

PENGARUH MODAL USAHA, TINGKAT PENDIDIKAN, PENGALAMAN USAHA, MEDIA SOSIAL TERHADAP PENDAPATAN UMKM KONVEKSI DI KUDUS

Ida Nailul Idhoh¹, Nafi' Inayati Zahro², Diah Ayu Susanti³

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus, Jawa Tengah^{1,2,3}

Corresponding email: narayaid08@gmail.com

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Article History</p> <p>Submission : 06/08/2025 Review : 10/11/2025 Revised : 15/11/2025 Accepted : 23/11/2025 Published : 02/01/2026</p>	<p><i>The purpose of this study is to analyze the effect of business capital on the income of MSMEs in Kudus. To analyze the effect of education level on the income of MSMEs in Kudus. To analyze the effect of business experience on the income of MSMEs in Kudus. To analyze the effect of social media on the income of MSMEs in Kudus. The approach used in this study is a quantitative approach. The sample of this study was 227 respondents of MSMEs in Kudus and sampling used a purposive sampling technique. The analysis methods used are descriptive statistical tests, data quality tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests and hypothesis tests. The results of the study indicate that business capital has a positive and significant effect on the income of MSMEs in Kudus. The level of education has a positive and significant effect on the income of MSMEs in Kudus. Business experience has a positive and significant effect on the income of MSMEs in Kudus. Social media has a positive and significant effect on the income of MSMEs in Kudus.</i></p>
<p>Keywords Modal Usaha Tingkat Pendidikan Pengalaman Usaha Media Sosial Pendapatan</p>	<p>ABSTRAK</p> <p>Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh modal usaha terhadap pendapatan UMKM Konveksi di Kudus. Untuk menganalisis pengaruh tingkat pendidikan terhadap pendapatan UMKM Konveksi di Kudus. Untuk menganalisis pengaruh pengalaman usaha terhadap pendapatan UMKM Konveksi di Kudus. Untuk menganalisis pengaruh media sosial terhadap pendapatan UMKM Konveksi di Kudus. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah 227 responden UMKM Konveksi di Kudus dan pengambilan sampel menggunakan teknik <i>purposive sampling</i>. Metode analisis yang digunakan adalah uji statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal usaha</p>

	berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM Konveksi di Kudus. Tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM Konveksi di Kudus. Pengalaman usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM Konveksi di Kudus. Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM Konveksi di Kudus
--	---

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan vital dalam perekonomian Indonesia karena menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 97% tenaga kerja non-pertanian. UMKM juga berkontribusi terhadap pemerataan pendapatan, pengentasan kemiskinan, dan penggerak ekonomi lokal. Beragam sektor seperti perdagangan, jasa, dan industri kreatif menjadi bidang utama UMKM, yang secara langsung menciptakan produk bernilai ekspor tinggi dan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat (Sanjaya dan Nuratama, 2021:20).

Meskipun memberikan kontribusi besar, UMKM di Indonesia menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan akses modal, minimnya literasi manajemen bisnis, dan ketidakmampuan bersaing di pasar yang kompetitif. Pemerintah telah merespons tantangan ini dengan berbagai program pemberdayaan UMKM, termasuk pelatihan dan fasilitasi pemasaran. Namun, upaya tersebut belum sepenuhnya menjawab persoalan yang dihadapi pelaku UMKM dalam meningkatkan pendapatan secara berkelanjutan (Saefullah, dkk 2022:15).

Pendapatan menjadi indikator penting untuk mengukur kinerja UMKM, termasuk usaha konveksi di Kudus. Data Statistik Daerah Kudus menunjukkan bahwa pendapatan usaha konveksi mengalami fluktuasi selama 2019 hingga 2024, dengan kecenderungan penurunan di tahun-tahun terakhir. Penurunan ini menunjukkan adanya persoalan struktural dan eksternal, termasuk daya beli masyarakat, pemasaran yang terbatas, dan tekanan dari produk impor, yang menyebabkan sulitnya pelaku UMKM konveksi meningkatkan pendapatan (<https://m.antaraneews.com>).

