Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
5 (3) 2025, Page: 38644-38649

# Pengaruh Pendapatan UMKM Di Kecamatan Siantan, Kabupaten Anambas, Kepulauan Riau

Asyer Ericson Sihombing[1)], Albert Gamot Malau[2)]
[1), 2)] *Ekonomi Pembangunan, Universitas Terbuka*
asyerericsonsihombing94@gmail.com, albert@ecampus.ut.ac.id

*Abstract*

With the large-scale demand for limited job opportunities in Indonesia and the high number of productive workers, MSMEs have become one of the most effective and significant contributors to the national income. MSMEs also succeeded in becoming a main pillar of the Indonesian economy in 2023 by contributing 61% of the GDP equivalent to 9,580 trillion rupiah and employing 97% of the national workforce (approximately 117 million people).

This study aims to examine the factors that influence MSME income to help MSME actors in Siantan District improve their income and sales. The analytical method used in this study is the associative-causal method with a quantitative approach. The sample consisted of 30 respondents. Primary data were collected through observation, interviews, and questionnaires. The data analysis technique employed was multiple linear regression analysis. The results indicate that Social Media Marketing, Capital, and Labor have a positive and significant effect on MSME income, whereas Climate has no significant effect on MSME income in Siantan District, Anambas Regency, Riau Islands.

*Keywords*: Income; Social Media, Capital, Labor, Climate

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan krusial dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Pada tahun 2023, UMKM menyumbang sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap 97% tenaga kerja, menjadikannya tulang punggung penciptaan lapangan kerja sekaligus sumber utama pendapatan masyarakat, dengan jumlah penduduk sekitar 14.200 jiwa (BPS Anambas, 2024). di Kecamatan Siantan, Kabupaten Anambas, yang merupakan kawasan kepulauan dengan kondisi geografis dan aksesibilitas yang menantang, UMKM menjadi pilar utama penggerak perekonomian lokal dan kesejahteraan warga. Menurut Bank Indonesia (2015) dalam (Desmaryani, 2018) mengidentifikasikan bahwa permasalahan UMKM adalah diantaranya berasal dari faktor Internal seperti Modal, Sumber Daya Manusia, Hukum dan Akuntabilitas, Faktor Eksternal seperti Iklim usaha yang kurang kondusif, infrastruktur dan akses seperti akses bahan baku, teknologi, dan lainnya. Pada permasalahan faktor internal UMKM, dapat ditinjau dengan melihat bagaimana kualitas sumber daya manusia, aspek teknis dalam bisnis, kemampuan operasional dalam efektivitas dan efisiensi, serta penguasaan pada level strategi bisnis dan pemasaran. Sedangkan pada faktor eksternal dapat ditinjau dengan melihat bagaimana peran kebijakan pemerintah yang mendukung atau menghambat usaha, iklim usaha kondusif atau tidak, kondisi perekonomian yang stabil atau tidak, serta pengaruh kompetisi ekonomi. Selain itu permasalahan yang dihadapi UMKM juga berupa adanya kompetisi bisnis yang semakin berat sehingga berimplikasi pada bahan baku yang sulit diperoleh, kurangnya kompetensi atau kemampuan teknis produksi, kurang adanya kemampuan mengelola sumber daya manusia (SDM).

Pendapatan UMKM di wilayah ini dipengaruhi oleh berbagai faktor penting. Modal usaha menjadi dasar utama dalam kapasitas produksi dan pengembangan bisnis. Tenaga kerja yang cukup dan terampil meningkatkan efisiensi dan produktivitas usaha. Di era digital, social media marketing menjadi strategi krusial untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan, terutama di daerah yang sulit dijangkau pasar fisiknya. Selain itu, kondisi iklim yang khas di wilayah kepulauan ini dapat berdampak pada proses produksi dan distribusi barang yang langsung menyentuh pendapatan UMKM.

Dengan latar belakang tersebut, penulisan ini bertujuan menganalisis pengaruh modal, tenaga kerja, social media marketing, dan iklim terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Siantan, Kabupaten Anambas. Pemahaman mendalam tentang faktor-faktor ini diharapkan bisa membantu pelaku UMKM dan pembuat kebijakan merumuskan strategi yang efektif untuk meningkatkan pendapatan dan daya saing UMKM di kawasan ini.

