



Ni Kadek Riantika¹
 Anak Agung Ketut
 Ayuningsasi²

PENGARUH MODAL, PENGGUNAAN QRIS, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO BIDANG FASHION DI KOTA DENPASAR

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan penting dalam perekonomian pada suatu negara. UMKM mempunyai peranan yang penting dalam penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi UMKM dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). Usaha mikro Kota Denpasar merupakan aset mandiri yang menghasilkan pendapatan bagi pemerintah kota khususnya Kota Denpasar dan memperkuat basis ekonomi daerahnya. Salah satu usaha mikro yang banyak diminati adalah fashion. Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk menganalisis pengaruh modal, penggunaan QRIS, dan media sosial secara simultan terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar. 2) Untuk menganalisis pengaruh modal, penggunaan QRIS, dan media sosial secara parsial terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar. Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar dengan jumlah populasi sebanyak 6.769 unit usaha mikro dan diambil sampel sejumlah 100 responden dengan menggunakan teknik Non-Probability Sampling. Jenis data yang digunakan yaitu data kualitatif dan kuantitatif, dengan menggunakan metode pengumpulan data yaitu pengamatan, wawancara terstruktur, dan wawancara mendalam. Pengujian menggunakan analisis linier berganda, yaitu uji signifikan koefisien regresi secara simultan (uji F) dan uji signifikansi koefisien beta regresi secara parsial (uji t). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal, penggunaan QRIS, dan media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar. Modal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar. Pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar yang menggunakan QRIS lebih tinggi dibandingkan dengan tidak menggunakan QRIS. Pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar yang menggunakan media sosial lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak menggunakan media sosial.

Kata Kunci: Usaha Mikro, Modal, QRIS, Media Sosial, Pendapatan

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in the economy of a country. MSMEs have an important role in labor absorption, and the contribution of MSMEs in the formation of Gross Domestic Product (GDP). Denpasar City micro-enterprises are independent assets that generate income for the city government, especially Denpasar City, and strengthen the regional economic base. One of the micro businesses that are in great demand is fashion. The objectives of this study are: 1) To analyze the effect of capital, the use of QRIS, and social media simultaneously on the income of fashion micro businesses in Denpasar City. 2) To analyze the effect of capital, QRIS usage, and social media partially on the income of fashion micro businesses in Denpasar City. This research was conducted in Denpasar City with a population of 6,769 micro business units and a sample of 100 respondents was taken using the Non-Probability Sampling technique. The types of data used are qualitative and quantitative data, using data collection methods, namely observation, structured interviews, and in-depth interviews. The test uses multiple linear analysis, namely the simultaneous regression coefficient significance test (F test) and the partial regression beta coefficient significance test (t test). The results of this study indicate that capital, QRIS usage, and social media

^{1,2}Ekonomi, Universitas Udayana
 email: riantikanikadek2002@gmail.com

simultaneously have a significant effect on the income of fashion micro businesses in Denpasar City. Capital partially has a positive and significant effect on the income of fashion micro businesses in Denpasar City. The income of fashion micro businesses in Denpasar City that use QRIS is higher than those that do not use QRIS. The income of fashion micro businesses in Denpasar City that use social media is higher than those that do not use social media.

Keywords: Micro Business, Capital, QRIS, Social Media, Income

PENDAHULUAN

Di Indonesia jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mencapai 64 juta usaha (BPS, 2022). Menurut ASEAN Investment Report, Indonesia memiliki jumlah UMKM terbesar di kawasan ASEAN. UMKM Indonesia akan mampu menyerap 97 persen angkatan kerja, berkontribusi 60,3 persen terhadap produk domestik bruto (PDB), dan berkontribusi 14,4 persen terhadap ekspor nasional. Tingkat penyerapan tenaga kerja UMKM Indonesia terbesar di ASEAN (databoks, 2022). Namun dalam perkembangannya UMKM masih menghadapi berbagai keterbatasan, keterbatasan ini menimbulkan kesulitan dalam berkembang dan memiliki daya saing. Keterbatasan-keterbatasan UMKM diantaranya: minimnya akses perbankan, kemampuan SDM masih rendah, penggunaan teknologi masih terbatas, dan belum mampu memenuhi perubahan selera yang berorientasi (Budiarto et al., 2018:10). Persaingan di bidang UMKM juga menuntut semua pihak ekonomi untuk bersaing dengan kompetitornya baik dari segi teknologi, kualitas yang dimiliki maupun pelayanan yang diberikan. Dalam persaingan UMKM, para pesaing menekan perusahaan untuk mengadopsi teknologi baru. UMKM mencari cara agar dapat bersaing secara lebih efektif untuk dapat mempertahankan keunggulan dari UMKM tersebut. Maka dari itu dengan diperkenalkannya teknologi informasi, UMKM dapat meningkatkan daya saingnya (Das, 2012). Daya saing merupakan konsep umum yang digunakan dalam ilmu ekonomi yang biasanya mengacu pada komitmen terhadap persaingan pasar, yang berarti bahwa pemilik usaha harus memiliki kemampuan untuk bersaing mempertahankan produk yang dihasilkan di pasar (Tambunan, 2020).

