya bahan baku, sehingga tidak ada barang yang bisa diperdagangkan.

Tenaga kerja mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap produksi yang dimana semakin banyak tenaga kerja semakin tinggi jumlah produksi yang dihasilkan (Angga, 2014). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Hal ini mengandung implikasi bahwa tenaga kerja berhubungan dengan pendapatan,

dimana jika tenaga kerja jumlahnya ditambah maka pendapatan yang dihasilkan juga akan bertambah. Usaha perdagangan bidang *fashion* terbagi atas usaha distro dan butik, usaha distro memiliki memerlukan tenaga kerja lebih banyak dibandingkan usaha butik dikarenakan usaha distro memproduksi barang sendiri sehingga memerlukan tenaga kerja lebih banyak, sedangkan usaha butik membeli barang dari *supplier* dan tidak memproduksi barang sendiri sehingga tenaga kerja yang diperlukan lebih sedikit.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar yang menggunakan media sosial memperoleh pendapatan lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak menggunakan media sosial. Hal ini mengandung implikasi bahwa penggunaan media sosial berhubungan dengan pendapatan, dimana jika usaha perdagangan bidang *fashion* menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran maka pendapatan yang dihasilkan akan bertambah. Namun dari pengamatan serta wawancara yang dilakukan menunjukkan masih banyak pengusaha perdagangan bidang *fashion* yang tidak menggunakan media sosial. Hal tersebut terjadi karena pemilik usaha tidak mampu menguasai teknologi digital terlebih pada pemilik usaha yang usianya 41-60 tahun.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar yang lokasi usahanya dekat dengan keramaian memperoleh pendapatan lebih tinggi dibandingkan dengan yang jauh dari keramaian. Hal ini mengandung implikasi bahwa lokasi usaha berhubungan dengan pendapatan, dimana jika lokasi usaha perdagangan bidang *fashion* dekat dengan keramaian maka pendapatan yang dihasilkan akan bertambah. Alasan dari para pelaku usaha perdagangan

bidang *fashion* dalam memilih suatu lokasi usaha sangat beragam, seperti lokasi strategis, dekat dengan pemukiman, sekolah, *traffic light*, dekat dengan rumah, dan biaya sewa lokasi yang murah.

Hasil pengolahan SPSS terdapat *standardized coefficients beta* yang dapat digunakan untuk mengetahui variabel bebas manakah yang paling dominan mempengaruhi variabel terikat (pendapatan) pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar. Hasil pengolahan data melalui SPSS menunjukkan bahwa variabel modal (0,487) memiliki nilai absolut *standardized coefficients beta* yang paling tinggi dibandingkan dengan nilai absolut *standardized coefficients beta* dari variabel tenaga kerja (0,122), variabel media sosial (0,154), variabel lokasi usaha (0,392). Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel modal merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi pendapatan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar.

## **SIMPULAN**

Variabel modal, tenaga kerja, penggunaan media sosial, dan lokasi usaha secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar. Variabel modal dan tenaga kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar. Pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar yang menggunakan media sosial memperoleh pendapatan lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak menggunakan media sosial. Pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar yang lokasi usahanya dekat dengan keramaian memperoleh pendapatan lebih tinggi dibandingkan dengan yang jauh dari keramaian. Variabel modal merupakan faktor

yang paling dominan mempengaruhi pendapatan pedagang bidang *fashion* di Kota Denpasar, hal tersebut dapat dilihat dari nilai absolut *standardized coefficients beta* yang lebih tinggi dari variabel lainnya.

Usaha perdagangan bidang *fashion* memerlukan dukungan modal dalam menjalankan usahanya, peningkatan modal bagi usaha harus mendapat perhatian dari pemerintah daerah dengan bantuan dana melalui pemberian kredit bagi usaha perdagangan bidang *fashion* di Kota Denpasar. Hal tersebut nantinya akan memunculkan pengusaha-pengusaha baru, dan usaha perdagangan bidang *fashion* akan semakin berkembang di Kota Denpasar. Sektor informal seperti perdagangan bidang *fashion* hendaknya mendapatkan perhatian dan dukungan lebih dari pemerintah karena keberadaan sektor informal dapat menyerap tenaga kerja. Pedagang bidang *fashion* diharapkan tidak hanya berjualan secara *offline* di toko tetapi juga secara *online* melalui penggunaan media sosial baik melalui *line*, *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, *website*, dan yang lainnya. Hal tersebut akan meningkatkan jumlah penjualan, dapat memperluas jangkauan pemasaran produk, sehingga nantinya usaha perdagangan bidang *fashion* di Kota Denpasar semakin dikenal. Pelaku usaha perdagangan bidang *fashion* dalam memilih lokasi usaha sebaiknya tidak sembarang menentukan pilihan, harus memperhatikan faktor-faktor dalam pemilihan lokasi usaha, sehingga pada nantinya lokasi usaha tersebut dapat memberikan keuntungan lebih bagi usaha.