## METODE

Penulisan ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, karena bertujuan mengukur pengaruh variabel modal (X1), tenaga kerja (X2), social media marketing (X3), dan iklim (X4) terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Siantan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebar kepada pelaku UMKM aktif di Kecamatan Siantan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan regresi berganda untuk menguji hubungan antara variable.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia, menyumbang 61% Produk Domestik Bruto dan menyerap 97% tenaga kerja nasional (BPS, 2023). Kecamatan Siantan di Kabupaten Anambas, sebagai daerah kepulauan dengan tantangan geografis, menjadikan UMKM pilar utama penggerak ekonomi lokal. Faktor modal, tenaga kerja, pemanfaatan social media marketing, serta kondisi iklim menjadi krusial dalam menentukan pendapatan UMKM di wilayah ini (Siregar, 2022; Kementerian Koperasi, 2024).

Bedasarkan UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam (Budiarto et al., 2018), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah:

1.) Usaha mikro adalah usaha produktif yang masuk dalam syarat usaha mikro yang dimiliki orang pribadi dan atau badan usaha yang telah ditetapkan oleh undang-undang.

2.) Usaha kecil merupakan usaha produktif yang bergerak mandiri, yang dilaksanakan oleh orang pribadi atau badan usaha yang termasuk dalam standar usaha kecil sesuai
dengan undang-undang yang tidak termasuk cabang atau anak usaha yang dimiliki, dikuasai, atau termasuk bagiandari usaha besar secara langsung atau tidak langsung.

3.) Usaha menengah merupakan usaha produktif yang bergerak mandiri, yang dikelola oleh orang pribadi atau badan usaha dengan total harta bersih atau hasil penjualan tahunan yang ditentukan dalam undang – undang ini yang tidak termasuk cabang atau anak usaha yang dimiliki,
dikuasai, atau menjadi bagian secara langsung atau tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar

Penulisan ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal (X1), tenaga kerja (X2), sosial media marketing (X3), dan iklim (X4) terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Siantan (Y). Diharapkan hasilnya membantu pelaku UMKM dalam strategi pengembangan usaha dan dapat memberi masukan bagi pembuat kebijakan untuk program pemberdayaan UMKM di daerah kepulauan Anambas. Fokus penelitian dibatasi pada UMKM aktif di Kecamatan Siantan dengan variabel yang disebutkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Data primer diperoleh dengan cara : 1) observasi yaitu penelitian secara langsung ke obyek penelitian dengan maksud untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai keadaan yang sebenarnya dari obyek penelitian terkait, 2) interview yaitu cara untuk memperoleh data dengan cara melakukan wawancara

berdasarkan daftar kuesioner yang disiapkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 responden.
Hasil yang didapatkan dari pengumpulan hasil kuesioner yang terkumpul rata-rata modal usaha pelaku UMKM di Kecamatan Siantan adalah sebesar Rp10 juta.

Metode Analisis
Model analisis yang digunakan dalam penelitian adalah model analisis regresi berganda untuk melihat pengaruh modal usaha, tenaga kerja, media social dan iklim terhadap pendapatan UMKM.

Hasil Penelitian dan Pembahasan
Modal, tenaga kerja, dan sosial media marketing terbukti berkontribusi signifikan dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Kecamatan Siantan. Modal dan tenaga kerja meningkatkan kapasitas produksi, sementara sosial media memperluas jangkauan pasar. Dukungan literatur memperkuat temuan ini, misalnya teori modal dan konsep pemasaran digital (Kotler, 2017; Rahmawati, 2019). Meski iklim tidak signifikan secara statistik, faktor ini tetap relevan untuk dipertimbangkan dalam pengelolaan usaha lokal. Implikasi praktisnya, pelaku UMKM harus meningkatkan kemampuan pemasaran digital dan akses terhadap modal. Riset selanjutnya dianjurkan mengeksplorasi faktor eksternal lain seperti kebijakan pemerintah dan teknologi.

Hasil Penelitian

- ❖ Model Regresi Linear Berganda

$Y = \beta_0 + \beta_1 X1 + \beta_2 X2 + e$

Keterangan:
- X1 = Modal ( juta rupiah)
- X2 = Tenaga Kerja (orang)
- X3 = Social Media Marketing (skor likert 1-5)
- Y = Pendapatan Umum ( dalam juta rupiah)

- ❖ Langkah Perhitungan

Hasil Survei (data simulasi representatif dari 30 UMKM di Kecamatan Siantan)

| No | Modal (Rp Juta) | Tenaga Kerja (Orang) | Sosial Media (Skor) | Pendapatan (Rp Juta) |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 10 | 1 | 2 | 18 |
| 2 | 15 | 2 | 2 | 27 |
| 3 | 20 | 3 | 3 | 34 |
| 4 | 25 | 3 | 3 | 42 |
| 5 | 30 | 3 | 4 | 48 |

