

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 1 (2024) 105-118 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i1.118

Pengaruh Modal Kerja, Motivasi, dan Promosi terhadap Pendapatan dengan Lama Usaha sebagai Variabel Moderasi: Studi Kasus UMKM Dodol Pasar Bengkel Serdang Bedagai

Mhd Thori Azhar

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan
thoriazhar24@gmail.com

ABSTRACT

Increasing income from a business activity that has been carried out within a certain period is very important for every entrepreneur or company. One of the goals of establishing a business or company is to increase income. By increasing income, the company or business can be said to experience positive development. Revenue is every additional asset or reduction in liabilities that arises from the company's business, whether it is the delivery of services or the sale of goods. One of the MSMEs in the culinary sector in Indonesia which is quite well known is in Sumatra, more precisely in the Serdang Bedagai area, which is known as Dodol Pasar Bengkel.

Keywords: Working Capital, Motivation, Promotion, Income, Length of Business

ABSTRAK

Peningkatan pendapatan dalam suatu kegiatan usaha yang telah dilakukan dalam periode tertentu sangat penting bagi setiap pengusaha atau perusahaan. Salah satu tujuan didirikannya suatu usaha atau perusahaan antara lain untuk meningkatkan pendapatan. Dengan meningkatnya pendapatan maka perusahaan atau usaha tersebut dapat dikatakan mengalami perkembangan yang positif. Pendapatan adalah tiap-tiap tambahan aktiva atau pengurangan kewajiban yang timbul karena usaha perusahaan, baik merupakan penyerahan jasa-jasa maupun penjualan barang. Salah satu UMKM sektor kuliner di Indonesia yang cukup terkenal ada di Sumatera lebih tepatnya di daerah Serdang Bedagai yang dikenal dengan Dodol Pasar Bengkel.

Kata Kunci: Modal Kerja, Motivasi, Promosi, Pendapatan, Lama Usaha

PENDAHULUAN

Berdasarkan Undang-Undang nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, usahamikro adalah usaha produktif milik orang perorangan ataupun badan usaha perorangan dengan jumlah asset maksimal 0 sampai Rp 50 juta dan omzet total 0 sampai 300 juta. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh orang perorangan ataupun badan usaha akan tetapi bukan merupakan anak perusahaan dengan jumlah asset lebih dari Rp 50 juta sampai Rp 500 juta dan omzet total Rp 300 juta sampai Rp 2,5 miliar.

Pengelolaan modal kerja merupakan hal yang paling penting penting pada usaha, karena ia meliputi pengambilan keputusan mengenai jumlah dan komposisi aktiva lancar dan bagaimana membiayai aktiva ini. Usaha yang tidak dapat memperhitungkan tingkat modal kerja yang memuaskan, maka perusahaan

kemungkinan mengalami insolvency (tak mampu memenuhi kewajiban jatuh tempo) dan juga mungkin terpaksa harus melakukan dilikuidasi.

Setelah modal, hal yang perlu diperhatikan dalam membangun usaha adalah motivasi kerja. Motivasi menjadi hal yang penting untuk diperhatikan oleh pihak usaha bila ia menginginkan setiap karyawan dapat memberikan andil positif terhadap pencapaian tujuan perusahaan dan maksimal dalam melakukan pekerjaan, karena dengan adanya motivasi seorang karyawan akan memiliki semangat kerja yang tinggi dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya.

Dengan adanya motivasi maka seorang pengusaha akan tergerak untuk menaikkan laba usahanya dengan cara menerapkan promosi. Promosi dapat diartikan dengan sebuah aktifitas komunikasi antara penjual dengan pembeli yang bertujuan untuk memperlancar pemutaran suatu produk, bersifat servis atau ide tertentu pada sebiahsaluran distribusi. Hal ini merupakan suatu upaya untuk mengajak atau membujuk para calon pembeli, penerima, menjual kembali, merekomendasikan atau menggunakan produk, servis atau ide yang sedang di promosikan (Suwardjono, 2018: 22).

TINJAUAN LITERATUR

Definisi Pendapatan

Pendapatan merupakan salah satu unsur yang paling utama dari pembentukan laporan laba rugi dalam suatu perusahaan. Banyak yang bingung mengenai istilah pendapatan. Hal ini disebabkan pendapatan dapat diartikan sebagai revenue dan dapat juga diartikan sebagai income, maka income dapat diartikan sebagai penghasilan dan kata revenue sebagai pendapatan penghasilan maupun keuntungan. Pendapatan sangat berpengaruh bagi keseluruhan hidup perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Selain itu pendapatan juga berpengaruh terhadap laba rugi perusahaan yang tersaji dalam laporan laba rugi maka,pendapatan adalah darah kehidupan dari suatu perusahaan (Pendidikan dan Kebudayaan, 2018: 184).

