

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia menjadi fokus utama dalam pembangunan perekonomian nasional karena perannya yang sangat penting dalam sistem perekonomian negara. UMKM tidak hanya berkontribusi dalam mengurangi kesenjangan pendapatan dan kemiskinan, namun juga berperan sebagai sarana penyerapan tenaga kerja. Selain itu, pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga mampu memperluas landasan perekonomian dan memberikan dampak besar terhadap transformasi struktural. Kontribusi tersebut berkaitan dengan peningkatan perekonomian daerah dan penguatan ketahanan perekonomian nasional (Musran Minusu, 2010).

Proporsi pendapatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terhadap produk domestik bruto (PDB) menunjukkan tren peningkatan yang konsisten selama lima tahun terakhir. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) mencermati kontribusi sektor UMKM meningkat dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen. Seperti dilansir CNN Indonesia (2017), sektor UMKM berperan besar dalam menyediakan lapangan kerja di tanah air. Dalam lima tahun terakhir, angka penyerapan tenaga kerja di sektor UMKM meningkat dari 96,99 persen menjadi 97,22 persen.

Namun pelaku UMKM di Indonesia masih memiliki satu permasalahan, yaitu kebutuhan akan pendanaan. Karena kurangnya pendanaan, para pelaku UMKM yang ingin memulai usaha mengalami kesulitan untuk mengembangkan usahanya. Sumber daya keuangan yang tidak mencukupi menghambat beberapa segmen masyarakat, khususnya kelas menengah dan bawah, dalam memulai atau memperluas suatu usaha dan meningkatkan efisiensinya. Dalam skenario ini, individu memerlukan bantuan dalam bentuk pinjaman atau kredit, yang seringkali diperoleh dari bank atau organisasi keuangan lainnya.

Pemerintah telah menyusun rencana strategis untuk mengatasi tantangan keuangan yang dihadapi UMKM, khususnya dalam hal perolehan pendanaan. Rencana ini melibatkan pelaksanaan program Kredit Usaha Rakyat (KUR). UMKM dapat menggunakan pinjaman yang diberikan KUR untuk memperoleh modal awal, modal pertumbuhan, atau modal produktivitas untuk usahanya saat ini. KUR didirikan berdasarkan Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2007 yang fokus pada percepatan pembangunan sektor riil dan pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah, khususnya dalam reformasi sektor keuangan.

Program KUR bertujuan untuk memperluas akses terhadap lembaga kredit dan keuangan, memperketat kriteria pemberian pinjaman, memaksimalkan jam kerja, dan mendorong pertumbuhan di sektor usaha primer dan kecil. Padahal, KUR merupakan salah satu bentuk kredit lapangan kerja dan kredit

investasi yang khusus diberikan melalui program pelaporan kredit kepada unit-unit usaha yang produktif.

UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam penciptaan lapangan kerja dan pengentasan pengangguran dan kemiskinan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di negara-negara berkembang, seperti Indonesia, seringkali menunjukkan ciri-ciri jumlah mereka yang sangat banyak, tersebar secara geografis, dan memiliki kapasitas penyerapan tenaga kerja yang signifikan atau padat karya. Saat ini Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) masih menjadi sektor andalan yang dapat menopang perekonomian Indonesia.

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Kendari menunjukkan kemajuan yang cukup berarti dalam beberapa tahun terakhir. Berkat dukungan pemerintah daerah dan berbagai institusi, sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di kota Kendari telah mengalami kemajuan signifikan di beberapa bidang. Implementasi program pelatihan dan pendampingan telah meningkatkan keterampilan manajerial dan teknis para pengusaha UMKM secara signifikan, sehingga memungkinkan mereka mengelola usahanya secara efektif. Selain itu, peningkatan akses terhadap pendanaan dan penyederhanaan proses perizinan berusaha berperan penting dalam mendorong perluasan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Kendari. Karena semakin maraknya teknologi, banyak usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang mulai menerapkan

kemajuan teknologi untuk meningkatkan produktivitas dan memperluas jangkauan pasarnya.

Sebagai ibu kota provinsi Sulawesi Tenggara, Kota Kendari menjadi daya tarik masyarakat dari berbagai daerah sehingga menyebabkan mobilitas penduduk lebih tinggi dibandingkan daerah lain. Mobilitas masyarakat yang meningkat inilah yang menyebabkan pesatnya perkembangan UMKM di Kota Kendari. Pada tahun 2019, jumlah UMKM di Kota Kendari melebihi 18.000, dan meningkat menjadi 22.000 di masa pandemi COVID-19. Pasca pandemi, jumlah UMKM semakin bertambah menjadi 41.939.

Meningkatnya peserta UMKM di Kota Kendari tidak lepas dari hadirnya pelatihan pengelolaan UMKM yang memungkinkan produksi barang dapat dipasarkan secara online, internet, global, dan melalui berbagai aplikasi. Sistem digitalisasi memberikan dampak signifikan terhadap UMKM, khususnya dalam hal strategi pemasaran dan penawaran produk. Merangkul digitalisasi dapat sangat meningkatkan upaya pemasaran UMKM dan berkontribusi terhadap pengembangan produk khususnya di kota Kendari.

Meski demikian, masih terdapat kendala yang perlu diatasi guna memajukan sektor UMKM di Kota Kendari. Bantuan tambahan diperlukan untuk memberikan peluang yang lebih luas bagi UMKM untuk memasuki pasar, yang mencakup pasar lokal dan global, guna memfasilitasi pertumbuhan dan perkembangan mereka lebih lanjut. Upaya tambahan diperlukan untuk

membangun infrastruktur dan fasilitas yang diperlukan bagi UMKM, sehingga memungkinkan mereka untuk meningkatkan daya saing mereka. Dengan tetap menjaga dukungan yang konsisten dari pemerintah, membina kerja sama dengan pihak swasta, dan melaksanakan inisiatif-inisiatif yang tepat, diharapkan sektor UMKM di Kota Kendari akan terus maju dan memberikan dampak yang besar terhadap perekonomian daerah.

Teluk Kendari atau lebih dikenal dengan Kendari Beach oleh masyarakat setempat merupakan teluk yang berada di tengah-tengah kota Kendari, Sulawesi Tenggara. Di teluk Kendari terdapat beragam area untuk publik. Teluk ini berbatasan dengan kecamatan Kendari Barat, Mandonga, Poasia, dan Abeli. Menjorok agak ke tengah teluk ini, terdapat bangunan Masjid Al Alam yang dibangun pada 2010 saat masa gubernur Nur Alam memerintah di Sulawesi Tenggara. Di sisi timur teluk terdapat Jembatan Teluk Kendari yang menghubungkan wilayah utara dan selatan kota ini.

Teluk Kendari posisinya cukup unik, karena membentang di tengah-tengah kota. Pemerintahan Kota Kendari berupaya menjadikan teluk ini sebagai tempat wisata bahari yang menarik di Kota Kendari dengan menjalin investor dari pihak swasta. Pemerintah Kota Kendari telah mempersiapkan beberapa rencana kegiatan strategis mengenai untuk membangun destinasi wisata bakal menjadikan Teluk Kendari seperti Ancol mini. Hal ini akan membuka kembali kran bagi para investor dengan mengundang para stakeholder terkait dan pengusaha dalam membangun

infrastruktur dan fasilitas-fasilitas lain yang dibutuhkan dalam pembangunan destinasi wisata tersebut. Teluk Kendari menjadi salah satu alternatif destinasi wisata di Kota Lulo.

