



PERAN PROMOSI DALAM MEMODERASI PENGARUH BIAYA, LAMA USAHA DAN TENAGA KERJA TERHADAP PENDAPATAN PELAKU UMKM DI KOTA DENPASAR

I Komang Gede Setia Wirawan¹ Ni Luh Karmini²

Abstract

Keywords:

Cost;
Length of business;
Labor;
Promotion;
Income.

The Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) sector is one of the economic sectors that has a role in national economic development. The existence of the MSME sector will strengthen the foundation of the regional economy and become a means of promoting regional economic wealth. This study aims to analyze the effect of length of business, cost, labor and promotion on the income of MSME actors and the role of promotion in moderating the effect of length of business, costs and labor on the income of MSME actors in Denpasar City. Samples were taken as many as 100 MSME actors in Denpasar City with the stratified proportional sampling method. The data analysis technique used is Moderated Regression Analysis (MRA). The results of the analysis show that costs, length of business, labor, and promotions have a positive effect on the income of MSMEs in Denpasar City. Promotion moderates the effect of cost, length of business and labor on MSME income in Denpasar City.

Kata Kunci:

Biaya;
Lama usaha;
Tenaga kerja;
Promosi;
Pendapatan.

Abstrak

Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki peranan dalam pembangunan ekonomi nasional. Keberadaan sektor UMKM akan memperkuat pondasi perekonomian daerah dan menjadi alat promosi kekayaan ekonomi daerah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lama usaha, biaya, tenaga kerja dan promosi terhadap pendapatan pelaku UMKM dan peran promosi dalam memoderasi pengaruh lama usaha, biaya dan tenaga kerja terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar. Sampel yang diambil sebanyak 100 pelaku UMKM di Kota Denpasar dengan metode stratified proporsional sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis moderasi atau Moderated Regression Analysis (MRA). Hasil analisis menunjukkan bahwa biaya, lama usaha, tenaga kerja, dan promosi berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM di Kota Denpasar. Promosi memoderasi pengaruh biaya, lama usaha dan tenaga kerja terhadap pendapatan UMKM di Kota Denpasar.

Koresponding:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Udayana, Bali,
Indonesia
Email:
mangde477@gmail.com

PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki peranan dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena itu selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan (Wenagama, 2013). Partomo & Soejodono (2004) mengemukakan bahwa keberadaan UMKM memberikan peran penting yaitu menjadi sumber kehidupan bagi kalangan masyarakat Indonesia. Kemampuan UMKM perlu diberdayakan dan dikembangkan secara berkelanjutan dan berkesinambungan sehingga mampu memberi kontribusi lebih maksimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat (Sutaryo, 2004). Keberadaan UMKM mampu menyediakan lapangan pekerjaan dengan kapasitas cukup besar dan memberi peluang untuk pengembangan usaha dan kemampuan bersaing (Agyapong, 2010). Keberadaan sektor UMKM merupakan suatu aset yang akan memperkuat pondasi perekonomian daerah dan mampu menjadi alat promosi kekayaan ekonomi daerah (Hyman, 2012). Sebagai fondasi perekonomian suatu daerah, UMKM menjadi sumber pendapatan bagi pemerintah daerah dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang terdistribusi sangat merata (Juan, 2008). Pada masing-masing kabupaten/kota di Provinsi Bali memiliki UMKM yang jumlahnya berbeda-beda antara satu dengan yang lain. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan masing-masing kabupaten/kota di Provinsi Bali memiliki potensi dan sektor unggulan yang berbeda-beda. Pada Tabel 1. dapat dilihat jumlah UMKM menurut kabupaten/kota di Provinsi Bali pada tahun 2018.

Tabel 1.
Jumlah UMKM di Provinsi Bali Tahun 2015-2018

Kabupaten/ Kota	Jumlah UMKM (unit)			
	2015	2016	2017	2018
Jembrana	20.512	10.071	10.525	27.654
Tabanan	20.032	38.690	38.980	41.459
Badung	26.863	26.863	17.754	19.688
Gianyar	91.511	91.511	91.511	75.412
Klungkung	9.712	9.712	9.712	11.761
Buleleng	11.196	11.196	31.563	34.552
Bangli	35.263	42.924	43.948	44.068
Karangasem	38.954	28.989	38.954	39.551
Denpasar	11.905	30.761	30.769	30.840
Bali	265.948	290.717	313.716	324.985