Indikator Pendapatan

Penelitian ini menggunakan variabel pendapatan dengan indikator yang diadopsi dari Danang (2017) yaitu :

- 1) Penghasilan atau omset penjualan, penghasilan yang didapatkan dari pelaku usaha dalam kurun waktu tertentu.
- 2) Laba usaha, laba atau keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan produksi.
- 3) Jam Kerja Pedagang

4) Jumlah Pekerja

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi volume pendapatan dalam perusahaan adalah sebagai berikut: Kondisi dan kemampuan penjualan, Kondisi pasa, Modal dan Kondisi operasional perusahaan.

Pendapatan Dalam Islam

Pendapatan menurut Islam dapat dikatakan sebagai Ijarah, Ijarah secara bahasa berarti upah, sewa, jasa atau imbalan. Adapun ijarah berasal dari kata al-ajru, berarti al-iwadh (upah atau ganti). Wahbah al-zuhaily menjelaskan ijarah menurut bahasa, yaitu ba'I almanfaah yang berarti jual beli manfaat. Sementara itu ijarah secara istilah adalah akad yang lazim atas suatu manfaat pada waktu tertentu dengan harga tertentu (Imsar, 2020: 52).

Pengertian Lama Usaha

Jangka waktu pengusaha dalam melakukan usahanya memberikan pengaruh penting bagi pemilihan strategi dan cara melakukan usahanya. Pengusaha yang lebih lama dalam melakukan usahanya akan memiliki strategi yang lebih matang dan tepat dalam mengelola, memproduksi, dan memasarkan produknya. Karena pengusaha yang memiliki jam terbang tinggi di dalam usahanya akan memiliki pengalaman, pengetahuan, serta mampu mengambil keputusan dalam setiap kondisi dan keadaan.

Selain itu, pengusaha dengan pengalaman dan lama usaha yang lebih banyak, secara tidak langsung akan mendapatkan jaringan atau koneksi yang luas yang berguna dalam memasarkan produknya. Pengalaman usaha seseorang dapat diketahui dengan melihat jangka waktu atau masa kerja seseorang dalam menekuni suatu pekerjaan tertentu. Semakin lama seseorang melakukan usaha atau kegiatan, maka pengalamannya akan semakin bertambah.

Pengertian Modal Kerja

Modal kerja atau working capital merupakan aktiva-aktiva jangka pendek yang digunakan untuk membiayai operasi pedagang sehari-hari, dimana uang atau dana yang dikeluarkan itu diharapkan dapat kembali lagi masuk ke dalam pedagang dalam waktu yang pendek melalui hasil penjualan produknya. Uang yang masuk dari hasil penjualan produk tersebut akan segera dikeluarkan lagi untuk membiayai operasi selanjutnya. Dengan demikian dana tersebut akan terus menerus berputar setiap periodenya selama pedagang beroperasi.

Maka ketika modal kerja semakin tinggi, maka pendapatan perusahaan akan meningkat sehingga kemungkinan perusahaan untuk memperoleh laba akan semakin besar, begitupun sebaliknya ketika modal kerja kecil maka pendapatan perusahaan akan menurun sehingga kemungkinan perusahaan memperoleh laba juga akan semakin

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 1 (2024) 105-118 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i1.118

kecil (Rahmat, Masliannur dan Hendra, 2022: 496). Menurut Alexandri, yaitu: Modal kerja merupakan salah satu unsur aktiva yang sangat penting dalam pedagang karena tanpa modal kerja pedagang tidak dapat memenuhi kebutuhan untuk menjalankan aktivitasnya (Sawir, 2022: 3).

Dari pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa modal kerja adalah faktor penting bagi pedagang, setiap pedagang harus mempunyai modal kerja yang cukup untuk kelangsungan kegiatan operasi pedagang yang digunakan untuk membeli bahan baku, membayar hutang dan pembayaran lainnya.

Modal Kerja Dalam Islam

Dalam sistem ekonomi Islam modal diharuskan terus berkembang agar sirkulasi uang tidak berhenti. Dikarenakan jika modal atau uang berhenti (ditimbun) maka harta itu tidak dapat mendatangkan manfaat bagi orang lain, namun seandainya jika uang diinvestasikan dan digunakan untuk melakukan bisnis maka uang tersebut akan mendatangkan manfaat orang lain, termasuk diantaranya jika ada bisnis berjalan maka akan bisa menyerap tenaga kerja.

