

SKRIPSI

**PENGARUH KREATIVITAS PENGUSAHA, MODAL, DAN
LOKASI TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO
KECIL DAN MENENGAH KULINER DI BANDA ACEH**



Disusun Oleh:

**RAMADHAN
NIM. 180604097**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2024 M/1445 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ramadhan

NIM : 180604097

Program Studi : Ilmu Ekonomi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.***
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 26 Juni 2024

Yang Menyatakan



Ramadhan

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Kreativitas Pengusaha, Modal, dan Lokasi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kuliner di Banda Aceh


Disusun Oleh:


Ramadhan
NIM: 180604097

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I

Pembimbing II


Ana Fitri, SE., M.Sc
NIP. 199009052019032019


Uliya Azra, SE., M.Si
NIP. 199410022022032001

AR - RANIRY
Mengetahui,
Ketua Prodi,


Cut Dian Fitri, SE., M.Si, Ak
NIP. 19830792014032002

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Kreativitas Pengusaha, Modal, dan Lokasi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kuliner di Banda Aceh

RAMADHAN
NIM: 180604097


Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Ilmu Ekonomi

Pada Hari/Tanggal: Rabu, 29 Mei 2024 M
21 Dzulqaidah 1445 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua


Sekretaris


Ana Fitria, S.E., M.Sc.
NIP : 199009052019032019



Uliya Azra, M.Si.
NIP : 199410022022032001

Penguji I

Penguji II


Marwiyati, S.E., M.M.
NIP : 197404172005012002

AR - RANIRY


Yulindawati, S.E., M.M.
NIP : 197907132014112002

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,



Prof. Dr. Hafas Burqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ramadhan
NIM : 180604097
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Illmu Ekonomi
E-mail : 180604097@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKU Skripsi

yang berjudul:

Pengaruh Kreativitas Pengusaha, Modal, dan Lokasi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kuliner di Banda Aceh

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

AR - RANIRY

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 26 Juni 2024

Mengetahui

Penulis

Ramadhan

NIM. 180604097

Pembimbing I

Ana Fitria, SE., M.Sc

NIP. 199009052019032019

Pembimbing II

Uliya Azra, SE., M

NIP. 199410022022032001

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Rabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah yang telah melimpahkan rahmat, taufiq hidayah serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kreativitas Pengusaha, Modal, dan Lokasi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kuliner di Banda Aceh”**. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah mengantarkan dari zaman kegelapan hingga zaman yang terang benderang ini, dan yang selalu kita nantikan syafaatnya kelak di yaumul akhir.

Penelitian ini disusun untuk menyelesaikan tugas akhir dan mencapai derajat Strata Program Studi Ilmu Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa memiliki beberapa kesulitan. Namun, dengan bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Cut Dian Fitri, SE., M.Si, Ak selaku ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Uliya Azra, SE., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

3. Hafiih Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku ketua Laboratorium dan Dosen Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Ana Fitriana, SE., M.Sc selaku pembimbing I dan Uliya Azra, SE., M.Si selaku pembimbing II. Terima kasih atas segala ilmu, arahan dan dukungan serta motivasi yang telah diberikan sehingga dapat menyempurnakan skripsi ini.
5. Dr. Efendi, M.Si selaku PA. Dosen dan staf. Terima kasih atas segala ilmu, bantuan dan dorongan yang telah diberikan sehingga termotivasi untuk menyempurnakan skripsi ini hingga selesai.
6. Orang tua tercinta, Ayahanda A. Rafat dan Ibunda Nurhayati. Terima kasih atas do'a, cinta, kasih sayang, pengorbanan, kepercayaan dan dukungan yang telah diberikan dari dulu hingga sekarang.
7. Teman-teman seperjuangan jurusan Ilmu Ekonomi angkatan 2018 yang turut membantu serta memberi saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terutama kepada teman-teman teristimewa M. Farhan, Razzaq Afdhal, Zarki Sasha, dan Firda yang telah banyak memberikan dukungan dan moral bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan banyak terima kasih untuk semua pihak semoga mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tentunya mempunyai

banyak kekurangan.Saran dari pembaca sangat penulis harapkan dan skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.



Banda Aceh, 21 Maret 2024

Penulis

Ramadhan

ABSTRAK

Nama : Ramadhan
NIM : 180604097
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ilmu Ekonomi
Judul : Pengaruh Kreativitas Pengusaha, Modal, Dan Lokasi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kuliner Di Banda Aceh
Pembimbing I : Ana Fitria, SE.,M.Sc
Pembimbing II : Uliya Azra, SE.,M.Si

UMKM adalah suatu bidang usaha yang sangat produktif yang dijalankan oleh perorangan, peningkatan UMKM di Banda Aceh cukup banyak didominasi oleh industri kuliner karena dalam beberapa tahun terakhir perkembangan bisnis di sektor kuliner mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kreativitas pengusaha, modal usaha dan lokasi usaha terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Banda Aceh. Metode yang digunakan dalam penelitian ini kuantitatif dengan sampel 141 pelaku UMKM, hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh kreativitas pengusaha, modal dan lokasi secara parsial maupun simultan terhadap pendapatan UMKM dengan nilai koefisien determinasi persentase sebesar 44,8% dalam kategori sedang.

Kata kunci: Kreativitas, Pengusaha, Modal, Lokasi, UMKM

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Sistematika Pembahasan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
2.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	16
2.1.1 Definisi dan Kriteria UMKM.....	16
2.1.2 Asas-asas Usaha Mikro Kecil, dan Menengah.....	18
2.1.3 Jenis-jenis UMKM.....	20
2.2 Pendapatan	22
2.2.1 Definisi Pendapatan.....	22
2.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan	23
2.2.3 Indikator Pendapatan.....	25
2.3 Kreativitas Pengusaha.....	25
2.3.1 Pengertian Kreativitas	25
2.3.2 Macam-macam Kreativitas	28
2.3.3 Indikator Kreativitas.....	29
2.4 Modal	29
2.4.1 Definisi Modal.....	29
2.4.2 Jenis-jenis Modal.....	32
2.4.3 Indikator Modal.....	33
2.5 Lokasi.....	34

2.5.1 Definisi Lokasi	34
2.5.2 Penentuan Lokasi	36
2.5.3 Indikator Lokasi	37
2.6 Kuliner	38
2.6.1 Definisi Kuliner.....	38
2.6.2 Fungsi Kuliner.....	39
2.7 Penelitian Terdahulu	40
2.8 Hubungan Antar Variabel	47
2.8.1Pengaruh Kreativitas berpengaruh terhadap pendapatan UMKM kuliner	47
2.8.2Pengaruh Modal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM kuliner	48
2.8.3Pengaruh Lokasi berpengaruh terhadap pendapatan UMKM kuliner	48
2.9 Kerangka Pemikiran	49
2.10 Hipotesis	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
3.1 Jenis Penelitian.....	52
3.2 Lokasi Penelitian.....	53
3.3 Sumber Data.....	53
3.3.1 Data Primer	54
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5 Populasi dan Sampel.....	55
3.6 Devinisi Operasional Variabel	57
3.7 Teknik Analisis Data.....	60
3.8 Skala Pengukuran.....	60
3.9 Pengujian Instrumen Penelitian.....	61
3.9.1 Uji Validitas	61
3.9.2 Uji Reliabilitas	62
3.10 Uji Asumsi Klasik.....	62
3.10.1 Uji Normalitas	62
3.10.2 Uji Multikolinieritas	63
3.10.3 Uji Heteroskedastisitas	64
3.11 Analisis Regresi Linear Berganda	64
3.12 Pengujian Hipotesis	65

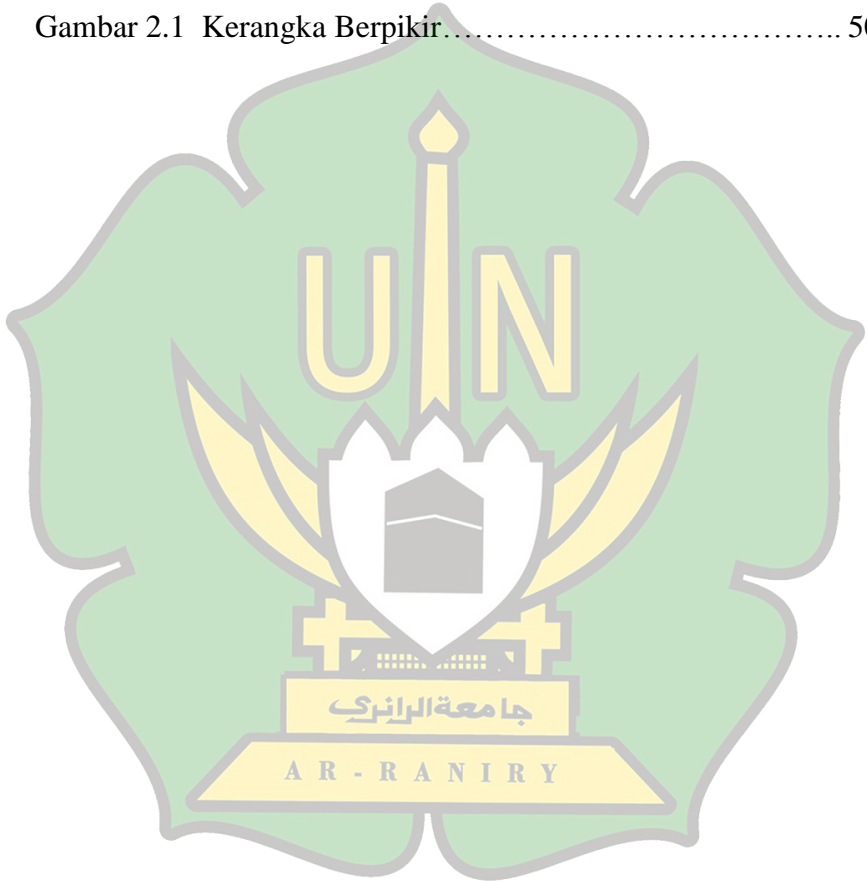
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	68
4.1 Deskripsi Data Penelitian.....	68
4.1.1 Karakteristik Usaha Responden	68
4.1.2 Tanggapan Responden	69
4.2 Hasil Analisis Data	76
4.2.1 Uji Instrumen Penelitian	76
1. Uji Validitas	76
2. Uji Reliabilitas.....	77
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	78
1. Uji Normalitas	78
2. Uji Multikolinearitas	79
3. Uji Heteroskedastisitas	79
4.2.3 Uji Hipotesis.....	80
1. Uji Regresi Linear Berganda dan T Parsial.....	80
2. Uji F Simultan	83
3. Koefisien Determinasi R^2	84
4.3 Pembahasan	85
4.3.1 Pengaruh Kreativitas Terhadap Pendapatan UMKM	86
4.3.2 Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan UMKM.....	88
4.3.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Pendapatan UMKM	90
BAB V PENUTUP.....	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah UMKM Syiah Kuala Tahun 2023.....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	43
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	57
Tabel 3.2 Skala Likert.....	61
Tabel 4.1 Karakteristik Usaha.....	68
Tabel 4.2 Tanggapan Responden kreativitas Pengusaha.....	69
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Tentang Modal.....	71
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Tentang Lokasi.....	73
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Tentang Pendapatan.....	74
Tabel 4.6 Uji Validitas.....	76
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas.....	77
Tabel 4.8 Uji Normalitas.....	78
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas.....	79
Tabel 4.10 Uji Heteroskedastisitas.....	80
Tabel 4.11 Uji Regresi Linear Berganda dan T Parsial.....	81
Tabel 4.12 Uji F Simultan.....	84
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi R^2	85

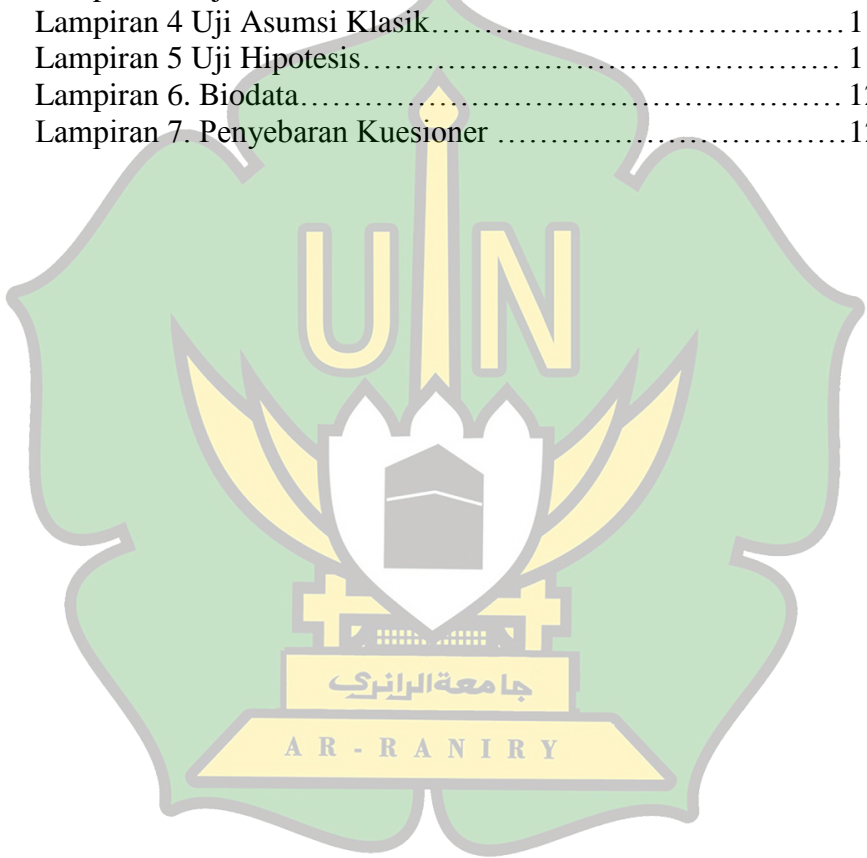
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir..... 50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	98
Lampiran 2 Tanggapan dan Karakteristik Responden.....	104
Lampiran 3 Uji Instrument Penelitian.....	110
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik.....	116
Lampiran 5 Uji Hipotesis.....	119
Lampiran 6. Biodata.....	120
Lampiran 7. Penyebaran Kuesioner.....	121



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan suatu usaha yang berperan sangat penting dalam membangun perekonomian suatu negara, termasuk Indonesia. Peran UMKM membantu masyarakat untuk meningkatkan penghasilan dan mengembangkan potensi keterampilan yang mereka miliki, khususnya masyarakat yang memiliki ekonominya yang terbatas (Rudini, 2021).

Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM bahwa pada tahun 2021 UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Namun, tingginya jumlah UMKM di Indonesia juga tidak terlepas dari tantangan yang ada (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021).

Keberadaan UMKM harus tetap dipertahankan dan dikembangkan agar dapat terus berperan dalam kehidupan ekonomi masyarakat karena dalam proses atau pemberdayaannya UMKM

memiliki jalan yang sangat strategis. Hal tersebut sangat didukung karena mayoritas para wirausaha di Indonesia sangat banyak didominasi oleh sektor pengusaha UMKM (Rudini, 2021).

UMKM adalah suatu bidang usaha yang sangat produktif yang dijalankan oleh perorangan. Ciri-ciri dari UMKM antara lain adalah modal usahanya tidak melebihi dari Rp 10.000.000,00 (belum termasuk tanah dan bangunan), tenaga kerja yang dipekerjakan tidak melebihi 5 orang dan sebagian besar tenaga kerja yang digunakan adalah anggota keluarganya dan para saudara terdekatnya sendiri ataupun tetangga disekitarnya, para pengusaha pun bertindak secara naluriah/ alamiah dengan cara mengandalkan insting ataupun pengalaman sehari-harinya. Jenis UMKM adalah terdiri dari perdagangan jasa, peternakan, pertanian, industri kecil dan pengrajin (Ekasari dan Nurhasanah, 2018).

Peningkatan UMKM di Indonesia cukup banyak didominasi oleh industri kuliner karena dalam beberapa tahun terakhir perkembangan bisnis di sektor kuliner mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan. Industri kuliner adalah suatu bentuk usaha yang mempunyai prospek yang sangat baik. Namun demikian juga pada waktu yang bersamaan banyak UMKM di bidang kuliner yang gulung tikar atau berhenti melanjutkan usahanya karena para pelaku usaha tidak mampu untuk mengembangkan usahanya. Dalam mencapai suatu keberhasilan usaha tersebut maka sangat diperlukannya kerja keras para pelaku usaha yang menjalankan usaha tersebut. Karena kebijakan-kebijakan serta

pengambilan keputusan yang tepat adalah suatu kunci berhasil dan suksesnya UMKM (Ekasari dan Nurhasanah, 2018).

