Spectrum: Multidisciplinary Journal
Volume 3, Nomor 3, Tahun 2026: 122-130
e-ISSN 3032-5838

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN USAHA *HOME INDUSTRY* TEMPE DI KELURAHAN ABIAN TUBUH BARU KECAMATAN SANDUBAYA KOTA MATARAM

Yulianti[1] , Khairil Anwar[2*], Muhsin[3]
1,3 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Al-Azhar
2 Program Studi Agroekoteknologi Fakultas Pertanian Universitas Islam Al-Azhar
Email: yuliantiandahariani@gmail.com : rilan.rumbuk@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap modal, pemasaran, dan pendapatan, menganalisis pengaruh modal dan pemasaran terhadap pendapatan usaha, serta mengetahui kendala usaha yang dihadapi pelaku usaha home industry tempe di Kelurahan Abian Tubuh Baru, Kecamatan Sandubaya, Kota Mataram. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Penentuan responden dilakukan secara quota sampling , yaitu sebanyak 30 orang pengusaha tempe. Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui wawancara langsung, dan tidak langsung (angket). Analisis data dilakukan secara deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap modal, pemasaran, dan pendapatan masing-masing tergolong kriteria tinggi dengan rata-rata skor berada dalam interval klas tinggi (3,41-4,20), dan analisis regresi linier berganda, diperoleh model regresi : $Y = 6,207 + 0,360\ X_1 + 0,205\ X_2$. Secara simultan, modal dan pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha dengan nilai Fhitung sebesar 40,958 lebih besar dari Ftabel (3,35) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sedangkan secara parsial, modal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha dengan nilai Thitung sebesar 6,994 lebih besar dari Ttabel (2,05) dan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, dan pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha dengan nilai Thitung sebesar 3,283 lebih besar dari Ttabel (2,05) dan signifikansi 0,003 lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,752 menunjukan bahwa 75,2% variasi pendapatan usaha dapat dijelaskan oleh modal dan pemasaran, sedangkan 24,8% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Adapun kendala usaha yang dihadapi pelaku usaha meliputi fluktuasi harga bahan baku, keterbatasan modal, teknologi produksi, dan persaingan usaha. Berdasarkan persepsi responden, kendala-kendala tersebut termasuk dalam kriteria rendah dengan rata-rata skor sebesar 1,83 sehingga kendala tersebut belum menjadi kendala yang berarti dalam keberlangsungan dan pengembangan usaha home industry tempe.

Kata Kunci: Industry, Modal, Pemasaran, Pendapatan.

ABSTRACT

This study aims to determine respondents' perceptions of capital, marketing, and income; analyze the effects of capital and marketing on business income; and identify the business constraints faced by tempeh home industry entrepreneurs in Abian Tubuh Baru Village, Sandubaya Subdistrict, Mataram City. This study employed a survey method using a quantitative approach. Respondents were selected using quota sampling, comprising 30 tempe entrepreneurs. The data consisted of primary and secondary data obtained through direct interviews and indirect methods (questionnaires). Data analysis was conducted using descriptive statistics and multiple linear regression analysis. The results show that

Copyright © 2026 Pada Penulis

respondents' perceptions of capital, marketing, and income each fall into the high-criteria category, with average scores falling within the high-class interval (3.41–4.20). Multiple linear regression analysis yielded the following regression model: Y = 6.207 + 0.360 X1 + 0.205 X2. Simultaneously, capital and marketing have a significant effect on business revenue, with a calculated F-value of 40.958 – greater than the critical F-value (3.35) – and a significance level of 0.000, which is less than 0.05. Meanwhile, when analyzed partially, capital has a significant effect on business revenue with a t-value of 6.994, which is greater than the critical t-value (2.05), and a significance level of 0.000, which is less than 0.05; and marketing has a significant effect on business revenue, with a t-value of 3.283, which is greater than the critical t-value (2.05), and a significance level of 0.003, which is less than 0.05. The coefficient of determination (R^2) of 0.752 indicates that 75.2% of the variation in business revenue can be explained by capital and marketing, while 24.8% is explained by other factors outside the research model. The business constraints faced by entrepreneurs include fluctuations in raw material prices, limited capital, production technology, and business competition. Based on the respondents' perceptions, these constraints fall into the "low" category with an average score of 1.83; thus, they do not yet pose a significant obstacle to the sustainability and development of the tempeh home industry.