Dengan demikian, sektor ini ditetapkan sebagai potensi unggulan yang dianggap berkontribusi besar mengentaskan kemiskinan dan pengangguran bangsa serta dapat menghadapi kesulitan ekonomi. Padahal minimnya kesejahteraan rakyat dinegeri ini bukan karena kurangnya sumber pemasukan. Namun karena pilihan salah terhadap sistem ekonomi untuk mengatur pengelolaan sumber daya alam maupun sumber daya lain.

Sistem ekonomi kapitalistik liberal yang menjadi rujukan mengelola sektor ekonomi menyebabkan makin buruknya kondisi ekonomi bangsa. Selain itu, fokus pembangunan pada aspek non strategis ini adalah salah satu sarana mengokohkan penjajahan bagi kaum kapitalis. Mereka mampu meyakinkan pemerintah untuk membangun infrastruktur dan pariwisata sebagai investasi yang menguntungkan. Kemudahan investasi pada bisnis ini terjadi, karena pariwisata adalah sektor yang diunggulkan dalam strategi pasar bebas, sehingga kaum kapitalis bisa leluasa mengeruk kekayaan strategis negeri ini dengan status sebagai investor.

Pariwisata menjadi sektor andalan agar terjadi arus modal dan investasi dari berbagai negara, korporasi ke suatu negeri. Hal ini seakan menjadikan sektor ini mampu menggairahkan pertumbuhan ekonomi. Ironisnya, pertumbuhan yang terjadi tidak mampu mensejahterakan negeri dan rakyat. Karena keuntungan

sektor pariwisata hanya menguntungkan para pemilik modal. Kembali Kepada Islam Sudah saatnya pemerintah menengok pada sistem ekonomi yang sudah pernah berhasil mensejahterakan rakyatnya selama sekitar 13 abad yakni sistem ekonomi Islam yang tegak di atas aqidah yang shahih. Sistem ekonomi real yang bersih tanpa riba. Karena dalam Islam setiap aset negara dikelola sendiri oleh negara sehingga hasilnya dapat dimanfaatkan untuk kepentingan rakyat. Bukan malah diserahkan pada swasta apalagi pada asing. Negara bertanggung jawab penuh dalam proyek-proyek pengelolaan sektor strategis atau layanan publik termasuk pariwisata.

Swasta hanya dilibatkan dalam aspek teknis, itupun jika diperlukan dan dipastikan tidak akan merugikan kepentingan rakyat dan negara. Karena itu, Islam mengatur harta milik umum sebagai harta yang telah ditetapkan kepemilikannya oleh Allah SWT, untuk seluruh kaum muslimin. Allah membolehkan setiap individu untuk mengambil manfaatnya, tetapi tidak untuk memilikinya. Sebagaimana sabda Rasulullah saw, yang dituturkan oleh Abu Khurasyi dari sebagian sahabat, "Kaum muslimin berserikat dalam tiga hal, yaitu: air, padang rumput, dan api." Dan Rasulullah bersabda: "Tidak ada penguasaan (atas harta milik umum) kecuali bagi Allah dan Rasul-Nya." Begitulah ketika Islam diterapkan.

Urusan dan kebutuhan rakyat akan terpenuhi dengan baik karena semua berjalan sesuai aturan dari Allah SWT. Oleh karena

itu, umat dan penguasa negeri ini harus terus diupayakan agar paham dan sadar bahwa satu-satunya solusi yang dapat memecahkan berbagai permasalahan kehidupan dan wajib diterapkan adalah Islam. Sehingga investasi bukan ditujukan pada kepemilikan umum yang menguasai hajat hidup rakyat, yang tidak membawa kebaikan sama sekali untuk rakyat. Maka, sistem kapitalisme liberal harus ditinggalkan.

4.2 Pengujian Dan Hasil Data

4.2.1 Uji Instrumen

1.) Distribusi Frekuensi

Distribusi frekuensi melibatkan pengorganisasian data dalam urutan menaik dan mengkategorikannya ke dalam banyak kelas atau kelompok tergantung pada kriteria tertentu.

Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Kredit Usaha Rakyat (X_1)

Indikator	STS		TS		N		S		SS		Indeks
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Watak ($X_{1,1}$)	4	6%	10	15%	5	8%	28	42%	19	29%	3,73
Kemampuan ($X_{1,2}$)	1	2%	13	20%	18	27%	18	27%	16	24%	3,53
Modal ($X_{1,3}$)	0	0%	14	21%	6	9%	18	27%	28	42%	3,91
Keadaan ekonomi ($X_{1,4}$)	0	0%	15	23%	13	20%	24	36%	14	21%	3,56
Jaminan ($X_{1,5}$)	0	0%	15	23%	22	33%	20	30%	9	14%	3,35
Rata-Rata Presentase	2%		20%		19%		33%		26%		3,62

Variabel kredit usaha rakyat (X_1) memiliki beberapa indikator yaitu Watak ($X_{1,1}$), Kemampuan ($X_{1,2}$), Modal ($X_{1,3}$), Keadaan ekonomi ($X_{1,4}$) dan Jaminan ($X_{1,5}$). Berdasarkan hasil kuensioner yang disebarkan sehingga jawaban yang terlihat yaitu pada variabel frekuensi kredit usaha rakyat yaitu:

- a. Indikator pertama Watak ($X_{1,1}$), dimana frekuensi terbesar pertama responden memilih setuju (S) sebesar 28 dari 66 responden sehingga indikator watak sangat berpengaruh terhadap pendapatan dimana dilihat banyak responden yang yakin sehingga bisa dikatakan tinggi namun bisa ditingkatkan lagi, frekuensi terbesar kedua responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 19 dari 66 responden dalam hal ini dikatakan bahwa responden bahwa modal merupakan hal penting yang harus ditingkatkan lagi kedepannya, frekuensi ke tiga responden yang memilih tidak setuju (TS) sebesar 10 dari 66 responden dikatakan bahwa responden tidak setuju bahwa watak dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan, untuk selanjutnya besarnya frekuensi keempat responden yang memilih netral (N) sebesar 5 dari 66 responden dan frekuensi terendah yaitu sangat tidak setuju (STS) sebesar 4 dari 66 responden.
- b. Indikator kedua Kemampuan ($X_{1,2}$), dimana frekuensi terbesar responden memilih setuju (S) dan netral (N) sebesar 18 dari 66 responden sehingga indikator kemampuan sangat berpengaruh terhadap pendapatan dimana dilihat banyak responden yang yakin sehingga bisa dikatakan tinggi namun bisa ditingkatkan lagi karena responden yang memilih Netral/ ragu-ragu sama

besar nya dengan yang setuju, frekuensi terbesar kedua responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 16 dari 66 responden dalam hal ini dikatakan bahwa responden bahwa kemampuan merupakan hal penting yang harus ditingkatkan lagi kedepanya, frekuensi ke tiga responden yang memilih tidak setuju (TS) sebesar 13 dari 66 responden dikatakan bahwa responden tidak setuju bahwa kemampuan dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan, dan frekuensi terendah yaitu sangat tidak setuju (STS) sebesar 1 dari 66 responden.

- c. Indikator frekuensi ketiga Modal ($X_{1.3}$), dimana frekuensi terbesar responden memilih sangat setuju (SS) sebesar 28 dari 66 responden, hal ini dapat dikatakan bahwa modal merupakan sesuatu yang sangat penting bagi para umkm, frekuensi terbesar kedua setuju (S) sebesar 18 dari 66 responden, frekuensi terbesar ketiga tidak setuju (TS) Sebesar 14 dari 66 responden sehingga dapat dikatakan bahwa modal menurut pada responden tidak begitu berpengaruh terhadap pendapatan para umkm, frekuensi terbesar keempat netral (N) sebesar 6 dari 66 responden sehingga dapat dikatakan bahwa mereka masih ragu bahwa modal dapat mempengaruhi pendaptan para umkm, dan frekuensi terrendah sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 dari 66 responden.