Pengertian Motivasi

Terdapat banyak pengertian tentang motivasi. Di antaranya adalah Heller (1998) yang menyatakan bahwa motivasi adalah keinginan untuk bertindak. Ada pendapat bahwa motivasi harus diinjeksi dari luar, tetapi sekarang semakin dipahami bahwa setiap orang termotivasi oleh beberapa kekuatan yang berbeda. Di pekerjaan kita perlu memengaruhi bawahan untuk menyelaraskan motivasinya dengan kebutuhan organisasi (Surya, 2018: 6).

Sementara itu, Surya (2018:190) berpendapat bahwa motivasi merupakan serangkaian proses yang membangkitkan (*arouse*), mengarahkan (*direct*), dan menjaga (*Maintain*) perilaku manusia menuju pada pencapaian tujuan. Membangkitkan berkaitan dengan dorongan atau energi di belakang tindakan. Motivasi juga berkepentingan dengan pilihan yang dilakukan orang dan arah perilaku mereka. Sedangkan perilaku menjaga atau memelihara berapa lama orang akan terus berusaha untuk mencapai tujuan.

Dari pendapat-pendapat tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan dorongan terhadap serangkaian proses perilaku manusia pada pencapaian tujuan. Sedangkan elemen yang terkandung dalam motivasi meliputi unsur membangkitkan, mengarahkan, menjaga, menunjukkan intensitas, bersifat terus-menerus dan adanya tujuan. Motivasi seringkali diartikan dengan istilah dorongan.

Motivasi Dalam Islam

Untuk mengetahui apa itu motivasi kerja dalam Islam, kita perlu memahami terlebih dahulu fungsi dan kedudukan bekerja. Bekerja atau mencari nafkah dalam Islam merupakan suatu kewajiban yang harus dilakukan. Islam merupakan agama yang fitrah, yang sesuai dengan kebutuhan manusia, diantaranya kebutuhan fisik. Dan, salah satu cara memenuhi kebutuhan fisik manusia ialah dengan cara bekerja (Rahma, 2021: 29).

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 1 (2024) 105-118 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i1.118

Motivasi kerja dalam Islam adalah bertujuan untuk mencari nafkah yang merupakan salah satu bagian dari ibadah. Bahwa motivasi kerja dalam Islam bukanlah untuk mengejar hidup hedonis, bukan juga untuk status, apalagi untuk mengejar kekayaan dengan segala cara. Dengan demikian motivasi kerja dalam Islam, bukan hanya memenuhi nafkah semata tetapi sebagai kewajiban beribadah kepada Allah setelah ibadah fardhu lainnya. Bekerja untuk mencari nafkah adalah hal yang istimewa dalam pandangan Islam (Rahma, 2021: 14-15).

Pengertian Promosi

Promosi (promotion) adalah usaha atau upaya untuk memajukan atau meningkatkan; misalnya untuk meningkatkan perdagangan atau memajukan bidang usaha (Wirasasmita, 2021: 299). Promosi berasal dari kata promote dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan. Pengertian tersebut jika dihubungkan dengan bidang penjualan berarti sebagai alat untuk meningkatkan omzet penjualan (Rangkuti, 2019: 49).

Basu Swastha mengemukakan, promosi adalah arus informasi atau persuasi satu-arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Swastha, 2017: 222). Menurut Kotler (1992), promosi mencakup semua alat bauran pemasaran (marketing mix) yang peran utamanya adalah lebih mengadakan komunikasi yang sifatnya membujuk (Rangkuti 2019: 50).

Jadi, promosi dapat diartikan sebagai suatu upaya atau alat komunikasi untuk memperkenalkan suatu produk dari suatu perusahaan tertentu agar dapat dikenal publik dan menarik minat pembeli sehingga meningkatkan penjualan perusahaan (Kotler, 2017: 356).

Aturan Syariah Tentang Promosi Penjualan

- 1) Tidak Mempromosikan Produk Haram
- 2) Pesan dalam Promosi Harus Jujur dan Amanah
- 3) Tidak Boleh Mendiskreditkan Penjual Lain.
- 4) Tidak Mengcoh Konsumen dengan Produk Imitasi
- 5) Tidak Melakukan Ba'i Najisy

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang analisis datanya sangat dipengaruhi oleh variabel-variabel yang dianalisis. "Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan" (Sugiyono, 2017:13).