Keywords: Industry, Capital, Marketing, Revenue.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang yang perekonomiannya ditopang oleh berbagai sektor, salah satunya adalah sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu bentuk UMKM yang berkembang di berbagai daerah di Indonesia adalah usaha *home industry*, termasuk usaha *home industry* tempe. Usaha *home industry* umumnya dijalankan dalam skala kecil hingga menengah dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia dilingkungan sekitar.

Meskipun permintaan terhadap tempe relatif tinggi, dalam praktiknya tingkat pendapatan usaha *home industry* tempe tidak selalu sama antara satu pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya. Sebagian pelaku usaha mampu memperoleh pendapatan yang stabil, sementara sebagian lainnya mengalami pendapatan yang fluktuatif bahkan cenderung rendah. Perbedaan pendapatan tersebut mengindikasikan adanya berbagai faktor yang memengaruhi kinerja dan keberhasilan usaha *home industry* tempe.

Pendapatan usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain modal, harga jual, volume produksi, pemasaran, serta ketersediaan bahan baku. Faktor-faktor tersebut dapat memengaruhi kemampuan pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi, memasarkan produk, serta memperoleh hasil usaha. Namun, dalam penelitian ini, faktor yang menjadi fokus untuk dianalisis adalah modal dan pemasaran sebagai variabel yang diduga memiliki pengaruh terhadap pendapatan usaha *home industry* tempe.

Salah satu wilayah yang terdapat usaha *home industry* tempe adalah Kelurahan Abian Tubuh Baru Kecamatan Sandubaya Kota Mataram. Berdasarkan data dari kantor Kelurahan Abian Tubuh Baru tahun (2025), terdapat sekitar 60 pelaku usaha *home industry* tempe yang menjalankan kegiatan produksi secara rutin.

Pelaku usaha *home industry* tempe di Kelurahan Abian Tubuh Baru menghadapi berbagai kendala usaha, seperti keterbatasan modal, penggunaan teknologi

Copyright © 2026 Pada Penulis
(cc) BY

produksi yang masih tradisional, fluktuasi bahan baku, serta persaingan usaha yang semakin ketat. Kendala-kendala tersebut dapat membatasi kemampuan pelaku usaha dalam meningkatkan skala produksi dan pendapatan yang diperoleh. Oleh karena itu penelitian mengenai "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha *Home Industry* Tempe di Kelurahan Abian Tubuh Baru Kecamatan Sandubaya Kota Mataram" penting untuk dilakukan.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini digunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Metode survei adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dari responden melalui pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara langsung (Interview) dan wawancara tidak langsung (Angket).

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Abian Tubuh Baru Kecamatan Sandubaya, Kota Mataram. Penentuan lokasi dilakukan secara *purposive sampling* dengan pertimbangan bahwa wilayah tersebut merupakan salah satu sentra usaha *home industry* tempe yang aktif dan cukup berkembang. Responden dalam penelitian ini adalah pengusaha tempe di Kelurahan Abian Tubuh Baru Kecamatan Sandubaya Kota Mataram yang tersebar di 4 lingkungan yang melakukan pengolahan kedelai menjadi tempe. Berdasarkan data yang diperoleh, terdapat sebanyak 60 orang pengusaha tempe di Kelurahan Abian Tubuh Baru, dari 60 orang tersebut ditetapkan secara *quota sampling* yaitu 30 orang (50%) dari total populasi di atas, proses penentuan pengusaha tempe di lakukan secara *proposional random sampling*.

Data hasil persepsi responden terhadap modal, pemasaran, pendapatan, dan kendala dianalisis secara deskriptif menggunakan skala likert 1-5, skala 1 = Sangat Rendah, 2 = Rendah, 3 = Sedang, 4 = Tinggi, 5 = Sangat Tinggi. Untuk mengetahui kriteria persepsi responden digunakan Interval Kelas pada Tabel 1 dibawah:

Tabel 1. Interval kelas

No	Kelas Interval	Kriteria
1.	1,00 – 1,80	Sangat Rendah
2.	1,8 - 2,60	Rendah
3.	2,61 – 3,40	Sedang
4.	3,41 – 4,20	Tinggi
5.	4,21 – 5,00	Sangat Tinggi

Sedangkan pengaruh modal dan pemasaran terhadap pendapatan usaha dianalisis menggunakan regresi linier berganda.

Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik analisis data ini digunakan untuk mengetahui model regresi antara Modal (X_1) dan Pemasaran (X_2), terhadap Pendapatan (Y), dengan model berikut : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$, Keterangan : Y= Pendapatan, X_1 = Modal dan X_2 = Pemasaran, a = Konstanta, dan b_1,b_2= Koefisien regresi masing-masing variabel bebas.

Pengujian Hipotesis Penelitian

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh serentak (simultan) variabel Modal (X_1) dan Pemasaran (X_2) terhadap variabel Pendapatan (Y).

Copyright © 2026 Pada Penulis
(cc) BY

Uji T Digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing (parsial) variabel independen Modal (X_1) dan Pemasaran (X_2).

HASIL PENELITIAN

1. Persepsi Responden

Persepsi Responden Terhadap Modal Usaha *Home Industry* Tempe

Modal merupakan faktor utama dalam menjalankan usaha *home industry* tempe digunakan untuk memenuhi kebutuhan produksi, pembelian bahan baku dan biaya operasional lainnya. Kriteria persepsi responden terhadap modal usaha *home industry* tempe disajikan pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Persepsi Responden Terhadap Modal Usaha *Home Industry* Tempe di Kelurahan Abian Tubuh Baru Kecamatan Sandubaya Kota Mataram

No	Indikator	Rata-rata Skor	Kriteria
1	Modal Investasi	4,13	Tinggi
2	Modal Bahan Baku	3,93	Tinggi
3	Modal Kerja	3,73	Tinggi
4	Modal Operasional	3,80	Tinggi
5	Modal Cadangan Usaha	3,10	Sedang
6	Kemampuan Manajerial	4,80	Sangat Tinggi
	Rata-rata	**3,92**	**Tinggi**

Sumber: Data Primer diolah, 2026

Pada tabel di atas terlihat bahwa kriteria persepsi responden terhadap indikator modal tergolong tinggi, karena rata-rata skor sebesar 3,92 tersebut berada dalam interval klas tinggi (3,41-4,20).

Persepsi Responden Terhadap Pemasaran Usaha *Home Industry* Tempe

Pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan pelaku usaha untuk memperkenalkan produk dan menarik minat konsumen agar penjualan meningkat. Kriteria persepsi responden terhadap pemasaran usaha *home industry* tempe disajikan pada Tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Persepsi Responden Terhadap Pemasaran Usaha *Home Industry* Tempe di Kelurahan Abian Tubuh Baru Kecamatan Sandubaya Kota Mataram

No	Indikator	Rata-rata Skor	Kriteria
1	Target Pasar	4,47	Sangat Tinggi
2	Digital Marketing	3,40	Sedang
3	Produk	3,83	Tinggi
4	Strategi Harga	2,00	Rendah
5	Tempat	4,23	Sangat Tinggi
6	Promosi Offline	4,57	Sangat Tinggi
	Rata-rata	**3,75**	**Tinggi**

Sumber: Data Primer diolah, 2026

Pada tabel di atas terlihat bahwa kriteria persepsi responden terhadap indikator pemasaran tergolong tinggi, karena rata-rata skor sebesar 3,75 tersebut berada dalam interval klas tinggi (3,41-4,20).

Persepsi Responden Terhadap Pendapatan Usaha *Home Industry* Tempe

Copyright © 2026 Pada Penulis

Pendapatan merupakan hasil yang diperoleh pelaku usaha dari penjualan produk tempe dalam priode tertentu. Kriteria persepsi responden terhadap pendapatan usaha *home industry* tempe Kelurahan Abian Tubuh Baru disajikan pada Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Persepsi Responden Terhadap Pendapatan Usaha *Home Industry* Tempe di Kelurahan Abian Tubuh Baru Kecamatan Sandubaya Kota Mataram

No	Indikator	Rata-rata Skor	Kriteria
1	Tingkat Penjualan	4,23	Sangat Tinggi
2	Keuntungan Usaha	3,77	Tinggi
3	Kontribusi Ekonomi Keluarga	4,50	Sangat Tinggi
4	Stabilitas Pendapatan	3,67	Tinggi
5	Pertumbuhan Pendapatan	3,10	Sedang
Rata-rata		**3,85**	**Tinggi**

Sumber: Data Primer diolah,2026

Pada tabel di atas terlihat bahwa kriteria persepsi responden terhadap indikator pendapatan usaha *home industry* tempe tergolong tinggi dengan rata-rata skor sebesar 3,85 tersebut berada dalam interval klas kriteria tinggi (3,41-4,20).