UMKM dari tahun ke tahun mulai berkembang pesat. Besarnya minat masyarakat untuk berwirausaha atau mengembangkan usahanya sebagai mata pencaharian sangatlah besar. UMKM memiliki unit usaha yang lebih banyak dibandingkan perusahaan industri besar dan memiliki keunggulan dalam menarik lebih banyak tenaga kerja, sekaligus mampu mempercepat proses pemerataan dalam konteks pembangunan (Niode, 2019).

Di Indonesia, posisi UMKM telah lama diakui sebagai sektor usaha yang sangat penting karena keberadaannya memiliki peran dalam perekonomian. Permasalahan yang dihadapi sekaligus kelemahan UMKM adalah kurangnya akses terhadap informasi khususnya informasi pasar (Sudarmiati dan Fitri, 2021). Hal ini menjadi kendala komersialisasi produknya karena terbatasnya akses informasi pasar sehingga menyebabkan rendahnya orientasi pasar dan rendahnya daya saing secara global. Kurangnya informasi pasar membuat UMKM tidak dapat mengarahkan pengembangan usahanya secara jelas dan fokus.

Tabel 1. Kontribusi Sektor UMKM Terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Tahun 2019-2023

No.	Tahun	PDB (Triliun Rupiah)	Kontribusi UMKM (Triliun Rupiah)	Persentase Kontribusi UMKM (persen)
1	2019	17.085,3	10.485.423,8	61,07
2	2020	16.907,4	10.343,352,4	61,05
3	2021	18.407,2	11.371,028,8	61,90
4	2022	19.573,7	12.110,179,91	62,23
5	2023	20.813,2	13.034,761,28	62,54

Sumber: Badan Pusat Statistika, 2024

Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97 persen dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4 persen dari total investasi (BPKM, 2021). Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa UMKM sangat berpengaruh

terhadap perekonomian di Indonesia. UMKM memiliki peranan yang cukup besar terhadap perkembangan perekonomian Indonesia. UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap PDB, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan. Pemerintah terus berupaya untuk mendukung dan mengembangkan UMKM melalui berbagai kebijakan dan program. Peningkatan daya saing UMKM menjadi kunci untuk meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian nasional.

Usaha mikro, sebagai kategori terkecil dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Di balik skalanya yang kecil, usaha mikro memberikan kontribusi untuk terciptanya lapangan pekerjaan, peningkatan taraf hidup masyarakat, penguatan ketahanan ekonomi nasional, dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Karakteristik Usaha Mikro: 1) Kepemilikan: Dimiliki oleh orang perorangan atau badan usaha perorangan. 2) Ketenagakerjaan: Memiliki paling banyak 10 (sepuluh) orang pekerja. 3) Manajemen: Biasanya dikelola oleh pemilik usaha atau keluarganya. 4) Teknologi: Biasanya menggunakan teknologi yang sederhana. 5) Legalitas: Biasanya belum memiliki izin usaha lengkap (Kustanto, 2023).

Pemerintah menyadari peran penting usaha mikro dalam perekonomian nasional, sehingga memberikan berbagai dukungan terhadap pelaku usaha mikro. Usaha mikro diharapkan dapat terus berkembang dan berkontribusi lebih besar bagi kemajuan bangsa. Beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan oleh usaha mikro untuk berkembang di masa depan, antara lain: 1) Pemanfaatan teknologi digital: Pelaku usaha mikro dapat memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas usaha mereka, seperti menggunakan media sosial untuk memasarkan produk, platform e-commerce untuk berjualan online, dan sistem pembayaran digital untuk memudahkan transaksi. 2) Ekonomi kreatif: Usaha mikro dapat berfokus pada sektor ekonomi kreatif yang memiliki potensi besar di Indonesia, seperti kuliner, fashion, kriya, dan pariwisata. 3) Pasar ekspor: Pelaku usaha mikro dapat memanfaatkan peluang untuk memasarkan produk mereka ke pasar ekspor dengan mengikuti pameran internasional dan memanfaatkan platform e-commerce global (Soegiastuti, 2016).

Tabel 2. Jumlah Usaha Mikro Per Sektor Usaha di Kota Denpasar Tahun 2023

No	Per Sektor Usaha (usaha mikro)	Jumlah (unit)
1	Kuliner	8.385
2	Fashion	6.769
3	Pendidikan	293
4	Otomotif	2.511
5	Agrobisnis	5.883
6	Teknologi Internet	913
7	Lainnya	3.306
	Total	28.060

Sumber: Dinas Koperasi UMKM Kota Denpasar, 2024

Tabel 2 menunjukkan bahwa usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar memiliki jumlah paling tinggi setelah usaha mikro bidang kuliner. Fashion adalah fenomena budaya, ini berarti bahwa fashion adalah cara yang digunakan oleh suatu kelompok atau individu mengungkapkan identitasnya kepada kelompok atau orang lain. Fashion dapat menjadi salah satu cara untuk memperlihatkan identitas seseorang atau kelompok kepada orang lain. Tidak hanya itu, fashion juga digunakan untuk mengekspresikan diri dalam beberapa peran dalam hidup seseorang yang sedang memakainya (Ayyah, 2021).