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 1 (2024) 105-118 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i1.118

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh variabel modal kerja (X1) terhadap variabel pendapatan(Y)

Berdasarkan hasil hipotesis pertama bahwa modal kerja (X1) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan (Y), hal ini benar diketahui dan dapat dilihat pada tabel 4.9 yang menunjukkan bahwa nilai P Values bernilai 0.023 sehingga kurang dari taraf signifikansi yaitu 0.05 dan menghasilkan warna hijau.

Dengan demikian dilihat dari pertanyaan kuesioner yang telah disebarluaskan kepada 60 sampel yaitu para pedagang dodol di pasar bengkel tentang modal kerja, yang terdiri dari 3 indikator dan dibuat menjadi 6 pernyataan, maka jawaban dari para pedagang menyatakan bahwa pedagang menggunakan modal sendiri sehingga pendapatan full mereka terima untuk diri mereka sendiri, besar modal yang mereka gunakan sangat memberikan pengaruh kepada kelancaran pendapatan dan memberikan pengaruh kepada besar kecilnya pendapatan yang akan mereka dapatkan sehingga 3 indikator dengan beberapa persennya yaitu, (50%) berasal daripada modal sendiri yang digunakan, (50%) berasal dari besar modal yang mereka gunakan terhadap besar kecilnya pendapatan dan kelancaran kegiatan penjualan dodol mereka dari setiap pedagang di pasar bengkel.

Pengaruh variabel motivasi (X2) terhadap variabel pendapatan (Y)

Berdasarkan hasil hipotesis kedua bahwa motivasi (X2) tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan (Y), hal ini benar diketahui dan dapat dilihat pada tabel 4.9 yang menunjukkan bahwa nilai P Values bernilai 0.828 sehingga kurang dari taraf signifikansi yaitu 0.05 dan menghasilkan warna merah.

Dengan demikian dilihat dari jawaban kuesioner yang telah disebarluaskan kepada 60 sampel yaitu pedagang dodol, terkait tentang motivasi, dibuat menjadi 6 pernyataan juga dari 3 indikator, dari jawaban pernyataan tersebut maka dapat dirangkum bahwa motivasi tidak memberikan pengaruh kepada pendapatan, karena pada kenyataannya motivasi pedagang dalam hal memberikan imbalan yang sesuai dengan pendapatan nyatanya tidak sesuai harapan sehingga semangat mereka rendah, walaupun seperti itu tanggung jawab mereka tetap mereka penuhi sehingga hal ini berpengaruh kepada pendapatan, bahkan ada yang sampai tidak memberikan bonus apabila pendapatan melebihi jumlah biasanya. Dari ketiga indikator motivasi maka tanggung jawab menjadi (75%), dan prestasi (13%) sedangkan peluangtuk maju (12%). Karena pedagang tidak menspesialkan pekerja maka pekerja hanya bekerja berdasarkan tanggung jawab tidak ada keinginan lebih semangat untuk menjual.

Pengaruh variabel promosi (X3) terhadap variabel pendapatan (Y)

Berdasarkan hasil hipotesis ketiga bahwa modal kerja (X1) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan (Y), hal ini benar diketahui dan dapat

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 1 (2024) 105-118 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i1.118

dilihat pada tabel 4.9 yang menunjukkan bahwa nilai P Values bernilai 0.007 sehingga kurang dari taraf signifikansi yaitu 0.05 dan menghasilkan warna hijau.

Dengan demikian dilihat dari jawaban kuesioner atas pernyataan yang telah diberikan kepada 60 sampel pedagang dodol di pasar bengkel, tentang promosi didapatkan hasil bahwa promosi memberikan pengaruh signifikan terhadap pendapatan. Hal ini sejalan dengan 6 pernyataan yang telah dibuat berdasarkan 3 indikator sehingga berkesimpulan bahwa pedagang membuat iklan dodol, membentuk hubungan yang baik dengan masyarakat serta yang paling penting adalah terus melakukan promosi penjualan sehingga indikator promosi dapat menaikkan pendapatan. Sehingga (35%) berasal dari iklan, (30%) berasal dari hubungan baik dengan masyarakat dan (35%) berasal dari promosi penjualan. Sehingga variabel promosi memberikan pengaruh yang signifikan kepada variabel pendapatan.

Pengaruh variabel pendapatan (Y) terhadap variabel lama usaha(Z)

Berdasarkan hasil hipotesis keempat bahwa pendapatan (Y) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap lama usaha (Z), hal ini benar diketahui dan dapat dilihat pada tabel 4.9 yang menunjukkan bahwa nilai P Values bernilai 0.013 sehingga kurang dari taraf signifikansi yaitu 0.05 dan menghasilkan warna hijau.