Berbagai faktor diketahui memengaruhi pendapatan UMKM, seperti modal usaha, tingkat pendidikan, pengalaman usaha, dan pemanfaatan media sosial. Modal usaha berfungsi sebagai fondasi utama dalam mendukung kelangsungan operasional, sedangkan pendidikan dapat meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perkembangan usaha. Pengalaman usaha membantu pelaku dalam membuat keputusan strategis, sementara media sosial menjadi alat efektif untuk memperluas pasar dan meningkatkan interaksi dengan konsumen (Astutik, dkk 2024; Ragapatni dan Widhiyani, 2023; Firdarini, 2021; Susanto, dkk 2023).

Penelitian ini mengembangkan studi dari Silvana, dkk (2024) dengan menambahkan variabel media sosial sebagai faktor baru yang relevan dalam konteks digitalisasi UMKM.

Selain itu, objek penelitian difokuskan pada UMKM konveksi di Kudus untuk meninjau secara spesifik peran empat variabel tersebut terhadap pendapatan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan UMKM konveksi serta memberikan rekomendasi bagi pemberdayaan sektor ini di tingkat daerah (Silvana, dkk 2024).

Teori *Planned Behavior* (TPB) menjelaskan bahwa niat seseorang untuk bertindak dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 1991). Dalam konteks UMKM, teori ini dapat digunakan untuk memprediksi kecenderungan pelaku usaha dalam mengambil keputusan bisnis berdasarkan faktor internal dan eksternal (Wibowo & Suherman, 2021). Ketika pelaku UMKM memiliki sikap positif, dukungan sosial, dan keyakinan akan kemampuan mengelola usaha, maka mereka akan lebih terdorong untuk meningkatkan kinerja usaha dan pendapatan (Putri, dkk, 2023).

Modal usaha memiliki peranan penting dalam menunjang pertumbuhan UMKM, baik berupa modal tetap maupun modal kerja yang digunakan untuk kegiatan operasional (Alfiyani, dkk, 2024). Ketersediaan modal memungkinkan UMKM untuk meningkatkan kapasitas produksi, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing (Yuliani, 2020). Akses terhadap sumber permodalan seperti pinjaman bank, koperasi, atau program pendanaan pemerintah menjadi faktor penting dalam mendorong peningkatan pendapatan pelaku UMKM (Fadillah & Mahendra, 2022).

Tingkat pendidikan dan pengalaman pelaku usaha menjadi faktor pendorong dalam pengambilan keputusan strategis dan peningkatan produktivitas UMKM (Rohmah, 2023). Pendidikan memberikan wawasan mengenai pengelolaan usaha secara profesional, sementara pengalaman membentuk intuisi dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar (Prasetyo & Arifin, 2020). Kombinasi keduanya membantu pelaku UMKM dalam mengelola risiko dan memanfaatkan peluang, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan usaha (Handayani, dkk, 2021).

Media sosial menjadi alat strategis yang digunakan UMKM dalam melakukan promosi, pemasaran, dan interaksi dengan konsumen (Alfiyani, dkk, 2024). Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok mampu menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang efisien (Sari & Nugroho, 2022). Optimalisasi media sosial dapat meningkatkan visibilitas merek serta mempercepat pertumbuhan usaha dan pendapatan (Rahayu, 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 227 pelaku UMKM Konveksi di Kudus. Variabel yang diteliti mencakup modal usaha, tingkat pendidikan, pengalaman usaha, dan media sosial sebagai variabel independen, serta pendapatan sebagai variabel dependen.

Pengumpulan data dilakukan dengan skala likert dan dianalisis menggunakan SPSS 27 melalui uji statistik deskriptif, uji kualitas data (validitas dan reliabilitas), serta uji

asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas). Uji regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh simultan dan parsial antar variabel. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh simultan semua variabel bebas terhadap pendapatan, sedangkan uji t digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha konveksi di Kabupaten Kudus merupakan sektor industri kecil dan menengah (IKM) yang berkontribusi besar terhadap perekonomian lokal dengan menyerap banyak tenaga kerja dan memenuhi kebutuhan sandang masyarakat. Mayoritas pelaku usaha mengelola bisnis secara rumahan dan menjalin kerja sama dengan berbagai pihak untuk produksi massal pakaian seperti seragam dan kaos. Namun, mereka juga menghadapi tantangan seperti persaingan harga, fluktuasi bahan baku, serta keterbatasan dalam inovasi dan pemasaran digital. Untuk menjawab tantangan tersebut, dibutuhkan intervensi berupa pelatihan, digitalisasi, dan akses permodalan guna meningkatkan daya saing konveksi Kudus di tengah pasar yang semakin kompetitif.