Kewirausahaan yang baik terdapat pada pemikiran dan sikap seseorang yang kreatif dan juga inovatif yang akan dijadikan sebagai dasar semangat dan suatu kemampuan untuk menemukan peluang menuju kesuksesan dalam berwirausaha. Kewirausahaan merupakan suatu kemampuan yang inovatif dan kreatif yang akan dijadikan sebagai kiat, dan juga sumber daya dalam menemukan setiap peluang yang menuju kesuksesan. Inti dari pengertian kewirausahaan merupakan suatu kesanggupan seseorang untuk membuat sesuatu yang baru dan juga berbeda dari yang lainnya dengan cara pemikiran yang kreatif dan disertai dengan tindakan yang inovatif untuk terwujudnya suatu peluang. Terdapat banyaknya orang yang berprofesi sebagai pengusaha yang menemukan kesuksesan karena mengandalkan kemampuan untuk berpikir kreatif dan juga inovatif. Karena orang yang kreatif akan menciptakan karya-karya dengan pemikiran dan usahanya sendiri. Bagi pelaku wirausaha, kreativitas dalam kewirausahaan adalah suatu keniscayaan, dimana kemampuan pribadi seseorang dalam berwirausaha akan di gali dan ditempa seiring dengan perjalanan waktu selama proses kewirausahaan itu berjalan. Wirausaha yang mandiri sangatlah diperlukan oleh individu yang siap berusaha dalam berwirausaha, karena wirausaha adalah kegiatan seseorang pengusaha dalam membuat suatu usaha maupun bisnis atas peluang dan juga memanfaatkan suatu keahlian yang dimilikinya. Ada

beberapa sebab yang mengakibatkan banyak orang terjun dalam dunia kewirausahaan, misalnya seperti: meningkatnya jumlah pengangguran dan semakin sulitnya mendapat pekerjaan yang sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh individu sehingga mereka membuka lapangan pekerjaan sendiri karena berwirausaha merupakan solusi yang terbaik jika dilihat pada situasi yang terjadi. Dalam dunia wirausaha sangatlah diperlukannya yang namanya kreativitas, modal dan lokasi yang tepat agar usaha dapat dikembangkan dengan baik (Diandra, 2019).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Nurhasanah, 2018) dan (Rudini, 2021) ada beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kreativitas pengusaha, modal usaha dan lokasi usaha.

Kreativitas merupakan inisiatif pada pembuatan suatu produk dan kewirausahaan adalah suatu proses yang bermanfaat, tepat, bernilai, dan benar. Kreatifitas juga diartikan sebagai suatu kemampuan yang digunakan ketika menggunakan produk baru. Jadi kreativitas merupakan kemampuan dalam menciptakan kombinasi-kombinasi baru dan juga melihat setiap hubungan-hubungan yang baru di antara data, variabel, dan unsur yang telah terdapat sebelumnya (Dewi, 2019).

Setiap pengusaha pada dasarnya akan memiliki karakter yang hampir sama misalnya seperti memiliki suatu tujuan untuk berprestasi dengan sukses atas usahanya. Dalam dunia bisnis kemungkinan akan mengalami kegagalan merupakan suatu

ketakutan yang selalu dipikirkan oleh para wirausaha, karena dalam dunia bisnis belum tentu semua yang menjalankannya akan mendapatkan jaminan kesuksesan, tekanan emosional, rintangan untuk bekerja dengan giat, dan juga risiko kegagalan dan pengorbanan yang tinggi pasti akan dilalui oleh para pengusaha. Untuk terus mengembangkan usaha yang dijalankan, maka perlu dikembangkannya suatu kreativitas pada diri pengusaha terhadap usaha yang dimilikinya agar para konsumen tidak merasa bosan dan jenuh ketika mengunjungi usaha yang dijalankan oleh para pengusaha tersebut. Kreativitas merupakan faktor kunci untuk bertahan dalam suasana bisnis yang mempunyai banyak saingannya (Dharmawati, 2016).

Adanya kreativitas yang baik maka strategi ini bisa dijadikan peluang yang baik juga oleh para pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan dengan perkembangan zaman yang semakin berkembang dari tahun ke tahun. Maka seharusnya para pelaku usaha harus bisa melakukan upaya yang baik untuk tetap bisa bersaing dengan pengusaha lainnya yang ada di sekitar usahanya maupun di daerah-daerah yang lain yang menjalankan usaha yang sama, untuk meningkatkan keunggulan dengan cara melakukan kreativitas usaha pada produk yang dibuat untuk bersaing (Hutabarat, 2015).

Masalah selanjutnya yang sering dialami oleh UMKM adalah menyangkut pada kebutuhan akan modal usaha yang sangat terasa pada saat seseorang ingin memulai usaha atau

mengembangkan usahanya, ini diakibatkan kurangnya kemampuan akses pembiayaan, akses pasar dan pemasaran, tata kelola manajemen usaha mikro serta keterbatasan mengakses informasi dan kemampuan menembus sumber modal tersebut. Untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha diperlukan sejumlah modal dan tenaga. Modal dalam bentuk uang diperlukan untuk membiayai segala keperluan usaha, mulai dari administratif sampai biaya kerja, modal atau biaya adalah faktor yang sangat penting bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar. Jumlah modal yang tersedia akan menentukan ketersediaan permintaan konsumen terhadap hasil produksi, meningkatnya modal usaha dapat meningkatkan kapasitas produksi sehingga jumlah produksinya juga akan ikut mengalami peningkatan. Adanya peningkatan hasil produksi modal usaha dapat dikatakan berkontribusi dalam menentukan besarnya pendapatan (Purwanti, 2013).

Modal usaha sangatlah diperlukan dalam menjalankan suatu usaha, dikarenakan suatu syarat untuk membuka suatu usaha yaitu dengan memiliki modal yang cukup. Modal usaha adalah suatu faktor pendukung yang cukup diperlukan. Ada beberapa jenis modal yang diperlukan ketika mendirikan suatu usaha, di antaranya adalah modal keberanian, tekad, pengetahuan, pengalaman dan yang paling penting adalah modal uang. Namun kebanyakan orang mengalami kesulitan ketika menjalankan usaha karena mereka

tidak memiliki atau kesusahan ketika mencari modal uang yang cukup (Purwanti, 2013).

Modal usaha merupakan suatu hal yang sudah pasti dibutuhkan ketika melakukan suatu usaha, modal usaha adalah salah satu faktor yang wajib disediakan ketika merencanakan untuk memulai suatu usaha, baik modal yang dimiliki sendiri ataupun modal yang dipinjamkan dari pihak lain agar bisa digunakan untuk menjalankan usaha dan menyukseskan usaha oleh pengusaha tersebut. Tujuan dari mengatur modal usaha yang tepat dan baik yaitu agar tercapainya kesuksesan usaha. Maka ketika adanya kendala ketika mengatur modal usaha maka akan memperlambat suksesnya usaha tersebut. dalam menjalankan suatu usaha sangatlah dibutuhkan modal usaha yang mencukupi segala kebutuhan usaha agar dapat berkembang dengan lancar dan dapat berjalan dengan baik. Berkaitan dengan modal dan juga pendapatan UMKM bahwa modal usaha memiliki pengaruh yang amat dibutuhkan untuk keberhasilan suatu UMKM, jika mempunyai modal yang banyak dan digunakan untuk usaha serta mudahnya dalam mendapatkan modal usaha akan mengakibatkan perkembangan dan meningkatnya pendapatan usaha (Asnawi & Anggraini, 2019).

Selain modal usaha faktor lokasi usaha pun juga cukup berpengaruh terhadap keberhasilan suatu usaha. Ketika memilih sebuah lokasi usaha pelaku usaha perlu merencanakan dan melihat lokasi dengan baik agar dapat memilih dengan tepat lokasi sebuah

usaha yang akan dijalankannya. Kemudahan dalam mengakses tempat atau lokasi usaha akan dapat menunjang suatu keberhasilan usaha. Hal demikian sangat dibutuhkan bagi UMKM yang baru mulai dijalankan karena keuangan dan pendapatannya yang belum stabil, apabila salah dalam memilih lokasinya maka akan sulit untuk di kembangkan di masa yang akan datang. Apabila pemilik usaha memilih lokasi yang tepat maka juga akan berdampak positif untuk pendapatan dan kesuksesan usahanya. Ketika melakukan pemilihan dan penentuan lokasi usaha oleh pemilik usaha, ada banyak pemilik usaha yang tidak melakukan pertimbangan yang baik secara ekonomis dan strategis, apalagi ketika menganalisis kelayakan lokasi untuk masa yang akan datang, masih banyak pemilik usaha yang mendirikan usahanya dilokasi yang tidak tepat, sehingga ada banyak dari usaha tersebut sulit untuk berkembang dan sulit mendapat keuntungan sehingga dapat menyebabkan usaha tersebut ditutup karena tidak ada pendapatan yang cukup yang didapatkan setiap harinya (Sumarsono, 2013).

Permasalahan dalam pemilihan lokasi usaha yaitu kurangnya pertimbangan yang matang misalnya seperti lokasi usaha yang sulit diakses, permasalahan tersebut bisa terjadi karena ada banyak pemilik usaha yang membuka usaha hanya sebatas usaha saja, karena banyak dari mereka yang sulit mendapatkan pekerjaan yang lain akibat terbatasnya atau sulitnya mendapatkan lapangan pekerjaan dan juga terbatasnya kemampuan, sehingga mendorong mereka untuk membuka usaha sendiri. Banyak pemilik

usaha yang tidak begitu memahami tentang kewirausahaan. Jika ada suatu kesalahan-kesalahan yang dilakukan oleh pengusaha seperti kesalahan dalam penentuan atau penyediaan modal dan pemilihan lokasi usaha maka dapat menimbulkan dampak yang buruk bagi usahanya. Sehingga keadaan seperti ini akan mengakibatkan masalah-masalah yang akan dihadapi kedepannya selama menjalankan usahanya, akibat tidak mempertimbangkan dengan baik dalam memulai suatu usaha. Kesalahan yang cukup sering muncul ketika menjalankan suatu usaha biasanya terjadi karena kurangnya pengetahuan pengusaha tentang kewirausahaan (Dewi, 2019).

Kesimpulan permasalahan yang dapat diambil adalah, dimana sektor UMKM di daerah Darussalam tidak secara keseluruhan mendapatkan pendapatan yang maksimal, ada yang ramai konsumennya dan tidak. Hal ini diakibatkan kurangnya kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan inovatif yang dapat meningkatkan nilai tambah produk atau layanan yang ditawarkan oleh UMKM, seperti penelitian Hutabarat (2015) menyatakan tanpa adanya kreativitas sebuah UMKM akan mengalami kendala pada pendapatannya.

Lokasi juga mempengaruhi biaya operasional seperti sewa, transportasi, dan utilitas. Lokasi yang tepat dapat membantu mengurangi biaya tersebut, namun ada beberapa tempat yang tidak terlalu memperhatikan Lokasi (Asnawi & Anggraini, 2019).

Sementara pada modal tidak terlalu mempengaruhi pendapatan, dimana modal yang memadai membantu UMKM dalam mengelola arus kas dan memenuhi kewajiban finansial tepat waktu, yang dapat meningkatkan stabilitas dan kepercayaan pelanggan (Diandra, 2019).

Tabel 1.1
Jumlah UMKM Syiah Kuala Tahun 2023

No	Sektor UMKM	Jumlah	Kabupaten/ Kota	Kecamatan
1	Kuliner	217	Banda Aceh	Syiah Kuala
2	Selain Kuliner	710	Banda Aceh	Syiah Kuala

Sumber: DISKOPUKM (2023)

Berdasarkan data Tabel 1.1 dapat diketahui jumlah keseluruhan UMKM di Kecamatan Syiah Kuala sebanyak 927, usaha kuliner yang terbanyak pada sektor UMKM ini dengan 217 usaha serta 710 sisanya adalah sektor usaha yang lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Ekasari dan Nurhasanah (2018) menyebutkan bahwa lokasi dan kreativitas pengusaha merupakan satu kesatuan untuk mewujudkan kesuksesan usaha bagi para pelaku UMKM, lokasi dan juga kreativitas mempunyai pengaruh secara simultan terhadap pendapatan usaha.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Aji Waskita (2021) mengatakan bahwa faktor modal usaha memiliki pengaruh yang sangat besar untuk pendapatan UMKM disebabkan dengan

adanya penambahan modal usaha maka pelaku UMKM akan menambahkan juga barang dan alat untuk kebutuhan usahanya yang akan digunakan dan di jual sehingga menyebabkan pendapatan usahanya akan bertambah.

Penelitian yang dilakukan oleh Harahap (2021) hasil penelitiannya yang diperoleh adalah dimana kreativitas memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan UMKM, dimana pengaruh yang signifikan yang dimaksud mempunyai makna semakin meningkat dan bagusnya kreativitas yang dilakukan oleh pengusaha maka pendapatan usaha akan semakin meningkat juga. Maka objek penelitian dalam penelitian ini adalah UMKM kuliner makanan dan minuman di Banda Aceh.

Peneliti ingin melakukan penelitian pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) kuliner karena banyak pelaku usaha UMKM yang awalnya saja yang bersemangat dalam menjalankan usahanya, dengan seiring berjalannya waktu banyak usaha yang tidak berjalan lagi, maka peneliti ingin meneliti UMKM yang berbasis usaha kuliner yaitu makanan dan minuman. UMKM kuliner merupakan suatu usaha yang erat berhubungan dengan konsumsi makanan dan minuman untuk kebutuhan sehari-hari. Kuliner merupakan suatu gaya hidup yang tidak bisa dipisahkan dengan kehidupan sehari-hari. Karena setiap orang pastinya akan sangat memerlukan makanan dan minuman untuk kebutuhan hidupnya. Mulai dari makanan dan juga minuman baik yang sederhana maupun makanan dan minuman yang berkelas tinggi dan

mewah. Maka dengan adanya perkembangan industri UMKM kuliner akhir-akhir ini yang bisa menjadi peluang usaha tersendiri bagi pengusaha-pengusaha yang menjalankan usaha kecil dan menengah.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kreativitas Pengusaha, Modal, dan Lokasi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kuliner di Banda Aceh”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah kreativitas pengusaha berpengaruh terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Banda Aceh?
2. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Banda Aceh?
3. Apakah lokasi usaha berpengaruh terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Banda Aceh?
4. Apakah kreativitas pengusaha, modal usaha dan lokasi usaha berpengaruh terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas pengusaha terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui pengaruh modal usaha terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Banda Aceh.
4. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas pengusaha, modal usaha dan lokasi usaha terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini Dapat menjadi sumbangan ilmu yang berguna dan menambah koleksi karya ilmiah dan menambah wawasan baru bagi akademisi.

2. Bagi Praktisi

Ilmu Pengetahuan Penelitian ini tentunya untuk menambah wawasan, referensi serta menambah ilmu pengetahuan

mahasiswa khususnya mahasiswa Ilmu Ekonomi mengenai pemanfaatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).

Masyarakat bisa menambah informasi dan pengetahuan tentang memanfaatkan kreativitas, modal dalam membangun UMKM serta dapat memilih lokasi yang strategis.

3. Bagi Pemangku Kebijakan

Diharapkan bagi pihak Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (DISKOPUKM) agar dapat membuat kebijakan yang tepat dan strategis seperti pelatihan dan pembinaan bagi pelaku UMKM untuk membantu pengembangan usahanya dan mengatasi masalah-masalah yang terdapat dalam UMKM. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (DISKOPUKM) dalam meningkatkan pengembangan usaha bagi masyarakat yang mengambil UMKM agar dapat digunakan secara tepat dan benar.

1.5 Sistematika Pembahasan

Pada rangkaian penelitian ini menggunakan penulisan yang sistematis, untuk memudahkan penulisan dan pemahaman terhadap penelitian yang akan diteliti. Berikut uraian sistematika penelitian ini:

Bab I Pendahuluan

Merupakan bab pendahuluan penelitian yang terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori

Mengenai kerangka teoritis atau kerangka konseptual meliputi: kerangka teoritis yang dipakai sebagai landasan atau komparasi analisis yang berkaitan dengan objek penelitian, dan teori yang diperlukan untuk menunjang terselesaikannya penelitian ini.

Bab III Metodologi Penelitian

Memuat tentang metodologi penelitian. Dalam bab ini dijelaskan mengenai jenis data penelitian, sumber data, teknik perolehan serta pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Merupakan hasil penelitian dan pembahasan. Pada bab ini berisi hasil yang di peroleh dari penelitian serta pembahasan yang di lakukan penulis.

Bab V Penutup

Merupakan penutupan yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan masukan yang diberikan bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

2.1.1 Definisi dan Kriteria UMKM

Definisi UMKM berdasarkan Undang – Undang No.11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja menggariskan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, perbedaan antara Usaha Mikro (Umi), Usaha Kecil (UK) dan Usaha Menengah (UM) didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), serta omset rata-rata pertahun atau jumlah pekerja tetap.

Menurut Bank Indonesia yang dimaksud dengan UMKM adalah usaha produktif milik warga negara Indonesia yang berbentuk satu badan, bukan badan usaha, atau badan yang berbadan hukum seperti koperasi, bukan anak perusahaan atau cabang yang secara langsung atau tidak langsung memiliki, mengelola, atau berafiliasi dengan perusahaan menengah atau besar. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp200.000.000 per tahun, sedangkan usaha menengah, merupakan usaha yang memiliki kriteria aset tetapnya dengan besaran yang dibedakan antara industry manufaktur (Rp200.000.000 s.d. Rp500.000.000) dan non manufaktur

(Rp200.000.000 s.d. Rp600.000.000). Kriteria UMKM yang baru diatur di dalam Pasal 35 hingga Pasal 36 PP UMKM.

Berdasarkan pasal tersebut, UMKM dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Kriteria modal usaha digunakan untuk pendirian atau pendaftaran kegiatan UMKM yang didirikan setelah PP UMKM berlaku. Kriteria modal tersebut terdiri atas:

1. Usaha Mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
3. Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Adapun pengelompokan UMKM berdasarkan kriteria hasil penjualan tahunan yang diatur dalam Pasal 35 ayat 6 Peraturan Pemerintah No 7 tahun 2021, kriteria hasil penjualan tahunan tersebut terdiri atas:

1. Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
2. Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah).
3. Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah). Nilai nominal dari kriteria di atas dapat berubah dengan menyesuaikan perkembangan ekonomi.

2.1.2 Asas-asas Usaha MikroKecil, dan Menengah

Berdasarkan Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 Cipta Kerja tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, asas-asas UMKM di antaranya:

1. Asas Kekeluargaan, ialah asas yang melandasi upaya pemberdayaan UMKM sebagai bagian dari perekonomian nasional yang diselenggarakan berdasarkan atas dasar demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian,

keseimbangan, kemajuan, dan kesatuan ekonomi nasional untuk kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia.