- d. Indikator keempat Keadaan ekonomi ($X_{1,4}$), dimana frekuensi terbesar responden memilih (S) sebesar 24 dari 66 sehingga dapat di simpulkan keadaan ekonomi dapat berpengaruh terhadap pendapatan umkm, hal ini di buktikan dengan besarnya frekuensi yang di miliki, frekuensi terbesar kedua tidak setuju (TS) sebesar 15 dari 66 sehingga hal ini dapat di katakan bahwa keadaan ekonomi tidak sesuai dengan harapan para pelaku umkm untuk meningkatkan pendapatan, sehingga hal ini perlu lebih di kembangkan lagi kedepannya, frekuensi terbesar ketiga sangat setuju (SS) sebesar 14 dari 66 responden dapat dikatakan keadaan ekonomi terhadap pendapatan cukup berpengaruh sehingga dapat ditingkatkan lagi kepennya, frekuensi terbesar keempat netral (N) sebesar 13 dari 66 responden dan frekuensi terendah memilih sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 dari 66 responden.
- e. Indikator kelima Jaminan ($X_{1,5}$), dimana frekuensi terbesar responden memilih netral (N) sebesar 22 dari 66 responden sehingga dapat dikatakan para pelaku umkm masih ragu terhadap jaminan yang diberikan, untuk meningkatkan pendapatan yang mereka harapkan, frekuensi terbesar kedua setuju (S) sebesar 20 dari 66 responden dapat dikatakan jaminan adalah

suatu hal yang penting dalam meningkatkan pendapatan, frekuensi terbesar ketiga tidak setuju (TS) sebesar 15 dari 66 responden, frekuensi terbesar keempat sangat setuju (SS) sebesar 9 dari 66 responden dan frekuensi terendah responden memilih sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 dari 66.

Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif (X_2)

Indikator	STS		TS		N		S		SS		Indeks
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Pengemasan ($X_{2.1}$)	3	5%	8	12%	10	15%	20	30%	25	38%	3,85
Pemasaran ($X_{2.2}$)	0	0%	15	23%	2	3%	26	39%	23	35%	3,86
Promosi ($X_{2.3}$)	0	0%	9	14%	6	9%	27	41%	24	36%	4
Desain produk dan Jasa ($X_{2.4}$)	0	0%	15	23%	5	8%	24	36%	22	33%	3,8
Rata-Rata Presentase	1%		18%		9%		37%		36%		3,88

Variabel pengembangan usaha ekonomi kreatif (X_2) memiliki beberapa indikator yaitu pengemasan ($X_{2.1}$), pemasaran ($X_{2.2}$), promosi ($X_{2.3}$) dan desain produk dan jasa ($X_{2.4}$). Berdasarkan hasil kuensioner yang disebarkan sehingga jawaban yang terlihat yaitu pada variabel frekuensi kredit usaha rakyat yaitu:

- a. Indikator pertama pengemasan ($X_{2.1}$) dimana frekuensi terbesar responden memilih sangat setuju (SS) sebesar 25 dari 66 responden, hal ini dapat dikatakan bahwa pengemasan merupakan sesuatu yang sangat penting bagi para umkm agar produk jauh lebih menarik, frekuensi terbesar kedua setuju (S) sebesar 20 dari 66 responden, frekuensi terbesar ketiga netral (N) Sebesar 10 dari 66 responden sehingga dapat dikatakan bahwa responden

masih ragu -ragu dalam pengemasan ini dikarenakan biaya produksi atau pengeluaran akan jauh lebih meningkat dari sbelumnya, frekuensi terbesar keempat tidak setuju (TS) sebesar 8 dari 66 dikarenakan banyaknya responden yang berjualan tidak menggunakan kemasan yang menarik tetapi masih mendapatkan keuntungan yang didapat. dan frekuensi terrendah sangat tidak setuju (STS) sebesar 3 dari 66 responden.

- b. Indikator kedua pemasaran ($X_{2.2}$), dimana frekuensi terbesar pertama responden memilih setuju (S) sebesar 26 dari 66 responden sehingga indikator pemasaran sangat berpengaruh terhadap pendapatan dimana dilihat banyak responden berjualan secara offline ataupun online terus menerus untuk menarik perhatian penjual, sehingga bisa dikatakan tinggi namun bisa ditingkatkan lagi, frekuensi terbesar kedua responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 23 dari 66 responden dalam hal ini dikatakan bahwa responden bahwa pemasaran merupakan hal penting yang harus ditingkatkan lagi kedepanya, frekuensi ke tiga responden yang memilih tidak setuju (TS) sebesar 15 dari 66 responden dikatakan bahwa responden tidak setuju bahwa pemasaran dapat mempengaruhi dalam kenaikan pendapatan karena banyaknya saingan di lapangan, untuk selanjutnya besarnya frekuensi keempat responden yang memilih

netral (N) sebesar 2 dari 66 responden dan frekuensi terendah yaitu sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 dari 66 responden.

- c. Indikator ketiga promosi ($X_{2.3}$), dimana frekuensi terbesar pertama responden memilih setuju (S) sebesar 27 dari 66 responden sehingga indikator promosi sangat berpengaruh terhadap pendapatan dimana dilihat banyak responden berjualan dengan memanfaatkan media sosial (Ig, Fb, Tiktok, Wa) siaran live dan lain sebagainya sehingga dikatakan tinggi namun bisa ditingkatkan lagi, frekuensi terbesar kedua responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 24 dari 66 responden dalam hal ini dikatakan bahwa responden bahwa promosi merupakan hal penting yang harus ditingkatkan lagi kedepanya, frekuensi ke tiga responden yang memilih tidak setuju (TS) sebesar 9 dari 66 responden dikatakan bahwa responden tidak setuju bahwa promosi dapat mempengaruhi dalam meningkatkan pendapatan karena banyaknya pelaku umkm masih jualan secara offline atau tradisional pada umumnya, untuk selanjutnya besarnya frekuensi keempat responden yang memilih netral (N) sebesar 6 dari 66 responden dan frekuensi terendah yaitu sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 dari 66 responden.
- d. Indikator keempat desain produk dan jasa ($X_{2.4}$), dimana frekuensi terbesar pertama responden memilih setuju (S)

sebesar 24 dari 66 responden sehingga indikator desain produk dan jasa sangat berpengaruh terhadap pendapatan dimana dilihat banyak responden menggunakan desain produk untuk menarik pembeli dengan menggunakan jasa yang sudah terpercaya sehingga bisa dikatakan tinggi namun bisa ditingkatkan lagi, frekuensi terbesar kedua responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 22 dari 66 responden dalam hal ini dikatakan bahwa responden bahwa desain produk dan jasa merupakan hal penting yang harus ditingkatkan lagi kedepanya, frekuensi ke tiga responden yang memilih tidak setuju (TS) sebesar 15 dari 66 responden dikatakan bahwa responden tidak setuju bahwa desain produk dan jasa dapat mempengaruhi dalam kenaikan biaya modal yang dikeluarkan pelaku umkm karena banyaknya responden yang tidak memiliki modal besar sehingga tidak setuju akan indikator desain produk dan jasa walaupun banyak saingan di lapangan, untuk selanjutnya besarnya frekuensi keempat responden yang memilih netral (N) sebesar 5 dari 66 responden dan frekuensi terendah yaitu sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 dari 66 responden.

Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Pendapatan (Y)

Indikator	STS		TS		N		S		SS		Indeks
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Modal ($Y_{1.1}$)	3	5%	9	14%	4	6%	31	47%	19	29%	3,82
Jam kerja ($Y_{1.2}$)	1	2%	12	18%	5	8%	21	32%	27	41%	3,92
Lama usaha ($Y_{1.3}$)	0	0%	17	26%	14	21%	27	41%	8	12%	3,39
Rata-Rata Presentase	2%		19%		12%		40%		27%		3,71

Variabel pendapatan (Y) memiliki beberapa indikator yaitu modal ($Y_{1.1}$), jam kerja ($Y_{1.2}$), dan lama usaha ($Y_{1.3}$) Berdasarkan hasil kuensioner yang disebarakan sehingga jawaban yang terlihat yaitu pada variabel frekuensi pendapatan yaitu:

- a. Indikator pertama modal ($Y_{1.1}$), dimana frekuensi terbesar pertama responden memilih setuju (S) 31 sebesar dari 66 responden sehingga indikator modal sangat berpengaruh terhadap pendapatan dikarenakan smakin besar modal yang dikeluarkan makan pendapatan juga bisa ikut meningkat, frekuensi terbesar kedua responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 19 dari 66 responden dalam hal ini dikatakan bahwa responden bahwa modal merupakan hal penting yang harus ditingkatkan lagi kedepanya, frekuensi ke tiga responden yang memilih tidak setuju (TS) sebesar 9 dari 66 responden dikatakan bahwa responden tidak setuju bahwa modal tidak dapat mempengaruhi dalam kenaikan pendapatan ini diakibatnya tergantung kekreatifkan pelaku umkm dalam pengembangan usaha, untuk selanjutnya besarnya frekuensi keempat responden yang

memilih netral (N) sebesar 4 dari 66 responden dan frekuensi terendah yaitu sangat tidak setuju (STS) sebesar 3 dari 66 responden.

- b. Indikator kedua jam kerja ($Y_{1,2}$), dimana frekuensi terbesar pertama responden memilih setuju (SS) sebesar 27 dari 66 responden sehingga indikator jam kerja sangat berpengaruh terhadap pendapatan dikarenakan semakin cepat dalam bekerja atau dengan waktu yang cukup lama maka akan menambah pendapatan yang dihasilkan, frekuensi terbesar kedua responden yang memilih setuju (S) sebesar 21 dari 66 responden dalam hal ini dikatakan bahwa responden bahwa jam kerja merupakan hal penting yang harus ditingkatkan lagi kedepannya, frekuensi ketiga responden yang memilih tidak setuju (TS) sebesar 12 dari 66 responden ini dikarenakan responden tidak setuju bahwa jam kerja tidak terlalu mempengaruhi dalam kenaikan pendapatan tergantung cara mengefesienkan, selanjutnya frekuensi ke empat terbesar kedua responden yang memilih netral (N) sebesar 5 dari 66 responden dan frekuensi terendah yaitu sangat tidak setuju (STS) sebesar 1 dari 66 responden.
- c. Indikator pertama lama usaha ($Y_{1,3}$), dimana frekuensi terbesar pertama responden memilih setuju (S) sebesar 27 dari 66 responden sehingga indikator lama usaha sangat berpengaruh terhadap pendapatan dikarenakan

semakin lama usaha dijalankan maka semakin banyak konsumen yang sudah berlangganan dari awal hingga saat ini atau juga sudah semakin banyak yang mengetahui keberadaanya atau produknya, frekuensi ke dua responden yang memilih tidak setuju (TS) sebesar 17 dari 66 responden dikatakan bahwa responden tidak setuju lama usaha tidak dapat mempengaruhi dalam kenaikan pendapatan ini diakibatkan banyaknya umkm yang jauh lebih kreatif dalam produk dan penjualan mengikuti trend saat ini bisa lebih meningkatkan pendapatan dengan cepat, frekuensi terbesar frekuensi ketiga responden yang memilih netral (N) sebesar 14 dari 66 responden ini dikarenakan responden masih ragu – ragu karena banyaknya produksi kreatif dapat melambung umkm usahanya cukup lama, selanjutnya frekuensi ke empat terbesar kedua responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 8 dari 66 responden dan frekuensi terendah yaitu sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 dari 66 responden.

2.) Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu metode yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur secara akurat mengukur variabel yang dimaksud. Uji validitas digunakan untuk menilai validitas suatu kuesioner. Sebuah kuesioner dianggap sah jika pertanyaannya secara efektif memperoleh

informasi yang sejalan dengan pengukuran yang dimaksudkan (Putranusa, 2019).

- Uji Validitas Kredit Usaha Rakyat (X_1)

Berdasarkan hasil pengolahan data, di peroleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kredit Usaha Rakyat

No.	Pertanyaan	Correlation	Significant	Keterangan
1	Pertanyaan 1	.426 ^{**}	0.000	Valid
2	Pertanyaan 2	.442 ^{**}	0.000	Valid
3	Pertanyaan 3	.670 ^{**}	0.000	Valid
4	Pertanyaan 4	.673 ^{**}	0.000	Valid
5	Pertanyaan 5	.541 ^{**}	0.000	Valid
6	Pertanyaan 6	.379 ^{**}	0.000	Valid
7	Pertanyaan 7	.497 ^{**}	0.000	Valid
8	Pertanyaan 8	.532 ^{**}	0.000	Valid
9	Pertanyaan 9	.688 ^{**}	0.000	Valid
10	Pertanyaan 10	.716 ^{**}	0.000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 26, Tahun 2023

Dari data tabel 4.4 dapat di simpulkan bahwa 10 item pertanyaan pada variabel Kredit Usaha Rakyat (X_1) hasil uji validitas menunjukkan bahwa *correlation item-total correlation* $>$ r_{tabel} sehingga seluruh item pertanyaan dinyatakan valid.

- Uji Validitas Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif (X_2)

Berdasarkan hasil pengolahan data, di peroleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif

No.	Pertanyaan	Correlation	Significant	Keterangan
1	Pertanyaan 1	.619**	0.000	Valid
2	Pertanyaan 2	.748**	0.000	Valid
3	Pertanyaan 3	.683**	0.000	Valid
4	Pertanyaan 4	.740**	0.000	Valid
5	Pertanyaan 5	.777**	0.000	Valid
6	Pertanyaan 6	.794**	0.000	Valid
7	Pertanyaan 7	.633**	0.000	Valid
8	Pertanyaan 8	.674**	0.000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah SPSS, Tahun 2023

Dari data tabel 4.5 dapat di simpulkan bahwa 8 item pertanyaan pada variabel Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif (X_2) hasil uji validitas menunjukkan bahwa *correlation item-total correlation* $>$ r_{tabel} sehingga seluruh item pertanyaan dinyatakan valid.

- Uji Validitas Pendapatan (Y)

Berdasarkan hasil pengolahan data, di peroleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Pendapatan

No.	Pertanyaan	Correlation	Significant	Keterangan
1	Pertanyaan 1	.501**	0.000	Valid
2	Pertanyaan 2	.707**	0.000	Valid
3	Pertanyaan 3	.805**	0.000	Valid
4	Pertanyaan 4	.859**	0.000	Valid
5	Pertanyaan 5	.862**	0.000	Valid
6	Pertanyaan 6	.808**	0.000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah SPSS, Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.6 maka dapat di simpulkan bahwa 6 item pertanyaan pada variabel Pendapatan (Y) hasil uji validitas menunjukkan bahwa *correlation item-total correlation* > r_{tabel} sehingga seluruh item pertanyaan dinyatakan valid.