Penelitian ini melibatkan 227 responden pemilik UMKM konveksi di Kudus dengan karakteristik mayoritas berpendidikan terakhir SMA (53,7%), menjalankan usaha lebih dari 6 tahun (60,4%), dan memanfaatkan WhatsApp sebagai media pemasaran utama (47,1%). Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian seperti modal usaha, pendidikan, pengalaman, media sosial, dan pendapatan memiliki nilai rata-rata yang lebih tinggi dibandingkan standar deviasi, yang berarti persepsi responden cukup homogen. Temuan ini memberikan gambaran bahwa pelaku UMKM di Kudus memiliki pengalaman dan pemanfaatan sumber daya yang relatif merata, serta membuka peluang untuk menganalisis lebih lanjut pengaruh tiap variabel terhadap pendapatan usaha.

Tabel 1 Hasil Uji Instrument

Variabel	Validitas (r hitung > 0,1094)	Reliabilitas (Cronbach's Alpha > 0,70)
Modal Usaha	Valid	Reliabel ($\alpha > 0,70$)
Tingkat Pendidikan	Valid	Reliabel ($\alpha > 0,70$)
Pengalaman Usaha	Valid	Reliabel ($\alpha > 0,70$)
Media Sosial	Valid	Reliabel ($\alpha > 0,70$)
Pendapatan	Valid	Reliabel ($\alpha > 0,70$)

Hasil uji instrumen data menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dari variabel modal usaha, tingkat pendidikan, pengalaman usaha, media sosial, dan pendapatan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,1094), sehingga dinyatakan valid dan mampu mengukur variabel masing-masing secara tepat. Selain itu, hasil uji reliabilitas

menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70, berkisar antara 0,717 hingga 0,828, yang menandakan bahwa instrumen penelitian ini reliabel dan dapat memberikan hasil yang konsisten dalam pengukuran.

Tabel 2 Hasil Uji Asumsi Klasik

Jenis Uji	Hasil	Kesimpulan
Uji Normalitas	Sig. = 0,055 (> 0,05)	Data terdistribusi normal
Uji Multikolinearitas	Tolerance > 0,10 dan VIF < 10	Tidak terjadi multikolinearitas
Uji Heteroskedastisitas	Sig. > 0,05 (metode Glejser)	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,055 (> 0,05), sehingga data dinyatakan terdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10, yang berarti tidak terdapat multikolinearitas dalam model. Sementara itu, uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser menghasilkan nilai signifikansi > 0,05 untuk seluruh variabel, menandakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi seluruh asumsi klasik yang diperlukan.

Tabel 3 Hasil Uji Hipotesis

Jenis Uji	Hasil	Kesimpulan
Persamaan Regresi	$Y = 3,599 + 0,289X_1 + 0,185X_2 + 0,133X_3 + 0,138X_4 + e$	Semua variabel berpengaruh positif terhadap Y
Adjusted R ²	0,699	69,9% variasi pendapatan dijelaskan oleh model
Uji F (Simultan)	F hitung = 23,295 > F tabel = 2,41; Sig. = 0,000 < 0,05	Pengaruh simultan signifikan
Uji t (Parsial)	Semua variabel: t hitung > t tabel, Sig. < 0,05	Pengaruh parsial signifikan
Variabel Dominan	Modal Usaha ($\beta = 0,289$)	Modal usaha paling berpengaruh terhadap pendapatan

Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa keempat variabel independen—modal usaha, tingkat pendidikan, pengalaman usaha, dan media sosial—berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM Konveksi di Kudus. Persamaan regresi yang diperoleh adalah: $Y = 3,599 + 0,289X_1 + 0,185X_2 + 0,133X_3 + 0,138X_4 + e$, yang menunjukkan bahwa masing-masing variabel bebas memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan. Koefisien regresi masing-masing variabel juga menunjukkan

pengaruh positif, dengan modal usaha memiliki pengaruh paling besar (0,289) diikuti oleh tingkat pendidikan (0,185), media sosial (0,138), dan pengalaman usaha (0,133).

Pada uji hipotesis, nilai *adjusted R square* sebesar 0,699 mengindikasikan bahwa 69,9% variasi pendapatan dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan ($F_{hitung} 23,295 > F_{tabel} 2,41$, Sig. $0,000 < 0,05$). Uji t juga membuktikan bahwa secara parsial, masing-masing variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan karena semua nilai t hitung $> t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$. Hal ini menegaskan bahwa modal usaha, pendidikan, pengalaman, dan media sosial merupakan faktor penting dalam meningkatkan pendapatan UMKM.