## **REFERENSI**

Adi Mahayasa, Ida Bagus dan Ni Nyoman Yuliarmi. 2017. Pengaruh Modal, Teknologi, dan Tenaga Kerja terhadap Produksi dan Pendapatan Usaha Kerajinan Ukiran Kayu di Kecamatan Tembuku Kabupaten Bangli. E-

*Jurnal EP Unud*, 6 [8] : 1510-1543 ISSN:2303-01781510. Vol.6, No. 8:1510-1543.

Agus Budiarta, I Kadek dan I Gede Trunajaya.2013.Analisis Skala Ekonomis pada Industri Batu Bata di Desa Tulikup, Gianyar, Bali. *JurnalEkonomi Kuantitatif Terapan*.ISSN :2301-8968.Vol. 6 No. 1 : 55 – 61.

Alcacer, Juan. 2004. Location choices across the value chain: How activity and capability influence agglomeration and competition effects. New York : Stern School of Business New York University. *Journal Academy of Management Prceedings*. Vol.2004, No.1. 54-64.

Andzulis, James Mick,Nikolaos G. Panagopoulos and, Adam Rapp.2012.A Review of Social Media and Implications for The Sales Process.*Journal of Personal Selling & Sales Management*, vol. XXXII, no. 3 (summer 2012), pp. 305–316. ISSN 0885–3134 (print) / ISSN 1557–7813 (online).

Angga, Purnama Rosy Pradipta. 2014. Analisis Pengaruh Modal, Tenaga kerja, Lama Usaha, dan Teknologi Proses Produksi terhadap Kerajinan Kendang Jimbe di Kota Blitar. *Jurnal Ilmiah Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Eknomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang*, 21(1), 1-13.

Ariessi, Nian Elly dan Made Suyana Utama.2017.Pengaruh Modal, Tenaga Kerja dan Modal Sosialterhadap Produktivitas Petani di Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar. *Jurnal PIRAMIDA Vol. XIII No. 2 : 97 – 107*.ISSN : 1907-3275.

Aris Artaman. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati di Kabupaten Gianyar. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Denpasar.

Arsyad, Lincolin. 2010. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan STIM YKPN Yogyakarta.

AryMayuni dan Surya Dewi Rustariyuni.2015. Peranan Kredit Usaha Rakyat (KUR) terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Jembrana. *E-Jurnal EP Unud* 4[12] : 1489---1506 ISSN : 2303---0178.

Atun,Nur Isni. 2016.Pengaruh Modal, Lokasi, dan Jenis Dagangan terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman.*Skripsi*.Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Badan Pusat Statistik. 2019. *Provinsi Bali Dalam Angka 2019*.

Badan Pusat Statistik. 2019. *Data Kontribusi Sektor Perdagangan Besar dan Eceran pada Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Provinsi Bali Tahun 2015-2018*.