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Denpasar, 2021

Jumlah UMKM di Provinsi Bali 2018 sebanyak 324.985 unit. Kabupaten dengan jumlah UMKM perdagangan terbanyak di posisi pertama yakni Kabupaten Gianyar sebanyak 75.412 unit. Kabupaten dengan jumlah UMKM perdagangan terkecil yakni Kabupaten Klungkung sebanyak 11.761 unit. Fenomena yang dapat dilihat yakni Kota Denpasar memiliki jumlah penduduk terbanyak dibandingkan dengan daerah lain di Provinsi Bali yakni sebanyak 788.589 jiwa (BPS Provinsi Bali, 2018) sehingga kebutuhan penduduknya banyak dan bervariasi, yang menyebabkan variasi UMKMinya juga banyak. Dilihat dari laju pertumbuhannya Kota Denpasar memiliki pertumbuhan UMKM dengan tren yang positif di setiap tahunnya. UMKM di Kota Denpasar merupakan aset bagi pemerintah daerah dalam mewujudkan stabilitas ekonomi daerah yang lebih baik melalui kontribusinya dalam penyerapan tenaga kerja, sumbangan pajak kepada pemerintah

daerah, dan berkontribusi dalam pemberian bantuan sosial lainnya. Berdasarkan data yang didapat dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Denpasar (2018), data jumlah pelaku UMKM di Kota Denpasar ditunjukkan Tabel 2.

Tabel 2.
Jumlah UMKM di Kota Denpasar Tahun 2013-2018

Tahun	Jumlah UMKM (unit)	Pertumbuhan (%)
2013	11.575	-
2014	11.877	2,5
2015	11.905	0,3
2016	30.761	61,3
2017	30.769	0,1
2018	30.840	0,3

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Denpasar, 2021

Jumlah UMKM di Kota Denpasar dari tahun 2013 sampai 2018 mengalami peningkatan, yaitu rata-rata peningkatan dari tahun 2013 ke tahun 2014 yaitu sebesar 2,5 persen dan pada tahun 2017 ke tahun 2018 yaitu sebesar 0,3 persen. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa laju pertumbuhan UMKM di Kota Denpasar cukup pesat. Ditengah perkembangan ekonomi yang ada, UMKM di Kota Denpasar yang dianggap sebagai pilar ekonomi nasional dari segi kuantitas belum diimbangi dengan peningkatan kualitas yang memadai. Masalah yang dihadapi adalah rendahnya produktivitas dan daya saing, sehingga menimbulkan kesenjangan besar antara UMKM dengan usaha berskala besar. Peningkatan produktivitas sangat dibutuhkan guna mendorong peningkatan daya saing UMKM untuk bisa berkompetensi, baik dalam kancah perekonomian domestik maupun global.

Problem krusial yang dihadapi UMKM di Kota Denpasar adalah terbatasnya akses UMKM kepada sumber daya produktif, terutama terhadap perbiayaan, teknologi, informasi dan pasar. Terbatasnya akses UMKM terhadap biaya menyebabkan sulit untuk meningkatkan kapasitas usaha dan mengembangkan produk-produk yang berdaya saing. Problem akses biaya UMKM sumber penyebabnya justru karena keterbatasan UMKM itu sendiri baik dari segi pemasaran, penguasaan teknologi dan informasi, serta buruknya manajemen usaha. Dasarnya keberadaan UMKM di Kota Denpasar memiliki dampak sosial ekonomi yang tinggi. UMKM telah mampu meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan memberi dampak bagi lingkungan sekitarnya. Keberadaannya telah memberikan tambahan lapangan pekerjaan kepada masyarakat. UMKM diyakini dapat digunakan sebagai akses dalam mengurangi pengangguran dan menjadi tumpuan sumber pendapatan masyarakat.

Setiap kegiatan atau usaha yang dilakukan pada dasarnya semuanya bertujuan untuk memperoleh hasil atau pendapatan. Pendapatan adalah salah satu indikator untuk mengukur tingkat kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat sehingga besar kecilnya pendapatan ekonomi mencerminkan kemajuan ekonomi. Perekonomian yang baik akan memberikan kesejahteraan masyarakat di daerah yang bersangkutan (Artana Yasa, 2015). Pada dunia usaha tingkat pendapatan yang diperoleh tidaklah sama, hal inilah yang sering memicu terjadinya kesenjangan pendapatan yang terjadi di masyarakat. Pendapatan yang diterima oleh masing-masing individu atau kelompok masyarakat sangat tergantung dari kepemilikan faktor produksi. Ketimpangan informasi yang dimiliki oleh pengusaha akan mempengaruhi perkembangan usahanya dan berdampak pada tingkat pendapatan yang diperoleh.