2. Asas Demokrasi Ekonomi, ialah pemberdayaan UMKM diselenggarakan sebagai kesatuan dari pembangunan perekonomian nasional untuk mewujudkan kemakmuran rakyat.
3. Asas Kebersamaan, ialah asas yang mendorong peran seluruh UMKM dan dunia usaha secara bersama-sama dalam kegiatannya untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.
2. Asas efisiensi berkeadilan, ialah asas yang mendasari pelaksanaan pemberdayaan UMKM dengan mengedepankan efisiensi berkeadilan dalam usaha untuk mewujudkan iklim usaha yang adil, kondusif, dan berdaya saing.
3. Asas keberlanjutan, ialah asas yang secara berencana mengupayakan berjalannya proses pembangunan melalui pemberdayaan UMKM yang dilakukan secara berkesinambungan.
4. Asas berwawasan lingkungan, ialah asas pemberdayaan UMKM yang dilakukan dengan memperhatikan serta mengutamakan perlindungan dan pemeliharaan lingkungan hidup.
5. Asas kemandirian, ialah asas pemberdayaan UMKM yang dilakukan dengan menjaga serta mengedepankan

potensi, kemampuan, dan mengedepankan potensi, kemampuan, dan kemandirian UMKM.

6. Asas keseimbangan kemajuan, ialah asas pemberdayaan UMKM yang berupaya menjaga keseimbangan kemajuan ekonomi wilayah dalam kesatuan ekonomi nasional.
7. Asas kesatuan ekonomi nasional, ialah asas pemberdayaan UMKM yang termasuk bagian dari pembangunan kesatuan ekonomi nasional.

2.1.3 Jenis-jenis UMKM

Berdasarkan skala usahanya, Tambunan (2012) menjelaskan bahwa UMKM dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

1. Skala rumahan Usaha rumahan merupakan salah satu fenomena yang tidak lepas dari berkembangnya UMKM, keterbatasan dana pula tak jarang melatarbelakangi tumbuhnya UMKM skala rumahan. Dengan mendirikan usaha dirumah, maka akan mengurangi biaya sewa tempat. Dana yang ada akan dapat digunakan untuk keperluan pengadaan bahan dagangan sehingga bahan dagangan tersedia dengan cukup.
2. Skala toko Ketika suatu usaha mengalami kemajuan, maka usaha dapat meningkat dari skala rumahan

menjadi skala toko. Kepemilikan toko akan membantu mempromosikan komoditas lebih jauh. Kehadiran toko meningkatkan kesadaran konsumen dan memungkinkan untuk meningkatkan penghasilan.

Sedangkan menurut Rahmana (2009), UMKM sendiri dapat dibagi menjadi 4 klasifikasi, yaitu:

1. *Livelihood Activities* adalah sebuah UMKM informal yang kerap kali digunakan sebagai kesempatan bekerja untuk mencari nafkah bagi kebutuhan sehari-hari. Salah satu contoh dari UMKM klasifikasi ini adalah pedagang kaki lima.
2. *Micro Enterprise* adalah sebuah UMKM tidak memiliki sifat kewirausahaan tetapi lebih ke sifat pengrajin. Salah satu contoh dari UMKM klasifikasi ini adalah usaha gerabah yang bersifat usaha rumahan.
3. *Small Dynamic Enterprise* ialah sebuah UMKM yang sudah memiliki sifat kewirausahaan namun belum sepenuhnya karena belum dapat menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
2. *Fast Moving Enterprise* merupakan sebuah UMKM yang sudah memiliki sifat kewirausahaan dan dapat berubah menjadi Usaha Besar (UB).

2.2 Pendapatan

2.2.1 Definisi Pendapatan

Pendapatan merupakan jumlah yang dibebankan kepada pelanggan untuk produk atau jasa yang dijual dan merupakan faktor terpenting dalam bisnis karena pendapatan menentukan kemajuan bisnis. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin untuk menghasilkan pendapatan yang diharapkan. Penjualan berasal dari penjualan produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam ilmu ekonomi, pendapatan merupakan sejumlah uang yang diterima perusahaan dari aktivitasnya, terutama dari penjualan barang atau jasa kepada pelanggannya (Sjaroni, 2019).

Dalam teori Keynes menyatakan besarnya konsumsi selalu berubah-ubah sesuai dengan naik turunnya pendapatan, apabila pendapatan meningkat maka konsumsi akan meningkat. Sebaliknya, apabila pendapatan turun maka konsumsi akan turun. Pernyataan tersebut merujuk pada konsep dasar dalam ilmu ekonomi yang dikenal sebagai "hubungan antara pendapatan dan konsumsi" atau yang lebih dikenal sebagai "kurva konsumsi." Konsep ini dijelaskan dalam teori ekonomi sebagai hukum konsumsi Keynes. Ide utama di balik konsep ini adalah bahwa orang cenderung menghabiskan sebagian besar atau semua pendapatan yang mereka miliki, artinya hubungan antara pendapatan dan konsumsi adalah, apabila pendapatan masyarakat Banda Aceh semakin meningkat maka konsumsi terhadap kuliner juga meningkat, dengan tingginya belanja dibidang kuliner akan

menaikkan pendapatan UMKM sehingga perputaran ekonomi semakin meningkat di Banda Aceh (Sukirno, 2013).

Pengertian pendapatan menurut ilmu ekonomi ialah perubahan nilai yang tidak disebabkan oleh perubahan modal dan hutang. Oleh karena itu, pendapatan dihasilkan dari bisnis sebagai imbalan atas pekerjaan yang dilakukan, sedangkan pendapatan industri dihasilkan dengan mengatur semua faktor produksi yang dikelolanya. Pendapatan UMKM merujuk kepada jumlah uang yang diperoleh oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dari penjualan produk atau jasa mereka dalam suatu periode tertentu. UMKM merupakan bagian penting dari perekonomian suatu negara, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta pengurangan ketimpangan ekonomi (Sukirno, 2013).

Pendapatan UMKM dihitung dengan mengurangi semua biaya produksi, biaya operasional, dan biaya lainnya dari total pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa. Pendapatan UMKM dapat berasal dari berbagai sumber, termasuk penjualan produk fisik, layanan jasa, penjualan online, atau aktivitas bisnis lainnya (Nakaya, 2018).

2.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan

Menurut Swastha (2019) berikut ini merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan dari kegiatan penjualan, yaitu:

1. kreativitas

Kreativitas adalah aset penting bagi pengusaha UMKM karena dapat meningkatkan inovasi produk, efektivitas pemasaran, efisiensi operasional, dan adaptasi terhadap perubahan pasar. Pengusaha yang kreatif mampu menghasilkan nilai tambah yang signifikan bagi bisnis, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan jangka panjang. Oleh karena itu, mendorong kreativitas dan inovasi harus menjadi salah satu fokus utama dalam strategi pengembangan UMKM.

2. Modal

Memiliki modal yang kuat akan memudahkan para pelaku usaha dalam menjalankan model bisnisnya. Terdapat beberapa tantangan yang membutuhkan modal yang tidak sedikit. Oleh karena itu pelaku usaha harus sigap dalam merancang penyesuaian modal yang dimilikinya agar arus bisnisnya berjalan dengan lancar.

3. Lokasi

Lokasi bisnis adalah salah satu faktor kunci yang mempengaruhi pendapatan UMKM. Lokasi yang strategis dapat meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas pelanggan, mengurangi biaya operasional, dan memberikan keunggulan kompetitif

4. Faktor lain

Faktor lain yang mempengaruhi pekerjaan terkait promosi dan pengemasan produk, jenis produk, usia, dan jam kerja juga dapat mempengaruhi penjualan. Adapun faktor yang mempengaruhi pendapatan menurut Sumarsono (2013) Ketika

banyak produk yang terjual, maka pengusaha akan meningkatkan produksi. Peningkatan produksi menyebabkan peningkatan tenaga kerja yang dibutuhkan, yang kemudian akan meningkatkan pendapatan (Nakaya, 2018).

2.2.3 Indikator Pendapatan

Menurut Fitria (2019) menyebutkan indicator pendapatan adalah sebagai berikut:

1. Sumber pendapatan, yaitu mempengaruhi bagaimana pendapatan dihasilkan dan seberapa stabilnya aliran pendapatan tersebut. Diversifikasi sumber pendapatan dapat membantu mengurangi risiko.
2. Peningkatan penjualan berdampak pada pendapatan. Semakin tinggi penjualan, semakin tinggi pendapatan yang dihasilkan, asalkan biaya tetap terkendali.
3. Jumlah produksi mempengaruhi kemampuan UMKM untuk memenuhi permintaan penjualan. Jika produksi tidak mencukupi, UMKM mungkin kehilangan peluang pendapatan. Sebaliknya, produksi yang efisien dapat meningkatkan margin keuntungan dan pendapatan.

2.3 Kreativitas Pengusaha

2.3.1 Pengertian Kreativitas

Menurut Handayani (2019) menyatakan bahwa kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru. Kreativitas dapat diartikan

sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang. Kreativitas yaitu suatu topik yang relevan tidak hanya bagi pemula usaha, tetapi juga kegiatan usaha yang lain. Kreativitas merupakan sumber penting dalam terciptanya daya saing untuk semua organisasi yang peduli terhadap *growth* (pertumbuhan) dan *change* (perubahan)

Hadiyati (2011) menjelaskan bahwa kreativitas merupakan inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat heuristik yaitu sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk, atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari, atau menemukan sesuatu yang baru. Orang yang kreatif adalah orang yang terbuka terhadap pengalaman, melihat dan memperhatikan sesuatu dengan cara teliti, cermat, dan menerima suatu hal yang bertentangan, memiliki toleransi terhadap suatu hal yang tidak jelas, independen dalam pengambilan keputusan, berpikir dalam bertindak, memerlukan dan mengasumsikan otonomi, percaya diri, tidak menjadi subjek dari standar dan kendali kelompok, rela mengambil risiko yang diperhitungkan, gigih, sensitif terhadap permasalahan, lancar kemampuan untuk meng-generik ide-ide yang banyak, fleksibel keaslian, responsif terhadap perasaan, terbuka terhadap fenomena yang belum jelas, motivasi, bebas dari rasa takut gagal, berpikir dalam imajinasi, selektif.

Kreativitas memiliki peran penting dalam dunia usaha kuliner. Dalam lingkup bisnis makanan dan minuman, kreativitas dapat membantu pengusaha untuk membedakan diri dari pesaing, menarik perhatian pelanggan, menciptakan pengalaman unik, dan menghasilkan menu yang menarik dan inovatif. Kreativitas tidak hanya terbatas pada menu, tetapi juga melibatkan aspek lain seperti branding, dekorasi toko/restoran, pemasaran, dan interaksi dengan pelanggan. Selalu pertimbangkan selera dan preferensi target pasar pengusaha saat menerapkan ide-ide kreatif ini (Rosyidi, 2011).

Fungsi kreativitas pada kuliner, dalam pasar yang padat pesaing seperti industri kuliner, memiliki ide-ide kreatif dalam menu dan penyajian dapat membantu pengusaha membedakan diri dari pesaing. Ini bisa menjadi faktor penentu yang membuat pelanggan memilih restoran atau usaha kuliner pengusaha daripada yang lain. Makanan yang unik dan kreatif cenderung menarik perhatian. Pelanggan biasanya tertarik mencoba hal-hal baru dan menarik, terutama jika menu dan presentasi makanan pengusaha tampak berbeda dan menarik. Kreativitas dalam penyajian dan tampilan makanan dapat menciptakan pengalaman yang lebih berkesan bagi pelanggan. Pengalaman kuliner yang unik dapat membuat pelanggan merasa istimewa dan ingin kembali lagi. Kreativitas memungkinkan pengusaha untuk terus mengembangkan dan memperbarui menu. Ini membantu menjaga minat pelanggan tetap tinggi dan menghindari kejenuhan dengan pilihan yang monoton. Makanan yang unik dan kreatif sering kali dapat

dibanderol dengan harga lebih tinggi karena nilai tambah yang ditawarkan. Ini dapat berdampak positif pada pendapatan dan profitabilitas usaha. (Hadiyati, 2011).

2.3.2 Macam-macam Kreativitas

Menurut Utami Munandar (2009) ciri-ciri kreativitas dapat dibedakan menjadi dua ciri yaitu kognitif (*aptitude*) dan ciri non-kognitif (*non-aptitude*). Ciri kognitif (*aptitude*) dari kreativitas terdiri dari orisinalitas, fleksibilitas, kelancaran dan elaboratif. Sedangkan ciri non kognitif dari kreativitas meliputi motivasi, kepribadian, dan sikap kreatif. Kreativitas baik itu baik secara kognitif maupun non-kognitif merupakan salah satu potensi yang harus dikembangkan. Menurut Utami Munandar (2009) pentingnya pengembangan kreativitas ini memiliki empat alasan, yaitu:

1. Kreativitas merupakan manifestasi dari seseorang yang berfungsi sepenuhnya dalam perwujudan dirinya
2. Kreativitas sebagai kemampuan untuk melihat kemungkinan-kemungkinan untuk menyelesaikan suatu masalah.
3. Bersibuk diri secara kreatif tidak hanya bermanfaat bagi diri pribadi dan lingkungannya tetapi juga memberi kepuasan pada individu.
4. Kreativitaslah yang memungkinkan manusia meningkatkan kualitas hidupnya.

2.3.3 Indikator Kreativitas

Menurut Uno (2013) dalam penelitiannya adapun bahwa indikator kreativitas sebagai berikut:

1. Dorongan dari dalam diri sendiri (motivasi intrinsik) adalah dorongan yang berasal dari dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu karena hal tersebut memberikan kepuasan atau kegembiraan tersendiri
2. Dorongan dari Lingkungan (motivasi ekstrinsik) yang berasal dari faktor-faktor eksternal, seperti penghargaan, pengakuan, atau tekanan dari lingkungan sekitar. Dimana pelaku UMKM senang apabila pelanggannya puas atas kreativitas yang dibuat.

2.4 Modal

2.4.1 Definisi Modal

Menurut Sukirno (2013) modal dapat didefinisikan sebagai pengeluaran bisnis untuk pembelian barang modal atau fasilitas produksi untuk meningkatkan kapasitas produksi barang dan jasa yang tersedia dalam perekonomian. Modal juga dapat diartikan sebagai pengeluaran sektoral suatu perusahaan untuk membeli/ memperluas barang modal baru yang lebih modern, atau untuk mengganti barang modal lama yang tidak terpakai atau yang usang.

Modal adalah faktor produksi yang ketiga. Modal merupakan salah satu faktor produksi yang meliputi semua jenis

barang yang dibuat untuk menunjang kegiatan produksi. Modal atau Capital adalah semua bentuk kekayaan yang dapat secara langsung maupun tidak langsung dalam program menambah output, lebih jelasnya capital adalah barang-barang yang dibuat untuk penggunaan faktor produksi pada masa yang akan datang. Pada umumnya, modal dikelompokkan menjadi modal tetap dan modal kerja. Modal tetap mencakup barang produksi yang tahan lama yang digunakan dalam jangka waktu yang lama hingga tidak dapat dipakai lagi. Seperti halnya bangunan dan mesin, peralatan, traktor dan truk, dan sebagainya. Adapun modal kerja adalah barang produksi sekali pakai seperti bahan mentah yang langsung habis sekali pakai (Rosyidi, 2011).

Modal dalam usaha kuliner merujuk pada jumlah uang yang diperlukan untuk mendirikan, mengelola, dan mengembangkan usaha makanan dan minuman. Modal ini akan digunakan untuk berbagai keperluan seperti pembelian bahan baku, peralatan dapur, biaya sewa tempat, gaji karyawan, pemasaran, dan biaya operasional lainnya. Jumlah modal yang diperlukan dapat bervariasi tergantung pada jenis usaha kuliner, lokasi, skala, dan rencana pertumbuhan bisnis. Penting untuk merencanakan anggaran modal dengan cermat sebelum memulai usaha kuliner. Sebuah rencana bisnis yang komprehensif dapat membantu pengusaha menghitung jumlah modal yang diperlukan, sumber pendanaan yang mungkin, serta perkiraan pendapatan dan pengeluaran dalam periode awal operasi. Ini membantu

memastikan bahwa pengusaha memiliki cukup dana untuk menjalankan bisnis secara lancar dan mengatasi tantangan yang mungkin timbul (Purwanti, 2012).

Sebanyak usaha mikro, kecil dan menengah yang ada di Banda Aceh sudah memiliki kemampuan mengolah keuangan dengan baik yaitu dengan pembukuan. Namun ada juga yang sama sekali tidak memiliki kemampuan dalam tata kelola keuangan. Dengan ketersediaan sumber daya yang dapat dikatakan tidak lebih dan tidak kurang, banyak pengusaha kuliner di klaster ini yang bergantung pada tabungannya sendiri untuk mendirikan usaha. Syarat keuangan bank yang terlalu ketat bahkan mengambil untung banyak, menjadikan para pemilik usaha kuliner menggunakan tabungan seadanya (Hutabarat, 2015).