Pengaruh Modal Usaha terhadap Pendapatan UMKM Konveksi di Kudus

Modal usaha terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM konveksi di Kudus, karena modal yang cukup memungkinkan peningkatan kapasitas produksi dan jangkauan pasar. Berdasarkan Theory of Planned Behavior (TPB), modal memperkuat perceived behavioral control, yang meningkatkan keyakinan pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya. Hasil ini sejalan dengan penelitian Wahdia dan Rintisari (2023) serta Astutik, dkk (2024), meskipun berbeda dari hasil penelitian Stephanie, dkk (2020) dan Aini, dkk (2024) yang menyatakan modal tidak berpengaruh.

Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap Pendapatan UMKM Konveksi di Kudus

Tingkat pendidikan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM, karena pendidikan membantu pelaku usaha dalam mengelola bisnis dan mengambil keputusan strategis. Dalam kerangka TPB, pendidikan membentuk sikap positif terhadap usaha dan memperkuat perceived behavioral control, yang mendorong tindakan produktif. Penemuan ini didukung oleh Salim dan Pujiono (2022) serta Ragapatni dan Widhiyani (2023), tetapi bertentangan dengan temuan Melania, dkk (2023) dan Silvana & Irma (2023).

Pengaruh Pengalaman Usaha terhadap Pendapatan UMKM Konveksi di Kudus

Pengalaman usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM karena pengalaman mendorong efisiensi, pengambilan keputusan yang lebih baik, dan manajemen risiko. Berdasarkan TPB, pengalaman membentuk sikap positif dan kontrol perilaku yang lebih baik, memperkuat niat untuk bertindak efektif dalam mengelola usaha. Temuan ini sejalan dengan Iswari dan Budiasih (2021) serta Firdarini (2021), namun berbeda dengan hasil Salim dan Pujiono (2022) serta Parluhutan dan Setiawan (2020).

Pengaruh Media Sosial terhadap Pendapatan UMKM Konveksi di Kudus

Media sosial juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM konveksi karena membantu promosi, komunikasi, dan perluasan pasar. Dalam TPB, penggunaan media sosial dipengaruhi oleh sikap positif terhadap manfaatnya, norma subjektif, dan kontrol atas penggunaannya. Penelitian ini sejalan dengan Aini, dkk (2024) dan Dewi & Yuniarti (2022), meskipun bertolak belakang dengan hasil Wahdia & Rintisari (2023) serta Darmayanti, dkk (2024).

KESIMPULAN SARAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis tentang “Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, Pengalaman Usaha dan Media Sosial terhadap Pendapatan UMKM Konveksi di Kudus” maka disimpulkan bahwa modal usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM Konveksi di Kudus. Semakin besar modal yang dimiliki, maka semakin besar pula peluang peningkatan pendapatan usaha. Tingkat pendidikan berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM Konveksi di Kudus. Pendidikan yang lebih tinggi cenderung meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha dan strategi dalam meningkatkan pendapatan. Pengalaman usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM Konveksi di Kudus. Semakin lama pengalaman seseorang dalam menjalankan usaha, maka semakin besar pendapatan yang diperoleh. Media sosial berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM Konveksi di Kudus. Penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran dapat menarik lebih banyak konsumen, dan akhirnya meningkatkan pendapatan usaha.

Keterbatasan dalam penelitian ini terletak pada nilai *adjusted R square* yang sebesar 69,9%, yang menunjukkan pengaruh modal usaha, tingkat pendidikan, pengalaman usaha dan media sosial terhadap pendapatan secara simultan sebesar 69,9%. Artinya, masih terdapat 30,1% variasi yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan yang dapat memasukkan variabel-variabel lain yang relevan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan UMKM. Saran dalam penelitian ini yaitu pada penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel independen yang berpengaruh terhadap pendapatan UMKM seperti karakteristik wirausaha (Susanti, dkk, 2023).