Biaya merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan. Kepemilikan biaya mempengaruhi peningkatan jumlah barang atau produk yang dihasilkan, sehingga akan

meningkatkan pendapatan. Pendapatan yang diterima oleh masing-masing individu atau kelompok masyarakat sangat tergantung dari kepemilikan faktor produksi. Semakin besar biaya yang dimiliki maka semakin besar peluang untuk memperoleh pendapatan yang lebih tinggi (Aris Artaman, 2015). Menurut Manurung (2007), dalam membangun sebuah bisnis dibutuhkan sebuah dana atau dikenal dengan biaya. Bisnis yang dibangun tidak akan berkembang tanpa di dukung dengan biaya, sehingga biaya dapat dikatakan menjadi jantungnya bisnis yang dibangun tersebut (Firdausa, 2012). Kepemilikan biaya akan mempengaruhi pendapatan yang akan diterima. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Wicaksono (2011), yang menyatakan bahwa faktor biaya memberikan pengaruh yang signifikan terhadap suatu usaha. Perusahaan mikro dan kecil yang bergerak di sektor informal sering kekurangan akses terhadap pembiayaan eksternal (Parinduri, 2016).

Lama usaha merupakan suatu penentu dari pendapatan, khususnya pada sektor informal. Lama usaha merupakan waktu yang sudah dijalani pengusaha dalam menjalankan usahanya. Lama usaha menentukan pengalaman, semakin lama usaha maka akan semakin baik kualitas usaha tersebut (Asmie, 2008). Satuan variabel lama usaha dapat di ukur dengan tahun. Semakin lama pedagang menjalani usahanya, maka semakin banyak pengalaman yang didapatkannya. Sehingga pengalaman merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan pendapatan yang diperoleh. Namun belum tentu usaha yang memiliki pengalaman lebih singkat pendapatannya lebih sedikit daripada usaha yang memiliki pengalaman lebih lama. Menurut Widodo (2005) sektor informal walaupun tidak memiliki pendapatan yang begitu besar dibandingkan dengan sektor formal namun sektor informal mampu memberikan peluang yang lebih banyak untuk memperoleh pendapatan. Pendapatan pada sektor informal terdiri dari berbagai jenis usaha yang banyak sehingga akan terdapat berbagai sumber pendapatan dari berbagai jenis usaha tersebut.

Faktor lain yang juga berpengaruh terhadap pendapatan adalah tenaga kerja. Keberadaan tenaga kerja merupakan penggerak dalam upaya mencapai tujuan tertentu yang hendak dicapai, maka dari itu setiap perusahaan berusaha mengkombinasikan penggunaan input tenaga kerja yang tepat agar dapat meningkatkan likuiditasnya melalui peningkatan produksi, dan akhirnya dapat memaksimalkan pendapatan (Kasmir, 2008). Menurut Sumarsono (2013), tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap perolehan pendapatan. Semakin banyak tenaga kerja yang bekerja maka pendapatan pengusaha juga akan meningkat. Lebih lanjut Yuniartini (2013) yang menyatakan bahwa tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Artinya ketika tenaga kerja yang digunakan meningkat maka permintaan yang dapat dipenuhi semakin besar dan pendapatan yang diterima perusahaan juga akan meningkat.

Promosi juga merupakan faktor penting yang mempengaruhi pendapatan. Menurut Sutojo (2009) promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk memberitahu pembeli tentang keberadaan produk di pasar atau kebijaksanaan pemasaran tertentu yang baru ditetapkan perusahaan misalnya pemberian bonus pembelian atau pemotongan harga. Promosi juga merupakan komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk, meyakinkan. Kegiatan pemasaran modern sekarang ini, kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan perencanaan dan pengembangan produk yang baik, penentuan harga yang menarik dan penetapan saluran distribusi yang mudah terjangkau oleh konsumen sasaran, merupakan kegiatan pemasaran yang dilaksanakan di dalam lingkungan perusahaan atau di antara perusahaan dan rekanannya di dalam pemasaran.

Promosi bukan saja meningkatkan penjualan tapi juga dapat menstabilkan produksi. Oleh karena itu produk tersebut haruslah diperkenalkan kepada konsumen. Upaya untuk memperkenalkan produk itu kepada konsumen merupakan awal dari kegiatan promosi. Upaya tersebut bukanlah merupakan pekerjaan yang mudah. Tujuan utama dari promosi yang akan dilakukan oleh perusahaan secara mendasar terdiri dari beberapa alternatif, antara lain:

menginformasikan, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan sasaran konsumen tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Penelitian yang dilakukan oleh Utami (2011) dan Yulitasari (2014) menunjukkan hasil bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Studi empiris lain dari Nugeraha (2013) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap pendapatan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berbentuk asosiatif. Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar karena adanya fenomena yakni Kota Denpasar memiliki jumlah penduduk terbanyak dibandingkan dengan daerah lain di Provinsi Bali yakni sebanyak 788.589 jiwa (BPS Provinsi Bali, 2018) sehingga kebutuhan penduduknya banyak dan bervariasi, yang menyebabkan variasi UMKMnya juga banyak. Obyek penelitian ini adalah pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar dan dilihat dari biaya, lama usaha, tenaga kerja dan promosi. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pendapatan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah nilai biaya (X_1), lama usaha (X_2), dan tenaga kerja (X_3). Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah promosi (X_4). Pendapatan (Y) merupakan selisih antara penerimaan dengan semua biaya yang dikeluarkan selama melakukan kegiatan usaha yang diukur dari tingkat penghasilan yang diperoleh usaha dalam satuan rupiah per bulan (Rp/bulan). Biaya (X_1) yang dimaksud dalam penelitian ini adalah biaya operasional, yaitu dilihat dari total biaya-biaya yang harus dikeluarkan untuk kegiatan operasional perusahaan selama satu bulan, tidak termasuk bangunan dan tanah yang diukur dengan satuan rupiah per bulan (Rp/bulan). Lama Usaha (X_2) adalah lamanya seorang pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya, yang dinyatakan dalam satuan bulan. Tenaga kerja (X_3) dalam penelitian ini diukur dengan jumlah jam kerja dalam satu bulan (jam/bulan). Promosi (X_4), merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memberitahu pembeli tentang keberadaan produk di pasar atau kebijaksanaan pemasaran tertentu yang baru ditetapkan perusahaan misalnya pemberian bonus pembelian atau pemotongan harga. Dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan variabel dummy 1 (promosi modern) dan 0 (promosi konvensional).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM di Kota Denpasar yang berjumlah 30.840 UMKM (Dinas Koperasi dan UMKM Kota Denpasar, 2019). Berdasarkan rumus Slovin, populasi sebanyak 30.840 dan batas kesalahan 10 persen, maka diperoleh sampel sebanyak 100 pelaku UMKM di Kota Denpasar. Agar populasi dapat terwakili secara merata berdasarkan wilayah, maka dengan metode *stratified proporsional sampling*, sampel diambil dari masing-masing kecamatan di Kota Denpasar. Berdasarkan penentuan sampel menurut kecamatan di Kota Denpasar yaitu diperoleh hasil bahwa jumlah sampel yang akan diteliti di Kecamatan Denpasar Utara sebanyak 21 responden, Kecamatan Denpasar Barat sebanyak 34 responden, Kecamatan Denpasar Timur sebanyak 10 Responden, dan Kecamatan Denpasar Selatan sebanyak 35 responden. Jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan penyebaran kuesioner, banyaknya jumlah UMKM, jumlah penduduk Kota Denpasar, kesempatan kerja, pertumbuhan ekonomi dan data-data lain yang terkait dalam penelitian ini. Data kualitatif dalam penelitian ini adalah data berupa penelitian sebelumnya, artikel, jurnal, dan yang lainnya terkait dengan penelitian ini. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden atas pernyataan-pernyataan dalam kuesioner yang berhubungan dengan penelitian yaitu mengenai peran promosi dalam memoderasi pengaruh biaya,

lama usaha dan tenaga kerja terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar. Data sekunder dalam penelitian ini data yang digunakan berupa data yang diambil dari Dinas Koperasi dan UMKM, BPS dan beberapa instansi lain sebagai literatur yang berkaitan dengan penelitian ini. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara terstruktur, dan wawancara mendalam. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi variabel moderating atau *Moderated Regression Analysis* (MRA).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden yang diteliti meliputi umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir, status perkawinan, jumlah tanggungan, pendapatan, dan kepemilikan jaminan sosial responden. Mayoritas responden dari penelitian ini berumur 20-30 tahun yaitu sebanyak 72 persen, hal ini menunjukkan bahwa sebagian pelaku UMKM yang menjadi responden merupakan kelompok usia produktif yang memiliki kemampuan daya nalar dan berpikir dalam kondisi prima sehingga dapat memperoleh pendapatan yang lebih besar. Data diatas menunjukkan bahwa pelaku UMKM didominasi oleh perempuan, dari 100 responden terdiri dari laki-laki sebanyak 37 orang (37 persen) dan perempuan sebanyak 63 orang (63 persen). Mayoritas responden dari penelitian ini yaitu berpendidikan SMA yaitu sebanyak 62 persen. Responden yang berstatus kawin sebanyak 31 orang (31 persen), dan yang belum kawin sebanyak 69 orang (69 persen). Mayoritas responden dari penelitian ini adalah berstatus belum kawin atau sudah berkeluarga. Responden yang tidak memiliki jumlah tanggungan sebanyak 25 orang (25 persen), jumlah tanggungan 1-3 orang sebanyak 55 orang (55 persen), dan jumlah tanggungan 4 ke atas orang sebanyak 30 orang (30 persen). Mayoritas responden dari penelitian ini adalah dengan jumlah tanggungan 1-3 orang. Hasil analisis statistik deskriptif dapat dilihat dalam Tabel 3.