- Badan Pusat Statistik. 2019. *Penduduk Provinsi Bali menurut Kabupaten/Kota, Jenis Kelamin, dan Status Migrasi Seumur Hidup Hasil Sensus Penduduk 2010*.
- Danendra Putra, I Putu dan I Wayan Sudirman. 2015. Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja terhadap Pendapatan dengan Lama Usaha sebagai Variabel Moderating. *E-Jurnal EP Unud*, 4[9]: 1110-1139 ISSN: 2303-0178. Vol.4, No.9.
- Devi R. Gnyawali, dan Byung-Jin.2009. Co-opetition and Technological Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises: A Multilevel Conceptual Model.*Journal of Small Business Management* 2009 47(3), pp. 308–330.
- Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Provinsi Bali. 2019.*Jumlah UMKM Sektor Perdagangan Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Bali Tahun 2018*.
- Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kota Denpasar. 2019.*Jumlah Usaha Perdagangan Bidang Fashion Menurut Kecamatan di Kota Denpasar Tahun 2018*.
- Dwi Maharani Putridan I Made Jember.2016. Pengaruh Modal Sendiri dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Tabanan (Modal Pinjaman sebagai Variabel Intervening). *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*. 9(2) : 142-150.
- Dwiky Wirawan, Ngurah Gede dan I Gusti Bagus Indrajaya.2019. Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja terhadap Produksi dan Pendapatan pada UKM Pie Susu di Denpasar. *E-Jurnal Ep Unud*, 8 [2]: 453-485 ISSN: 2303-0178453. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Eko Nur Fu'ad. 2015 . Pengaruh Pemilihan Lokasi terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil di Komplek Shopping Centre Jepara. *Media Ekonomi dan Manajemen*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara Vol. 30. 085-1442.
- Frydenberg, Stein. 2011. Theory of Capital Structure-a Review. TrondheimBusiness School – *Norwegian University of Science and Technology(NTNU)*; *Sor Trondelag University Collage – Trondheim BusinessSchool*. 35 (1).
- Hamilton-Hart, Natasha dan Günther G. Schulze.2016. Taxing Times in Indonesia: The Challenge of Restoring Competitiveness and the Search for Fiscal Space. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*. Vol. 52, No. 3, 2016: 265–95.
- Herath, Janaranjana, Tesfa Gebremedhin and Blessing M. Maumbe. 2011. A Dynamic Shift Share Analysis of Economic Growth in West Virginia.

- Journal of Rural and Community Development*. 6(2). University of West Virginia Morgantown.
- Husein, Umar. 2002. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Cetakan Kedua. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Imran Musa, Chalid dan Muhammad Hasan.2018.The Influence of Social, Economic, and Demographic Characteristic on Working Hours of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Makassar City.*Journal of Physics: Conference Series Conf. Series 1028 (2018) 012181*.
- Iksyaniyah,Nuril dan Yoyok Soesatyو.2015.Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Kaki Lima Di Pasar Baru Krian Sidoarjo.*Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Volume 3 No 3 Tahun 2015.
- Irawan dan M. Suparmoko. 2008. *Ekonomika Pembangunan*. Yogyakarta: Liberty.
- Kurniawan, Benny dan Made Suyana Utama. 2018. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UKM Perak di Desa Celuk Kabupaten Gianyar. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*. 7 [12]: 2609-2638 ISSN: 2303-0178 2609.
- Kurniawan, Robi and Shunsuke Managi.2018.Economic Growth and Sustainable Development in Indonesia: An Assessment.*Bulletin of Indonesian Economic Studies*, Vol. 54, No. 3, 2018: 339–361.
- Lina Susilowati. 2016. Analisis Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja terhadap Produksi Industri Kecil Kerajinan Kulit di Kabupaten Magetan. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional*, 1(2): h: 1-12.
- Marantiani, Desak Nyoman dan Made Kembar Sri Budhi.2017. Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Jumlah Pelanggan dan Modal Usaha terhadap Pendapatan Pelaku UKM di Kota Denpasar.*E-Jurnal EP Unud*, 6[10]: 2013-2042 ISSN: 2303-0178.
- Meutia, dan Tubagus Ismail.2012. The Development of Entrepreneurial Social Competence And Business Network to Improve Competitive Advantage And Business Performance of Small Medium Sized Enterprises: A Case Study of Batik Industry In Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 65 ( 2012 ) 46 – 51. *International Congress on Interdisciplinary Business and Social Sciences 2012 (ICIBSoS 2012)*.
- Mubeen, Hina. 2014. Impact of Long Working Hours on Job Satisfaction of Employees Working Service Sector of Karachi. *Journal of Business Strategis*.8(1),pp:21-37.