3.) Uji Reabilitas

Adapun hasil dari pengujian reabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Tingkat Kepercayaan	Kesimpulan
1	Kredit Usaha Rakyat	0.748	0.6	Reliabel
2	Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif	0.852	0.6	Reliabel
3	Pendapatan	0.856	0.6	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah SPSS, Tahun 2023

Dari data pada tabel 4.7 terlihat bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,6. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini dianggap dapat dipercaya. Variabel Kredit Usaha Rakyat mempunyai nilai yang lebih besar dari 0,6 ($0,748 > 0,6$) yang berarti variabel pertama dianggap kredibel. Variabel Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif mempunyai nilai lebih besar dari 0,6 ($0,852 > 0,6$) yang berarti variabel kedua dianggap kredibel. Variabel Pendapatan dengan nilai 0,856 berada di atas ambang batas

0,6 menunjukkan bahwa variabel ketiga (dependen) dianggap dapat diandalkan.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji kualitas data, menentukan apakah data yang diperoleh layak atau tidak layak digunakan. Berikut uji asumsi klasik yang akan digunakan dalam penelitian.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residu dari model regresi yang mencakup variabel independen dan dependen mengikuti distribusi normal atau tidak. Suatu uji statistik tidak valid apabila dapat dibuktikan bahwa residunya tidak normal. Pengujian normalitas sisa dapat dilihat dengan mengetahui sebaran data pada sumber diagonal melalui grafik P-P plot. Sebagai acuan dalam pengambilan keputusan untuk data yang berdistribusi normal, apabila data atau titik tersebut tersebar sepanjang garis diagonal dan bergerak searah dengan garis diagonal tersebut. Sebaliknya data atau titik dianggap tidak berdistribusi normal jika tersebar jauh di luar garis atau tidak mengikuti diagonal. Berikut gambar hasil uji normalitas. Cara lain untuk menguji normalitas adalah dengan metode uji One Sample Kolmogorov Smirnov (Mardiatmoko, 2020).

Uji Normalitas mengandalkan landasan pengambilan keputusan berikut:

- a. Jika p-value (Asym Sig 2 tailed) lebih besar dari 0,05 maka data mengikuti distribusi normal.
- b. Jika p-value (Asym Sig 2 tailed) kurang dari 0,05 maka data tidak mengikuti distribusi normal.

Tabel dibawah ini menampilkan hasil uji normalitas:

Tabel 4. 8 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		66
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.25970276
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.066
	Negative	-.091
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c, d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

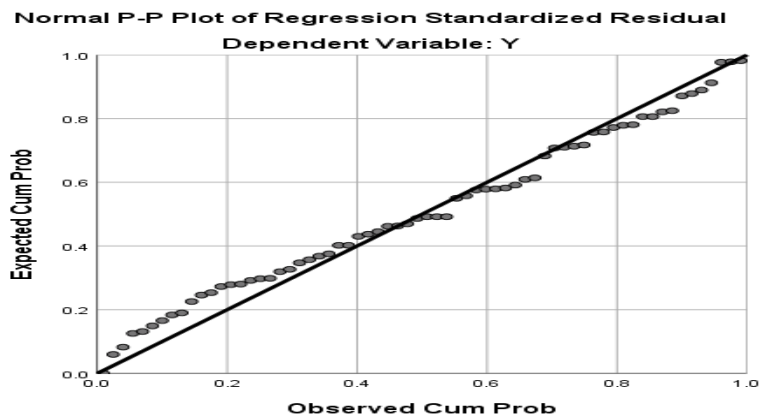
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.8, hal ini dapat ditentukan secara asimtotik. Tingkat signifikansi dua sisi (Sig) adalah 0,05, yang menunjukkan bahwa kemungkinan memperoleh hasil pengamatan secara kebetulan saja adalah kurang dari 5%. Nilai p (0,200) lebih besar dari tingkat signifikansi (0,05), menunjukkan bahwa tidak terdapat cukup bukti untuk menolak hipotesis nol. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data mengikuti distribusi normal berdasarkan penggunaan uji One

Sample Kolmogorov Smirnov. Selain itu, alat grafis juga dapat memberikan data berharga. Jika titik-titik data tersebar merata di sekeliling garis dan mengikuti pola diagonal, hal ini menunjukkan bahwa nilai residu terdistribusi secara teratur.

Gambar 4. 1 Uji Normalitas P-P Plot



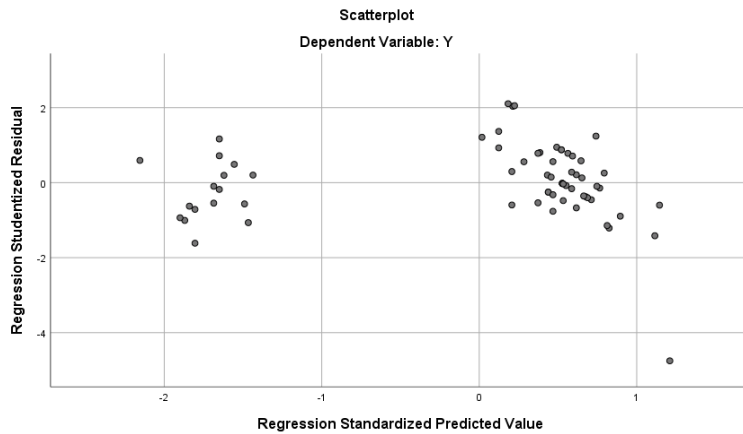
Sumber: data primer yang diolah SPSS, Tahun 2023

Gambar 4.1 menampilkan hasil Uji Normalitas Plot P-P yang menunjukkan bahwa sebaran data sejajar atau mengikuti garis diagonal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data mengikuti distribusi normal.

2) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan bagian mendasar dari uji asumsi tradisional dalam model regresi. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah suatu data menunjukkan heteroskedastisitas atau homoskedastisitas. Model regresi yang tepat adalah yang tidak

menunjukkan gejala heteroskedastisitas maupun homoskedastisitas. Model ini dapat digunakan untuk menguji ketimpangan varians (heteroskedastisitas) dengan memeriksa residu antar observasi yang berbeda. Peneliti menggunakan plot sebar untuk memvisualisasikan data, di mana titik-titik didistribusikan secara acak tanpa pola yang terlihat, dan distribusinya berada di atas atau di bawah titik nol pada sumbu Y. Jika grafik scatter plot menunjukkan pola yang konsisten dari titik-titik dengan jarak teratur yang berfluktuasi atau meluas dan berkontraksi, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat heteroskedastisitas, sehingga menjadi dasar pengambilan keputusan. Namun demikian, jika titik-titik data menyimpang baik di atas maupun di bawah titik nol pada sumbu Y tanpa menunjukkan pola teratur tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013). Hasil pengujian scatterplot digambarkan seperti pada gambar.

Gambar 4. 2 Uji Heterokedastisitas Scatterplot

Sumber: data primer yang diolah SPSS, Tahun 2023

Gambar 4.2 menunjukkan bahwa titik-titik data tidak memiliki pola yang jelas dan tersebar baik di atas maupun di bawah sumbu Y yang bernilai 0. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data tidak menunjukkan heteroskedastisitas atau dengan kata lain asumsi uji heteroskedastisitas telah terpenuhi.

3) Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel independen dalam analisis regresi. Hasil pengujian ditunjukkan dengan nilai toleransi dan variance Independent Factor (VIF). Nilai toleransi kurang dari 0,10 atau nilai VIF lebih dari 10 sering digunakan sebagai ambang batas untuk mengidentifikasi

multikolinearitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen dalam regresi tidak menunjukkan adanya multikolinearitas. Tabel dibawah ini menampilkan hasil uji multikolinearitas.

Tabel 4. 9 Uji Multikolineritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.759	1.128		.673	.503		
	X1	.159	.070	.253	2.286	.026	.197	5.080
	X2	.507	.082	.688	6.221	.000	.197	5.080

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data primer yang diolah SPSS, Tahun 2023

Variabel independen mempunyai nilai toleransi melebihi 0,10 dan nilai VIF dibawah 10,00 seperti terlihat pada Tabel 4.9. Dengan demikian asumsi multikolinearitas dapat disimpulkan terpenuhi atau tidak terdapat indikasi multikolinearitas.