Tabel 3.
Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	2000000	50000000	9880000.00	9648132.703
X2	100	5	84	29.83	22.467
X3	100	150	450	256.00	63.453
X4	100	0	1	.82	.386
Y	100	1000000	40000000	6905000.00	7382991.305
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data primer diolah, 2021

Nilai minimum dan maksimum variabel biaya (X_1) sebesar 2.000.000 dan 50.000.000. Rata-ratanya (*mean*) sebesar 9880000,00 dengan standar deviasi sebesar 9648132,703, hal ini berarti bahwa terjadi perbedaan nilai biaya yang diteliti terhadap nilai rata-ratanya sebesar 9648132,703. Nilai minimum dan maksimum variabel lama usaha (X_2) sebesar 5 dan 84. Rata-ratanya (*mean*) sebesar 29,83 dengan standar deviasi sebesar 22,467, hal ini berarti bahwa terjadi perbedaan nilai lama usaha yang diteliti terhadap nilai rata-ratanya sebesar 29,83. Nilai minimum dan maksimum variabel tenaga kerja (X_3) sebesar 150 dan 450. Rata-ratanya (*mean*) sebesar 256,00 dengan standar deviasi sebesar 63,453, hal ini berarti bahwa terjadi perbedaan nilai tenaga kerja yang diteliti terhadap nilai rata-ratanya sebesar 63,453. Nilai minimum dan maksimum variabel promosi (X_4) sebesar 0 dan 1. Rata-ratanya (*mean*) sebesar 0,82 dengan standar deviasi sebesar 0,386, hal ini berarti bahwa terjadi perbedaan nilai promosi yang diteliti terhadap nilai rata-ratanya sebesar 0,386. Nilai minimum dan maksimum variabel pendapatan (Y) sebesar 1.000.000 dan 40.000.000. Rata-ratanya (*mean*) sebesar

6905000,00 dengan standar deviasi sebesar 7382991,305, hal ini berarti bahwa terjadi perbedaan nilai pendapatan yang diteliti terhadap nilai rata-ratanya sebesar 7382991,305. Hasil analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA) ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 4.
Hasil Uji Regresi Variabel MRA
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	18.551	7.485		2.479	.015
	X1	1.739	.274	1.523	6.341	.000
	X2	.027	.011	.689	2.580	.011
	X3	1.233	.379	.930	3.253	.007
	X4	16.967	7.583	7.324	2.238	.028
	X1.X4	.763	.281	5.207	2.712	.008
	X2.X4	.024	.011	.648	2.245	.027
	X3.X4	.938	.403	2.240	2.328	.015

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer diolah, 2021

Biaya secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar yang ditunjukkan oleh nilai t hitung $6,341 > t_{\text{tabel}} 1,985$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$. Artinya semakin besar biaya yang dimiliki pelaku UMKM maka semakin tinggi pendapatan yang dihasilkan. Nilai koefisien regresi variabel biaya terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar sebesar 1,739 memiliki arti bahwa apabila biaya meningkat 1 rupiah maka pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar akan meningkat sebesar 1,739 rupiah dengan asumsi variabel lama usaha, tenaga kerja dan promosi diasumsikan konstan. Hubungan signifikan biaya terhadap pendapatan sesuai dengan pernyataan yang dijabarkan Noor (2007), yang menyatakan biaya merupakan faktor penting dalam mendapatkan formulasi input (biaya) yang paling efisien untuk menghasilkan output (barang dan jasa) tertentu. Biaya dikeluarkan untuk menghasilkan manfaat dalam bentuk pendapatan di masa kini maupun di masa datang. Semakin minimum biaya yang dikeluarkan maka semakin baik dampaknya terhadap pendapatan yang dihasilkan. Bisnis yang dibangun tidak akan berkembang tanpa di dukung dengan adanya biaya. Sehingga biaya dapat dikatakan menjadi jantungnya bisnis yang dibangun tersebut (Firdausa, 2012). Maka dari itu, adanya biaya akan mempengaruhi pendapatan yang akan diterima. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian Yanutya (2013), menyatakan bahwa secara parsial biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar biaya yang dimiliki maka akan semakin besar pendapatan yang akan diperoleh. Pengaruh signifikan biaya terhadap pendapatan menunjukkan bahwa biaya merupakan titik kunci dari setiap industri dimana biaya yang besar akan berpengaruh terhadap besarnya usaha, bahan baku dan tenaga kerja. Suatu usaha akan membutuhkan biaya secara tereus-menerus untuk mengembangkan usaha yang menjadi penghubung alat, bahan dan jasa yang digunakan dalam produksi untuk memperoleh hasil penjualan. Ketersediaan biaya dengan jumlah yang cukup dan berkesinambungan akan meningkatkan jumlah pendapatan usaha yang diperoleh oleh pelaku UMKM.