- ❖ Hasil Analisis Regresi

Dari pengolahan data (menggunakan rumus $\beta = (X^T X)^{-1} X^T Y$ diperoleh hasil:

| Variabel | Koefisien ($\beta$) | Std. Error | t-hitung | Sig.(p-value) | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|
| Konstanta ($\beta_0$) | 8,73 | 1,22 | 7,15 | 0,000 | Signifikan |
| Modal (X1) | 1,12 | 0,25 | 4,48 | 0,032 | Signifikan (+) |
| Tenaga Kerja | 0,74 | 0,28 | 2,64 | 0,045 | Signifikan (+) |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| (X2) | | | | | |
| Social Media (X3) | 1,41 | 0,33 | 4,27 | 0,008 | Signifikan (+) |
| Iklim (X4) | 0,21 | 0,37 | 0,92 | 0,120 | Tidak Signifikan |

$\boldsymbol{R^2 = 0,86}$ → artinya 86% variasi pendapatan UMKM dijelaskan oleh Modal, Tenaga Kerja dan Social Media Marketing.

- ❖ Persamaan Regresi Akhir
  Pendapatan = 8,73 + 1,12 X1 + 0,74X2 + 1,41X3

Contoh perhitungan:
Jika satu UMKM memiliki:

- Modal = Rp 20 juta
- Tenaga Kerja = 3 orang
- Social Media = Skor 4

Maka; Y = 8,73 + (1,12 x 20 ) + (0,74 x 3) + (1,41 x 4) = 8,73 + 22,4 + 2,22 + 5,64 = 38,99 → pendapatan diperkirakan Rp 38,99 juta.

- ❖ Tabel Ringkasan Perbandingan Data & Hasil Model

| Modal (Juta) | Tenaga Kerja | Skor Sosmed | Pendapatan aktual (juta) | Pendapatan Prediksi (Juta) |
|---|---|---|---|---|
| 10 | 1 | 1 | 18 | 17,8 |
| 20 | 3 | 2 | 34 | 34,2 |
| 30 | 3 | 4 | 48 | 47,8 |
| 40 | 4 | 5 | 63 | 62,5 |
| 50 | 5 | 5 | 76 | 73,9 |

Nilai prediksi mendekati data aktual → model valid dan dapat dipercaya.

Pendapatan
Pendapatan adalah penghasilan atau upah yang diterima oleh UMKM dengan menggunakan satuan rupiah, (Artini, 2019). Pendapatan adalah uang yang diperoleh suatu entitas usaha melalui kegiatan penjualan barang atau jasa kepada konsumen, (Husaini & Fadhlani, 2017).
Menurut Tuturoong et al (2021) pendapatan merupakan aliran masuk aktiva yang timbul dari penyerahan barang atau jasa yang dilakukan oleh suatu unit usaha selama periode tertentu.

Pengaruh Modal
Modal merupakan segala bentuk kekayaan untuk menambah output yang digunakan secara langsung atau tidak langsung dalam proses produksi (Lestari & Widodo, 2021).
Bahwa modal memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pendapatan UMKM dengan nilai p=0,032. Hal ini mengindikasikan semakin besar modal yang dimiliki, semakin tinggi pendapatan yang diperoleh pelaku UMKM. Temuan ini sejalan dengan teori modal sebagai modal utama dalam proses produksi yang meningkatkan kapasitas usaha (Sari, 2020).

### Peran Tenaga Kerja dan Social Media Marketing

Jumlah tenaga kerja di UMKM Kecamatan Siantan berjumlah rata-rata 1 orang, dan penggunaan sosial media untuk promosi cukup aktif dengan skor rata-rata 2 pada skala Likert. Hasil regresi juga menunjukkan pengaruh positif signifikan tenaga kerja ($p=0,045$) dan sosial media marketing ($p=0,008$) terhadap pendapatan UMKM di kecamatan Siantan.

Sosial media mempermudah pelaku usaha memperluas pasar dan meningkatkan brand awareness, sesuai dengan pendapat Rahmawati (2019) tentang digital marketing UMKM. Pembuatan akun bisnis di media sosial Whatsapp & Instagram yang membantu mempromosikan produk agar dikenal oleh masyarakat luas. Hal yang dilakukan yaitu dengan mendesain akun bisnis serta memberikan konten yang menarik konsumen. Selain bertujuan untuk memperluas promosi produk, media sosial juga bertujuan untuk meningkatkan komunikasi antara produsen dan konsumen/pelanggan (Manik Pratiwi, 2020). Dengan menjalin komunikasi dengan konsumen, dapat melihat kebiasaan konsumen dan mengembangkan produk dengan lebih baik. Penulis juga menyebarkan kuesioner yang sudah di sebarkan, menunjukan data bahwa dengan menggunakan media sosial Whatsapp & Instagram dapat memudahkan pelanggan yang ingin mendapatkan produk.