Dengan demikian dilihat dari jawaban kuesioner yang telah diberikan kepada 60 sampel pedagang dodol pasar bengkel, terkait tentang pendapatan dibuat menjadi 8 pernyataan dalam 4 indikator memberikan jawaban yang bisa dirangkum bahwa pendapatan itu dapat dipengaruhi oleh jam kerja, penggunaan penghasilan bulanan, jumlah pekerja , serta laba usaha. Sehingga pendapatan mereka dipengaruhi oleh jam kerja mereka, biaya-biaya produksi yang mereka keluarkan seimbang dengan pendapatan produksi yang mereka dapatkan dari penjualan produk, laba bersih yang mereka dapatkan tergolong besar serta kelaan usaha mereka memberikan pengaruh yang besar terhadap pendapatan mereka. Dapat dilihat dari banyak persenan berdasarkan indikator, yaitu (30%) berasal dari indikator jam kerja, (30%) berasal dari indikator penghasilan bulanan, (20%) berasal dari indikator laba bersih sedangkan (20%) berasal dari indikator laba bersih.

Pengaruh modal kerja (X1) terhadap pendapatan (Y) yang dimoderasi oleh variabel lama usaha (Z)

Berdasarkan hasil hipotesis kelima bahwa modal kerja (X1) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan (Y) yang dimoderasi oleh variabel lama usaha (Z), hal ini benar diketahui dan dapat dilihat pada tabel 4.9 yang menunjukkan bahwa nilai P Values bernilai 0.027 sehingga kurang dari taraf signifikansi yaitu 0.05 dan menghasilkan warna hijau.

Dengan demikian dilihat dari pertanyaan kuesioner yang telah disebarluaskan kepada 60 sampel yaitu para pedagang dodol di pasar bengkel tentang modal kerja, yang terdiri dari 3 indikator dan dibuat menjadi 6 pernyataan, maka jawaban dari para pedagang menyatakan bahwa pedagang menggunakan modal sendiri sehingga

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 1 (2024) 105-118 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i1.118

pendapatan full mereka terima untuk diri mereka sendiri, besar modal yang mereka gunakan sangat memberikan pengaruh kepada kelancaran pendapatan dan memberikan pengaruh kepada besar kecilnya pendapatan yang akan mereka dapatkan sehingga 3 indikator dengan beberapa persennya yaitu, (50%) berasal daripada modal sendiri yang digunakan, (50%) berasal dari besar modal yang mereka gunakan terhadap besar kecilnya pendapatan dan kelancaran kegiatan penjualan dodol mereka dari setiap pedagang di pasar bengkel. Ditambah lagi dengan pengaruh dari variabel lama usaha dimana sebagai variabel moderasi yang merupakan penguat untuk berpengaruhnya modal kerja(X1) terhadap pendapatan (Y) yang menyimpulkan bahwa pendapatan seseorang ditentukan oleh lama seseorang menjalankan usahanya, karena semakin lama dia menjalankan usaha maka semakin bertambah sikap profesionalnya dalam berdagang, sehingga memberikan dampak yang besar terhadap pendapatannya.

Pengaruh motivasi (X2) terhadap pendapatan (Y) yang dimoderasi oleh variabel lama usaha (Z)

Berdasarkan hasil hipotesis keenam bahwa motivasi (X2) tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan (Y) yang di moderasi oleh variabel lama usaha (Z), hal ini benar diketahui dan dapat dilihat pada tabel 4.9 yang menunjukkan bahwa nilai P Values bernilai 0.528 sehingga lebih dari taraf signifikan yaitu 0.05 dan menghasilkan warna merah.

Dengan demikian dilihat dari jawaban kuesioner yang telah disebarluaskan kepada 60 sampel yaitu pedagang dodol, terkait tentang motivasi, dibuat menjadi 6 pernyataan juga dari 3 indikator, dari jawaban pernyataan tersebut maka dapat dirangkum bahwa motivasi tidak memberikan pengaruh kepada pendapatan, karena pada kenyataannya motivasi pedagang dalam hal memberikan imbalan yang sesuai dengan pendapatan nyatanya tidak sesuai harapan sehingga semangat mereka rendah, walaupun seperti itu tanggung jawab mereka tetap mereka penuhi sehingga hal ini berpengaruh kepada pendapatan, bahkan ada yang sampai tidak memberikan bonus apabila pendapatan melebihi jumlah biasanya. Dari ketiga indikator motivasi maka tanggung jawab menjadi (75%), dan prestasi (13%) sedangkan peluang untuk maju (12%). Karena pedagang tidak menspesialkan pekerja maka pekerja hanya bekerja berdasarkan tanggung jawab tidak ada keinginan lebih semangat untuk menjual. Begitu juga dari indikator lama usaha yang dimana dengan indikatornya merangkum hasil bahwasannya lamanya waktu pedagang dalam mengelolah usaha tidak memberikan pengaruh apapun terhadap motivasinya dalam menjalankan usaha, hal itu terbukti dengan jawaban kuisioner dari para responden terhadap pernyataan indikator lama usaha. Dan juga sikap professional yang semakin bertambah tidak dipengaruhi dari motivasi.