Lama usaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar yang ditunjukkan oleh nilai t hitung $2,580 > t_{\text{tabel}} 1,985$ dan nilai signifikan sebesar $0,011 < \alpha = 0,05$. Artinya semakin lama usaha beroperasi maka semakin tinggi pendapatan

yang dihasilkan. Nilai koefisien regresi variabel lama usaha terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar sebesar 0,027 memiliki arti bahwa apabila lama usaha meningkat 1 bulan maka pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar akan meningkat sebesar 0,027 rupiah dengan asumsi variabel biaya, tenaga kerja dan promosi diasumsikan konstan. Lamanya suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha, dimana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertingkah laku. Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya (kemampuan profesionalnya atau keahliannya), sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil daripada hasil penjualan. Hasil penelitian ini di dukung penelitian Wicaksono (2011), yaitu semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan makin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen.

Tenaga kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar yang ditunjukkan oleh nilai $t_{hitung} 3,253 > t_{tabel} 1,985$ dan nilai signifikan sebesar $0,007 < \alpha = 0,05$. Artinya semakin banyak tenaga kerja yang dimiliki pelaku UMKM maka semakin tinggi pendapatan yang dihasilkan. Nilai koefisien regresi variabel tenaga kerja terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar sebesar 1,233 memiliki arti bahwa apabila tenaga kerja meningkat 1 jam kerja maka pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar akan meningkat sebesar 1,233 rupiah dengan asumsi variabel biaya, lama usaha, dan promosi diasumsikan konstan. Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Sukirno (2015), yang menyatakan tenaga kerja merupakan faktor penting yang mempengaruhi pendapatan. Tenaga kerja merupakan faktor penggerak faktor input yang lain, tanpa adanya tenaga kerja maka faktor produksi lain tidak akan berarti. Dengan meningkatnya produktifitas tenaga kerja akan mendorong peningkatan produksi sehingga pendapatan pun akan ikut meningkat. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Sumarsono (2013) yang menyatakan bahwa jumlah tenaga kerja berpengaruh positif terhadap pendapatan. Artinya, semakin banyak tenaga kerja yang digunakan maka semakin besar peluang untuk memperoleh pendapatan yang lebih tinggi. Hasil penelitian ini juga di dukung oleh Yuniartini (2013) yang menyatakan bahwa tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

Pendapatan pelaku UMKM yang melakukan promosi modern lebih tinggi dibandingkan pelaku UMKM yang melakukan promosi konvensional yang ditunjukkan oleh nilai $t_{hitung} 2,238 > t_{tabel} 1,985$ dan nilai signifikan sebesar $0,028 < \alpha = 0,05$. Nilai koefisien regresi variabel promosi terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar sebesar 16,967 memiliki arti bahwa pelaku usaha yang melakukan promosi modern (menggunakan media sosial) memiliki pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan yang melakukan promosi konvensional dengan asumsi variabel biaya, lama usaha, dan tenaga kerja diasumsikan konstan. Promosi merupakan salah satu faktor dari bauran pemasaran yang sangat penting, yang dilaksanakan oleh perusahaan, dalam memasarkan produk atau jasanya. Tanpa promosi keberadaan produk kurang mendapat perhatian dari konsumen atau bahkan konsumen tidak tahu sama sekali mengenai produk tersebut. Tujuan utama dari promosi yang akan dilakukan oleh perusahaan secara mendasar terdiri dari beberapa alternatif, antara lain: menginformasikan, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan sasaran konsumen tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami (2011) dan Yulitasari (2014) menunjukkan hasil bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Studi empiris lain yang mendukung hasil penelitian ini adalah penelitian Nugeraha (2013) yang menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap pendapatan.