2. Pengujian Hipotesis

Model Regresi

Untuk membuat model regresi pendapatan terhadap modal dan pemasaran didasarkan pada output analisis data dan menggunakan SPSS versi 32 sebagaimana disajikan pada Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha *Home Industry* Tempe di Kelurahan Abian Tubuh Baru

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.207	1.544		4.020	0.000
	Modal	0.360	0.051	0.705	6.994	0.000
	Pemasaran	0.205	0.062	0.331	3.283	0.003
a. Dependent Variable: Pendapatan						

Sumber : Data Primer diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas dapat dibuat model persamaan regresi Pendapatan (Y) terhadap Modal (X_1) dan Pemasaran (X_2) sebagai berikut:

$Y = 6.207 + 0.360\ X_1 + 0.205\ X_2$

Pada model regresi tersebut terlihat bahwa semua koefisien regresi variabel independen Modal (X_1) dan Pemasaran (X_2) memiliki tanda positif, artinya semakin besar nilai masing-masing variabel independen (X_i) maka semakin besar nilai variabel dependen (Y).

Copyright © 2026 Pada Penulis

Uji Simultan (Uji F)

Uji f dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu Modal (X_1) dan Pemasaran (X_2) secara Bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Y) yaitu Pendapatan dengan α = 5% (0,05) dan Ftabel = F (k;n-k) = F(3;30-3) = 3,35. Hasil Uji f melalui bantuan program SPSS versi 32 dapat dilihat pada tabel 6 berikut:

Tabel 6. Hasil Analisis Uji F (Simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19.454	2	9.727	40.958	<.001[b]
	Residual	6.412	27	0.237		
	Total	25.867	29			
a. Dependent Variable: Pendapatan						
b. Predictors: (Constant), Pemasaran, Modal						

Sumber: Data Primer diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa Fhitung > Ftabel yaitu 40,958 > 3,35 dan taraf signifikan regresi sebesar 0,001 dimana 0,001 < 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga Modal (X_1) dan Pemasaran (X_2) secara Bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan (Y).

Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing (parsial) variabel independen yaitu Modal (X_1) dan pemasaran (X_2) terhadap Pendapatan (Y). Dengan α = 0,05 dan Ttabel = t a(a/2;n-k-1) = T(0,05;27) = 2,05.

Berdasarkan Tabel 5 di atas dapat dijelaskan pengaruh parsial Modal (X_1), dan Pemasaran (X_2) terhadap Pendapatan (Y) sebagai berikut:

1. Thitung Modal (X_1) sebesar 6,994 lebih besar dari Ttabel (2,05) dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti Modal (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan (Y).
2. Thitung Pemasaran (X_2) sebesar 3,283 lebih besar dari Ttabel (2,05) dan nilai signifikan 0,003 < 0,05 artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti Pemasaran (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan (Y).

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) dari hasil regresi linier berganda menunjukan seberapa besar variabel dependen yaitu Pendapatan (Y) dipengaruhi oleh variabel independen Modal (X_1) dan Pemasaran (X_2). Nilai Koefisien Determinasi (R^2) dapat dijelaskan pada tabel 7 sebagai berikut:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.867[a]	0.752	0.734	0.48733

Copyright © 2026 Pada Penulis

a. Predictors: (Constant), Pemasaran, Modal

Tabel 7. Koefisien Determinasi
Sumber: Data Primer diolah, 2026

Pada tabel di atas terlihat bahwa Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,752. Hal ini berarti variabel Modal (X_1) dan Pemasaran (X_2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel Pendapatan (Y) sebesar 75,2% dan sisanya 24,8% merupakan pengaruh faktor lain yang tidak termasuk kedalam variabel penelitian.