Kebutuhan manusia tidak terbatas, ketika satu kebutuhan muncul, muncul lagi kebutuhan lain. Seperti permintaan pakaian, sehingga bisnis fashion sangat berkembang pesat dari waktu ke waktu, hal ini dapat dilihat dari banyaknya pertumbuhan usaha yang bergerak di bidang fashion. Menurut Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah mendefinisikan usaha mikro bidang fashion sebagai usaha kreatif. Fashion merupakan istilah yang akrab dalam kehidupan sehari-hari. Fashion lebih identik dikenal dengan busana atau pakaian. Fashion seringkali digunakan untuk menunjukkan identitas personal dari individu yang bersangkutan (Putri dan Purwanti, 2022).

Tabel 3. Jumlah Usaha Mikro bidang Fashion menurut Kecamatan di Kota Denpasar Tahun 2023

No	Kecamatan	Jumlah Usaha (unit)
1	Denpasar Selatan	1.689
2	Denpasar Barat	2.901
3	Denpasar Utara	1.266
4	Denpasar Timur	913
	Jumlah	6.769

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Denpasar, 2023

Tabel 3 menunjukkan bahwa jumlah seluruh usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar mencapai 6.769 unit usaha. Kecamatan Denpasar Barat merupakan kecamatan dengan jumlah tertinggi yaitu 2.901 unit dan Denpasar Timur memiliki jumlah paling sedikit yaitu 913 unit usaha. Dapat diketahui dari tabel bahwa persebaran usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar masih belum merata. Usaha mikro Kota Denpasar merupakan aset mandiri yang menghasilkan pendapatan bagi pemerintah kota khususnya Kota Denpasar dan memperkuat basis ekonomi daerahnya. Salah satu usaha mikro yang banyak diminati adalah fashion (Sinaga, 2023).

Secara umum, situasi di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar usaha mikro di Indonesia termasuk usaha mikro bidang fashion menghadapi beberapa tantangan seperti penurunan jumlah pendapatan, tingkat kualifikasi sumber daya manusia yang rendah, keterbatasan dalam pengelolaan manajemen dan pemanfaatan teknologi, keterbatasan kemampuan pemasaran, rendahnya akses informasi, dan keterbatasan dalam mendapatkan akses kredit sebagai modal. Tingkat pendapatan usaha mikro dipengaruhi oleh berbagai faktor input, termasuk modal, tenaga kerja dan teknologi (Carina, 2022: 44).

Modal merupakan faktor yang mempunyai peran cukup penting dalam suatu usaha, karena modal diperlukan ketika pengusaha hendak mendirikan perusahaan baru atau untuk memperluas usaha yang sudah ada, tanpa modal yang cukup maka akan berpengaruh terhadap kelancaran usaha, sehingga akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh. Permodalan menjadi salah satu permasalahan yang menjadi fokus utama mengingat jumlah usaha yang belum mengakses permodalan formal masih sangat sedikit (Candraningrat et al., 2021). Sesuai dengan karakteristik skala usahanya, usaha tidak memerlukan modal dalam jumlah yang terlalu besar. Modal tidak selalu identik dengan uang, namun dapat dikatakan sebagai segala sesuatu yang dapat dipakai untuk menghasilkan barang atau jasa (Devi, 2021).

Menurut Putri dan Jember (2016), modal yang dikeluarkan akan mempengaruhi besar pendapatan yang akan diterima. Modal yang lebih besar memungkinkan usaha untuk membeli lebih banyak bahan baku, menyewa tempat usaha yang lebih luas, dan mempekerjakan lebih banyak karyawan. Hal ini meningkatkan kapasitas produksi usaha, sehingga memungkinkan mereka untuk menghasilkan lebih banyak produk dan jasa. Modal yang lebih besar memungkinkan usaha untuk melakukan kegiatan pemasaran yang lebih gencar, seperti memasang iklan, mengikuti pameran dagang, dan membuka cabang baru. Hal ini membantu mereka menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan. Modal yang lebih besar memungkinkan usaha untuk mengembangkan produk dan jasa baru, sehingga meningkatkan variasi produk dan pilihan bagi pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan daya tarik usaha dan mendorong pembelian dari pelanggan. Modal yang lebih besar memungkinkan usaha untuk menggunakan bahan baku yang lebih berkualitas, meningkatkan kontrol kualitas produksi, dan memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan. Hal ini meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong pembelian berulang. Modal yang lebih besar memungkinkan usaha untuk membeli peralatan yang lebih modern, menggunakan teknologi yang lebih canggih, dan menerapkan sistem manajemen yang lebih baik. Hal ini meningkatkan efisiensi operasional dan membantu usaha untuk menghemat biaya.