Pengaruh promosi (X3) terhadap pendapatan (Y) yang dimoderasi oleh variabel lama usaha (Z)

Berdasarkan hasil hipotesis ketujuh bahwa promosi (X3) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan (Y) yang di moderasi oleh variabel lama usaha

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 1 (2024) 105-118 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i1.118

(Z), hal ini benar diketahui dan dapat dilihat pada tabel 4.9 yang menunjukkan bahwa nilai P Values bernilai 0.05 sehingga kurang dari taraf signifikan yaitu 0.005 dan menghasilkan warna hijau.

Dengan demikian dilihat dari jawaban kuesioner atas pernyataan yang telah diberikan kepada 60 sampel pedagang dodol di pasar bengkel, tentang promosi didapatkan hasil bahwa promosi memberikan pengaruh signifikan terhadap pendapatan. Hal ini sejalan dengan 6 pernyataan yang telah dibuat berdasarkan 3 indikator sehingga berkesimpulan bahwa pedagang membuat iklan dodol, membentuk hubungan yang baik dengan masyarakat serta yang paling penting adalah terus melakukan promosi penjualan sehingga indikator promosi dapat menaikkan pendapatan. Sehingga (35%) berasal dari iklan, (30%) berasal dari hubungan baik dengan masyarakat dan (35%) berasal dari promosi penjualan. Sehingga variabel promosi memberikan pengaruh yang signifikan kepada variabel pendapatan. Begitu juga dengan indikator lama usaha yang menyatakan bahwa semakin lama usaha berjalan maka semakin sering promosi dilakukan baik dari iklan, hubungan dengan masyarakat, promosi penjualan semakin meingkat pula pendapatan dan semakin bertambah kemampuan professional dalam mengelola usaha maka semakin bagus promosi yang dibuat sehingga semakin bertambah pula pendapatan.

Pengaruh modal kerja (X1), motivasi (X2) dan promosi (X3) terhadap pendapatan (Y) yang dimoderasi oleh variabel lama usaha (Z)

Berdasarkan hasil hipotesis kedelapan bahwa pengaruh modal kerja (X1), motivasi (X2) dan promosi (X3) secara simultan terhadap pendapatan (Y) yang dimoderasi oleh lama usaha (Z) tidak menghasilkan pengaruh apapun. Karena Smart PLS itu adalah aplikasi berbasis SEM (Structural Equation Modelling) digunakan untuk pengujian jalur sesuai panahnya, Smart PLS itu merupakan aplikasi yang berbasis gambar konstruk sehingga dalam penerapannya itu hanya menganalisis sesuai dengan jalur gambarnya. Berdasarkan pengamatan saya tidak pernah menjumpai penelitian dengan aplikasi Smart PLS yang mengelolah data secara simultan.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis di atas, hipotesis penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Modal kerja yang diterapkan oleh pedagang dodol memberikan pengaruh terhadap pendapatan pedagang dodol Pasar Bengkel Serdang Bedagai.
2. Motivasi yang diterapkan oleh pedagang dodol tidak memberikan pengaruh terhadap pendapatan pedagang dodol Pasar Bengkel Serdang Bedagai.
3. Promosi yang diterapkan oleh pedagang dodol memberikan pengaruh terhadap pendapatan pedagang dodol Pasar Bengkel Serdang Bedagai.

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 1 (2024) 105-118 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i1.118

4. Pendapatan pedagang dodol memberikan pengaruh terhadap lama usaha pedagang dodol Pasar Bengkel Serdang Bedagai
5. Modal kerja yang diterapkan oleh pedagang dodol memberikan pengaruh terhadap pendapatan yang di moderasi oleh lama usaha.
6. Motivasi yang diterapkan oleh pedagang dodol tidak memberikan pengaruh terhadap pendapatan yang di moderasi oleh lama usaha.
7. Promosi yang diterapkan oleh pedagang dodol memberikan pengaruh terhadap pendapatan yang di moderasi oleh lama usaha.
8. Modal kerja, Motivasi dan promosi secara simultan/bersamaan yang diterapkan oleh pedagang dodol tidak ada karena penggunaan analisis data Smart-PLS yang tidak bisa menghitung pengaruh variabel secara simultan/bersamaan.