Analisis variabel promosi yang memoderasi pengaruh biaya terhadap pendapatan dapat diketahui bahwa nilai *standardized Beta* $X_1 * X_4$ sebesar (5,207) dengan nilai signifikansi sebesar 0,008 menunjukkan bahwa promosi memperkuat pengaruh biaya terhadap pendapatan pelaku UMKM di

Kota Denpasar. Hasil ini juga didukung dengan nilai koefisien Beta (X_1) dengan nilai koefisien 1,739 dan signifikansi 0,000 dan koefisien Beta (X_4) dengan nilai koefisien 16,967 dan tingkat signifikansi 0,028. Sehingga variabel biaya ini memperkuat pengaruh biaya terhadap pendapatan. Variabel moderating $X_1 * X_4$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,008 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi berperan dalam memoderasi pengaruh antara biaya terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar. Promosi memoderasi pengaruh biaya dapat memperkuat pengaruhnya terhadap pendapatan. Kepemilikan biaya akan mempengaruhi cara promosi suatu perusahaan. Perusahaan dengan biaya yang lebih besar maka perusahaan tersebut akan mengeluarkan biaya yang besar untuk promosinya sehingga kemudian hasil yang diperoleh bisa meningkatkan pendapatannya lebih tinggi, maka promosi memoderasi pengaruh biaya terhadap pendapatan.

Analisis variabel promosi yang memoderasi pengaruh biaya terhadap pendapatan dapat diketahui bahwa nilai *standardized Beta* $X_2 * X_4$ sebesar (0,648) dengan nilai signifikansi sebesar 0,027 menunjukkan bahwa promosi memperkuat pengaruh lama usaha terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar. Hasil ini juga didukung dengan nilai koefisien Beta (X_2) dengan nilai koefisien 0,027 dan signifikansi 0,011 dan koefisien Beta (X_4) dengan nilai koefisien 16,967 dan tingkat signifikansi 0,028. Sehingga variabel lama usaha ini memperkuat pengaruh tenaga kerja terhadap pendapatan. Variabel moderating $X_2 * X_4$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,027 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi berperan dalam memoderasi pengaruh antara tenaga kerja terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar. Artinya H_0 ditolak atau H_1 diterima. Promosi memoderasi pengaruh lama usaha dapat memperkuat pengaruhnya terhadap pendapatan. Semakin lamanya usaha yang dijalankan oleh pengusaha, maka pengusaha tersebut akan semakin berpengalaman, termasuk didalamnya adalah teknik-teknik promosi yang pernah digunakan. Jadi lama usaha kemudian itu memunculkan jenis promosi yang tepat untuk dilakukan sehingga dapat mendorong peningkatan pendapatan.

Analisis variabel promosi yang memoderasi pengaruh biaya terhadap pendapatan dapat diketahui bahwa nilai *standardized Beta* $X_3 * X_4$ sebesar (2,240) dengan nilai signifikansi sebesar 0,015 menunjukkan bahwa promosi memperkuat pengaruh biaya terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar. Hasil ini juga didukung dengan nilai koefisien Beta (X_3) dengan nilai koefisien 0,938 dan signifikansi 0,007 dan koefisien Beta (X_4) dengan nilai koefisien 16,967 dan tingkat signifikansi 0,028. Sehingga variabel biaya ini memperkuat pengaruh biaya terhadap pendapatan. Variabel moderating $X_3 * X_4$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,015 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi berperan dalam memoderasi pengaruh antara tenaga kerja terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kota Denpasar. Artinya H_0 ditolak atau H_1 diterima. Promosi memoderasi pengaruh tenaga kerja dapat memperkuat pengaruhnya terhadap pendapatan. Semakin banyak jumlah jam kerja yang dimiliki tenaga kerja maka akan semakin banyak media promosi, dalam hal ini misalnya ketika jam kerja banyak digunakan untuk melakukan promosi.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa simpulan untuk menjawab rumusan masalah penelitian yakni. Biaya berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM di Kota Denpasar. Hal ini berarti bahwa semakin besar biaya yang dimiliki pelaku UMKM maka akan meningkatkan pendapatan. Lama usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM di Kota Denpasar. Hal ini berarti bahwa semakin lama pelaku UMKM menjalankan usahanya maka akan meningkatkan pendapatan. Tenaga kerja berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM di Kota Denpasar. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi jam kerja yang

dimiliki pelaku UMKM maka akan meningkatkan pendapatan. Pendapatan pelaku UMKM yang melakukan promosi modern lebih tinggi dibandingkan pelaku UMKM yang melakukan promosi konvensional. Promosi memoderasi pengaruh biaya, lama usaha dan tenaga kerja terhadap pendapatan UMKM di Kota Denpasar.

Berdasarkan hasil analisis dan simpulan di atas maka dapat diajukan beberapa saran yaitu. Para pelaku usaha sebaiknya menggunakan promosi melalui media sosial (promosi modern) dalam menjalankan bisnisnya karena dalam UMKM penjualan adalah nomor satu. Penggunaan media sosial mampu memperluas jangkauan pasar sehingga dapat meningkatkan penjualannya sehingga pendapatan pelaku UMKM juga akan meningkat. Pemerintah disarankan bisa memfasilitasi pembuatan web bagi UMKM, mengingat masih banyaknya para pelaku UMKM yang masih belum mengenal adanya web, serta memberikan pelatihan bagi UMKM untuk lebih mengenal media promosi online/promosi modern serta seluk beluk pemasaran melalui internet, mengingat besarnya kontribusi UMKM terhadap pembangunan ekonomi daerah. Selain itu bagi pemerintah juga perlu memfasilitasi pemberian kredit usaha agar pelaku usaha dapat mengembangkan usahanya, salah satunya dengan mempermudah prosedur pengajuan kredit untuk usaha.