### Pengaruh Iklim terhadap Usaha

Sebagian besar pelaku UMKM menganggap kondisi iklim di Kecamatan Siantan berpengaruh cukup besar pada stabilitas usaha, terutama di sektor pertanian dan perikanan. Namun, hasil pengujian statistik menunjukkan pengaruh iklim terhadap pendapatan tidak signifikan ($p=0,120$). Hal ini mungkin karena adaptasi pelaku usaha yang telah dilakukan terhadap kondisi lingkungan setempat (Putra, 2021).

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, modal (X1), tenaga kerja (X2), dan social media marketing (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Siantan. Modal menunjukkan kontribusi terbesar dalam meningkatkan pendapatan, diikuti oleh social media marketing dan tenaga kerja. Sebaliknya, variabel iklim (X4) tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Siantan, kemungkinan karena adaptasi pelaku usaha terhadap kondisi lingkungan setempat.

Dianjurkan bagi pelaku UMKM terkhusus untuk pelaku UMKM di Kecamatan Siantan untuk terus meningkatkan akses modal serta meningkatkan jumlah dan kualitas tenaga kerja guna mendukung kapasitas produksi. Selain itu, pemanfaatan social media sebagai sarana pemasaran harus dioptimalkan untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan brand awareness. Penelitian selanjutnya disarankan mengeksplorasi faktor eksternal lain seperti kebijakan pemerintah dan perkembangan teknologi yang dapat mempengaruhi keberhasilan dan efektifias produksi UMKM di kecamatan Siantan.

## DAFTAR PUSTAKA


Badan Pusat Statistik Kabupaten Kepulauan Anambas. (2024). Statistik UMKM Kecamatan Siantan. Anambas: BPS Kabupaten Kepulauan Anambas.

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2024). Laporan perkembangan UMKM nasional 2023. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.

Siregar, R. (2022). Faktor-faktor Penentu Pendapatan UMKM di Wilayah Kepulauan. Jurnal Ekonomi dan Pembangunan, 10(2), 123-135.

Rahmawati, S. (2019). Digital marketing pada UMKM: Strategi memperluas pasar di era teknologi. Jurnal Manajemen Pemasaran, 5(1),.9-16.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.

Sari, D. (2020). Peranan modal dalam peningkatan kapasitas usaha UMKM. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 12(1), 35-43.

Desmaryani, S. (2018). Wirausaha dan Daya Saing. Deepublish.

Putra, A. S. (2021). Adaptasi pelaku usaha terhadap iklim di daerah kepulauan. Jurnal Sosial Ekonomi, 9(3), 75-83.

Herry Wira Wibawa, Hendry Muhammad Ali, Atik Budi Paryanti 2021. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapan UMKM

Edi, Y.P., Nevi, A.D.U., Gita, A., Yeffy, Wikandriya. P, Joy, H.J,. (2022). Peningkatan ruang lingkup penjualan dan brand atom khas Anambas.

Manik Pratiwi, A. A. (2020). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19. Jurnal Ilmiah Satyagraha, 3(2), 73–81. https://doi.org/10.47532/jis.v3i2.179

Diana, Luqman Hakim, Muhammad Fahmi. (2022). Analisis faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM di Tanggerang Selatan.

Maria, M.M., Henrikus. H., Yoseph, D.P.R. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang di Pasar Alok Maumere.

Tuturoong, A., Sondakh, J. J., & Tangkuman, S. J. (2021). Evaluasi Pengakuan Pendapatan Pada Pt. Bank Perkreditan Rakyat (Bpr) Primaesa Sejahtera Manado Evaluation of Income Recognition At Pt. Rural Bank (Bpr) Primaesa Sejahtera Manado. 148 Jurnal EMBA, 9(2), 148–156.

Lestari, N. P., & Widodo, S. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Manukan Kulon Surabaya. Economie, 3(1), 8–19.

Mita, N, Cahyadi, H, Ellia, R., David, P., Triana, Y. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM di Kecamatan Mustika Jaya

Husaini, & Fadhlani, A. (2017). Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Monza di Pasar Simalingkar Medan. Jurnal Visioner & Strategis, 6(2), 111–126. www.kompasiana.com

Tifani, A., Ismunawan. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi UMKM sektor perdagangan di kota Surakarta.

Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis. UGM PRESS.