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi menguji apakah terdapat hubungan antara error periode t dengan error periode sebelumnya (t-1) pada model regresi linier. Analisis ini akan menggunakan uji Durbin-Watson. Nilai DW di bawah -2 menunjukkan adanya autokorelasi positif, sedangkan nilai antara -2 dan +2 menunjukkan tidak adanya autokorelasi. Sebaliknya, nilai DW di atas +2 menunjukkan korelasi negatif. Penelitian ini bertujuan

untuk menilai adanya autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin-Watson (D-W), seperti yang dijelaskan oleh Santoso (2009). Berikut proses pengambilan keputusan untuk menentukan adanya autokorelasi dengan menggunakan kriteria tabel Durbin-Watson pada tingkat signifikansi 5%:

1. Nilai DW kurang dari -2 menunjukkan adanya autokorelasi positif.
2. Nilai D-W berada pada rentang -2 hingga +2 yang menunjukkan tidak adanya autokorelasi.
3. Nilai DW di atas +2 menunjukkan adanya autokorelasi negatif.

Berikut hasil uji autokorelasi yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 26:

Tabel 4. 10 Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.921 ^a	.848	.844	2.295	1.519
a. Predictors: (Constant), Ekonomi_Kreatif, KUR					
b. Dependent Variable: Pendapatan					

Sumber: data primer yang diolah spss, tahun 2023

Berdasarkan informasi pada tabel 4.10, nilai Durbin Watson sebesar 1,519. Nilai ini berada pada rentang -2 hingga +2 yang menunjukkan tidak adanya autokorelasi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terpengaruh oleh autokorelasi.

4.2.3 Uji Regresi Berganda

Hasil analisis regresi berganda yang menguji pengaruh variabel Kredit Usaha Rakyat (X_1), Ekonomi Kreatif (X_2) terhadap Pendapatan UMKM (Y) di Teluk Kota Kendari dalam Prespektif Ekonomi Syariah.

Tabel 4. 11 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.759	1.128		.673	.503
	X1	.159	.070	.253	2.286	.026
	X2	.507	.082	.688	6.221	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data primer yang diolah SPSS, Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.11, nilai tetap koefisien regresi tersebut di atas dapat digunakan untuk membentuk persamaan model regresi linier berganda yang mencakup variabel bebas dan terikat.

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

$$\text{Pendapatan (Y)} = \alpha + \text{Kredit Usaha Rakyat (X}_1\text{)} + \text{Ekonomi Kreatif (X}_2\text{)} + e$$

$$\text{Pendapatan} = 0.759 + 0.159 (X_1) + 0.507 (X_2) + 1.128$$

Berdasarkan nilai diatas dapat diketahui bahwa nilai konstanta (α) sebesar 0.759 dan koefisien regresi $\beta_1 = 0.159$; $\beta_2 = 0.507$. Nilai konstanta menerangkan bahwa variabel Kredit Usaha Rakyat (X_1) dan Ekonomi Kreatif (X_2) sama dengan nol (0), maka peningkatan Pendapatan UMKM (Y) meningkat 0.759

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

Konstanta = 0.759

Nilai koefisien $\beta_1 = 0.159$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel Kredit Usaha Rakyat (KUR) terhadap peningkatan pendapatan UMKM sebesar 0.159, apabila variabel Kredit Usaha Rakyat naik sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya konstan, maka terjadi kenaikan pertumbuhan pendapatan UMKM sebesar 0.159.

Nilai koefisien $\beta_2 = 0.507$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel Ekonomi Kreatif terhadap peningkatan pendapatan UMKM sebesar 0.507, apabila variabel Ekonomi Kreatif naik sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya konstan, maka terjadi kenaikan pertumbuhan pendapatan UMKM sebesar 0.507.

Standar *error* (e) = 1.128. Menunjukkan bahwa data yang diberikan akan mengalami penyimpangan sebesar 1.128.

4.2.4 Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk pengujian hipotesis. Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana dan arah pengaruh variabel independen yaitu Kredit Usaha Rakyat (X1) dan Ekonomi Kreatif (X2) terhadap variabel dependen Pendapatan UMKM (Y). Analisis regresi dilakukan dengan

melakukan banyak pengujian, antara lain Uji Parsial (uji t), Uji Simultan (uji F), dan Uji Koefisien determinasi (R²). Di bawah ini disajikan tabel untuk pengujian hipotesis.

a. Uji-T (Uji Parsial)

Tujuan uji parsial adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji parsial menunjukkan besarnya pengaruh Kredit Usaha Rakyat dan Ekonomi Kreatif terhadap Pendapatan UMKM. Apabila nilai signifikansi variabel independen kurang dari 0,05 maka dianggap mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Di bawah ini adalah tabel pengujian yang terpotong, khususnya Uji-T.

Tabel 4. 12 Uji Parsial (Uji-T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.759	1.128		.673	.503
	X1	.159	.070	.253	2.286	.026
	X2	.507	.082	.688	6.221	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data primer yang diolah SPSS 26, Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel Kredit Usaha Rakyat adalah sebesar 0.026. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi tersebut lebih kecil atau kurang dari (<) 0.05. Maka variabel Kredit Usaha Rakyat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM, sedangkan variabel

Ekonomi Kreatif memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi tersebut lebih besar dari ($>$) 0.05. maka variabel Ekonomi Kreatif secara parsial berpengaruh Pendapatan UMKM.

b. Uji Simultan (Uji-F)

Tujuan dari uji simultan adalah untuk mengetahui pengaruh gabungan faktor-faktor independen terhadap variabel dependen dalam suatu penelitian. Penelitian ini menggunakan uji F untuk menguji pengaruh bersama Kredit Usaha Rakyat dan Ekonomi Kreatif terhadap pendapatan UMKM.

Tabel 4.13 Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1857.684	2	928.842	176.306	.000 ^b
	Residual	331.907	63	5.268		
	Total	2189.591	65			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber: data primer yang diolah SPSS 26, Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.13, nilai signifikansi yang didapat sebesar 0.000 kurang dari ($<$) 0.05. Apabila nilai signifikansi (Sig.) kurang dari 0.05 maka berkesimpulan variabel independen berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. maka dapat di simpulkan bahwa variabel Kredit Usaha Rakyat dan Ekonomi Kreatif

berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap pendapatan.

c. Uji Determinasi R^2

Koefisien determinan mengukur sejauh mana model mampu memprediksi variabel dependen secara akurat. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol (0) sampai dengan satu (1). Jika nilai koefisien determinasi mendekati kesatuan (1), hal ini menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk meramalkan fluktuasi variabel dependen. Di bawah ini adalah tabel hasil uji koefisien determinasi.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.921 ^a	.848	.844	2.29529
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: data primer yang diolah SPSS, Tahun 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.14, nilai Adjusted R Square sebesar 0,848. Hal ini menunjukkan semua variabel bebas (Kredit usaha rakyat dan pengembangan usaha ekonomi kreatif) dapat menjelaskan variabel bebas (pendapatan umkm) sebesar 84,8%. Sedangkan sisanya 15,2% merupakan dampak faktor lain terhadap pendapatan UMKM yang belum dibahas dalam penelitian ini.