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, L.N., Septian E.H., dan Zulviar A., 2024. Pengaruh Efektifitas Penggunaan Sosial Media, Modal, dan Lama Usaha terhadap Pendapatan (Studi Kasus Durian Pj Sampang), *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, Vol. 2, No. 2: 127-135.
- Apidana, Y.H., dan Dian R., 2024. Social Media Usage on MSMEs' Performance: The Moderating Role of Innovation Capability, *Jurnal Manajemen*, Vol. 28, No. 1: 175-199.
- Aprilia, P., dkk., 2023. Pengaruh Lama Usaha, Tingkat Pendidikan, dan Teknologi terhadap Pendapatan UMKM Furnitur di Menganti, *Sibatik Jurnal*, Vol. 2, No.

8: 2461-2468.

- Astutik, W.W., Suhesti N., dan Sri L.P., 2024. Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Teknologi Informasi, dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Boyolali, *JIMAT*, Vol. 1, No. 4: 33-47.
- Blanchard, Olivier dan David R. Johnson. 2017. *Makroekonomi*. Jakarta. Erlangga.
- Cahyani, Muhammad dan Luthfy Nilam Qadarwati, 2020. Pengaruh Media Sosial terhadap Pendapatan Handphone di Outlet Central IT Gresik, *Jurnal Fakultas Ekonomi*, Vol. 7, No. 1: 70-78.
- Darmayanti, N., dkk., 2024. The Influence of Social Media, Search Engine Optimization, Content Strategy, and Financial Report Quality on Business Growth, *Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan*, Vol. 8, No. 2: 216-234.
- Firdarini, K.C., 2021. Pengaruh Pengalaman Usaha dan Penggunaan Informasi Akuntansi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah terhadap Keberhasilan Usaha, *Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 6, No. 1: 25-37.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegara.
- Halim, Muh Abdul. 2019. *Teori Ekonomi Makro*. Jakarta: Salemba Empat.
- Alfiyani, N. H., Zahro, N. I., Ashsifa, I., Kuncoro, M. T., & Trisianto. (Tahun). Pendampingan Strategi Digital Marketing dan Pengelolaan Aplikasi Keuangan pada UD Sumber Barokah. *Jurnal Solma*, 13(2), 1470-1479.
- Iman, F.N., dan Hilda K.W., 2023. Pengaruh Pengetahuan Akuntansi dan Pengalaman Usaha terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi pada Pelaku UMKM Mitra Mandiri, *Journal of Student Research (JSR)*, Vol. 1, No. 6: 1-11.
- Iswari, A.A.W.A., I.G. Ayu N.B., 2021. Jumlah Tanggungan Sebagai Pemoderasi Pengaruh Pengalaman Usaha dan Pendapatan UMKM pada Kolektibilitas PKBL, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 25, No. 2: 1127-1155.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. 2021. *Pedoman Penyusunan Laporan Keuangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. Jakarta: Deputi Bidang Produksi dan Pemasaran.
- Latief, Nurahmah, 2019. Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Pendapatan Handphone Pada DP Store Makassar, (*Skripsi*, Universitas Negeri Makassar, Makassar).
- Lusianti, D., Susanti, D., A., & Handayani, R., T. 2022. Pengembangan Umkm Egg Rolls Berbasis Positioning Melalui Digital Marketing, *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 1, No. 3: 349-354.
- Marfuah, Salsabila O.I., dan Dian R., 2024. Determinants of income for Micro, Small and Medium Enterprises in Sleman Regency. *Proceeding of International Conference on Accounting & Finance*, Vol. 2: 729-745.