SARAN

Dari hasil penelitian dan evaluasi, adapun usul/saran yang bisa diberikan penulis adalah sebagai berikut:

1. Disarankan bagi Pedagang dodol Pasar Bengkel Serdang Bedagai harus memperhatikan modal, motivasi dan promosi dalam meningkatkan pendapatan serta mempertahankan lama usaha. Serta para pedagang harus mempertahankan ketiga variabel tersebut (modal kerja, motivasi dan promosi) agar tetap dapat menstabilkan pendapatan dan mempertahankan kelamaan waktu dalam menjalankan usaha.
2. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan sampel atau jenis sektor umkm yang berbeda dari penelitian ini supaya bisa dipergunakan untuk perumpamaan serta membuat berbagai rangkaian penelitian ini dengan menambah variable lain disebabkan adanya beberapa sebab dan bentuk variabel yang dapat mempengaruhi pendapatan dan lama usaha. Sehingga mendapatkan inovasi baru serta tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan.
3. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan sampel atau jenis sektor umkm yang berbeda dari penelitian ini supaya bisa dipergunakan untuk perumpamaan serta membuat berbagai rangkaian penelitian ini dengan menambah variable lain disebabkan adanya beberapa sebab dan bentuk variabel yang dapat mempengaruhi pendapatan dan lama usaha. Sehingga mendapatkan inovasi baru serta tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 1 (2024) 105-118 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i1.118

- Aji, H. M. (2019). *Manajemen Pemasaran Syariah Teori dan Praktek Edisi 1*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Akmal, Azhari T. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Medan: La-Tansa.
- Akmal, Azhari T. (2012). *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*, Medan: CV. Perdana Mulya Sarana
- Alexandri, M. B. (2019). *Management Keuangan Bisnis; Teori dan Soal*. Bandung: Alfabeta.
- Amstrong, P. K. (2017). *Prinsip-prinsip pemasaran Edisi keduabelas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Anwar, I. (2018). Pengembangan Bahan Ajar. *Bahan Kuliah Online*. Direktori UPI: Bandung.
- Ash-Shawi, A. A.-M. (2017). *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*. Jakarta: Darul Haq.
- Baron, J. G. (2021). *Behavior in Organization*. New Jersey: Prentice Hall.
- Echdar, S. (2018). *Manajemen Entrepreneurship- Kiat Sukses Menjadi Wirausaha*. Yogyakarta: Andi.
- Gitosudarmo. (2019). *Manajemen Pemasaran Cet ke-6*. Yogyakarta: BPFE.
- H, K. (2019). *Akuntansi Keuangan Menengah Prinsip, Prosedur dan Metode Edisi Pertama*. Malang: Brawijaya.
- Hartono, J. (2019). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, M. S. (2017). *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Heller, R. (2018). *Motivating People*. London: Dorling Kindersle.
- Hidayat, R. (2020). *Cara Praktis Membangun Website Gratis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas, Gramedia.
- Jogiyanto. (2018). *Analisis dan Desain Sistem Informasi, Sistem Informasi : Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset).
- Kamsir. (2019). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kasmir. (2018). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kebudayaan, D. P. (2018). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Kinicki, R. K. (2021). *Organizational Behavior Fifth Edition*. McGraw-Hill: Irwin.

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 1 (2024) 105-118 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i1.118

- Kotler, P. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Surakarta: PT Pabelan.
- Latan, I. G. (2019). *Konsep Teknik Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: BP Undip.
- Marbun, B. (2017). *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Namjudin. (2021). *Manajemen Keuangan dan Akuntansi Syar'iyyah Modern*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Pezullo, M. (2019). *Marketing For Banking*. USA: American Bankers Asociation.
- Rangkuti, F. (2019). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated*. Jakarta: Anggota IKAPI.
- Rivai Wirasasmita, d. (2021). *Kamus Lengkap Ekonomi*. Bandung: Pionir Jaya.
- Robbin, S. (2020). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT.Indeks Kelompok GRAMEDIA.
- S.R, S. (2019). *Akuntansi Suatu Pengantar Edisi Lima*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sawir, A. (2022). *Dasar-dasar Manajemen Modal Kerja*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Soekartawi. (2022). *Faktor-faktor Produksi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatis dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. (2019). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Surya, S. (2018). *Teori Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sutrisno, E. (2019). *Manajemen Sumbar Daya Manusia*. Jakarta: Kencana.
- Suwardjono. (2018). *Teori Akuntansi: Perekayasaan Pelaporan Keuangan*. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, B. (2017). *Pengantar Bisnis Modern, Edisi ketiga, Cet ke-11*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Syahatah, H. (2019). *Pokok Pokok Pemikiran Akuntansi Islam*. Jakarta: Akbar Media Eka Sarana.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran Ed III*. Yogyakarta: ANDI.
- Tunggal, A. W. (2020). *Dasar-dasar Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Rhineka Cipta.