- Oka Artana Yasa, I Komang dan Sudarsana Arka.2015.Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi dan Disparitas Pendapatan Antardaerah terhadapKesejahteraan Masyarakat Provinsi Bali. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*.Vol 8 No.1 : 63-71. ISSN : 2301-8968.
- Olaitan,M.A. 2006.Finance for Small and Medium Enterprises in Nigeria, Agricultural Credit Guarantee Scheme Fund. *Journal of International Farm Management* Vol.3 No.2 – Januari 2006 ISSN 1816-2495:66-77.
- Paramita, Ayu Nyoman dan I Gede Sujana Budhiasa. 2014. Pengaruh Akumulasi Modal, Pendidikan, Kreativitas dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Pedagang Perempuan. *E-Jurnal EP Unud*, 3 [5] :182-190 ISSN: 2303-0178. Vol. 3, No. 5.
- Papalangi, Riska S. 2013. Penerapan SPI dalam Menunjang Efektivitas Pemberian Kredit UKM pada PT BRI (Persero) Tbk Manado. *Jurnal EMBA* 1 (3) hal: 1212-1220.
- Raj Agnihotri, Rebecca Dingus, Michael Y. Hu and Michael T. Krush.2015. Social media: Influencing Customer Satisfaction in B2B Sales. *Journal Elsevier Industrial Marketing Managemen*.IMM-07259; No of Pages 9.
- Revalthy and Santhi. 2016. Impact of Capital Structure on Profitability of Manufacturing Companies in India. *International Journal of Advanced Engineering Technology*. 7(1), pp: 24-28.
- Schultz, Roberta, Charles H. Schwepker and David J. Good. 2012.An Exploratory Study of Social Media in Business-To-Business Selling: Salesperson Characteristics, Activities and Performance.*Marketing Management Journal*. Volume 22, Issue 2, 76-89.
- Sedana Putra, I Made dan I Ketut Sudibia.2018.Pengaruh Faktor Sosial, Ekonomi dan Demografi terhadap Pendapatan Usaha Sektor Informal di Desa Darmasaba. *Jurnal PIRAMIDA*Vol. XIV No. 1 : 49 – 58.ISSN : 1907-3275.
- Subramanian, G.Vairava. 2012. Implementation of Credit Rating for SMEs (Small and Medium Enterprises)-How is Beneficial to Indian SMEs?.*International Journal of Scientific and Research Publications*. 2 (4), pp: 1-7.
- Sundari. 2017. Pengaruh Lokasi Usaha dan Jam Kerja terhadap Tingka Pendapatan Pedagang dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Ikatan Pedagang Bandar Lampung). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

- Tambunan, Tulus. 2012. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia Isu-Isu Penting*. Jakarta : LP3ES.
- Tri Putri, Novi. 2015. Perbandingan Kinerja UKM Kluster dan Non Kluster di Kota Bengkulu. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*. 8 (1), h: 56-62. ISSN 2301-8968.
- Tri Wiguna, I Nyoman Gede dan A.A Bagus Putu Widanta. 2016. Pengaruh Modal Usaha dan Tenaga Kerja terhadap Pendapatan dengan Kredit sebagai Variabel Moderasi pada Pedagang di Pasar Seni Sukawati. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Todaro, Michael. 2000. *Pembangunan Ekonomi Dunia* Edisi Ketujuh jilid 1. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tri Utaridan Putu Martini Dewi. 2014. Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan dan Teknologi terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat. *E-Jurnal EP Unud*, 3 [12] : 576-585 ISSN: 2303-0178. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Widya Nayaka, Komang dan I Nengah Kartika. 2018. Pengaruh Modal, Tenaga Kerja dan Bahan Baku terhadap Pendapatan Pengusaha Industri Sanggah di Kecamatan Mengwi. *E-Jurnal EP Unud*, 7 [7]: 1415-1444 ISSN: 2303-0178. Vol. 7 No. 7 Juli 2018.
- Wijaya Kresna, Ida Bagus. 2016. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Industri Kerajinan Bambu di Kabupaten Bangli. *E-Jurnal EP Unud*, 5(4). Hal. 434-459.
- Windu Wiyasa, Ida Bagus dan Made Heny Urmila Dewi. 2017. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan melalui Curahan Jam Kerja Ibu Rumah Tangga Pengrajin Bambu di Kabupaten Bangli. *Jurnal PIRAMIDA* Vol. XIII No. 1 : 27 – 36. ISSN : 1907-3275.
- Yuliati, Tutik dan Hardi Utomo. 2012. Pengaruh Kedekatan Infrastruktur, Kedekatan Konsumen, Biaya Lokasi terhadap Pendapatan Pedagang di Areal Rute Jalan Jalur Lintas Selatan Kota Salatiga. *Among Makarti* Vol. 5 No. 10, Desember 2012.
- Zhu, Yu-Qian and, Houn-GeeChen. 2015. "Social Media and Human Need Satisfaction: Implications for Social Media Marketing". *Business Horizons, Elsevier*, vol. 58(3), pages 335-345.