3. Kendala yang Dihadapi Pelaku Usaha *Home Industry* Tempe

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha *home industry* tempe tetap menghadapi berbagai kendala dalam menjalankan usahanya, meliputi fluktuasi harga bahan baku, keterbatasan modal, keterbatasan teknologi, dan persaingan usaha. Data hasil persepsi reponden terhadap kendala usaha dapat dilihat pada Tabel 8 berikut:

Tabel 8. Persepsi Responden Terhadap Kendala Usaha *Home Industry* Tempe di Kelurahan Abian Tubuh Baru Kecamatan Sandubaya Kota Mataram

No	Kendala	Rata-rata Skor	Kriteria
1	Fluktuasi Harga Bahan Baku	2,40	Rendah
2	Keterbatasan Modal	1,70	Sangat Rendah
3	Keterbatasan Teknologi	1,57	Sangat Rendah
4	Persaingan Usaha	1,63	Sangat Rendah
	Rata-rata	**1,83**	**Rendah**

Sumber: Data Primer diolah, 2026

Berdasarkan tabel diatas, hasil persepsi responden terhadap kendala tersebut secara keseluruhan berada pada kriteria rendah dengan rata-rata skor sebesar 1,83. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kendala usaha tetap ada, pelaku usaha masih mampu mengatasi dan menyesuaikan diri terhadap kendala yang dihadapi sehingga kendala tersebut belum menjadi kendala yang berarti dalam keberlangsungan dan pengembangan usaha *home industry* tempe. Kendala yang paling dirasakan adalah fluktuasi harga bahan baku dengan rata-rata skor 2,40, sedangkan keterbatasan modal, keterbatasan teknologi, dan persaingan usaha berada pada kriteria sangat rendah. Dengan demikian, pelaku usaha *home industry* tempe di Kelurahan Abian Tubuh Baru secara umum masih mampu menjalankan kegiatan usahanya meskipun menghadapi berbagai kendala.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Responden terhadap faktor modal tergolong kriteria tinggi dengan rata-rata skor 3,92, faktor pemasaran tergolong kriteria tinggi dengan rata-rata skor 3,75, pendapatan usaha *home industry* tempe tergolong kriteria tinggi dengan rata-rata skor 3,85.
2. Model Regresi antar Pendapatan (Y) dengan Faktor Modal dan Pemasaran adalah sebagai berikut:
   $Y = 6.207 + 0.360\ X_1 + 0.205\ X_2$
   Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,752, bahwa faktor modal dan pemasaran dapat menjelaskan 75,2% nilai pendapatan. Secara simultan,

Copyright © 2026 Pada Penulis
(cc) BY

faktor modal dan pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 5%, yaitu sebesar 0,000. Secara parsial, faktor modal dan pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pendapatan dengan nilai signifikansi masing-masing lebih kecil dari 5% yaitu sebesar 0,000 dan 0,003.

3. Kendala yang dihadapi pelaku usaha *home industry* tempe dalam mengembangkan usahanya meliputi fluktuasi harga bahan baku, keterbataan modal, keterbataan teknologi dan persaingan usaha. Namun, pada persepsi responden terhadap seluruh kendala tersebut berada pada kriteria rendah dengan skor rata-rata sebesar 1,83 sehingga tidak menjadi kendala utama dalam pengembangan usaha *home industry* tempe.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia, A. (2016). Perencanaan strategi pemasaran dengan pendekatan bauran pemasaran dan SWOT pada perusahaan POPSY TUBBY. Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis, 1(3), 297-306.

AMELIA, I. R. (2025). PERSEPSI PENGELOLA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) TERHADAP LAPORAN KEUANGAN BERBASIS SAK EMKM DI KECAMATAN PANCA RIJANG (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).

Andajani, W., Lisanty, N., Pamujiati, A. D., & Sidhi, E. Y. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Home Industri Tempe Kripik Kelompok Usaha Jajanan Khas Kabupaten Trenggalek. Jurnal Agribis, 7(1), 16-32.

Ardodik, Y., Jufri, A., & Handayani, T. (2024). Analisis faktor–faktor yang mempengaruhi pendapatan umkm kedai kopi di kota mataram. *Jurnal Oportunitas: Ekonomi Pembangunan*, *3*(2), 127-135.