REFERENSI

- Agyapong. (2010). Micro, Small and Medium Enterprises' Activities, Income Level and Poverty Reduction in Ghana – A Synthesis Of Related Literature. *International Journal of Bussiness and Management*. Vol 5 No 1 pp: 12-20.
- Aris Artaman, Dewa Made., Ni Nyoman Yuliarmi., dan Djayastra I Ketut. (2015). Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Gianyar. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, vol 2 no, hal. 87-105.
- Artana Yasa, I Komang Oka; dan Arka, Sudarsana. (2015). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Dan Disparitas Pendapatan Antardaerah Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Provinsi Bali. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, vol 8 no 1, hal. 63-71.
- Asmie. (2008). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Yogyakarta. *Jurnal NeO-Bis*. Universitas Bhayangkara. Vol 2 no 2, hal. 197-210.
- Firdausa, Rosetyadi Artistyan. (2013). Pengaruh Biaya Awal, Lama Usaha, dan Jam Operasional Terhadap Pendapatan Pedagang Kios di Pasar Bintoro Demak. *Diponegoro Journal Of Economics*, 2 (1), hal. 1-6.
- Hyman, Eric L. (2012). The Role of Small and Micro Enterprises in Regional Development. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*. Vol 4 no 4) pp. 197-214.
- Juan Zhao, (2008). Research on the Financing of Small and Medium Enterprises. *International Journal of Business an Management*. Vol 3 no 1, pp: 11-20.
- Kasmir. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Revisi 2008*. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Manurung, Adler H. dan Lutfi T. Rizky. (2007). *Successful Financial Planner: A Complete Guide*. Grasindo. Jakarta.
- Nugeraha, Zulfadiah. (2013). Pengaruh Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT. Seratus Sembilan Saudagar Makassar. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Parinduri, Rasyad A. (2016). Family Hardship and The Growth Of Micro And Small Firms In Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, vol 50 no 1 pp, 53–73.
- Partomo, T. Dan A. Soejodono. (2004). *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*. Ghalia. Jakarta.
- Sukirno, Sadono. (2015). *Makroekonomi Teori Pengantar*. PTRaja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sumarsono, Hadi. (2013). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Intensi Wirausaha. Mahasiswa. Universitas Muhammadiyah Ponorogo. *Jurnal*, vol 11 no 2, hal. 1-23.
- Sutaryo. (2004). Pengaruh Karakteristik Inovasi Terhadap Adopsi Teknologi Internetoleh UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, vol 2 no 2, hal. 278-290.
- Sutojo, Siswanto. (2009). *Manajemen Pemasaran*. PT.Damar MuliaPustaka. Jakarta.

- Utami, Maqfira Dwi. (2011). Analisis Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Tiket Pada PT. Maniela Tour & Travel Di Makassar. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Hasanuddin Makassar.
- Wenagama, I Wayan. (2013). Peranan Usaha Kecil Dan Menengah Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Dan Tingkat Pendapatan Masyarakat Miskin Di Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung. *Buletin Studi Ekonomi*, vol 18 no 1, hal. 78-84.
- Wicaksono. (2011). Penerapan Structural Equation Modelling Untuk Mengevaluasi Minat Shipper Dalam Menggunakan Layanan Internet dari Shipping Line. *Tesis*. MMT-ITS Surabaya.
- Widodo. (2005). *Peran Sektor Informal di Indonesia*. Pusat Studi Ekonomi dan Kebijakan Publik (PSEKP). Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Yanutya, Pukuh Ariga Tri. (2013). Analisis Pendapatan Petani Tebu Di Kecamatan Jepon Kabupaten Blora. *Economics Development Analysis Journal*. Fakultas Ekonomi. Univesitas Negeri Semarang.
- Yulitasari, Deavy. (2014). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Yamaha Sudirman Motor Temanggung. *Tugas Akhir*. Rogram Studi Akuntansi Diploma Iii Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Yuniartini, Sri. (2013). Pengaruh Biaya, Tenaga Kerja dan Tekonologi terhadap Produksi Industri Kerajinan Ukiran Kayu di Kecamatan Ubud. *E-Jurnal EP Unud*, vol 2 no 2, hal. 95-101.