4.2.5 Pembahasan Hasil Penelitian

Kajian tersebut mengkaji dampak Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan Ekonomi Kreatif terhadap pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hal ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana pengaruh variabel independen (KUR dan Ekonomi Kreatif) terhadap variabel dependen (pendapatan UMKM), baik secara individu maupun kolektif. Oleh karena itu, dengan memperhatikan temuan-temuan yang telah digali di atas, maka wacana hasil penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut.

a. Pengaruh Kredit Usaha Rakyat (KUR) terhadap Pendapatan UMKM

Berdasarkan hasil penelitian uji regresi linear berganda Kredit Usaha Rakyat (KUR) sebesar 0.159. nilai ini merupakan kenaikan pertumbuhan Pendapatan UMKM, apabila variabel Kredit Usaha Rakyat (KUR) naik sebesar 0.159, maka pendapatan UMKM naik sebesar 0.159. Kemudian nilai pada uji parsial (uji T) sebesar 0.026. Hal ini menjelaskan bahwa nilai Signifikansi Kredit Usaha Rakyat lebih kecil dari (< 0.05) yang di simpulkan bahwa Kredit Usaha Rakyat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatam UMKM, Sebab Kredit Usaha Rakyat adalah alternatif yang dapat digunakan untuk mengembangkan usaha yang dijalankan sehingga pengembangan usaha dapat menghasilkan pendapatan yang lebih besar dari sebelumnya.

Kredit Usaha rakyat (KUR) didefinisikan sebagai pinjaman (pembiayaan) atau bentuk dukungan keuangan lainnya yang diberikan oleh perbankan kepada suatu usaha (UMKM) yang feasible namun belum bankable. Artinya adalah usaha tersebut memiliki potensi atau kemampuan untuk pengembalian. Sektor usaha produktif yang bergerak di Pertanian, perikanan dan kelautan, perindustrian, kehutanan, dan jasa keuangan simpan pinjam diharapkan dapat diakses oleh UMKM dan Koperasi melalui KUR. Sistem penyaluran KUR dapat dilakukan secara langsung melalui perbankan dan tidak langsung melalui Lembaga keuangan mikro dan KSP/USP Koperasi (Anshori, 2012).

Tujuan kredit usaha rakyat adalah untuk meningkatkan pemberdayaan usaha kecil, menurunkan tingkat kemiskinan, menciptakan lebih banyak lapangan kerja, dan meningkatkan akses terhadap kredit dan lembaga keuangan. KUR pada dasarnya mengacu pada pinjaman modal kerja dan investasi yang ditawarkan dengan skema penjaminan kredit yang dirancang untuk unit usaha produktif (Fuady, 2014).

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian (Riawan & Kusnawan, 2018a) yang menyebutkan bahwa Kredit Usaha Rakyat berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM. Penelitian (Atin, 2018; Muhammad & Rozali, 2017; Saragih & Nasution, 2013) yang menjelaskan bahwa Kredit Usaha Rakyat berpengaruh positif terhadap

pendapatan Usaha, sebab pemberian KUR dapat mendorong pendapatan oleh pelaku usaha. Namun dalam penelitian (Lestari, 2020) menemukan KUR tidak berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM, pelaku UMKM yang menggunakan KUR tidak sekaligus akan meningkatkan pendapatan. Begitu juga dengan penelitian (Santiadin et al., 2023) mengemukakan bahwa KUR berpengaruh negatif terhadap pendapatan UMKM. Hal ini terjadi karena nasabah KUR tidak menggunakan seutuhnya pinjaman untuk mengembangkan usaha, akan tetapi pinjaman digunakan untuk kebutuhan konsumtif, sehingga pendapatan pelaku usaha akan tetap atau menurun karena harus mengembalikan KUR tersebut.

b. Pengaruh Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif terhadap Pendapatan UMKM

Berdasarkan hasil penelitian variabel Ekonomi Kreatif pada uji regresi linear berganda sebesar 0.507. nilai ini merupakan kenaikan pertumbuhan pendapatan UMKM, apabila variabel Ekonomi Kreatif naik sebesar 0.507, maka pendapatan UMKM naik sebesar 0.507. Kemudian nilai uji parsial (Uji T) sebesar 0.000 lebih kecil dari (< 0.05) yang artinya bahwa Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM. Hal ini dikarenakan produk-produk UMKM yang

terus dikembangkan menjadikan pelanggan (customer) tidak bosan dan memiliki rasa ingin tahu akan produk UMKM, sehingga pelanggan membeli produk UMKM. Pembelian yang berasal dari pelanggan akan menjadi pendapatan untuk UMKM.

Aktivitas ekonomi kreatif telah lama dipromosikan sebagai pendekatan ekonomi yang berasal dari masyarakat setempat sebagai pelaku ekonomi, sehingga masyarakat diharapkan dapat menunjukkan tingkat kreativitas dan dedikasi yang maksimal guna mencapai tujuan pertumbuhan nasional. Hingga saat ini, produk-produk ekonomi kreatif terus dikembangkan oleh UMKM dengan dukungan dari pemerintah sebagai warisan identitas nasional. Dampak dari sektor ekonomi kreatif terhadap pembangunan ekonomi Indonesia meliputi peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja, peningkatan ekspor, penciptaan lapangan kerja baru dan berkelanjutan, serta memberikan dampak positif bagi sektor-sektor lainnya (Badan Ekonomi Kreatif, 2016).

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian (Murni & Rekha, 2021) yang mengatakan bahwa ekonomi kreatif pada industri bordir terlihat baik dan dapat meningkatkan pendapatan pengrajin. Hal yang sama disampaikan oleh penelitian Pratiwi (2021); Umi Rohmah (2017) yang menjelaskan bahwa ekonomi kreatif memiliki

peran penting dalam meningkatkan pendapatan. Akan tetapi ekonomi kreatif tidak selalu memberikan pengaruh terhadap pendapatan, seperti dalam penelitian (Sulkipli, 2018) menjelaskan bahwa hambatan yang dialami pelaku UMKM yang berbasis ekonomi kreatif berupa akses promosi, kurangnya kemampuan dalam melakukan inovasi produk baru, keterbatasan kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan, keterbatasan teknologi proses produksi yang belum bisa bersaing di pangsa pasar, kelemahan membeli bahan baku, terutama untuk memenuhi permintaan berskala besar.

c. Pengaruh Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan Ekonomi Kreatif terhadap Pendapatan UMKM

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada uji simultan (uji F) diperoleh bahwa variabel Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan Ekonomi Kreatif berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan UMKM. Hasil ini dibuktikan dengan nilai Signifikansi sebesar 0.000 kurang dari (0.05). Maka variabel independen terhadap variabel dependen berpengaruh signifikan. Dalam uji determinan (R^2) variabel pendapatan UMKM dipengaruhi oleh Kredit Usaha Rakyat dan Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif sebesar 84.4% serta Sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini merupakan segmen terbesar bagi pelaku ekonomi nasional. Industri kecil sangat penting sebagai alat kelangsungan hidup masyarakat di tengah krisis ekonomi. Pelaku UMKM dapat membantu pemerintah dalam menurunkan angka pengangguran. Sehingga usaha kecil di Indonesia sering dikaitkan dengan inisiatif pemerintah untuk mengurangi pengangguran, memerangi kemiskinan, dan pemerataan pendapatan. Saat ini banyak produk UMKM yang mampu masuk dan bersaing di pasar dalam negeri maupun global (Wibawa et al., 2021). Namun perlu disadari dalam para pelaku UMKM masih harus menghadapi satu permasalahan, yaitu kebutuhan akan pendanaan. Karena kurangnya pendanaan, para pelaku UMKM yang ingin memulai usaha mengalami kesulitan untuk mengembangkan usahanya.