Menurut Dinas Koperasi dan UMKM Kota Denpasar, sangat berpengaruh terhadap pendapatan usaha mikro, dimana kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan teknologi informasi akan menyebabkan sarana dan prasarana usaha yang tidak berkembang dan tidak mendukung kemajuan usaha Para pelaku UMKM masih belum banyak yang memanfaatkan sarana Teknologi Informasi (TI) untuk mendukung usahanya yaitu untuk

pemasaran dan penjualan secara on-line melalui internet atau lebih dikenal dengan Electronic Commerce (E-Commerce), padahal salah satu kunci keberhasilan UMKM adalah tersedianya pasar yang luas dan jelas bagi produk usahanya (Tajuddin dan Manan, 2017).

Peran teknologi juga berperan penting dalam suatu usaha setelah permodalan. Teknologi memegang peranan penting dalam perekonomian global saat ini dan mempunyai dampak bagi sebagian besar industri dan setiap aspek perekonomian (Singh dan Singh, 2014). Teknologi merupakan alat yang digunakan untuk mempercepat produktivitas dalam suatu bisnis. Dengan adanya alat-alat tersebut maka pekerja akan sangat mudah dalam meningkatkan produktivitas tenaga kerja yang pada akhirnya akan mempengaruhi tingkat pendapatan. Salah satu interpretasi penggunaan teknologi dalam sistem pembayaran yakni penggunaan teknologi dalam sistem pembayaran. Sistem pembayaran yang mulai berkembang dari hanya menggunakan uang tunai hingga kini sudah menggunakan sistem pembayaran non tunai. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran menggeser peranan uang tunai sebagai alat pembayaran ke dalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih efisien (Amalia, 2018).

Berkembangnya transaksi non tunai seiringan dengan perkembangan teknologi, Bank Indonesia terus berupaya mengembangkan dan menyempurnakan sistem dan regulasi terkait transaksi keuangan non tunai dengan harapan transaksi non tunai dapat menjadi pilihan masyarakat sebagai instrumen transaksi pembayaran demi kemajuan perekonomian di era digital. Penerapan e-money yang digunakan dalam sistem pembayaran digital memudahkan transaksi bagi pedagang. Keterkaitan antara pedagang dan penyedia jasa pembayaran uang elektronik (PJP) dapat berdampak pada peningkatan inklusi keuangan dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Pangestu, 2022). Teknologi ini mulai menjadi solusi inovatif untuk layanan keuangan. Situasi ini mendorong Bank Indonesia untuk memperbaiki sistem pembayaran dengan meluncurkan Quick Indonesia Response Code Standard (QRIS), yaitu standar kode QR yang dibuat oleh Bank Indonesia untuk mendukung pembayaran digital melalui aplikasi cryptocurrency berbasis server, e-wallet, dan mobile banking (Kurniawati et al., 2021).

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Bank Indonesia menjadi salah satu solusi alat pembayaran digital yang cepat, mudah, murah, dan aman serta dapat diaplikasikan di semua sektor termasuk di pusat perbelanjaan, objek wisata, hingga rumah sakit karena mendukung faktor clean, health, safety and environment sustainability (CHSE) yang meminimalkan kontak fisik dalam bertransaksi. Sistem pembayaran QRIS ini sering dijumpai pada usaha mikro khususnya usaha mikro bidang fashion yang ada di Kota Denpasar karena penggunaannya cukup relative mudah (Nurhapsari dan Sholihah, 2023).

Teknologi berperan penting dalam suatu usaha, selain penggunaan sistem pembayaran non tunai pemanfaatan teknologi seperti media sosial juga berpengaruh terhadap usaha. Media sosial adalah salah satu teknologi yang sangat berkemungkinan untuk mendorong kinerja usaha saat ini (City, 2022). Media sosial dapat diartikan sebagai platform online untuk memudahkan berkomunikasi dengan orang lain (Augustinah, 2019). Selain itu pelaku usaha juga dapat melakukan promosi di media internet yang biasa dinamakan dengan digital marketing. Para pelaku usaha tentu memerlukan kegiatan pemasaran ataupun promosi untuk mengenalkan barang atau jasa tersebut kepada masyarakat luas (Viodita et al., 2022). Sebelumnya promosi hanya dilakukan melalui tatap muka saja dan tentunya target pasar hanya berasal dari masyarakat itu saja, tetapi jika melalui media sosial tidak menutup kemungkinan bahwa target pasar berasal dari masyarakat luas.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif yang berbentuk asosiatif, bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh dari variabel modal, penggunaan QRIS, dan media sosial terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion di kota Denpasar. Dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling untuk menentukan responden yang akan digunakan dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data