Dengan adanya beberapa lembaga keuangan yang bekerja sama dengan wirausaha, seharusnya dapat menjadi kekuatan dalam dunia usaha, namun hal itu berbeda dengan yang ditemukan di lapangan. 5 dari 5 sample ternyata tidak menggunakan bantuan dari lembaga keuangan, hal ini disebabkan karena kesulitan dalam mekanisme alur peminjaman dan agunan yang tinggi. Dengan kesinergisan antar elemen di atas, secara perlahan akan terjadi sebuah proses *Trickle Down Effect* di klaster ini. Dan industri-industri yang bermodalkan modal secara fisik akan digantikan oleh industri kreatif yang bermodalkan *Human Investment*. Transformasi industri ini tentu akan membawa ke dampak positif dan negatif. Tetesan kemakmuran ke bawah (*Trickle Down Effect*)

akan menjadi trigger bagi lapisan bawah dan memberi implikasi pada ekonomimikro. Namun hal tersebut harus diikuti dari kolaborasi antar elemen terlebih pemerintah. Sudah seharusnya pemerintah membuat kebijakan dan memberi modal atau bantuan dalam bentuk lain (Hutabarat, 2015).

2.4.2 Jenis-jenis Modal

Menurut Prawirosentono (2007) jenis modal yang dapat diperoleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan modalnya terdiri dari:

1. Modal sendiri (*Equity Capital*)
2. Modal sendiri dalam suatu bisnis berbentuk saham (*stock*), cadangan Penyusutan (*depreciation allowance*) dan Laba yang ditahan (*retained earning*)
3. Modal Pinjaman (*Debt Capital*), Alasan perusahaan menggunakan modal pinjaman, karena modal sendiri (*equity capital*) tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan seluruh modal yang diperlukan. Adapun sumber modal pinjaman (*debt capital*) adalah modal yang berasal dari luar perusahaan yang merupakan utang (*payable*) yang harus dibayar kembali pada saat jatuh tempo nanti.

Selanjutnya, menurut Soekartawati (2003) modal dibedakan menjadi dua yaitu:

- a. Modal tetap (*Fixed Capital*), semua barang modal yang secara terus menerus digunakan dalam kegiatan

produksi dalam jangka waktu yang lama, seperti tanah, bangunan dan peralatan mesin.

- b. Modal bekerja (*Working Capital*), merupakan modal untuk mendanai operasional perusahaan. Pembelian bahan baku, bahan habis pakai, biaya tenaga kerja, biaya gaji, biaya transportasi, biaya transportasi, biaya penjualan, biaya iklan, biaya perawatan, dll.

2.4.3 Indikator Modal

Modal kerja sangat penting untuk menjalankan bisnis. Adapun Indikator modal usaha menurut (Purwanti, 2012) terbagi sebagai berikut:

1. Modal sebagai syarat untuk usaha. Modal adalah elemen fundamental yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan usaha. Ini mencakup berbagai bentuk dana dan aset yang dibutuhkan untuk berbagai tahap bisnis, dari inisiasi hingga operasional sehari-hari.
2. Pemanfaatan modal tambahan. Pemanfaatan modal tambahan sangat penting bagi UMKM untuk mengembangkan bisnis, meningkatkan efisiensi, dan tetap kompetitif. Modal tambahan dapat berasal dari berbagai sumber seperti keuntungan yang diinvestasikan kembali, pinjaman, atau investasi eksternal.

3. Besar modal. Besar modal yang diperlukan oleh UMKM untuk memulai, menjalankan, dan mengembangkan usahanya sangat bervariasi tergantung pada beberapa faktor, termasuk jenis usaha, skala operasi, dan tujuan jangka panjang.

2.5 Lokasi

2.5.1 Definisi Lokasi

Lokasi merupakan faktor yang mempengaruhi sukses atau gagalnya sebuah usaha. Pemilihan lokasi sangatlah penting karena akan berpengaruh terhadap tingkat profitabilitas dan kontinuitas usaha dalam jangka panjang. Selain itu, penentuan lokasi juga sangat penting, karena apabila suatu usaha salah dalam menentukan lokasi maka akan mengakibatkan terjadinya peningkatan biaya yang harus dikeluarkan. Harga produk yang akan dipasarkan nantinya juga sangat tergantung pada lokasi usaha yang dipilih, karena harga pasar akan berpengaruh dengan jarak lokasi usaha dengan pasar tersebut. Penentuan lokasi usaha yang tepat akan memberikan keuntungan bagi perusahaan, seperti mudahnya memberikan pelayanan kepada konsumen dengan lebih memuaskan, memudahkan dalam memperoleh bahan baku ataupun bahan lainnya, dan lain-lain (Purwanti, 2012).

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang-barang dagangannya. Konsumen dapat melihat langsung barang yang

diproduksi atau dijual baik jenis, jumlah maupun harganya. Dengan demikian, konsumen dapat lebih mudah memilih dan berinteraksi atau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan secara langsung (Dharmawati, 2016).

Widyatama (2011), lokasi kuliner memiliki peran yang signifikan terhadap pendapatan sebuah usaha kuliner. Lokasi yang strategis dapat berkontribusi secara besar-besaran terhadap jumlah pelanggan dan pendapatan. Lokasi berarti tempat atau letak dan lokasi usaha berarti tempat secara fisik. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa lokasi jualan adalah tempat usaha dimana seseorang mendapat kenyamanan dalam transaksi jual beli barang atau jasa. Lokasi jualan berarti juga lokasi usaha karena mempunyai pengertian yang sama yaitu sebagai tempat usaha dimana dalam penelitian ini dipertegas bahwa tempat usaha tersebut digunakan untuk berdagang atau berjualan sesuatu. Situasi persaingan seperti faktor lokasi dapat menjadi faktor kritis yang membuatnya sangat penting. Penentuan lokasi yang tepat akan meminimumkan beban biaya investasi dan operasional (jangka pendek maupun jangka panjang) dalam hal ini meningkatkan daya saing perusahaan.

Lokasi dapat dibedakan menjadi dua yaitu didalam pasar dan diluar pasar. Lokasi diluar pasar yang dimaksud yaitu masih dalam kawasan pasar namun berada diluar pasar sehingga konsumen memiliki pilihan untuk menentukan dimana dia akan berbelanja. Lokasi diluar pasar juga memberikan akses mudah

kepada konsumen yang diburu waktu karena lebih cepat berhadapan langsung dengan penjual walaupun terkadang barang yang dipasarkan berbeda dari harga yang ditawarkan dilokasi yang berada didalam pasar. Lokasi berjualan juga akan memberikan kenyamanan dan kepuasan tersendiri bagi seorang konsumen yang nantinya akan mempengaruhi pendapatan yang akan diterima (Putri dan Jember, 2016).

2.5.2 Penentuan Lokasi

Penentuan Lokasi Usaha Menurut Handoko (2008) faktor yang mempengaruhi penentuan lokasi adalah:

1. Kedekatan dengan pasar dijadikan sebagai lokasi usaha karena pasar merupakan tempat yang dikunjungi oleh banyak orang, baik itu distributor maupun konsumen. Usaha yang dekat dengan pasar akan cepat dikenali oleh banyak orang selain itu juga memudahkan para pedagang dalam memperoleh bahan baku yang diperlukan.
2. Tersedianya tenaga kerja Tenaga kerja merupakan salah satu faktor produksi, yang mempunyai pengaruh langsung terhadap hasil produksi. Tingkat upah dilingkungan masyarakat harus menjadi perhitungan dalam menentukan lokasi, agar bisa disesuaikan dengan kemampuan usaha yang dilakukan. Dan juga faktor kemampuan tenaga kerja disuatu lokasi produksi.

3. Kedekatan dengan bahan mentah dan pemasok Sumber bahan baku atau bahan mentah yang diperlukan harus dipertimbangkan. Hal ini sangat erat hubungannya dengan biaya produksi. Bahan baku yang murah harganya tetapi jauh dari lokasi pengangkutan, akan mengakibatkan biaya angkut yang relative tinggi dan biaya produk yang relative mahal, sehingga harga jual produk menjadi mahal. Hal ini perlu diperhatikan untuk menghindari biaya yang relative mahal dalam menjalankan usaha tersebut.

2.5.3 Indikator Lokasi

Indikator lokasi usaha menurut Dewi (2019) adalah sebagai berikut:

1. Berbagai pertimbangan. Memastikan lokasi sesuai dengan demografi target pasar (usia, pendapatan, gaya hidup).
2. Dekat dengan keramaian. Memilih lokasi di area dengan kepadatan penduduk tinggi dapat meningkatkan peluang mendapatkan lebih banyak pelanggan.
3. Mudah diakses dan terjangkau. Lokasi yang berada di jalan utama atau memiliki akses mudah dari jalan utama dapat meningkatkan visibilitas dan memudahkan pelanggan untuk mengunjungi tempat usaha.

4. Nyaman dikunjungi. Area yang bersih dan terawat dapat meningkatkan kenyamanan dan kesan positif bagi pelanggan.

2.6 Kuliner

2.6.1 Definisi Kuliner

Kata Kuliner berasal dari bahasa Inggris “*culinary*” diartikan sebagai yang berhubungan dengan dapur atau masakan. Masakan tersebut dapat berupa lauk-pauk, makanan (pangan) dan minuman. Kata kuliner menjadi luas di Indonesia akibat dari pemberitaan media massa dan televisi yaitu acara-acara wisata. Sehingga kuliner merupakan segala sesuatu yang berkaitan atau berhubungan dengan dunia memasak (Chol dan Shadily, 2000).

Menurut Seogiarto (2008), kuliner adalah masakan dalam artian hasil dari proses memasak. Wisata kuliner adalah bepergian ke suatu daerah atau tempat yang menyajikan makanan khas dalam rangka mendapatkan pengalaman baru mengenai kuliner.

Berdasarkan pengertian wisata kuliner yaitu kunjungan ke tempat tentu untuk mendapatkan pengalaman baru mengenai kuliner khas, maka aktivitas yang umumnya dilakukan pada wisata kuliner yaitu menikmati hasil-hasil olahan makanan khas sesuai objek produksi atau sajian makanan dari tempat tersebut. Faktor penarikan wisatawan dalam melakukan kegiatan kuliner pada pusat wisata kuliner hasil perikanan laut, yaitu kuliner khas hasil bahan

baku makanan, atraksi-atraksi wisata kuliner, dan konsep khas dari tempat kuliner (Seogiarto, 2008).

Dengan adanya usaha kuliner ini, tentu saja berdampak pada pertumbuhan ekonomi yang sangat pesat bagi kota Banda Aceh. Perkembangan ini dapat dilihat dengan jumlah pengusaha kuliner di kota Banda Aceh semakin bertambah dari tahun ketahunnya. Menghadapi semakin ketatnya persaingan, UMKM tentunya harus selalu berusaha untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kemampuan bersaing sehingga dapat tetap bertahan dalam pasar. UMKM dituntut untuk dapat terus melakukan perubahan atau inovasi dan melakukan manajemen dengan baik akan usahanya (Asnawi dan Anggraini, 2019).

2.6.2 Fungsi Kuliner

Pembangunan kuliner dapat meningkatkan perekonomian suatu negara. Sektor ini memberikan peluang bergeraknya berbagai kegiatan ekonomi masyarakat. Para wisatawan yang berkunjung pada suatu negara membawa devisa ke negara tersebut. Dengan devisa, maka negara akan memperoleh dana pembangunan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Oleh karena itu, sektor kuliner merupakan salah satu sektor yang mampu mengintegrasikan kemajuan perekonomian pada berbagai dimensi pada skala nasional, regional, dan global. Salah satu usaha menengah yang banyak di Banda Aceh adalah sektor kuliner (Siahaan, 2021).

Peran badan UMKM sangat di butuhkan untuk pengembangan kuliner.Masyarakat meminjam modal dan membuka usaha kuliner untuk mendapatkan pendapatan untuk kehidupan sehari-harinya, disamping itu pemerintah mendapatkan pendapatan dari pajak (Siahaan, 2021).

2.7 Penelitian Terdahulu

Sebagai acuan dan referensi komparatif terhadap sarana penelitian yang dilakukan oleh peneliti, peneliti menggunakan beberapa penelitian terkait yang serupa dengan judul yang dipilih oleh peneliti.Penelitian terkait merupakan salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan.

Ekasari dan Nurhasanah (2018) judul penelitiannya tentang pengaruh lokasi dan kreativitas terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi, metode yang digunakan kuantitatif model linear berganda dengan hasil penelitian menunjukkan secara simultan lokasi dan kreativitas merupakan satu kesatuan dalam menciptakan keberhasilan usaha bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Selanjutnya penelitian Waskita dan Listyaningrum (2021) dengan judul pengaruh modal usaha, lokasi usaha, dan teknologi informasi terhadap pendapatan UMKM Di Kabupaten Bantul, metode yang digunakan kuantitatif regresi linear berganda dengan

teknik pengambilan data menggunakan kuesioner, Hasil penelitian ini, modal usaha, lokasi usaha dan teknologi informasi berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM

Penelitian Harahap (2021) pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang. Metode penelitian deskriptif kuantitatif model regresi linear sederhana dengan cara menyebar kuesioner, hasil penelitian kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Berikutnya penelitian Gonibala, Masinambow & Maramis (2019) dengan judul analisis pengaruh modal dan biaya produksi terhadap pendapatan UMKM di Kota Kotamobagu. Metode penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda, hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien negatif artinya ada hubungan searah antara modal dan pendapatan. apabila modal dikeluarkan maka dapat dipastikan akan ada penurunan dari segi pendapatan. Koefisien bernilai positif artinya terjadinya hubungan searah antara biaya produksi dan pendapatan.

Penelitian Hasanah, Kholifah, & Alamsyah (2020) pengaruh modal, tingkat pendidikan dan teknologi terhadap pendapatan umkm di Kabupaten Purbalingga. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor modal dan teknologi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha, sehingga semakin besar

modal yang dimiliki dan semakin tinggi penggunaan teknologi suatu usaha maka akan semakin besar pula pendapatan usahanya.



Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama/Judul/Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ekasari, N., & Nurhasanah, N. (2018). Pengaruh Lokasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi	Lokasi (X1), Kreativitas (X2) dan Keberhasilan UMKM (Y)	Kuantitatif dengan teknik pengambilan data menggunakan kuesioner dan perhitungan hasil menggunakan program SPSS	Hasil penelitian menunjukkan Secara Simultan Lokasi dan Kreativitas merupakan satu kesatuan dalam menciptakan Keberhasilan Usaha bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Gentala Arasy Kota Jambi

Tabel 2.1 Lanjutan

No	Nama/Judul/Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
2	Aji Waskita., & Listyaningrum, S. P. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Dan Teknologi Informasi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Bantul	Modal (X1), Lokasi (X2), Teknologi (X3) dan Keberhasilan Pendapatan (Y)	Sistem tinjauan data menggunakan regresi linier berganda	Hasil penelitian ini, modal usaha, lokasi usaha dan teknologi informasi berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM
3	Harahap, N. A. (2021). Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang	Kreativitas (X1) dan Keberhasilan UMKM (Y)	metode deskriptif kuantitatif dengan cara menyebar kuesioner	kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang

Tabel 2.1 Lanjutan

No	Nama/Judul/Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
4	Gonibala, N., Masinambow, V. A., & Maramis, M. T. B. (2019). Analisis pengaruh modal dan biaya produksi terhadap pendapatan UMKM di Kota Kotamobagu	Modal (X1), biaya produksi (X2), dan pendapatan UMKM (Y)	Kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda	Nilai koefisien negatif artinya ada hubungan searah antara modal dan pendapatan. Apabila modal dikeluarkan maka dapat dipastikan akan ada penurunan dari segi pendapatan. Koefisien bernilai positif artinya terjadinya

				hubungan searah antara biaya produksi dan pendapatan
5	Hasanah, R. L., Kholifah, D. N., & Alamsyah, D. P. (2020). Pengaruh modal, tingkat pendidikan dan teknologi terhadap pendapatan umkm di Kabupaten Purbalingga	Modal (X1), tingkat pendidikan (X2), teknologi (X3) dan pendapatan UMKM (Y)	Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda.	Modal dan teknologi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha, semakin besar modal dan semakin tinggi penggunaan teknologi maka akan semakin

				besar pula pendapatan usahanya
--	--	--	--	--------------------------------

Sumber: Data diolah (2023)

2.8 Hubungan Antar Variabel

2.8.1 Pengaruh Kreativitas berpengaruh terhadap pendapatan UMKM kuliner

Hubungan antara kreativitas dan pendapatan UMKM kuliner adalah positif dan saling memengaruhi. Kreativitas memungkinkan UMKM untuk menciptakan produk makanan atau minuman yang unik dan menarik. Produk yang unik dan inovatif cenderung menarik perhatian konsumen, membedakan bisnis dari pesaing, dan meningkatkan daya tarik untuk pembelian.

Ekasari dan Nurhasanah (2018) menyatakan adanya pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi, senada dengan Harahap (2021) kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang.

2.8.2 Pengaruh Modal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM kuliner

Hubungan antara modal dan pendapatan UMKM kuliner adalah penting dan saling memengaruhi. Modal yang cukup memungkinkan UMKM kuliner untuk mengembangkan bisnis mereka dengan lebih efektif. Mereka dapat menggunakan modal untuk memperluas operasi mereka, menambahkan fasilitas produksi atau tempat makan baru, atau meningkatkan infrastruktur yang diperlukan untuk mendukung pertumbuhan bisnis. Dengan pengembangan bisnis yang tepat, UMKM dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan pendapatan mereka.

Waskita dan Listyaningrum (2021) menyatakan modal berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM, sementara Hasanah, Kholifah, & Alamsyah (2020) menyatakan modal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha, sehingga semakin besar modal yang dimiliki maka akan semakin besar pula pendapatan usahanya.