Badan Pusat Statistik Kota Mataram. (2025). Kecamatan Sandubaya Dalam Angka. Mataram: BPS Kota Mataram.

Badan Pusat Statistik. (2025). Statistik Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia. Jakarta: BPS Indonesia.

Creswell, J. W. (2021). Research design: Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Fajar, M. A. K., & Gunawan, K. I. (2021). Pengaruh modal kerja, tenaga kerja, dan biaya bahan baku terhadap pendapatan pengusaha home industri tempe di Desa Sepande Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo. JEB17: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 6(1).

Febianti, A., Shulthoni, M., Masrur, M., & Safi'i, M. A. (2023). Pengaruh tingkat pendidikan, umur, jenis kelamin, dan pengalaman kerja terhadap produktivitas kerja di Indonesia. Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 2(1), 198–204.

Ilyas, A., Raharja, S., & Muhandri, T. (2016). Strategi Pemasaran Produk Animasi PT Ayena Mandiri Sinema. *Manajemen IKM:* Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah, 11(1), 10-19.

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). Perkembangan data usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) nasional tahun 2022. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.

Copyright © 2026 Pada Penulis
(cc) BY

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson.

Kurahman, F., Herdiana, H., & Nirmawati, N. (2023). Analysis of Green Bean Sprout Marketing Efficiency in Punia Village, Mataram City. *Transforma Jurnal Manajemen*, *1*(2), 93-98.

Maenatun, M., Anwar, K., & Muhsin, M. (2025). Prospek Pengembangan Industri Kripik Tortilla Jagung (Studi Kasus Di Umkm Kelompok Wanita Tani Cempaka) Desa Mekar Damai Di Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah. *Avesina: Media Informasi Ilmiah Universitas Islam Al-Azhar*, *17*(2), 1-7.

Naim, M., Mangkunegara, M., Syukur, A., Iriansa, I., & Masluki, M. (2025). Akselerasi Pengembangan Komoditas Hortikultura Strategis Dataran Tinggi melalui Implementasi Sistem Teknologi Tepat Guna di Desa Mappetajang. Abdimas Langkanae, 5(2), 231-239.

Pugu, M. R., Riyanto, S., & Haryadi, R. N. (2024). Metodologi Penelitian; Konsep, Strategi, dan Aplikasi. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Putri, U. A., & Gampito, G. (2023). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Keripik Tempe Matahari Kabupaten Dharmasraya. *AL-ITTIFAQ Jurnal Ekonomi Syariah*, *3*(1), 64-73.

Sholachiyah, A., Santoso, R. A., & Sukaris. (2022). The effect of capital, production costs and sales on income in home industry. Innovation Research Journal, 3(1).

Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.

Supriatal, S., Maulana, R., & Haryadi, R. N. (2025). Strategi pengelolaan sumber daya untuk menciptakan keunggulan bersaing pada UMKM. Dynamic: Jurnal Inovasi dan Dinamika Ekonomi, 1(1).

Suviani, S., Muhsin, M., & Nirmawati, N. (2023). Analisis perbandingan pendapatan pedagang sayur keliling dan pedagang sayur menetap di Kelurahan Pagesangan Kota Mataram. *Jurnal Ekonomi Utama*, *2*(1), 14-18.

Syahputra, A., Ervina, E., & Melisa, M. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Pendapatan UMKM. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, *4*(1), 183-198.

Syahroni, M., Anwar, K., & Novida, S. (2025). Strategi Pemasaran Rumput Mutiara (Oldeanlandia Corymbosa):(Studi Kasus Pada CV Sayang Rumput Di Kota Mataram). *Marketica: Jurnal Ilmiah Pemasaran*, *2*(4), 251-262.

Tambunan, T. S. (2023). Analisis peran pemerintah daerah mendukung UMKM naik kelas. *Journal Business and Management*, *1*(2), 77-88.

Tambunan, T. T. (2012). Peluang, Tantangan dan Ancaman bagi UMKM Indonesia dalam Era CAFTA dan ME-ASEAN 015. In Prosiding Seminar & Konferensi Nasional Manajemen Bisnis: memberdayakan UMKM dalam meninkatkan kesejahteraan masyarakat menghadapi persaingan global (Vol. 22, pp. 1-14).

Copyright © 2026 Pada Penulis
(cc) BY