Hasil Statistik Deskriptif

Tabel 4. Hasil analisis deskriptif variabel

	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
Modal (X1)	100	2.000.000	12.000.000	6.503.000	2521000.883
Penggunaan QRIS (X2)	100	0	1	0,74	0,441
Media Sosial (X3)	100	0	1	0,67	0,473
Pendapatan (Y)	100	9.000.000	25.000.000	17.900.000	4222355.128

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa sampel dalam penelitian ini berjumlah 100. Hasil analisis deskriptif variabel modal menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel pendapatan memiliki nilai terendah Rp9.000.000 dan nilai tertinggi 25.000.000 dengan rata-rata sebesar Rp.17.900.000. Variabel modal memiliki nilai terendah Rp2.000.000 dan nilai tertinggi Rp12.000.000 dengan rata-rata modal pelaku usaha mikro sebesar Rp6.503.000. Variabel penggunaan QRIS berangka 0 dan 1 dikarenakan variabel penggunaan QRIS merupakan variabel dummy. Angka 0 menunjukkan bahwa pelaku usaha mikro bidang fashion yang tidak menggunakan QRIS sebagai alat transaksi dan angka 1 menunjukkan usaha mikro bidang fashion yang menggunakan QRIS sebagai alat transaksi. Variabel media sosial berangka 0 dan 1 dikarenakan variabel media sosial merupakan variabel dummy. Angka 0 menunjukkan bahwa pelaku usaha mikro bidang fashion yang tidak menggunakan media sosial sebagai media promosi produknya dan angka 1 menunjukkan usaha mikro bidang fashion yang menggunakan media sosial sebagai media promosi produknya.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

No	Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	9.300.111,006	569.081,640		16,342	0,000
2	Modal	0,701	0,104	0,418	6,746	0,000
3	Penggunaan QRIS	2.801.357,756	624.693,208	0,292	4,484	0,000
4	Media Sosial	2.939.052,471	570.111,134	0,329	5,155	0,000

Tabel 5 menunjukkan persamaan regresi yaitu pengaruh antara modal (X1), penggunaan QRIS (X2), dan media sosial (X3) terhadap variabel terikat yaitu pendapatan (Y) usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar, adapun persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + \beta_1 X_1 + \beta_3 D_1 + \beta_4 D_2 + \mu$$

$$\hat{Y} = 9.300.111,006 + 0,701 X_1 + 2.802.357,756 D_1 + 2.939.052,471 D_2$$

$$Se = (569.081,640) \quad (0,104) \quad (624.693,208) \quad (570.111,134)$$

$$t = (16,342) \quad (6,746) \quad (4,484) \quad (5,155)$$

$$sig = (0,000) \quad (0,000) \quad (0,000) \quad (0,000)$$

$$F = (109,604)$$

$$R^2 = (0,774)$$

Berdasarkan persamaan tersebut, dapat dilihat nilai koefisien a = 9.300.111,006 artinya jika variabel modal, penggunaan QRIS, dan media sosial dianggap tidak ada atau nol, maka pendapatan akan terpenuhi sebesar Rp9.300.111. Koefisien regresi dari modal (X1) sebesar 0,701 berarti bahwa setiap penambahan satu rupiah modal, maka akan menyebabkan bertambahnya pendapatan sebesar 0,701 per bulan dengan asumsi penggunaan QRIS (X2) dan media sosial (X3) konstan. Koefisien regresi dari penggunaan QRIS sebesar 2.802.357,756 menyatakan bahwa pelaku usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar yang menggunakan QRIS akan memiliki pendapatan lebih tinggi sebesar Rp.2.802.357 dibandingkan dengan yang tidak menggunakan QRIS dengan asumsi modal (X1) dan media sosial (X3) konstan. Koefisien

regresi dari media sosial sebesar 2.939.052,471 menyatakan bahwa pelaku usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar yang menggunakan media sosial akan memiliki pendapatan lebih tinggi sebesar Rp2.939.052 dibandingkan dengan yang tidak menggunakan media sosial dengan asumsi modal (X1) dan penggunaan QRIS (X2) konstan. Besarnya koefisien determinasi (R²) sebesar 0,774, ini memiliki arti variasi pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar dipengaruhi secara signifikan oleh variabel modal, penggunaan QRIS, dan media sosial sebesar 77,4 persen, sedangkan sisanya sebesar 22,6 persen dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Hasil Pengujian Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan agar model yang disusun dapat dijadikan alat estimasi yang tidak bias jika telah memasuki persyaratan BLUE (Best Linear Unbiased Estimator). Dalam penelitian ini digunakan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independent dan variabel dependen mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi data, dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov. Data populasi dikatakan normal apabila koefisien Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari $\alpha = 0,05$.