Dalam hal ini, masyarakat memerlukan bantuan dalam bentuk pinjaman atau kredit, yang biasanya diperoleh dari bank atau lembaga keuangan lainnya. Sehingga dalam kasus tersebut Pemerintah mempunyai strategi agar UMKM dapat menyiasati permasalahan keuangan, khususnya dalam hal akses pembiayaan, yaitu melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR). Melalui KUR, UMKM mempunyai akses terhadap pinjaman yang dapat digunakan sebagai modal awal, modal ekspansi, atau modal produktivitas bagi usaha yang sudah ada agar supaya pendapatan yang didapatkan lebih

meningkat dari sebelumnya. Selain itu, pelaku UMKM perlu menjalankan usahanya dengan kegiatan ekonomi kreatif baik secara individu maupun kelompok yang menghasilkan barang dan jasa yang terbaru dan memiliki nilai ekonomi yang tinggi.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian (Marfuah & Hartiyah, 2019) yang mengatakan bahwa kredit usaha rakyat berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha. Penelitian (Atin, 2018) menunjukkan kredit usaha rakyat berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan profit usaha mikro baik secara parsial maupun simultan. Kemudian dalam penelitian (Sadilah, 2010) menjelaskan bahwa pengembangan industri kreatif berbasis ekonomi kreatif sangat tepat untuk negara Indonesia yang kaya akan potensi alam dan budaya. Hal ini dipandang sangat menguntungkan bagi peningkatan pendapatan yang berdampak pada pencapaian tingkat kesejahteraan masyarakat. Selanjutnya penelitian dari (Murni & Rekha, 2021; Pratiwi, 2021; Umi Rohmah, 2017), yang mengatakan bahwa ekonomi kreatif pada industri kecil sangat berperan penting dalam peningkatan pendapatan usaha.

d. Pendapatan Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam Islam, pendapatan komunal mengacu pada sumber daya moneter atau material yang diperoleh atau

dihasilkan oleh masyarakat sesuai dengan prinsip-prinsip yang berasal dari hukum Islam. Mencapai pendapatan masyarakat yang adil merupakan tujuan yang menantang, namun menurunkan kesenjangan merupakan indikator utama pembangunan berkelanjutan. Pekerjaan memungkinkan individu untuk menghasilkan uang tunai atau kompensasi sebagai imbalan atas kerja mereka. Setiap anggota keluarga mengandalkan pendapatan yang mereka peroleh untuk memenuhi kebutuhan hidup dasar mereka, termasuk makanan, pakaian, perumahan, dan kebutuhan lainnya. Prinsip dasar ekonomi islam bertumpu pada rasa akuntabilitas, tanggung jawab, kesetaraan, keadilan, saling percaya dan kesempatan yang sama. Alokasi hukuman selanjutnya semata-mata terikat pada tenaga kerja dan kepemilikan individu.

((هَيْدِ عَمَلٍ مِنْ يَأْكُلُ كَانَ السَّلَامَ عَلَيْهِ دَاوُدَ اللَّهُ نَبِيٍّ وَإِنَّ يَدِهِ

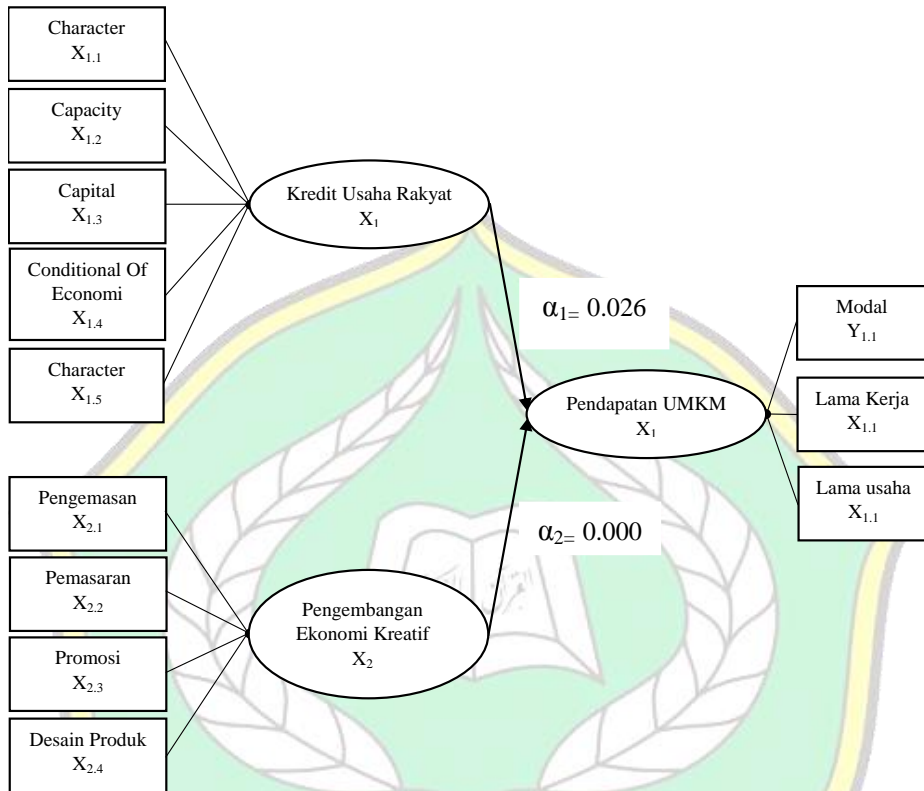
الـ بخاري رواه

Dari al-Miqdam Radhiyallahu anhu bahwa Rasûlullâh Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda: *“Tidaklah seorang (hamba) memakan makanan yang lebih baik dari hasil usaha tangannya (sendiri), dan sungguh Nabi Dawud Alaihissallam makan dari hasil usaha tangannya (sendiri)”*.

Upaya bantuan tersebut berupaya memberikan dukungan kepada UMKM yang menghadapi penurunan

modal. Prosedur pemberian modal dilakukan langsung kepada para pelaku UMKM melalui rekening masing-masing. Selain memberikan bantuan tunai, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah juga melakukan langkah-langkah pemulihan ekonomi tambahan, seperti peluncuran e-katalog pada awal Juli 2020. Tujuan peluncuran e-katalog ini adalah untuk meningkatkan daya saing dan kapasitas pelaku UMKM di era digital, karena hanya sebagian kecil (sekitar 4 hingga 10 persen) pelaku UMKM yang kini mampu bersaing di lanskap digital ini. Absennya nilai tersebut bermula dari kurangnya edukasi dan sosialisasi tentang penjualan online di kalangan pelaku UMKM. Berdasarkan studi yang dilakukan Katadata Insight Center, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menghadapi beberapa tantangan dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi digital. Sebanyak 34 persen UMKM tidak dapat menggunakan internet, sementara 23,8 persen secara spesifik menyatakan kurangnya pemahaman cara mengoperasikan usaha online.

4.3 Hasil Hubungan Antar Variabel



Sumber: Data diolah di Lapangan Tahun 2023.

Berdasarkan uji regresi linier berganda kita bisa melihat nilai signifikan kredit usaha rakyat 0,026 dan nilai signifikan pengembangan ekonomi kreatif 0,000. Sehingga saya menggunakan uji persial (Uji t) untuk pengujiannya sebagai berikut:

- Berdasarkan pengujian persial (uji t) nilai t_{hitung} sebesar 2.286 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,669 menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikan sebesar 0,026 karena signifikan lebih

besar dari 5 % ($0,026 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa secara persial kredit usaha rakyat (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pendapatan (Y).

- b) Berdasarkan pengujian persial (uji t) nilai t_{hitung} sebesar 6.221 sedangkan. t_{tabel} 1,669 sebesar menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikan sebesar 0,005 dan signifikan lebih kecil dari 5 % ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa secara persial pengembangan ekonomi kreatif (X_2) mempengaruhi secara signifikan terhadap tingkat pendapatan (Y).

