



Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pelaku Usaha Rumahan “Studi Pada Usaha Azzam Maraja Dalle, Wua-Wua, Kec. Wua-Wua, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara”

Nuliati¹, La Ode Muh. Elwan², Wa ode Harliyanti Unga³
Prodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo
Nuliati234@gmail.com
Kendari, 93111, Sulawesi Tenggara, Indonesia

Abstract

This research aims to analyze the factors that influence income in the home business person Azzam Maraja Dalle in Wua - Wua Village, Kendari City. This research uses a qualitative approach with descriptive research type. The type of research data consists of primary data and secondary data. Data collection techniques use observation, interviews and documentation studies. Research informants consisted of business owners and employees. Data analysis was carried out using data reduction techniques, data presentation and data verification. The research results show that the factors that influence income in the Azzam Maraja Dalle include two, namely: capital and marketing factors. These two factors have a direct influence on business income. More business capital, supported by good marketing, can increase the number of goods produced, thereby influencing the increase in income.

Keywords: Capital; Marketing; Income.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor yang mempengaruhi pendapatan pelaku usaha rumahan Azzam Maraja Dalle di Kecamatan Wua – Wua Kota Kendari. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Jenis data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari pemilik usaha dan karyawan. Analisis data dilakukan dengan teknik reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi pendapatan pada pelaku usaha rumahan Azzam Maraja Dalle meliputi dua faktor yaitu: faktor modal, dan pemasaran. Kedua faktor tersebut memiliki pengaruh langsung terhadap pendapatan usaha. Semakin banyak modal usaha, dengan didukung oleh pemasaran yang baik dapat meningkatkan jumlah barang yang diproduksi, sehingga mempengaruhi peningkatan jumlah pendapatan.

Kata Kunci: Modal; Pemasaran; Pendapatan

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini maju sangat pesat. Berbagai bentuk bisnis bisa dijumpai dalam kehidupan sehari – hari. Berbisnis dapat menjadi suatu peluang untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik dan kegiatan berbisnis dapat dilakukan oleh siapa saja yang berniat untuk melakukannya. Dimana peluang bisnis itu sendiri merupakan momen terciptanya kesempatan bagi seseorang untuk menawarkan jasa atau barang untuk mencapai tujuan yang dimilikinya. Pada era sekarang ini, bila seseorang mampu melihat dan memanfaatkan peluang untuk melakukan bisnis maka orang tersebut bisa berhasil karena bisnis yang ditekuninya.

Di negara-negara berkembang termasuk Indonesia, peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah



(UMKM) sangat signifikan bagi perekonomian khususnya dalam menciptakan lapangan pekerjaan sekaligus mengurangi pengangguran dan menciptakan nilai tambah dalam *Produk Domestik Bruto* (PDB). Pembangunan industri khususnya industri kecil diharapkan dapat menjadi salah satu peran yang cukup berkualitas dalam perekonomian, sehingga mampu bersaing di dalam negeri maupun di luar negeri. Sektor industri mampu berpotensi memberikan kontribusi ekonomi besar yang mempunyai nilai tambah (*value added*) dari setiap input atau bahan dasar yang diolah pada berbagai komoditas yang dihasilkan, dan dapat memberikan kontribusi bagi penyerapan tenaga kerja.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 1, mengatakan bahwa industri kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, seseorang atau sekelompok orang baik secara langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria. Salah satu jenis industri kecil adalah usaha rumahan. Dimana usaha rumahan ini merupakan jenis kegiatan untuk menghasilkan keuntungan atau profit bagi pengelolanya yang memanfaatkan rumah (tinggal) sebagai basis operasinya, dan pelakunya adalah orang-orang yang tinggal di rumah tersebut.