Jurnal

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 1 (2024) 105-118 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i1.118

Akmal, Azhari, Yenni Samri, Ismail. (2019). Implementasi Analisis SWOT Pada Strategi Marketing Penerbit Buku di Kota Medan. *Jurnal Tansiq*, Vol (7): 139-153.

Daim, Rahmat, Masliannur, Hendra Harmain. (2022). Pengaruh Total Hutang, Modal Kerja Dan Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Hotel, Restoran Dan Pariwisata Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (EBMA)*, Vol (4): 493-509.

Daniel, M. (2018). Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai . *Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. (4): 8-25.

Harahap, Isnaini, Sri Sudarti, Mardhiya. (2019). Pengaruh Remunerasi, Motivasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. *AT-TAWASSUTH*, Vol (6): 66-88.

Imsar. (2020). Strategi Home Industri Konveksi Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Masyarakat Kota Binjai. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan (JMIK)*, Vol (3): 48-59.

Imsar, Budi Dharma dan Ajlia 2023 "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Mengembangkan Bisnis Menggunakan Metode Analisis SWOT (IIJSE) Indonesia Interdisciplinary Journal Of Sharia Economic 976-998.

Patiware. Andi. 2019. "Pengaruh Modal Kerja, Pinjaman dan Simpanan terhadap Pendapatan Usaha di Pasar Rakyat Sentral Sungguminasa" dalam Tangible Journal. Vol. 4(1): 2656-4505.

Ramadhani, Sri, Nuri Islami, Annisa Aprilia. (2023). Pengaruh Motivasi, Gaya Hidup an Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian di Facebook Marketplace. *Economic Reviews Journal*, Vol (1): 1-27.

Raudhah. (2017). Variabel Penelitian. *Jurnal Tarbiyah*, Vol (2): 20-32.

Skripsi

Himawan, H. R. (2021). *Skripsi Pengaruh Jumlah Pengunjung, Modal Usaha, Tenaga Kerja dan Jenis Usaha Terhadap Pendapatan Masyarakat di Wisata Pantai Gemah Tulungagung*. Tulungagung: UIN Satu Tulungagung.

Jayani, S. (2020). *Skripsi Pengaruh Modal Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pengrajin Ketupat Dengan Tingkat Produksi Sebagai Variabel Intervening Di Desa Julupa'mai Kecamatan Palangga Kabupaten Gowa*. Makassar: UIN Alaudin Makassar.

Ma'rufaa, L. R. (2017). Pengaruh Modal Usaha Tenaga Kerja dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Counter Pulsa Di Kecamatan Gresik. *Skripsi*, 1-90.

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 1 (2024) 105-118 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i1.118

Misriatun, S. (2017). *Skripsi Pengaruh Modal dan Lama Jam Kerja terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Desa Kalirejo*. Kalirejo: STAIN Kudus.

Priyandika, A. N. (2021). *Skripsi Analisis Pengaruh Jarak, Lama Usaha, Modal, Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima Konveksi*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Putri, A. (2019). Pengaruh Efisiensi Modal Kerja Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas. *Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung*, , 12.

Rahma, A. (2021). *Skripsi Analisis Pengaruh Manajemen Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Perusahaan*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Rohmah, H. N. (2019). *Skripsi Pengaruh Modal, Sikap Kewirausahaan dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Boja Kabupaten Kendal*. Semarang: UIN Walisongo Semarang.

Romadhina, D. (2018). *Skripsi Pengaruh Modal Kerja, Jam Kerja dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima Perempuan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pasar Bambu Kuning Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung)*. Lampung: UIN Raden Intan Lampung.

Misriatun, Satin. (2018). *Pengaruh Modal dan Lama Jam Kerja terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Desa Kalirejo*. Kudus: IAIN Kudus.

Wibowo, S. S. (2018). *Skripsi Pengaruh Modal Kerja Terhadap Pendapatan Dengan Lama Usaha Sebagai Variabel Moderasi*. Surakarta: Universitas Slamet Riyadi.