Berdasarkan hasil output pengolahan data menggunakan rumus Kolmogorov- Smirnov Test menunjukkan bahwa nilai signifikansi residual dari variabel dependen dan variabel independen pada jumlah sampel sebesar 100 adalah 0,079. Dengan demikian, data dari penelitian ini terdistribusi secara normal karena nilai residualnya lebih besar dari signifikansi 0,05 atau 0,079 lebih besar dari 0,05 sehingga model regresi dapat digunakan untuk pengujian hipotesis.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui tidaknya ada korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang kuat diantara variabel bebas. Uji multikolinearitas dilakukan dengan cara melihat tolerance value dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai (VIF) lebih kecil dari pada 10 dan nilai Tolerance lebih besar daripada 0,1 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 6

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

No.	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Modal (X1)	0,612	1,635	Bebas multikolinearitas
2	Penggunaan QRIS (X2)	0,553	1,807	Bebas multikolinearitas
3	Media Sosial (X3)	0,578	1,730	Bebas multikolinearitas

Sumber: Data primer diolah, 2024

Data yang digunakan pada uji multikoleniaritas dalam penelitian ini yaitu data dari variabel independent. Dari Tabel 6 diketahui bahwa nilai Tolerance > 0,10 serta nilai VIF <10,0. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas yang digunakan tidak ada yang mengandung multikoleniaritas. Masing-masing variabel memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,10, maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji terjadinya regresi terjadinya ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Dalam penelitian ini menggunakan metode Glejser dengan mengregresikan nilai absolut residual terhadap variabel bebas. Jika tidak ada satupun variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (nilai absolut residual), maka tidak ada heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

No.	Variabel	Sig	Keterangan
1	Modal (X1)	0,908	Bebas heteroskedastisitas

2	Penggunaan QRIS (X2)	0,313	Bebas heteroskedastisitas
3	Media Sosial (X3)	0,329	Bebas heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji Glejser pada Tabel 7 terlihat bahwa seluruh variabel independen yaitu modal, penggunaan QRIS, dan media sosial memiliki nilai sig lebih besar dari $\alpha = 5$ persen atau 0,05 yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

Pengujian Pengaruh Modal, Penggunaan QRIS, dan Media Sosial terhadap Pendapatan Usaha Mikro Bidang Fashion di Kota Denpasar (Uji F)

Uji signifikansi secara simultan (Uji F) dilakukan untuk menguji variabel-variabel pada penelitian secara serempak. Uji F dilakukan untuk mengetahui variabel modal, penggunaan QRIS dan media sosial terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar.

a. Rumusan Hipotesis

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$, berarti modal, penggunaan QRIS, dan media sosial secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar.

H_1 : paling sedikit satu $\beta_i \neq 0$ ($i=1,2,3$), ini berarti modal, penggunaan QRIS, dan media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar.

b. Taraf nyata

Dengan taraf nyata (α) = 5 %

c. Kriteria pengujian

H_0 diterima bila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

H_0 ditolak bila $F_{hitung} > F_{tabel}$

d. Nilai statistik uji

Nilai F = 109,604 dengan nilai signifikansi = 0,000

e. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis $F_{hitung} > F_{tabel}$, $109,604 > 2,70$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 ini berarti jumlah modal, penggunaan QRIS, dan media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar sehingga model ini tetap dapat digunakan dalam uji selanjutnya. Besarnya koefisien determinasi (R^2) yang dijabarkan dalam Lampiran 4 adalah 0,774, memiliki arti variasi pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar dipengaruhi secara signifikan oleh variabel modal, penggunaan QRIS, dan media sosial sebesar 77,4 persen, sedangkan sisanya sebesar 22,6 persen dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Pengujian Pengaruh Modal, Penggunaan QRIS, dan Media Sosial secara parsial terhadap Pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar (Uji-t)

Uji secara parsial dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan keluaran thitung program SPSS dengan tabel ttabel. Untuk thitung dan untuk ttabel yang kemudian hasilnya didapatkan sebagai berikut.

1. Pengaruh modal terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar

Rumusan hipotesis

$H_0 : \beta_1 = 0$, berarti modal (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar (Y).

$H_0 : \beta_1 > 0$, berarti modal (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar (Y).

a. Taraf nyata

Dengan taraf nyata (α) = 5%

b. Kriteria pengujian

H_0 diterima bila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

H_0 ditolak bila $t_{hitung} > t_{tabel}$

c. Nilai statistik uji

Nilai t = 6,746 dengan nilai signifikansi 0,000

d. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis diperoleh t_{hitung} (6,746) > t_{tabel} (1,66088) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Selanjutnya, berdasarkan analisis pengaruh modal terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion memperoleh signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 (batas nilai

signifikansi) mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini memiliki arti bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar.

2. Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar

Rumusan hipotesis

$H_0 : \beta_2 = 0$, Pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar yang menggunakan QRIS tidak lebih tinggi daripada yang tidak menggunakan QRIS.