Perkembangan dan peran home industry terhadap perekonomian, tentu tidak terlepas dari para wirausahawan yang menjadi motor penggerak perekonomian. Seorang wirausaha secara umum mampu memanfaatkan kesempatan untuk pengembangan ekonomi dan pengalokasian sumber daya secara efektif. Sejalan dengan trend dalam pembangunan ekonomi, wirausaha juga harus mampu menghadapi kompetensi dan berinovasi, mencapai pertumbuhan bisnis yang mampu menopang usaha dan kehidupannya, melakukan pembaharuan teknologi, penciptaan lapangan kerja dan perbaikan kesejahteraan masyarakat. Saat ini kita bisa katakan pelaku usaha rumahan sudah pada kategori tidak sedikit yang menggelutinya sebagai penopang penghidupan dalam rumah tangga. Setiap industry bertujuan untuk memperoleh keuntungan, dimana keuntungan tersebut dapat digunakan untuk mengembangkan industry, hal ini ditentukan oleh faktor-faktor produksi. Penerapan faktor-faktor produksi secara efisien dapat menentukan keberhasilan usaha yang dijalankan.

Keberhasilan suatu usaha yang dijalankan seseorang maupun sekelompok orang dapat diukur melalui tingkat pendapatan yang diperoleh dalam kurun waktu tertentu, sehingga usaha tersebut dapat terus berjalan dan berkembang. Pendapatan menunjukkan seluruh uang yang diterima seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu pada suatu kegiatan ekonomi. Dengan kata lain, pendapatan juga dapat diuraikan sebagai keseluruhan penerimaan yang diterima pekerja/buruh, baik berupa fisik maupun non fisik selama ia melakukan pekerjaannya pada suatu perusahaan, yang diharapkan mampu memenuhi kebutuhan hidupnya. Menurut Sukirno, 2015 pendapatan adalah total penerimaan (uang dan bukan uang) seseorang atau suatu rumah tangga selama periode tertentu.

Pendapatan merupakan uang yang diterima atau diperoleh seseorang atau perusahaan dalam bentuk gaji (*salaries*), upah (*wages*), sewa (*rent*), bunga (*interest*), laba (*profit*), dan sebagainya, bersama-sama dengan tunjangan pengangguran, uang pensiun dan lain sebagainya (Jomi, 2020). Dalam analisis mikro ekonomi, istilah pendapatan khususnya dipakai berkenaan dengan aliran penghasilan dalam suatu periode waktu yang berasal dari penyediaan factor-faktor produksi (sumber daya alam, tenaga kerja, dan modal) masing-masing dalam bentuk sewa, upah dan bunga, maupun laba secara berurutan.

Menurut Zulfikar, 2020 pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan. Kegiatan usaha pada akhirnya akan memperoleh pendapatan berupa nilai uang yang diterima dari



penjualan produk yang dikurangi biaya yang telah dikeluarkan. Pendapatan terdiri atas upah, gaji, sewa, keuntungan dan merupakan suatu arus yang diukur dalam jangka waktu tertentu misalnya: seminggu, sebulan, setahun atau jangka waktu yang lama. Arus pendapatan tersebut muncul sebagai akibat dari adanya jasa produktif yang mengalir ke arah yang berlawanan dengan aliran pendapatan yaitu jasa produktif yang mengalir dari masyarakat ke pihak bisnis yang berarti bahwa pendapatan harus didapatkan dari aktivitas produktif.

Pendapatan adalah sejumlah penghasilan yang diperoleh masyarakat atas prestasi kerjanya dalam periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan (Sukirno, 2006). Pendapat lain tentang pendapatan juga dikemukakan oleh Suharto (2022), yang mengatakan bahwa pendapatan adalah aliran masuk atau kenaikan lain aktiva suatu badan usaha atau pelunasan utang (atau kombinasi dari keduanya) selama suatu periode yang berasal dari penyerahan atau pembuatan barang, penyerahan jasa, atau dari kegiatan lain yang merupakan kegiatan utama badan usaha.