2.8.3 Pengaruh Lokasi berpengaruh terhadap pendapatan UMKM kuliner

Hubungan lokasi dengan pendapatan UMKM kuliner sangatlah signifikan. Lokasi yang baik dapat meningkatkan daya tarik bisnis kuliner dan berkontribusi pada pendapatan yang lebih tinggi. Lokasi yang mudah diakses oleh pelanggan potensial meningkatkan kemungkinan untuk menarik lebih banyak

pelanggan. Tempat yang strategis, dekat dengan pusat keramaian, pusat perbelanjaan, atau kawasan perkantoran, dapat meningkatkan lalu lintas pelanggan dan pada gilirannya, meningkatkan pendapatan UMKM kuliner.

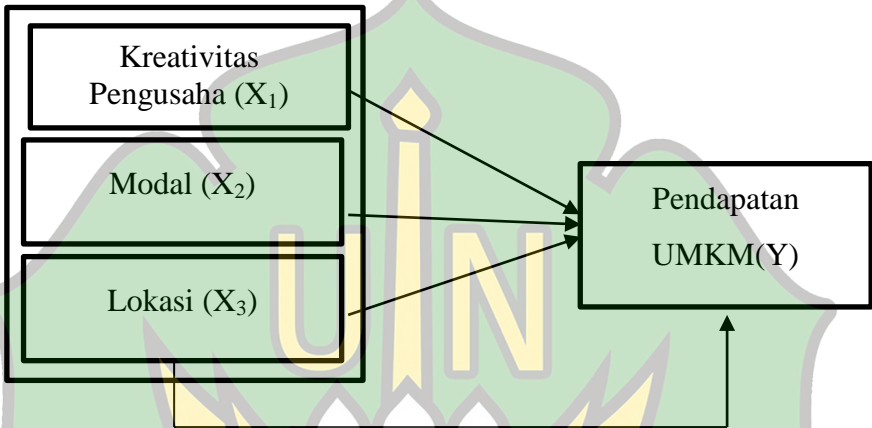
Waskita dan Listyaningrum (2021) menyatakan lokasi berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM, senada dengan Ekasari dan Nurhasanah (2018) adanya pengaruh lokasi terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

2.9 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah tentang bagaimana sebuah teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting. Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan hubungan antar variabel yang akan diteliti, perlu juga dijelaskan mengapa variabel-variabel tersebut dilibatkan dalam penelitian. Keterkaitan antara variabel-variabel tersebut kemudian membentuk suatu paradigma penelitian. Oleh karena itu pada setiap penyusunan penelitian harus didasarkan pada kerangka berfikir (Sugiyono, 2010). Kerangka berpikir merupakan gambaran yang berupa konsep yang didalamnya menjelaskan hubungan antara variabel yang satu dengan variabel lainnya. Kerangka berpikir dibuat dalam bentuk skema dengan tujuan untuk mempermudah memahami beberapa variabel data yang akan dipelajari pada tahap selanjutnya. Kerangka berpikir dapat dikatakan sebagai rumusan-rumusan untuk memecahkan masalah penelitian berdasarkan

beberapa konsep untuk memudahkan seorang peneliti merumuskan hipotesis penelitiannya.

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



2.10 Hipotesis

Pengertian hipotesis penelitian menurut Sugiyono (2015) adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Kreativitas berpengaruh terhadap pendapatan UMKM kuliner Di Banda Aceh

H₂ : Modal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM kuliner Di Banda Aceh

H₃ : Lokasi berpengaruh terhadap pendapatan UMKM kuliner Di Banda Aceh

H₄ : Kreativitas, Modal, dan Lokasi berpengaruh terhadap pendapatan UMKM kuliner Di Banda Aceh



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel biasanya diukur dengan instrument penelitian sehingga data terdiri dari angka-angka yang dapat dianalisis menurut prosedur statistik atau jenis penelitian yang menjelaskan fenomena dengan mengumpulkan data numeric yang dianalisis menggunakan metode berbasis matematika, khususnya statistik, penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih, dengan penelitian ini maka dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan suatu gejala atau fenomena tertentu. Dalam melakukan penelitian diperlukan data yang relevan untuk mencapai tujuan yang diinginkan dapat dicapai sesuai dengan kegunaan tertentu, penulis bermaksud untuk mengumpulkan data historis terkait dengan masalah yang akan dipelajari dan diamati dengan cermat sehingga diperoleh data untuk mendukung penyusunan penulisan laporan. Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif yang dilakukan dengan menggali

data atau informasi yang diperoleh dari kegiatan seperti menyebarkan kuesioner kepada responden (Sugiyono, 2019).

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini berfokus pada kecamatan Syiah Kuala. Kecamatan Syiah Kuala merupakan sebuah kecamatan yang terletak di Kota Banda Aceh. Kelurahan/desa di Kecamatan Syiah Kuala ada 10 yaitu: Ie Masen Kaye Adang, Pineung, Peurada, Lamgugob, Kopelma Darussalam, Rukoh, Jeulingke, Tibang, Deah Raya dan Alue Naga.

3.3 Sumber Data

Saifudin (2018) mendefinisikan pengertian Sumber data merupakan sebuah subjek yang memberikan data maupun informasi untuk penelitian yang diperlukan. Sumber data ini dapat terdiri dari institusi, dokumen, benda, keadaan atau manusia. Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data itu dapat diperoleh.

Berdasarkan penjelasan di atas, subjek penelitian yang mana subjek tersebut akan diambil datanya dan akan diambil kesimpulan dari data tersebut guna membantu untuk keperluan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data yaitu:

3.3.1 Data Primer

Sugiyono (2019) data primer merupakan sumber data yang langsung diberikan kepada pengumpul data, data primer juga merupakan data yang diperoleh atau digali langsung dari sumber pertama atau subjek penelitian, dan sumber primer bisa digunakan untuk menjawab pertanyaan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu langkah yang sangat strategis dalam sebuah penelitian, karena tujuan penelitian ialah untuk mendapatkan data. Tanpa mengetahui metode pengumpulan data, peneliti tidak dapat memenuhi standar data yang telah ditetapkan. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan:

a. Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang akan dibagikan kepada nasabah. Kuesioner adalah suatu pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan yang diajukan secara langsung atau tidak langsung kepada responden untuk dijawab, yang terdiri dari serangkaian pertanyaan untuk mengumpulkan informasi dari responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner atau daftar pertanyaan kepada nasabah yang menjadi responden(Sugiyono, 2019).

Kategori UMKM dalam penelitian ini adalah berbagai jenis usaha kuliner. Pada penelitian ini penulis mengambil populasi dan sampel berdasarkan UMKM berjenis usaha kuliner, dimana kemudian peneliti membagikan kuesioner kepada pelaku usaha tersebut.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Darna dan Herlina (2018) mengungkapkan bahwa populasi ialah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek maupun subjek yang mempunyai kualitas dan juga karakteristik tertentu, penerapannya diterapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM aktif di Kecamatan Syiah Kuala dimana keseluruhan usaha berjumlah 927, namun untuk pengambilan data peneliti berfokus pada usaha kuliner yang berjumlah 217 usaha. (DISKOPUKM 2023)

3.5.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019) adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, yaitu sesuai dengan pertimbangan atau jenis dan kriteria yang dibutuhkan. Pada penelitian ini penulis

memakai teknik *purposive sampling* yang usahanya harus berbasis kuliner.

Populasi perolehan ini adalah seluruh dengan signifikasinya 5 atau 10%, maka pengambilan sampel adalah sebagian untuk diambil dari keseluruhan obyek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi menggunakan rumus *slovin*. Yaitu metode praktis untuk menentukan ukuran atau jumlah sampel dengan syarat jumlah populasi yang relatif besar. Penentuan banyaknya sampel minimum yang diperlukan dalam penelitian perlu memperhatikan batas toleransi kesalahan yang ditetapkan.

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

$$n = \frac{217}{1+(217)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{217}{1+(217)(0,0025)}$$

$$n = \frac{217}{1,5425}$$

$$n = 140,68 = 141$$

Keterangan:

n = jumlah sampel minimal

N = populasi

e = nilai error

Berdasarkan teknik di atas maka sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu sebanyak 141 pelaku UMKM dibidang kuliner.

3.6 Devinisi Operasional Variabel

Operasional variabel diperlukan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu, operasional variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat. Sehingga lebih rinci operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Deskripsi	Indikator variable	Skala
Kreativitas Pengusaha (X1)	kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru. Kreativitas dapat diartikan sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru untuk menemukan cara-	1. Dorongan dari dalam diri sendiri (motivasi intrinsik) 2. Dorongan dari Lingkungan (motivasi ekstrinsik) (Uno, 2013)	Interval

	cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang (Handayani, 2019)		
--	---	--	--

Tabel 3.1 Lanjutan

Variabel	Deskripsi	Indikator variable	Skala
Modal (X2)	Modal dapat didefinisikan sebagai pengeluaran bisnis untuk pembelian barang modal atau fasilitas produksi untuk meningkatkan kapasitas produksi barang dan jasa yang tersedia dalam perekonomian (Sukirno, 2013)	1.Modal sebagai syarat untuk usaha. 2.Pemanfaatan modal tambahan 3.Besar modal (Purwanti, 2012)	Interval
Lokasi (X3)	Lokasi merupakan faktor yang mempengaruhi sukses	1. Berbagai pertimbangan 2. Dekat dengan	Interval

	atau gagalnya sebuah usaha. Pemilihan lokasi sangatlah penting karena akan berpengaruh terhadap tingkat profitabilitas dan kontinuitas usaha dalam jangka panjang (Purwanti, 2012)	keramaian 3. Mudah diakses dan terjangkau 4. Nyaman dikunjungi (Dewi, 2019)	
--	--	---	--

Tabel 3.1 Lanjutan

Variabel	Deskripsi	Indikator variable	Skala
Pendapatan UMKM (Y)	Pendapatan merupakan jumlah yang dibebankan kepada pelanggan untuk produk atau jasa yang dijual dan merupakan faktor terpenting dalam bisnis karena pendapatan menentukan kemajuan bisnis (Sjaroni, 2019)	1. Sumber pendapatan 2. Peningkatan penjualan 3. Jumlah produksi (Fitria, 2019)	Interval

Sumber: Data diolah (2023).

3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisa kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan data berbentuk angka yang dapat dihitung, yang diperoleh dari perhitungan kuisisioner yang akan dilakukan berhubungan dengan masalah yang dibahas. Pendekatan penelitian dilakukan dengan pendekatan penelitian lapangan (*field research*). Dengan penelitian ini, kemungkinan besar peneliti memerlukan bantuan program software spreadsheet seperti microsoft excel, atau program statistik seperti SPSS. Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi akan dideskripsikan untuk menggambarkan dan menganalisis suatu hasil penelitian (Sugiyono, 2019).

3.8 Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2019) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Pada penelitian ini skala pengukuran yang penulis gunakan adalah skala likert. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial. Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis instrumen kuesioner dengan pemberian skor sebagai berikut ini:

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Keterangan	Angka
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2019).

3.9 Pengujian Instrumen Penelitian

3.9.1 Uji Validitas

Validitas adalah kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur target pengukurannya. Uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa teliti uji tersebut menjalankan fungsinya, dan apakah alat ukur yang dikembangkan benar-benar dapat mengukur validitas suatu kuesioner. Pada dasarnya, uji validitas mengukur sah atau tidaknya suatu pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam penelitian. Untuk menguji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor pertanyaan dengan skor keseluruhan. Jika instrumen tersebut memiliki tingkat validitas yang tinggi, maka dapat dinyatakan valid, sebaliknya jika instrumen tersebut tidak valid berarti tingkat validitasnya yang rendah (Sugiyono, 2019). Uji validitas dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$, maka instrumen penelitian tersebut dinyatakan valid.
2. Jika $r_{\text{Hitung}} < r_{\text{Tabel}}$, maka instrumen penelitian tersebut dinyatakan tidak valid.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk menunjukkan seberapa konsisten suatu hasil pengukuran jika pengukuran tersebut diulang dua kali atau lebih. Uji reliabilitas menunjukkan konsistensi kuesioner melalui tanggapan responden dalam beberapa pengujian kuesioner yang sama pada kondisi yang berbeda. Instrument dapat dikatakan *reliable* jika dapat memberikan data yang dapat dipercaya, artinya terdapat konsistensi dan stabilitas dari nilai hasil skala yang diukur. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Cronbach's Alpha* dengan membandingkan tingkat signifikan yang digunakan. Menurut Nunnally menyatakan bahwa apabila koefisien reliabilitas Alpha Cronbach's lebih dari 0,60 maka instrumen tersebut dikatakan *reliable* (Arikunto, 2019).

3.10 Uji Asumsi Klasik

3.10.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal sehingga dapat digunakan dalam statistic parametric, dan jika data tidak terdistribusi normal, maka statistic non parametric dapat digunakan

(Sugiyono, 2019). Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogrov Smirnov*. Kesimpulan untuk menentukan apakah data mengikuti distribusi normal atau tidak dengan menilai signifikansinya, jika angka signifikan $> 0,05$ berarti data tersebut berasal dari populasi yang berdistribusi normal, sebaliknya jika angka signifikan $< 0,05$ maka data tersebut tidak berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

P-P Plot adalah plot probabilitas untuk menilai seberapa dekat dua kumpulan data setuju, atau untuk menilai seberapa dekat suatu kumpulan data cocok dengan model tertentu (Sugiyono, 2019).

3.10.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan korelasi antar variabel bebas dalam suatu model regresi. Dalam model regresi yang baik, tidak boleh ada korelasi di antara variabel bebas. Model pengukuran dalam pengujian ini didasarkan pada besarnya koefisien korelasi (r). Uji multikolinieritas juga dapat dideteksi dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* semua variabel independen $> 0,10$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2019).

3.10.3 Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan antara varian residual dari satu pengamatan dengan varian dari pengamatan yang lain. Oleh karena itu, jika varian residual dari suatu pengamatan berbeda dengan pengamatan yang lain disebut heteroskedastisitas, sedangkan jika residualnya memiliki kesamaan disebut homoskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji Glejser, dengan regresi nilai absolut residual ke variabel independen, jika terjadi signifikansi statistic kurang dari 5% atau 0.05 maka dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas, tetapi jika signifikasinya lebih dari 5% atau 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2019).

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan analisis grafik melalui grafik Scatterplot yaitu titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y (Ghozali, 2019).

3.11 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda bertujuan untuk menghitung besarnya pengaruh dua atau lebih variabel (variabel bebas) terhadap variabel terikat dan memprediksikan variabel dependen dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas. Adapun rumus

regresi linear berganda yang digunakan sebagai berikut (Sugiyono, 2019):

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e \quad (3.1)$$

Keterangan

Y = pendapatan

a = Konstanta

b_{1,2,3} = Koefisien Regresi

X₁ = kreativitas

X₂ = modal

X₃ = lokasi

e = Standar Error

3.12 Pengujian Hipotesis

3.12.1 Uji Parsial

Uji parsial atau uji t adalah pengujian terhadap koefisien regresi yang digunakan untuk mengetahui signifikansi setiap variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Langkah yang digunakan dalam penelitian ini adalah (Sugiyono, 2019):

H₀₁: apabila t hitung ≤ t Tabel maka tidak berpengaruh antara variabel kreativitas pengusaha terhadap variabel pendapatan UMKM di Kecamatan Syiah Kuala.

Ha₁: apabila $t \text{ hitung} > t \text{ Tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel kreativitas pengusaha terhadap variabel pendapatan UMKM di Kecamatan Syiah Kuala.

H0₂: apabila $t \text{ hitung} \leq t \text{ Tabel}$ maka tidak berpengaruh antara variabel modal terhadap variabel pendapatan UMKM di Kecamatan Syiah Kuala.

Ha₂: apabila $t \text{ hitung} > t \text{ Tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel modal terhadap variabel pendapatan UMKM di Kecamatan Syiah Kuala.

H0₃: apabila $t \text{ hitung} \leq t \text{ Tabel}$ maka tidak berpengaruh antara variabel lokasi terhadap variabel pendapatan UMKM di Kecamatan Syiah Kuala.

Ha₃: apabila $t \text{ hitung} > t \text{ Tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel lokasi terhadap variabel pendapatan UMKM di Kecamatan Syiah Kuala.

3.12.2 Uji Simultan

Tujuan dilakukannya uji signifikan simultan untuk mengetahui apakah variabel independen yang ada dalam model memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian diuji menggunakan metode menyamakan angka F hitung dengan F Tabel (Sugiyono, 2019). Dengan langkah-langkah sebagai berikut:

H₀₄:Kreativitas, Modal, dan Lokasi secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM kuliner Di Kecamatan Syiah Kuala Banda Aceh.

H_{a4}:Kreativitas, Modal, dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan UMKM kuliner Di Kecamatan Syiah Kuala Banda Aceh.

3.12.3 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi dari variabel dependen atau variabel terikat. Koefisien determinasi juga menjelaskan besarnya masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga dapat diketahui variabel bebas mana yang memiliki efek paling dominan terhadap variabel terikat, nilai R square sebesar 0,67 (kuat), 0,33 (moderat) dan 0,19 (lemah); (2) Estimate for Path Coefficients, merupakan nilai koefisien jalur atau besarnya hubungan/pengaruh konstruk laten yang dijelaskan oleh Chin (1998) didalam Ghozali (2019). Nilai koefisien determinasi memiliki interval antara 0 sampai 1. Jika nilai R semakin mendekati 1, menandakan hasil untuk model regresi tersebut baik atau variabel independen secara keseluruhan dapat menjelaskan variabel dependen. Sedangkan jika nilai R semakin mendekati 0, maka berarti variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data merupakan gambaran umum mengenai masing-masing variabel sebagai pendukung dalam pembahasan berikutnya. Melalui gambaran umum yang dipaparkan akan tampak kondisi awal dan kondisi akhir dari setiap variabel yang diteliti.

4.1.1 Karakteristik Usaha Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan. Hal ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi responden dan hubungannya dengan masalah dan tujuan penelitian. Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung, jenis usaha pada penelitian ini semuanya berbasis UMKM kuliner.