$H_0 : \beta_2 > 0$, Pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar yang menggunakan QRIS lebih tinggi daripada yang tidak menggunakan QRIS.

a. Taraf nyata

Dengan taraf nyata (α) = 5%

b. Kriteria pengujian

H_0 diterima bila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

H_0 ditolak bila $t_{hitung} > t_{tabel}$

c. Nilai statistik uji

Nilai $t = 4,484$ dengan nilai signifikansi = 0,000

d. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis diperoleh $t_{hitung} (4,484) > t_{tabel} (1,66088)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Selanjutnya, berdasarkan analisis pengaruh penggunaan QRIS terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion memperoleh signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ (batas nilai signifikansi) mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini memiliki arti bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar.

3. Pengaruh media sosial terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar

a. Rumusan hipotesis

$H_0 : \beta_3 = 0$, pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar yang menggunakan media sosial tidak lebih tinggi daripada yang tidak menggunakan media sosial.

$H_0 : \beta_3 > 0$, pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar yang menggunakan media sosial lebih tinggi daripada yang tidak menggunakan media sosial.

b. Taraf nyata

Dengan taraf nyata (α) = 5%

c. Kriteria pengujian

H_0 diterima bila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

H_0 ditolak bila $t_{hitung} > t_{tabel}$

d. Nilai statistik uji

Nilai $t = 5,155$ dengan nilai signifikansi = 0,000

e. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis diperoleh $t_{hitung} (5,155) > t_{tabel} (1,66088)$ maka H_0 ditolak. Selanjutnya, berdasarkan analisis pengaruh media sosial terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion memperoleh signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ (batas nilai signifikansi) mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini memiliki arti bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh bahwa modal, penggunaan QRIS, dan media sosial berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar. Pernyataan tersebut dapat dilihat dengan membandingkan F_{hitung} sebesar 109,604 yang lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,70 dengan taraf nyata sebesar 5 persen serta tingkat signifikansi dari F_{hitung} sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal memiliki arti bahwa modal, penggunaan QRIS, dan media sosial berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar. Besar koefisien R^2 sebesar 0,774 atau 77,4 persen. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh modal, penggunaan QRIS, dan media sosial secara bersama-sama terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar sebesar 77,4 persen. Dengan kata lain variabel pendapatan dapat dipengaruhi oleh variabel modal, penggunaan QRIS dan media sosial sebesar 77,4 persen sedangkan sisanya 22,6 persen dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa semakin tinggi modal yang digunakan maka semakin tinggi pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar. Koefisien regresi variabel modal sebesar 0,701 menyatakan bahwa setiap penambahan satu rupiah modal, maka akan menyebabkan bertambahnya pendapatan sebesar 0,701 per bulan, atau modal bertambah Rp1.000.000 maka pendapatan bertambah Rp701.000 per bulan dengan asumsi penggunaan QRIS (X2) dan media sosial (X3) konstan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Setiaji dan Fatuniah (2018) dan penelitian dari Sudana et al., (2017) yang menyatakan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar yang menggunakan QRIS lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak menggunakan QRIS. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa apabila pelaku usaha mikro menggunakan QRIS sebagai media pembayaran maka pendapatan usaha mikro akan semakin meningkat. Koefisien regresi variabel penggunaan QRIS sebesar 2.801.357,756 menyatakan bahwa pelaku usaha mikro yang menggunakan QRIS akan memiliki pendapatan lebih tinggi sebesar Rp2.801.357 dibandingkan dengan pelaku yang tidak menggunakan QRIS dengan asumsi modal (X1) dan media sosial (X3) konstan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Penelitian Hardiansyah et al., (2019), QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan. QRIS berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan yang mana dengan kemudahan transaksi orang cenderung meningkatkan minat transaksi.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar yang menggunakan media sosial lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak menggunakan media sosial. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa apabila pelaku usaha yang menggunakan media sosial sebagai media promosi, maka pendapatan usaha mikro akan semakin meningkat. Koefisien regresi variabel media sosial sebesar 2.939.052,471 menyatakan bahwa pelaku usaha mikro yang menggunakan media sosial sebagai media promosi akan memiliki pendapatan per bulan lebih tinggi sebesar Rp2.939.052 dibandingkan dengan pelaku yang tidak menggunakan media sosial dengan asumsi modal (X1) dan penggunaan QRIS (X2) konstan.. Hasil ini sejalan dengan penelitian City (2022) dan Supandi dan Johan (2022), media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan uraian pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Modal, penggunaan QRIS, dan media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar.
2. Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar.
3. Pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar yang menggunakan QRIS lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak menggunakan QRIS.
4. Pendapatan usaha mikro bidang fashion di Kota Denpasar yang menggunakan media sosial lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak menggunakan media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnesia, V., & Saputra, A. J. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Financial Technology dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kota Dumai. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(3), 750-761. <https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i03.p15>
- Alfani, M. H. (2020). The Influence of Price and Promotion on Impulse Purchases of Online Products According to Sharia Economics. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (Costing)*, 3(2), 365-377.
- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64-72. <https://doi.org/10.37058/wlfr.v3i1.4719>
- Amalia, S. N. A. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Financial Technology (Fintech) Syariah (Paytren) Sebagai Salah Satu Alat Transaksi