- Meitriana, M.A., M. Rudi I., dan Ni'matul I., 2024. The Influence of Education, Capital, and Technology Levels on the Competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) as Supporters of Sustainable Development in Sawan District, *The 3rd International Conference on Business, Economics, and Sustainability Science*: 667-680.
- Melania, P., Rahmaddiansyah, dan Sofyan, 2023. Pengaruh Modal, Lama Usaha, Tingkat Pendidikan dan Implementasi Digital Marketing Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, Vol. 8, No. 2: 184-195.
- Nanga, Muana. 2018. *Makro Ekonomi: Teori Masalah dan Kebijakan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Parluhutan, H.V., dan Achma H.S., 2020. Pengaruh Modal, Pengalaman Usaha, Strategi Promosi dan Pendidikan terhadap Keuntungan Pelaku UMKM Fashion Pada Marketplace Online di Kota Semarang, *Diponegoro Journal of Economics*, Vol. 9, No. 3:38-49.
- Pristyadi, Budiyo dan Sukaris. 2019. *Pengantar Teori Ekonomi Makro: Pendekatan Teoritis Praktis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Putri, Gitty Anisa, Fitri Ayu Nofirda, Dede Iskandar Siregar. 2023. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka*, Vol. 2, No. 1: 286-303.
- Putri, S., dan Ratna Y., 2023. The Influence of Capital and Online Marketing Strategies on MSME's Development in Madiun City, *Journal of Islamic Economic and Business*, Vol. 3, No. 2: 154-171.
- Ragapatni, A.A.Sg.I.I., dan Ni Luh, S.W., 2023. Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan dan Penggunaan Teknologi Pada Pendapatan UMKM Sektor Perdagangan di Denpasar Barat, *Journal of Economic, Business and Accounting*, Vol. 7, No. 1: 2655-2670.
- Rosa, Yenni Del dan Idwar, 2020. Pengaruh Modal usaha dan Suku Bunga Terhadap Omset UMKM Kota Padang, *Menara Ekonomi*, Vol. 5, No. 3: 133-145.
- Saefullah, Encep, Nani Rohaeni dan Tabroni. 2022. *Manajemen Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Serang: CV. Eureka Media Aksara.
- Salim, A.M., dan Arif Pujiyono, 2022. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Kuliner Online (Studi Empiris pada UMKM Kuliner Online yang Terdaftar di I- JUS MELON Kota Semarang Tahun 2018), *Diponegoro Journal of Economics*, Vol. 10, No. 4: 322-334.
- Samuelson, Paul dan Nordhaus William. 2016. *Ilmu Makro Ekonomi*. Jakarta:PT Media Edukasi.
- Sanjaya, Putu Krisna Adwitya dan I Putu Nuratama. 2021. *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah*. Denpasar: CV. Cahaya Bintang Cemerlang.

- Sarwono, A.E., Trisiana, A., Harimurti, F., Lusianti, D., Indaryani, M., Zahro, N.I., 2022. Determinants Of Business Continuity Of Batik Smes In The Covid-19 Pandemic Conditions Through Marketing Performance As An Intervening: Case In Java Indonesia. *Journal of Positive School Psychology*. Vol. 6, No. 8, 5432-5450.
- Silvana, Syamsul dan Irma, 2024. Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, dan Pengalaman Usaha terhadap Pendapatan UMKM di Taman Vatungguni, Kota Palu, *Indonesian Accounting Literacy Journal*, Vol. 4, No. 2: 1-11.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto. 2016. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Susanti, D.A., Mulyani, U.R., Fadhlani, A., dan Yuwanda, T, 2022. Pengaruh Ukuran Usaha, Persepsi Pemilik dan Lama Usaha terhadap Pemahaman UMKM Dalam Menyusun Laporan Keuangan Berdasarkan SAK-EMKM (Studi Pada Umkm di Kabupaten Demak). *JEBI: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 7, No. 1: 24-40.
- Susanti, D.A., Fithri, D., L, Gunawan, B., Budiman, N.A., Mulyani, S., Nugraha, 2024. The Influence of Business Model Canvas on Financial Performance of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). *Journal of Ecohumanism*, Vol.3, No: 6:932 – 945.
- Susanti, D.A., Zuliyati, Laili, K. N. 2023. Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Akuntansi, Modal Usaha, dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Demak, *Jurnal Akuntansi Edukasi Nusantara ICMA*, Vol. 01, No. 01: 23-29.
- Susanto, Danis Wahyu, Faridah dan Amirul, 2023. Pengaruh Media Sosial dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UKM Dapur Julie Depok, *Jurnal Administrasi Bisnis Airlangga*, Vol. 17, No. 1: 182-197.
- Swastha, Basu. 2016. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Titin, dkk, 2024. Effect of Business Digitalization and Social Media on MSME Performance with Digital Competence as a Mediating Variable, *Scientific Journal of Informatics*, Vol. 11, No. 3: 645-660.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Ofsfet.
- Triyanto, W., A., & Handayani, R., T. 2021. Peranan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Keuangan Inklusif UMKM di Kabupaten Kudus Yang Berbasis Fintech, *Jurnal Akuntansi Indonesia*, Vol. 10, No. 2: 187 – 200.
- Wahdia, M., dan Nugraheni R., 2023. E-Commerce, Financial Technology, Media Sosial, Modal Usaha, dan Pendapatan UMKM Bidang Fashion, *Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, Vol. 6, No. 2: 83-98.