AR - RANIPY

Tabel 4.1

Karakteristik Usaha

Karakteristik		
Jenis Usaha	Kuliner	141

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui UMKM para responden yang diteliti sebanyak 141 UMKM. Pada jenis UMKM keseluruhan responden adalah dari sektor kuliner.

4.1.2 Tanggapan Responden

Tanggapan responden dalam konteks penelitian merujuk pada jawaban atau pandangan yang diberikan oleh peserta penelitian terhadap pertanyaan atau pernyataan yang diajukan dalam instrumen penelitian, seperti kuesioner. Tanggapan ini mencerminkan pandangan, pengalaman, dan persepsi responden terhadap topik atau isu yang diteliti.

Tabel 4.2
Tanggapan Responden kreativitas Pengusaha

Item	STS	TS	KS	S	SS	Total Setuju	Persentase
Dorongan dari dalam diri sendiri (motivasi intrinsik)							
Menjadi kreatif karena banyak pengalaman berjualan sebelumnya	0	7	23	82	29	111	79%
Mampu menilai kualitas barang sendiri yang dijual	0	6	28	80	27	107	76%
Suka bereksperimen dalam menjajakan jualan	0	8	21	85	27	112	80%
Dorongan dari Lingkungan (motivasi ekstrinsik)							
Keluarga membantu dalam berjualan	0	5	18	89	29	118	84%

Banyak masukan kreatif dari keluarga	0	1	15	90	35	125	89%
Lingkungan tempat tinggal mendorong kreativitas agar terlihat berbeda	0	0	17	84	40	124	89%

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Pada Tabel 4.2 menunjukkan responden setuju pada dorongan kreativitas dari dalam diri sendiri (motivasi intrinsik) pelaku usaha suka bereksperimen dalam menjajakan jualan agar mendapatkan kreativitas. Selanjutnya banyaknya masukan kreatif berasal dari keluarga dan lingkungan tempat tinggal mendorong kreativitas agar terlihat berbeda.

Berdasarkan penjelasan dapat disimpulkan dengan adanya motivasi intrinsik dan dukungan dari keluarga serta lingkungan tempat tinggal, pelaku usaha dapat menghasilkan beragam ide kreatif dan perspektif yang unik. Mereka dapat menciptakan produk atau layanan yang berbeda dari yang ada di pasar, menciptakan diferensiasi yang signifikan dan menarik bagi pelanggan. Dengan demikian, dorongan kreativitas dari dalam diri sendiri dan dukungan dari orang-orang di sekitarnya dapat menjadi pendorong utama dalam menciptakan inovasi dan mencapai keberhasilan dalam bisnis.

Tabel 4.3
Tanggapan Responden Tentang Modal

Item	STS	TS	KS	S	SS	Total Setuju	Persentase
Modal sebagai syarat untuk usaha							
Modal dapat menjalankan operasional perusahaan dengan baik	0	4	11	93	33	126	90%
Modal yang di gunakan sangat bermanfaat untuk perkembangan usaha saya	0	2	22	80	37	117	84%
Pemanfaatan modal tambahan							
Saya sering mendapati tawaran dari pihak pembiayaan sebagai modal tambahan dari lembaga keuangan seperti koperasi dan bank	0	5	15	91	30	121	86%
Modal tambahan membuat produksi saya lebih meningkat	0	3	26	78	34	112	80%
Besar modal							
Besarnya modal yang saya miliki	0	6	20	86	29	115	82%

mampu memenuhi kebutuhan produksi							
Besar kecilnya modal yang dimiliki sangat berpengaruh terhadap produksi dan pendapatan yang akan diterima	0	2	6	88	45	133	95%

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.3 menurut modal sebagai syarat untuk usaha responden menjawab pada persepsi modal dapat menjalankan operasional perusahaan dengan baik. Dalam pemanfaatan modal tambahan responden sering mendapati tawaran dari pihak pembiayaan sebagai modal tambahan dari lembaga keuangan seperti koperasi dan bank. Selanjutnya pada indikator besar modal responden setuju besar kecilnya modal yang dimiliki sangat berpengaruh terhadap produksi dan pendapatan yang akan diterima.

Tanggapan dari responden menunjukkan kesadaran yang baik akan pentingnya modal dalam menjalankan usaha serta kemampuan untuk mengakses dan memanfaatkan modal tambahan dari lembaga keuangan. Selain itu, kesadaran akan pengaruh besar modal terhadap produksi dan pendapatan menunjukkan pemahaman yang kuat akan hubungan antara modal dan kinerja

bisnis. Dengan pemahaman yang baik tentang peran modal, responden dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk memastikan pertumbuhan dan kesuksesan bisnis mereka di masa depan.

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Tentang Lokasi

Item	STS	TS	KS	S	SS	Total Setuju	Persentase
Berbagai pertimbangan							
Dalam membuka suatu usaha pemilihan lokasi harus dipertimbangkan	0	1	11	88	41	129	92%
Dekat dengan keramaian							
Lokasi yang dipilih hendaknya dekat dengan keramaian	0	0	11	88	42	130	93%
Mudah diakses dan terjangkau							
Lokasi yang dipilih harus mudah dijangkau dan diakses	0	2	13	85	41	126	90%
Nyaman dikunjungi							
Dalam pemilihan lokasi kenyamanan pelanggan juga perlu diperhatikan	0	2	26	69	44	113	81%

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.4 dalam berbagai pertimbangan responden 92 setuju membuka suatu usaha pemilihan lokasi harus

dipertimbangkan, pada indikator dekat dengan keramaian 93% setuju lokasi yang dipilih hendaknya dekat dengan keramaian, untuk memudahkan akses dan terjangkau 93% setuju lokasi yang dipilih harus mudah dijangkau dan diakses dan pada indikator nyaman dikunjungi 81% setuju pemilihan lokasi kenyamanan pelanggan juga perlu diperhatikan.

Dengan mempertimbangkan memilih lokasi yang strategis dan mendukung keberhasilan usaha Anda. Mengambil keputusan yang tepat terkait lokasi dapat meningkatkan daya tarik usaha Anda, memudahkan akses pelanggan, serta menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi mereka.

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Tentang Pendapatan

Item	STS	TS	KS	S	SS	Total Setuju	Persentase
Sumber pendapatan							
Jenis usaha ini menjadi sumber pendapatan saya	0	5	31	81	24	105	75%
Peningkatan penjualan							
Sejauh ini pendapatan saya dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari	0	4	37	71	29	100	71%
Jumlah produksi							
Pendapatan yang saya	0	1	4	37	76	113	81%

peroleh mengalami peningkatan setiap tahunnya							
---	--	--	--	--	--	--	--

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui pada indikator sumber pendapatan setuju jenis usaha ini menjadi sumber pendapatan, pada peningkatan penjualan setuju pendapatan dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari dan dalam jumlah produksi setuju pendapatan yang diperoleh mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Tanggapan responden menunjukkan pemahaman yang kuat tentang pentingnya sumber pendapatan, peningkatan penjualan, dan pertumbuhan jumlah produksi dalam mencapai kesuksesan bisnis. Keyakinan ini memberikan dasar yang kuat bagi mereka untuk mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mengembangkan usaha mereka dan mencapai tujuan keuangan yang diinginkan. Dengan pemahaman yang baik tentang bagaimana menjalankan dan mengembangkan usaha mereka, responden memiliki kesempatan yang baik untuk meraih kesuksesan dalam bisnis mereka.

4.2 Hasil Analisis Data

Analisis data adalah jawaban yang diperoleh dari hasil kuesioner dan akan disusun secara sistematis sebagai sebuah hasil.

4.2.1 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Alat tes yang akan digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah soal tes berupa soal pilihan ganda kepada sampel untuk dikerjakan secara individu.

1. Uji Validitas

Validitas adalah kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur target pengukurannya. Uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa teliti uji tersebut menjalankan fungsinya, dan apakah alat ukur yang dikembangkan benar-benar dapat mengukur validitas suatu kuesioner.

Tabel 4.6
Uji Validitas

Variabel	Pernyataan/ Item	(r hitung)	r tabel	Keterangan
Kreativitas Pengusaha (X1)	X1.1	.707**	0,1654	Valid
	X1.2	.826**	0,1654	Valid
	X1.3	.794**	0,1654	Valid
	X1.4	.746**	0,1654	Valid
	X1.5	.461**	0,1654	Valid
	X1.6	.411**	0,1654	Valid
Modal (X2)	X2.1	.539**	0,1654	Valid
	X2.2	.744**	0,1654	Valid

	X2.3	.821 ^{**}	0,1654	Valid
	X2.4	.776 ^{**}	0,1654	Valid
	X2.5	.762 ^{**}	0,1654	Valid
	X2.6	.562 ^{**}	0,1654	Valid
Lokasi (X3)	X3.1	.793 ^{**}	0,1654	Valid
	X3.2	.763 ^{**}	0,1654	Valid
	X3.3	.721 ^{**}	0,1654	Valid
	X3.4	.688 ^{**}	0,1654	Valid
Pendapatan UMKM (Y)	Y1	.723 ^{**}	0,1654	Valid
	Y2	.831 ^{**}	0,1654	Valid
	Y3	.793 ^{**}	0,1654	Valid

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Pada Tabel 4.6 dapat dilihat, bahwasanya r hitung dari variabel kreativitas pengusaha, modal, dan lokasidiatas r tabel sebesar 0,1654. Maka dapat dinyatakan semua butir pertanyaannya valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan konsistensi kuesioner melalui tanggapan responden dalam beberapa pengujian kuesioner yang sama pada kondisi yang berbeda.

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kreativitas Pengusaha (X1)	0.752	0,60	Reliabel
Modal (X2)	0.797	0,60	Reliabel
Lokasi (X3)	0.715	0,60	Reliabel

Pendapatan UMKM (Y)	0.685	0,60	Reliabel
---------------------	-------	------	----------

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini pada Tabel 4.7 nilai reliability variabel kreativitas pengusaha, modal, dan lokasidias 0,60 yang artinya reliabel atau dapat dipercaya.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji normalnya model regresi. Dalam analisa ini menggunakan analisa Kolmogrov-Smirnov dengan Test Kriteria sebagai berikut:

- Jika Sign. > 0,05 maka H_0 diterima (data berdistribusi normal).
- Jika Sign. < 0,05 maka H_0 ditolak (data tidak berdistribusi normal).

Tabel 4.8
Uji Normalitas

جامعة الرانري		Unstandardized Residual
N	ARRANIRY	141
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.28833399
Most Extreme Differences	Absolute	0.070
	Positive	0.047
	Negative	-0.070
Test Statistic		0.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.088 ^c

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Pada Tabel 4.8 diatas dapat dilihat, bahwasanya *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar $0,088 > 0,05$. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan kolmogrov-Smirnov data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan korelasi antar variabel bebas dalam suatu model regresi.

Tabel 4.9
Uji Multikolinearitas

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
0.748	1.337
0.884	1.131
0.761	1.313

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Pada tabel 4.9 diatas dapat dilihat, bahwasanya dari hasil uji VIF dapat diketahui masing-masing variabel independen memiliki $VIF < 10$ dan nilai *Tolerance* $> 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terhubung multikolonieritas antara variabel independen dengan variabel dependen.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan antara varian residual dari satu pengamatan dengan varian dari pengamatan yang lain.

Tabel 4.10
Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.217	0.779		0.279	0.781
	X1	-0.012	0.028	-0.043	-0.436	0.664
	X2	0.004	0.025	0.015	0.169	0.866
	X3	0.059	0.041	0.140	1.442	0.152

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Hasil pengujian Tabel 4.10 didapatkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas tetapi homoskedastisitas, kondisi ketika nilai residual pada tiap nilai prediksi bervariasi dan variasinya cenderung konstan. Sehingga dapat dilanjutkan ke pengujian selanjutnya.

4.2.3 Uji Hipotesis

1. Uji Regresi Linear Berganda dan T Parsial

Analisis linear berganda bertujuan untuk menghitung besarnya pengaruh dua atau lebih variabel (variabel bebas) terhadap variabel terikat dan memprediksikan variabel dependen dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas.

Tabel 4.11
Uji Regresi Linear Berganda dan T Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.560	1.275		-1.223	0.223
	X1	0.225	0.046	0.358	4.936	0.000
	X2	0.088	0.041	0.143	2.147	0.034
	X3	0.335	0.067	0.361	5.010	0.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.11, hasil analisis regresi linear berganda dapat diketahui koefisien berdasarkan rumus persamaan sebagai berikut:

$$Y = -1,560 + 0,225 X_1 + 0,088 X_2 + 0,335 X_3 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat diketahui:

- a. Koefisien regresi $\alpha = -1,560$

Nilai konstan pada variabel pendapatan UMKM sebelum diberikan variabel kreativitas, modal dan lokasi adalah senilai -1,560 atau minus. Artinya tanpa adanya ketiga variabel tersebut pendapatan UMKM tidak bisa dicapai, karena tidak dapat didirikan sebuah usaha. Namun setelah diberikan ketiga variabel

seluruh nilai koefisien positif, artinya ada peningkatan yang dapat mempengaruhi pendapatan UMKM.

b. Koefisien regresi $b_1=0,225$

Variabel kreativitas pengusaha (X_1) memiliki nilai koefisien regresi 0,225, yang berarti jika variabel kreativitas pengusahamengalami kenaikan sebesar satu persen maka pendapatan UMKM meningkat sebesar 22,5%. Artinya variabel kreativitas pengusahadapat meningkatkan 25,5% pendapatan UMKM.

c. Koefisien regresi $b_2=0,088$

Variabel modal (X_2) memiliki nilai koefisien regresi 0,088, yang berarti jika variabel modalmengalami kenaikan sebesar satu persen maka pendapatan UMKM meningkat sebesar 8,8%. Artinya variabel variabel modaldapat meningkatkan 8,8% pendapatan UMKM.

d. Koefisien regresi $b_3=0,335$

Variabel lokasi(X_3) memiliki nilai koefisien regresi 0,335, yang berarti jika variabel lokasimengalami kenaikan sebesar satu persen maka pendapatan UMKM meningkat sebesar 33,5%. Artinya variabel variabel lokasidapat meningkatkan 33,5% pendapatan UMKM.

Selanjutnya uji t parsial adalah pengujian terhadap koefisien regresi yang digunakan untuk mengetahui signifikansi setiap variabel independen terhadap variabel dependen menurutperbandingan t tabel yang didapatkan dari rumus $n-k-1$

(141-3-1=137) sebesar 1,656. Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat dijelaskan hasil uji t parsial sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai t- hitung variabel kreativitas pengusaha (X_1) lebih besar dari nilai t-tabel ($4,936 > 1,656$) dengan nilai sig = $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak, artinya variabel independen kreativitas pengusaha (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.
2. Hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai t- hitung variabel modal (X_2) lebih besar dari nilai t-tabel ($2,147 > 1,656$) dengan nilai sig = $0,034 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak, artinya variabel independen modal (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.
3. Hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai t- hitung variabel lokasi (X_3) lebih besar dari nilai t-tabel ($5,010 > 1,656$) dengan nilai sig = $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak, artinya variabel independen lokasi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.

2. Uji F Simultan

Uji F digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh simultan dari variabel independen terhadap variabel

dependen menurut perbandingan f tabel yang didapatkan dari rumus $n-k-1$ ($141-3-1=137$) sebesar 2,670.

Tabel 4.12
Uji F Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	197.769	3	65.923	38.866	.000 ^b
	Residual	232.373	137	1.696		
	Total	430.142	140			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1						

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai f-hitung variabel kreativitas pengusaha, modal dan lokasi secara bersama-sama lebih besar dari nilai t-tabel ($38,866 > 2,670$) dengan nilai sig = $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak, artinya variabel independen kreativitas pengusaha, modal dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.

3. Koefisien Determinasi R^2

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi dari variabel dependen atau variabel terikat.

Tabel 4.13
Koefisien Determinasi R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.678 ^a	0.460	0.448	1.302
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,448 yang menunjukkan antara pengaruh variabel kreativitas pengusaha, modal dan lokasi terhadap pendapatan UMKM sebesar 0,448 atau 44,8% dalam kategori sedang menurut nilai koefisien jalur atau besarnya hubungan/ pengaruh konstruk laten, sedangkan sisanya 55,2% dijelaskan oleh faktor lain seperti literasi keuangan, promosi dan lain-lainnya.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil pengolahan data didapatkan variabel kreativitas pengusaha, modal dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM dengan tingkat persentase sebesar 44,8%.

4.3.1 Pengaruh Kreativitas Terhadap Pendapatan UMKM

kreativitas pengusaha sangat berperan dalam meningkatkan pendapatan UMKM. inovasi pada produk atau layanan yang ada dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Inovasi dapat melibatkan pembaruan desain, fitur baru, atau teknologi yang lebih canggih. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian kreativitas pengusaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.

Pada hasil regresi linear berganda variabel kreativitas pengusaha dapat meningkatkan 25,5% pendapatan UMKM dengan nilai t hitung $4,936 > 1,656$ t tabel dengan nilai sig = $0,000 < 0,05$. Artinya variabel independen kreativitas pengusaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.

Kreativitas pengusaha memainkan peran kunci dalam meningkatkan pendapatan UMKM. Dengan berinovasi dalam produk, layanan, pemasaran, dan pengalaman pelanggan, UMKM dapat menciptakan nilai tambah yang signifikan dan menghasilkan pendapatan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penting bagi pengusaha untuk terus mendorong kreativitas dan inovasi dalam bisnis mereka guna memaksimalkan potensi pendapatan dan kesuksesan jangka panjang.