- Pembayaran (Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory Of Planned Behavior (TPB). *Iqtishaduna*, 9(1), 64-79.
- Anggarini, D. T. (2022). Application of Quick Response Code Indonesian as a Payment Tool in Digitizing MSMEs. *Sentralisasi*, 11(1), 1–14. <https://doi.org/10.33506/sl.v11i1.1504>
- Arifah, R. N. (2015). Kendala-Kendala Pencegahan Perdagangan Pakaian Bekas Impor di Kota Malang. *De Jure: Jurnal Hukum Dan Syar'iah*, 7(1), 89–100.
- Astiti, N. P. Y., & Gunadi, I. G. N. B. (2017). Analisis Lingkungan Perusahaan Sebagai Perencanaan Strategi Bisnis Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Di Kota Denpasar. *Jurnal Bakti Saraswati (JBS): Media Publikasi Penelitian dan Penerapan Ipteks*, 6(2).
- Augustinah, F. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika*, 4(2), 5–6.
- Ayyah, H. R. A. N., & Murniningsih, R. (2021, October). Pengaruh Gaya Hidup Halal dan Self-identity terhadap Halal Fashion di Indonesia. In *UMMagelang Conference Series* (pp. 537-546).
- Azzahra, B., & Wibawa, I. G. A. R. P. (2021). Strategi Optimalisasi Standar Kinerja UMKM Sebagai Katalis Perekonomian Indonesia dalam Menghadapi Middle Income Trap 2045. *Inspire Journal: Economics and Development Analysis*, 1(1), 75-86.
- Badan Pusat Statistika. (2022). Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Tahun 2022, Jakarta. <https://www.bps.go.id/id/publication/2022/02/25/0a2afea4fab72a5d052cb315/statistik-indonesia-2022.html> (Diakses: 20 Oktober 2023)
- Badriati I, Ramadhan D. Pengaruh Piutang Murabahah Terhadap Laba Bersih Bank Syariah Indonesia (BSI) Periode 2021-2022. *J Al-fatih Glob Mulia*. 2023;5(1):1-16.
- Biswas, A. (2015). Impact of Technology on MSME Sector in India. *EPRA International Journal of Economic and Business Review*, 3(2), 129-134.
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). Pengembangan UMKM antara Konseptual dan Pengalaman Praktis. Yogyakarta: UGM Press.
- Candraningrat, I. R., Abundanti, N., Mujiati, N. W., Erlangga, R., & Jhuniantara, I. M. G. (2021). The Role of Financial Technology on Development of MSMEs. *Accounting*, 7(1), 225–230. <https://doi.org/10.5267/j.ac.2020.9.014>
- Carina, T., Rengganis, R. M. Y. D., Mentari, N. M. I., Munir, F., Silaen, M. F., Siwiyanti, L., ... & Setyaka, V. (2022). Percepatan Digitalisasi UMKM Dan Koperasi. Makassar: Tohar Media.
- en Mamuju. *GROWTH jurnal ilmiah ekonomi pembangunan*, 1(2), 157-172.
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7(2), 13–23.
- Hardiansyah, E., Hendrianto, H., & Pefriyadi, P. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Qris (Quick Response Code Indonesian Standard) Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kecamatan Curup. Palu: Institut Agama Islam Negeri Curup.
- 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. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/7492>
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707-6714.
- Idawati, I. A. A., & Pratama, I. G. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Kota Denpasar. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(1), 1–9.
- Indrawan, J., Efriza, & Ilmar, A. (2020). Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik. *Medium*, 8(1), 1–17. [https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4820](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820)
- Istanti, E., & Sanusi, R. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan UMKM Di Desa Kedungrejo, Kecamatan Jabon, Sidoarjo. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 4(2), 176–187. <https://doi.org/10.25139/jkp.v4i2.2987>

- Juan, E., & Indrawati, L. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Brand Image terhadap Kepuasan Konsumen Melakukan Pembayaran Menggunakan QRIS. *K&K_Jurnal Manajemen*, 2(1), 313–325.
- Kasmir. (2007). *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kementerian Investasi/BPKM. (2021). *Jumlah UMKM di Indonesia*, Jakarta. <https://www.bkpm.go.id/id/info/artikel/book/buku-realisasi-investasi-tahun-2021>. (Diakses 10 Oktober 2023)
- ota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(02), 309.
- Sari, W. P., & Irena, L. (2019). *Komunikasi Kontemporer dan Masyarakat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.