Marjun (2012) mengatakan bahwa untuk memperoleh pendapatan diperlukan pengorbanan dalam bentuk biaya baik berupa biaya tetap maupun biaya variabel yang digunakan selama proses produksi, dengan harapan akan member manfaat yang lebih besar di waktu yang akan datang sehingga dituntut keahlian seorang pengusaha untuk mengetahui bagaimana mengelola biaya-biaya tersebut agar dapat digunakan secara efektif dan efisien.

Menurut Winardi (2002), pendapatan adalah semua hasil penghasilan yang diperoleh dari pihak lain sebagai tanda balas jasa yang diberikan, dimana penghasilan tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan keluarga atau perseorangan. Ketika membahas atau memperdebatkan masalah pendapatan, pikiran akan terfokus pada nilai uang yang diterima seseorang, dan banyak arti lain yang muncul bagi seseorang.

Pendapatan adalah sejumlah uang atau nilai ekonomi yang diperoleh oleh individu, keluarga, perusahaan, atau entitas lain yang didapat dari berbagai sumber tertentu dalam suatu periode waktu tertentu. Menurut (Subrata, 2019) macam-macam pendapatan menurut perolehannya dapat dibagi menjadi dua yaitu:

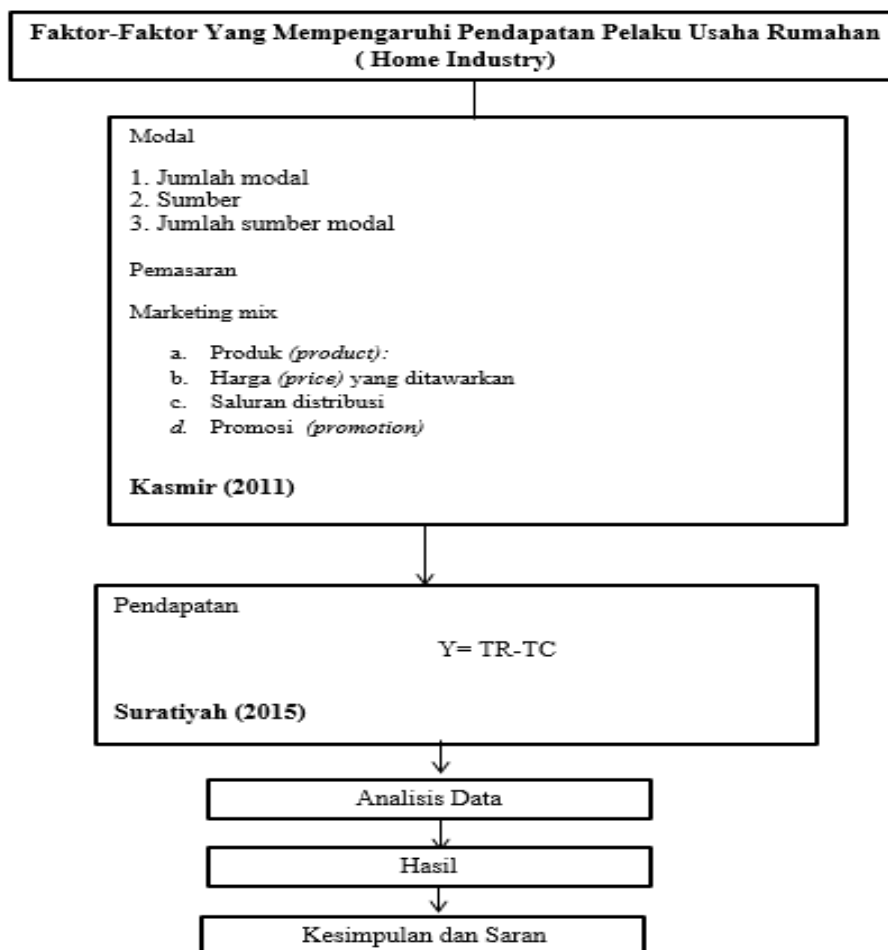
- a. Pendapatan kotor adalah pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi pengeluaran dan biaya lain.
- b. Pendapatan bersih adalah pendapatan yang diperoleh setelah dikurangi dengan pengeluaran dan biaya-biaya

Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Burhanuddin, Sukardi, dan Arsad (2023) tentang *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan pada Home Industry "Bakpia Latansa" di Kelurahan Sambinae Kota Bima*. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor yang mempengaruhi pendapatan pada home industry "Bakpia Latansa" di Kelurahan Sambinae Kota Bima. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Jenis data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari pemilik usaha dan karyawan. Analisis data dilakukan dengan teknik reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi pendapatan pada *home industry* Bakpia Latansa meliputi tiga, yaitu: faktor modal, teknologi, dan faktor tenaga kerja.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Arif Budi Wiyono , Vecky A.J Masinambow, dan Steeva Y.L Tumangkeng (2023) tentang *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Segar Paal 2 Di Manado*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh modal usaha, lama usaha, usia dan pendidikan secara parsial dan seara simultan terhadap pendapatan pendapatan pedagang pasar segar Paal 2 Manado. Penelitian ini menggunakan data hasil wawancara dengan variabel penelitian adalah pendapatan, modal usaha, lama usaha, usia dan tingkat pendidikan yang kemudian di analisis menggunakan metode regresi linier berganda. Dari hasil analisis variabel modal usaha, lama usaha, usia dan tingkat pendidikan diperoleh nilai probabilitas $0.0000 < \alpha < 0.05$, maka dengan ini menunjukkan bahwa variabel modal usaha, lama usaha, usia dan tingkat pendidikan secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar segar Paal Dua Manado.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Ridho Akbar (2022) tentang *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Kecamatan Singkep Selatan, Kabupaten Lingga*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis factor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Kecamatan Singkep Selatan, Kabupaten Lingga yaitu modal usaha lama usaha dan alokasi waktu usaha per hari.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Auliah (2022) tentang *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pelaku Usaha Sektor Informal Kabupaten Sinjai*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pelaku usaha sektor informal Kabupaten Sinjai. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian deskriptif kuantitatif dengan populasi sebanyak 100 pengusaha jumlah sampel yang diperoleh berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan berjumlah 100 pengusaha. Data yang digunakan berupa data primer yang diambil dengan metode angket. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda, sedangkan olah daya yang digunakan adalah SPSS 24.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Sarlide Saragih , Darwin Damanik , dan Bagudek Tumanggor (2021) tentang *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Industri Rumah Tangga Usaha Jahit Di Kota Pematangsiantar*. Dimana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor jumlah produksi, tenaga kerja, jam kerja dan lama usaha terhadap pendapatan industri rumah tangga usaha jahit usaha di Kota Pematangsiantar..
6. Penelitian yang dilakukan oleh Syaiful Anwar , dan Rahayu Ambarsar (2017) tentang *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Kota Tarakan*. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi tentang faktorfaktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang kaki lima Kota Tarakan (Study kasus di THM Plaza). Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 97 responden. Variabel dalam penelitian ini adalah Modal (X1), Jam Kerja (X2), dan Lama Usaha (X3). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan wawancara. Data yang diolah menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan Uji t, Uji F, serta Uji asumsi klasik.

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



METODE

Penelitian ini akan dilaksanakan di jln. Durian, no.70 Wua-Wua, Kec. Wua-Wua, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara pada Usaha Azzam Maraja Dalle. Alasan memilih lokasi, ini karena usaha ini merupakan usaha rumahan dengan beberapa produk yang sudah banyak tersedia di beberapa toko oleh-oleh di kota kendari dan ingin mengetahui faktor yang mempengaruhi pendapatan dalam usaha ini, sehingga lokasi ini memenuhi kriteria untuk penelitian tentang faktor yang memepengaruhi pendapatan usahanya.