Senada dengan pernyataan Ekasari & Nurhasanah. (2018) bahwa kreativitas merupakan satu kesatuan dalam menciptakan Keberhasilan Usaha bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil

Menengah (UMKM). Selanjutnya Harahap (2021) menyatakan kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah.

Kreativitas menjadi satu kesatuan yang sangat penting dalam menciptakan keberhasilan usaha bagi pelaku UMKM. Dengan berinovasi, beradaptasi, dan menemukan solusi kreatif, UMKM dapat membangun bisnis yang kuat, berdaya saing, dan berkelanjutan di pasar yang terus berubah. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM untuk terus merangsang dan mengembangkan kreativitas mereka dalam menjalankan bisnis.

Hasil penelitian Harahap (2021) menyatakan kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) didukung oleh Asnawi dan Anggraini (2019) kreativitas berpengaruh terhadap usaha bidang kuliner pada UMKM

Kreativitas memainkan peran penting dalam kesuksesan UMKM dalam industri kuliner. Dengan berinovasi dalam menu, presentasi makanan, teknik masak, konsep restoran, dan promosi, UMKM dapat membedakan diri mereka di pasar yang kompetitif, menarik pelanggan baru, dan menciptakan pengalaman kuliner yang unik dan berkesan. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM dalam bidang kuliner untuk mendorong dan mengembangkan kreativitas mereka untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan.

4.3.2 Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan UMKM

Modal usaha memiliki peran terhadap pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sejumlah strategi dan pertimbangan terkait modal usaha dapat mempengaruhi kinerja dan pendapatan UMKM. Modal awal diperlukan untuk memulai bisnis, termasuk untuk pembelian peralatan, stok barang, dan kebutuhan operasional lainnya. Sumber pendanaan awal dapat berasal dari tabungan pribadi, pinjaman keluarga, atau pinjaman bank. Hasil penelitian menunjukkan modal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM, namun apabila pengelolaan modal usaha tidak baik dan efisien dapat menyebabkan kebangkrutan.

Hasil uji linear berganda menunjukkan modal dapat meningkatkan 8,8% pendapatan UMKM. Nilai t hitung 2,147 > 1,656 t tabel dengan nilai $sig = 0,034 < 0,05$. Artinya modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.

Modal memungkinkan UMKM untuk meningkatkan skala produksi mereka, yang pada gilirannya dapat mengurangi biaya produksi per unit, dengan memperbesar produksi, UMKM dapat mencapai efisiensi operasional yang lebih tinggi, meningkatkan produktivitas, dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya.

Hasil penelitian ini didukung oleh Waskita & Listyaningrum (2021) menunjukkan modal usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM karena pentingnya monitoring dan pengelolaan yang baik terhadap arus kas dapat membantu

UMKM menghindari masalah likuiditas dan memastikan kelancaran operasional.

Dengan modal yang cukup, UMKM dapat mengelola arus kas mereka dengan lebih efisien, termasuk dalam mengatasi kekurangan dana jangka pendek. Modal yang dikelola dengan baik membantu UMKM menghindari masalah keuangan yang serius, seperti utang yang tidak terbayar atau pembayaran keterlambatan kepada pemasok.

Selanjutnya penelitian Gonibala, Masinambow & Maramis (2019) menyatakan apabila modal dikeluarkan maka dapat dipastikan akan ada penurunan dari segi pendapatan. Koefisien bernilai positif artinya terjadinya hubungan searah antara biaya produksi dan pendapatan.

Koefisien positif antara biaya produksi dan pendapatan menunjukkan hubungan searah antara keduanya. Artinya, ketika biaya produksi meningkat, pendapatan juga cenderung meningkat, dan sebaliknya. Ini bisa terjadi karena peningkatan biaya produksi dapat menandakan peningkatan dalam produksi atau kualitas produk yang menghasilkan pendapatan lebih besar.

Hasil penelitian Waskita dan Listyaningrum (2021) modal usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM. Senada dengan Dewi (2019) modal usaha berpengaruh terhadap Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah.

Modal usaha memungkinkan UMKM untuk memperluas operasional mereka, termasuk meningkatkan produksi, memperluas

jangkauan pasar, dan diversifikasi produk atau layanan, hal ini membantu UMKM untuk menjadi lebih kompetitif di pasar, menarik pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

4.3.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Pendapatan UMKM

Lokasi merupakan faktor kunci yang dapat memengaruhi pendapatan UMKM di sektor kuliner. Pemilihan lokasi yang tepat dapat berdampak signifikan pada jumlah pelanggan, visibilitas bisnis, dan potensi pertumbuhan. Lokasi dengan kepadatan penduduk yang tinggi biasanya memberikan potensi pasar yang lebih besar. Pilih lokasi yang memiliki jumlah penduduk atau lalu lintas pejalan kaki yang cukup untuk mendukung volume penjualan yang stabil. Membuka usaha kuliner di sekitar pasar tradisional, pusat perbelanjaan, atau pusat keramaian lainnya dapat meningkatkan eksposur bisnis dan menciptakan peluang untuk menarik pelanggan yang sedang berbelanja. Hasil penelitian menunjukkan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.

Hasil uji linear berganda menunjukkan lokasi dapat meningkatkan 33,5% pendapatan UMKM. Nilai t hitung 5,010 > 1,656 t tabel dengan nilai $sig = 0,000 < 0,05$. Artinya lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.

Lokasi memainkan peran kunci dalam kesuksesan UMKM dengan memberikan aksesibilitas yang baik kepada pelanggan,

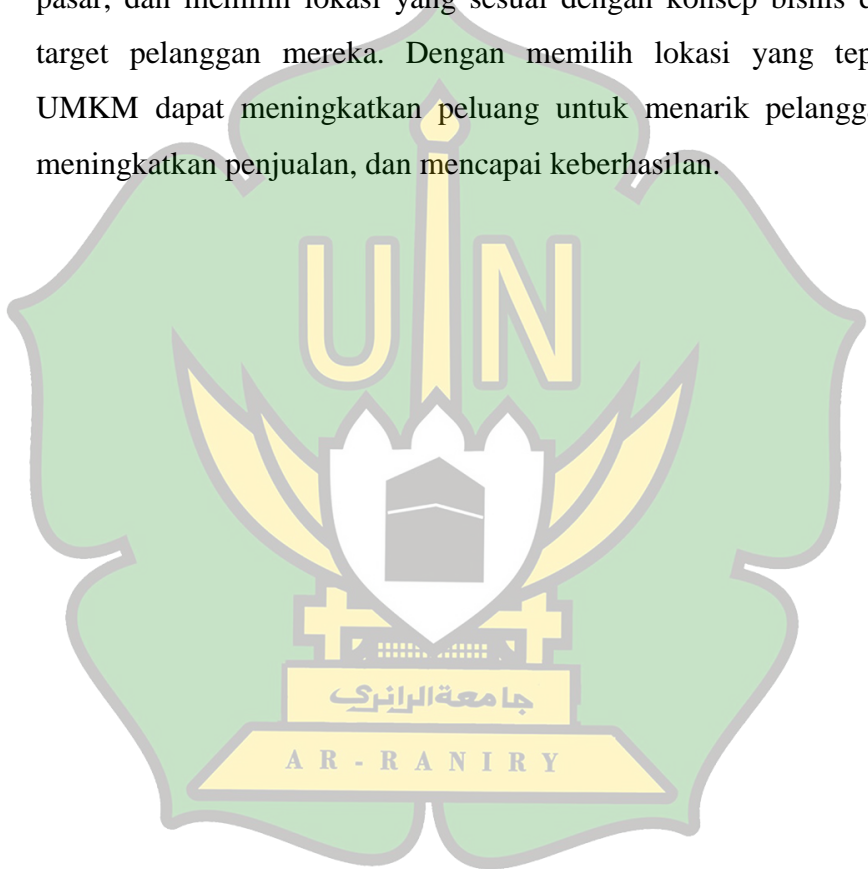
menawarkan peluang pasar yang lebih besar, dan meningkatkan eksposur bisnis. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM untuk memperhatikan lokasi usaha dan memilih lokasi yang strategis untuk mengoptimalkan pendapatan dengan memperhitungkan faktor-faktor seperti aksesibilitas, kepadatan penduduk, fasilitas pendukung, dan potensi kolaborasi, UMKM dapat meningkatkan peluang keberhasilan dan pertumbuhan bisnis mereka.

Hal selaras juga didukung oleh penelitian Ekasari & Nurhasanah (2018) lokasi berpengaruh dalam menciptakan Keberhasilan Usaha bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Selanjutnya Aji Waskita & Listyaningrum (2021) menyatakan lokasi usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM.

Lokasi yang dipilih dengan baik dapat menjadi faktor penentu keberhasilan bagi UMKM. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM untuk melakukan riset pasar yang cermat, mempertimbangkan karakteristik target pasar, dan memilih lokasi yang sesuai dengan jenis usaha serta strategi bisnis mereka. Dengan memilih lokasi yang tepat, UMKM dapat memaksimalkan peluang untuk sukses dalam bisnis mereka.

Hasil penelitian Dewi (2019) meyakini lokasi usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mikro kecil menengah, didukung oleh Asnawi & Anggraini (2019) lokasi berpengaruh terhadap usaha bidang kuliner pada UMKM.

Lokasi yang dipilih dengan baik dapat memberikan keuntungan kompetitif bagi usaha kuliner UMKM. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM di bidang kuliner untuk melakukan riset pasar yang cermat, mempertimbangkan karakteristik target pasar, dan memilih lokasi yang sesuai dengan konsep bisnis dan target pelanggan mereka. Dengan memilih lokasi yang tepat, UMKM dapat meningkatkan peluang untuk menarik pelanggan, meningkatkan penjualan, dan mencapai keberhasilan.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan kajian ini juga pembahasan tentang kreativitas pengusaha, modal, dan lokasi terhadap pendapatan UMKM dapat diambil kesimpulan:

1. Kreativitas pengusaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.
2. Modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.
3. Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.
4. Kreativitas pengusaha, modal, dan lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap pendapatan UMKM.

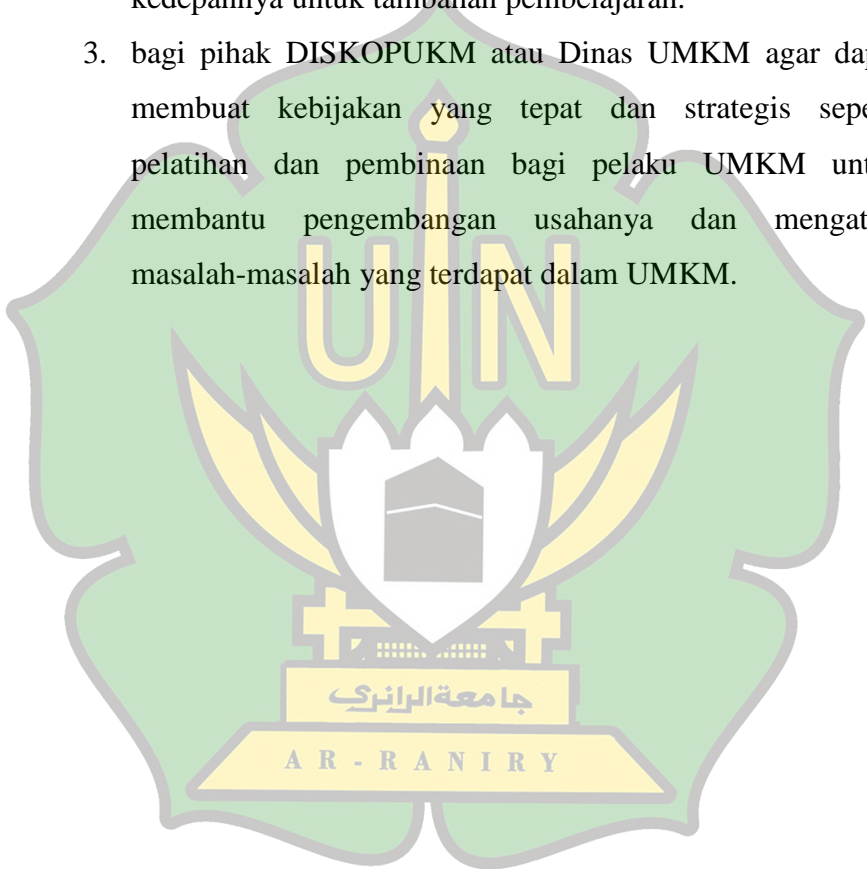
5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, tentunya terdapat ruang perbaikan, baik dalam hal keterbatasan data atau masalah manajemen waktu, tetapi terutama dalam hal penulisan. Untuk hasil yang lebih baik, saran berikut dapat diberikan kepada subjek:

1. Bagi akademisi khususnya peneliti selanjutnya agar dapat meneliti dengan variabel-variabel di luar variabel yang

diteliti ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.

2. Bagi praktisi diharapkan menjadi sumber wawasan dan ilmu pengetahuan yang dapat dipelajari dan disalurkan kedepannya untuk tambahan pembelajaran.
3. bagi pihak DISKOPUKM atau Dinas UMKM agar dapat membuat kebijakan yang tepat dan strategis seperti pelatihan dan pembinaan bagi pelaku UMKM untuk membantu pengembangan usahanya dan mengatasi masalah-masalah yang terdapat dalam UMKM.



DAFTAR PUSTAKA

- Asnawi, M., & Anggraini, N. (2019). Faktor Pengaruh Usaha Bidang Kuliner Terhadap UMKM Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Al-Amwal*, 8(2), 111-125.
- Bachrudin Sjaroni, dkk. (2019). *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Deepublish.
- Chol, J., & Shadily, H. (2000). *Kamus Inggris-Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Dewi, M. (2019). Pengaruh Lokasi Usaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Kuliner Di Kota Jambi. *Skripsi*, 53(9), 1689–1699
- Dharmawati, Made. (2016). *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dinas koperasi usaha kecil menengah Aceh. Pemerintah Aceh, web <https://diskop.acehprov.go.id/>
- Ekasari, N., & Nurhasanah, N. (2018). Pengaruh Lokasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 2(1), 1-15.
- Fandy, Tjiptono. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Gonibala, N., Masinambow, V. A., & Maramis, M. T. B. (2019). Analisis pengaruh modal dan biaya produksi terhadap pendapatan AR UMKM di Kota Kotamobagu. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(01).
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, 13(1), 8-16.
- Handoko, (2008). *Manajemen Personalialia dan Sumberdaya Manusia, edisi kedua*. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Harahap, N. A. (2021). Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Desa Patumbak Kampung Kecamatan

- Patumbak Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Value*, 2(2), 61-70.
- Hasanah, R. L., Kholifah, D. N., & Alamsyah, D. P. (2020). Pengaruh modal, tingkat pendidikan dan teknologi terhadap pendapatan umkm di kabupaten purbalingga. *Kinerja*, 17(2), 305-313.
- Hutabarat, L. R. F. W. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 7(1), 12-19.
- Khourouh, U., Windhyastiti, I., & Handayani, K. (2019). Peran kebijakan pemerintah dalam memperkuat aliansi strategis dan meningkatkan daya saing ekonomi kreatif. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (JMDK)*, 7(2), 205-224.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021). Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia Web site. <http://www.ekon.go.id>.
- Munandar, Utami. (2009). Pengembangan kreativitas anak berbakat. Jakarta: Rineka cipta.
- Prawirosentono, Suyadi. (2007). *Filosofi Baru Tentang Mutu Terpadu. Edisi 2*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Purwanti, E. (2013). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*, 5(1).
- Putri, N. M. D. M., & Jember, I. M. (2016). Pengaruh modal sendiri dan lokasi usaha terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Tabanan (modal pinjaman sebagai variabel intervening). *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 9(2), 142-150.
- Rahmana, Arief, (2009). *Peranan Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Menengah*. Bandung: Repository Universitas Widyatama.
- Rosyidi, Suherman. (2011). Pengantar Ekonomi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Siahaan, D. Z. R. (2021). *Analisis Keberadaan Wisata Kuliner Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa*

- Bagan Percut Kecamatan Percut Sei Tuan*. Medan: (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Soegiarto, D. (2008). Pengaruh Perilaku Wisatawan Nusantara Terhadap Wisata Kuliner di Nusantara. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 4(1), 16-24.
- Soekartawi.(2003). Teori Ekonomi Produksi dengan Pokok Bahasan Analisis Cobb-. Douglas. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sukirno, Sadono. (2009). Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga. Jakarta. Rajawali Pers
- Sukirno, Sadono. (2013). Makro Ekonomi, Teori Pengantar. Jakarta: Penerbit PT. Raja. Grafindo Persada.
- Sumarsono, Sonny. (2013). Ekonomi Manajemen Sumber Daya Manusia dan.Ketenagakerjaan. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swastha, Basu dan Irawan.(2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Cetakan Ke-13 Yogyakarta: Liberty.
- Tambunan, T. T. H. (2012) Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting. Jakarta: LP3ES.
- Uno, Hamzah. 2013. Teori Motivasi dan Pengukurannya. Jakarta: Bumi Aksara
- Widyatama, Derry Fauzan. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sembako Di Pasar Besar Kota Malang.*Jurnal Ekonomi Universitas Brawijaya*, 1(1), 4-5.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Perihal : Permohonan Pengisian Kuesioner

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Responden

di tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir sebagai mahasiswa program S1 UIN Ar-Raniry Banda Aceh, saya:

Nama : Ramadhan

NIM :180604097

Program Studi : Ilmu Ekonomi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Bermaksud melakukan penelitian untuk menyusun skripsi dengan judul **“PENGARUH KREATIVITAS PENGUSAHA, MODAL DAN LOKASI TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KULINER DI BANDA ACEH”** Memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner yang dilampirkan bersama surat ini.

Untuk itu saya berharap Bapak/Ibu untuk mengisi lembar kuesioner ini secara lengkap. Data yang diperoleh hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian, sehingga kerahasiaannya akan saya jaga sesuai dengan etika penelitian.

Atas kesediaan Bapak/Ibu meluangkan waktu untuk mengisi dan menjawab semua pernyataan dalam penelitian ini, saya ucapkan terima kasih, Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

I. DATA RESPONDEN

Petunjuk Pengisian:

Pada pertanyaan di bawah ini, Anda dimohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan keadaan sebenarnya, dengan cara memberi tanda silang (X) pada salah satu jawaban yang tersedia.

1. Nama Usaha:
2. Sektor UMKM:
3. Jenis Usaha:

II. PENGARUH KREATIVITAS PENGUSAHA, MODAL DAN LOKASI TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KULINER DI BANDA ACEH.

Petunjuk Pengisian:

1. Isilah daftar pernyataan berikut dengan cara memberi tanda checklist pada salah satu jawaban yang tersedia sesuai dengan persepsi Anda. Tidak ada jawaban benar atau salah, peneliti lebih melihat angka-angka terbaik dari persepsi Anda.
2. Jawaban yang tersedia berupa huruf yang memiliki arti sebagai berikut:
 - a. SS = Sangat Setuju
 - b. S = Setuju
 - c. KS = Kurang Setuju
 - c. TS = Tidak Setuju
 - d. STS = Sangat Tidak Setuju

A. Kreativitas Pengusaha

No	Pernyataan	Jawaban				
		ST	T	KS	S	SS
Dorongan dari dalam diri sendiri (motivasi intrinsik)						
1	Menjadi kreatif karena banyak pengalaman berjualan sebelumnya					
2	Mampu menilai kualitas barang sendiri yang dijual					
3	Suka bereksperimen dalam menjajakan jualan.					
Dorongan dari Lingkungan (motivasi ekstrinsik)						
4	Keluarga membantu dalam berjualan					
5	Banyak masukan kreatif dari keluarga					
6	Lingkungan tempat tinggal mendorong kreativitas agar terlihat berbeda.					

Sumber: Uno (2013)

B. Modal

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Modal sebagai syarat untuk usaha						
1	Modal dapat menjalankan operasional perusahaan dengan baik					
2	Modal yang di pergunakan sangat bermanfaat untuk perkembangan usaha saya					
Pemanfaatan modal tambahan						
3	Saya sering mendapati tawaran dari pihak pembiayaan sebagai modal tambahan dari lembaga keuangan seperti koperasi dan bank					
4	Modal tambahan membuat produksi saya lebih meningkat					
Besarnya modal						
5	Besarnya modal yang saya miliki mampu memenuhi kebutuhan produksi					

6	Besar kecilnya modal yang dimiliki sangat berpengaruh terhadap produksi dan pendapatan yang akan diterima					
---	---	--	--	--	--	--

Sumber: Purwanti (2012)

C. Lokasi

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Berbagai pertimbangan						
1	Dalam membuka suatu usaha pemilihan lokasi harus dipertimbangkan					
Dekat dengan keramaian						
2	Lokasi yang dipilih hendaknya dekat dengan keramaian					
Mudah diakses dan terjangkau						
3	Lokasi yang dipilih harus mudah dijangkau dan diakses					
Nyaman dikunjungi						
4	Dalam pemilihan lokasi kenyamanan pelanggan					

	juga perlu diperhatikan					
--	-------------------------	--	--	--	--	--

Sumber: Dewi (2019)

D. Pendapatan

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Sumber pendapatan						
1	Jenis usaha ini menjadi sumber pendapatan saya					
Peningkatan penjualan						
2	Sejauh ini pendapatan saya dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari					
Jumlah produksi						
3	Pendapatan yang saya peroleh mengalami peningkatan setiap tahunnya					

Sumber: Fitria (2019)

Lampiran 2 Tanggapan dan Karakteristik Responden

		Sektor_UMKM			
		Frequenc y	Percen t	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Industri	76	53.9	53.9	53.9
	Perdagangan	65	46.1	46.1	100.0
	Total	141	100.0	100.0	

		Jenis_Usaha			
		Frequency	Percent	Valid Percent t	Cumulati ve Percent
Valid	Kuliner	141	100.0	100.0	100.0

		X1.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	7	5.0	5.0	5.0
	3	23	16.3	16.3	21.3
	4	82	58.2	58.2	79.4
	5	29	20.6	20.6	100.0
	Total	141	100.0	100.0	

		X1.2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	4.3	4.3	4.3
	3	28	19.9	19.9	24.1
	4	80	56.7	56.7	80.9
	5	27	19.1	19.1	100.0
	Total	141	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	5.7	5.7	5.7
	3	21	14.9	14.9	20.6
	4	85	60.3	60.3	80.9
	5	27	19.1	19.1	100.0
	Total	141	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	3.5	3.5	3.5
	3	18	12.8	12.8	16.3
	4	89	63.1	63.1	79.4
	5	29	20.6	20.6	100.0
	Total	141	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	0.7	0.7	0.7
	3	15	10.6	10.6	11.3
	4	90	63.8	63.8	75.2
	5	35	24.8	24.8	100.0
	Total	141	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	17	12.1	12.1	12.1
	4	84	59.6	59.6	71.6
	5	40	28.4	28.4	100.0
	Total	141	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	2.8	2.8	2.8
	3	11	7.8	7.8	10.6
	4	93	66.0	66.0	76.6
	5	33	23.4	23.4	100.0
	Total	141	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.4	1.4	1.4
	3	22	15.6	15.6	17.0
	4	80	56.7	56.7	73.8
	5	37	26.2	26.2	100.0
	Total	141	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	3.5	3.5	3.5
	3	15	10.6	10.6	14.2
	4	91	64.5	64.5	78.7
	5	30	21.3	21.3	100.0
	Total	141	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	2.1	2.1	2.1
	3	26	18.4	18.4	20.6
	4	78	55.3	55.3	75.9
	5	34	24.1	24.1	100.0
	Total	141	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	4.3	4.3	4.3
	3	20	14.2	14.2	18.4
	4	86	61.0	61.0	79.4
	5	29	20.6	20.6	100.0
	Total	141	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.4	1.4	1.4
	3	6	4.3	4.3	5.7
	4	88	62.4	62.4	68.1
	5	45	31.9	31.9	100.0
	Total	141	100.0	100.0	

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	0.7	0.7	0.7
	3	11	7.8	7.8	8.5
	4	88	62.4	62.4	70.9
	5	41	29.1	29.1	100.0
	Total	141	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	11	7.8	7.8	7.8
	4	88	62.4	62.4	70.2
	5	42	29.8	29.8	100.0
	Total	141	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.4	1.4	1.4
	3	13	9.2	9.2	10.6
	4	85	60.3	60.3	70.9
	5	41	29.1	29.1	100.0
	Total	141	100.0	100.0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.4	1.4	1.4
	3	26	18.4	18.4	19.9
	4	69	48.9	48.9	68.8
	5	44	31.2	31.2	100.0
	Total	141	100.0	100.0	

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	3.5	3.5	3.5
	3	31	22.0	22.0	25.5
	4	81	57.4	57.4	83.0
	5	24	17.0	17.0	100.0
	Total	141	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	2.8	2.8	2.8
	3	37	26.2	26.2	29.1
	4	71	50.4	50.4	79.4
	5	29	20.6	20.6	100.0
	Total	141	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	0.7	0.7	0.7
	2	4	2.8	2.8	3.5
	3	37	26.2	26.2	29.8
	4	76	53.9	53.9	83.7
	5	23	16.3	16.3	100.0
	Total	141	100.0	100.0	



Lampiran 3 Uji Instrument Penelitian

Uji Validitas

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.512**	.597**	.425**	0.125	0.035	.707**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.139	0.677	0.000
	N	141	141	141	141	141	141	141
X1.2	Pearson Correlation	.512**	1	.701**	.680**	.184*	0.111	.826**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.029	0.192	0.000
	N	141	141	141	141	141	141	141
X1.3	Pearson Correlation	.597**	.701**	1	.632**	0.067	0.025	.794**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.431	0.768	0.000
	N	141	141	141	141	141	141	141
X1.4	Pearson Correlation	.425**	.680**	.632**	1	0.066	0.081	.746**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.438	0.340	0.000
	N	141	141	141	141	141	141	141
X1.5	Pearson Correlation	0.125	.184*	0.067	0.066	1	.573**	.461**
	Sig. (2-tailed)	0.139	0.029	0.431	0.438		0.000	0.000
	N	141	141	141	141	141	141	141
X1.6	Pearson Correlation	0.035	0.111	0.025	0.081	.573**	1	.411**
	Sig. (2-tailed)							
	N	141	141	141	141	141	141	141

	on							
	Sig. (2-tailed)	0.677	0.192	0.768	0.340	0.000		0.000
	N	141	141	141	141	141	141	141
X1	Pearson Correlation	.707*	.826**	.794**	.746**	.461**	.411**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	141	141	141	141	141	141	141

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.480**	.252**	.274**	.188*	0.102	.539**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.003	0.001	0.026	0.230	0.000
	N	141	141	141	141	141	141	141
X2.2	Pearson Correlation	.480**	1	.483**	.462**	.435**	.265**	.744**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.002	0.000
	N	141	141	141	141	141	141	141
X2.3	Pearson Correlation	.252**	.483**	1	.643**	.671**	.381**	.821**
	Sig. (2-tailed)	0.003	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	141	141	141	141	141	141	141
X2.4	Pearson Correlation	.274**	.462**	.643**	1	.511**	.341**	.776**

	on							
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	141	141	141	141	141	141	141
X2.5	Pearson Correlation	.188*	.435**	.671**	.511**	1	.359**	.762**
	Sig. (2-tailed)	0.026	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	141	141	141	141	141	141	141
X2.6	Pearson Correlation	0.102	.265**	.381**	.341**	.359**	1	.562**
	Sig. (2-tailed)	0.230	0.002	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	141	141	141	141	141	141	141
X2	Pearson Correlation	.539**	.744**	.821**	.776**	.762**	.562**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	141	141	141	141	141	141	141

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

A R - R A N I R Y

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.722**	.411**	.293**	.793**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	141	141	141	141	141
X3.2	Pearson Correlation	.722**	1	.362**	.268**	.763**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.001	0.000
	N	141	141	141	141	141
X3.3	Pearson Correlation	.411**	.362**	1	.355**	.721**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	141	141	141	141	141
X3.4	Pearson Correlation	.293**	.268**	.355**	1	.688**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	141	141	141	141	141
X3	Pearson Correlation	.793**	.763**	.721**	.688**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	141	141	141	141	141

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.406**	.313**	.723**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000
	N	141	141	141	141
Y2	Pearson Correlation	.406**	1	.537**	.831**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000
	N	141	141	141	141
Y3	Pearson Correlation	.313**	.537**	1	.793**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000
	N	141	141	141	141
Y	Pearson Correlation	.723**	.831**	.793**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	
	N	141	141	141	141

A R - R A N I R Y

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.752	6

Reliability Statistics

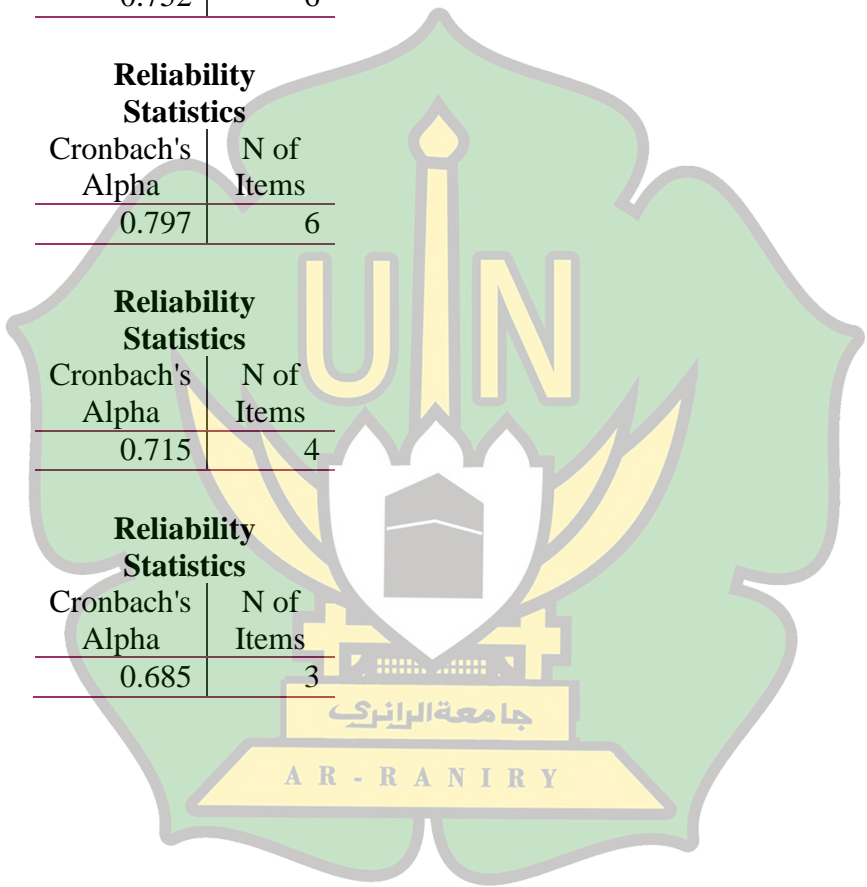
Cronbach's Alpha	N of Items
0.797	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.715	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.685	3



Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		141
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.28833399
Most Extreme Differences	Absolute	0.070
	Positive	0.047
	Negative	-0.070
Test Statistic		0.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.088 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

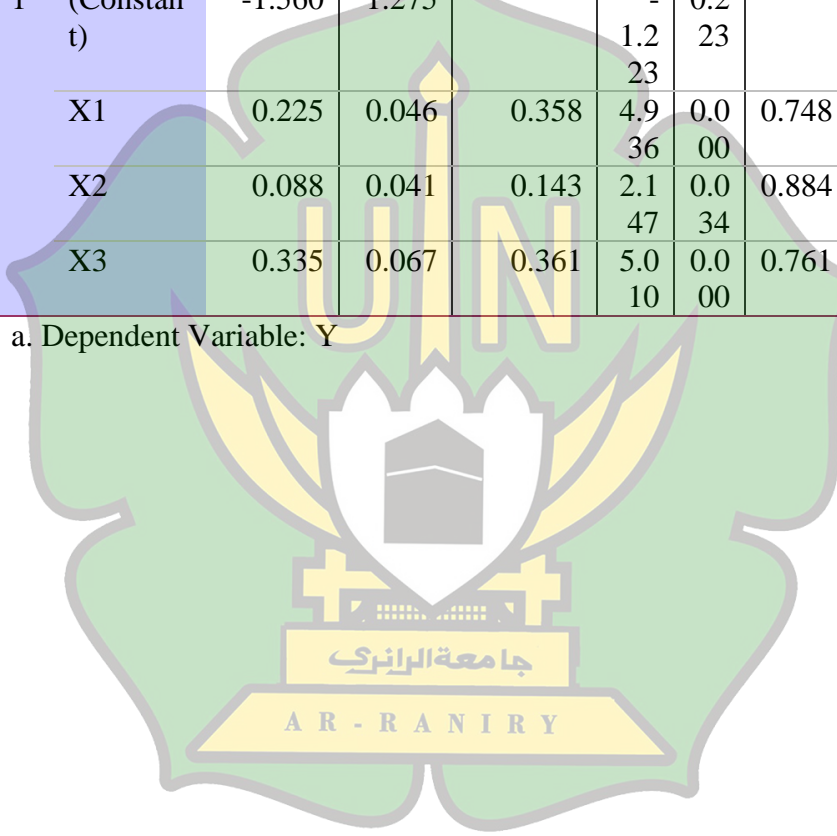
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	T	
1	(Constant)	0.217	0.779		0.279	0.781
	X1	-0.012	0.028	-0.043	-0.436	0.664
	X2	0.004	0.025	0.015	0.169	0.866
	X3	0.059	0.041	0.140	1.442	0.152

a. Dependent Variable: Abs_RES

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.560	1.275		-1.223	0.223		
	X1	0.225	0.046	0.358	4.936	0.000	0.748	1.337
	X2	0.088	0.041	0.143	2.147	0.034	0.884	1.131
	X3	0.335	0.067	0.361	5.010	0.000	0.761	1.313

a. Dependent Variable: Y



Lampiran 5 Uji Hipotesis

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.678 ^a	0.460	0.448	1.302

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	197.769	3	65.923	38.866	.000 ^b
	Residual	232.373	137	1.696		
	Total	430.142	140			

a. Dependent Variable: Y

c. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	-1.560	1.275		-1.223	0.223
	X1	0.225	0.046	0.358	4.936	0.000
	X2	0.088	0.041	0.143	2.147	0.034
	X3	0.335	0.067	0.361	5.010	0.000

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 6. Biodata

Nama : Ramadhan
NIM : 180604097
Tempat/Tgl. Lahir : Durueng, 07-12-1999
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Status : Belum Menikah
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa
Fakultas/Jurusan : FEBI/ Ilmu Ekonomi
Perguruan Tinggi : UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Alamat Rumah : Jl. Laksamana Malahayati Km. 19. Durung,
Kec. Masjid Raya, Kabupaten Aceh Besar,
Aceh

Pendidikan

2006-2011 : MIN Durung
2011-2014 : SMP Negeri 2 Mesjid Raya
2014-2017 : SMK Negeri 1 Mesjid Raya
2018-2024 : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN
Ar-Raniry Banda Aceh



Lampiran 7 . Penyebaran Kuesioner





جامعة الرانيري

AR - RANIRY