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini menghasilkan kesimpulan berupa data yang menggambarkan secara rinci. Menurut Moleong, (2005) penelitian kualitatif adalah penelitian untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah



Alasan pemilihan teknik purposive sampling adalah pemilihan informan didasarkan atas kemampuannya dalam memberikan data yang akurat dan ditentukan secara purposif. Dalam penelitian ini yang terpenting adalah bukanlah seberapa banyak jumlah informan yang didapat melainkan seberapa besar kualitas dan kontribusi data yang didapat dari informan. Dalam arti, informan yang dicari adalah informan yang menguasai informasi yang ingin dicari terkait permasalahan yang diangkat. Berdasarkan uraian diatas, maka yang dijadikan informan dalam penelitian ini adalah pemilik usaha rumahan Azzam Maraja Dalle di Wua-Wua, kec. Wua-Wua kota kendari, Sulawesi Tenggara.

HASIL PENELITIAN

Keberadaan usaha rumahan Azzam Maraja Dalle di Kelurahan Wua-Wua, kecamatan Wua-Wua Kota Kendari memberi dampak menguntungkan bagi rumah tangga serta mendorong kegiatan perdagangan meskipun dalam skala lokal dan kecil. Kegiatan industri rumahan dalam mengolah dan memasarkan keripik pisang dengan merek sendiri mampu menciptakan lapangan kerja khususnya bagi ibu-ibu dan keluarga pemilik usaha rumahan Azzam Maraja Dalle yang berada di lokasi keberadaan industri Keripik ini. Dalam perjalanan perkembangan usaha rumahan Azzam Maraja Dalle dipengaruhi oleh beberapa faktor, hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan pemilik usaha :

“menurut saya dalam menjalankan usaha Azzam Maraja Dalle ini dengan melihat perkeembangannya sejak 2018 hingga sekarang ada dua faktor utama yang mempengaruhi pendapatan Azzam Maraja Dalle yaitu faktor modal dan pemasaran”. (wawancara 12 maret 2024)

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat kita ketahui bahwa faktor yang mempengaruhi pendapatan Azzam Maraja Dalle adalah faktor modal dan pemasaran, dimana dapat dijelaskan secara jelas berikut ini :

Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Rumahan Azzam Maraja Dalle

Menurut Kasmir 2011, terdapat dua faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha rumahan, yaitu faktor modal dan pemasarannya.

Faktor Modal

Sebagaimana diketahui bahwa modal dalam suatu usaha merupakan faktor yang memiliki pengaruh kuat bagi setiap usaha yang dijalankan oleh seseorang atau suatu kelompok usaha. Modal digunakan untuk membeli faktor-faktor produksi dan perlengkapan serta peralatan yang dapat membantu proses produksi. Faktor produksi modal adalah faktor produksi yang keberadaannya diciptakan oleh sistem atau pola hidup perekonomian itu sendiri. Modal adalah setiap benda ekonomi baik dalam bentuk barang maupun jasa yang dapat digunakan untuk proses produksi lebih lanjut. Jadi barang dan jasa yang dapat digunakan untuk memproduksi barang atau jasa lainnya juga disebut modal, terutama uang juga modal. Modal dalam hal ini merupakan modal usaha yang digunakan oleh pengelola atau pemilik usaha Azzam Maraja Dalle dalam menjalankan usahanya. Modal disini meliputi semua jenis barang dalam menunjang kegiatan produksi sendiri. Mengenai pentingnya modal ini, berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha Azzam Maraja Dalle mengungkapkan bahwa:

“bagi saya, modal merupakan satu unsur yang sangat penting dalam suatu usaha. Saya pikir, usaha saya juga akan sangat dipengaruhi oleh modal yang kami miliki, karena tanpa modal maka kami tidak bisa melakukan apa-apa. Modal juga menentukan tinggi rendahnya



pendapatan atau keuntungan usahayang saya jalankan saat ini” (wawancara tanggal 12 Maret 2024).

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa modal merupakan factor yang sangat penting dalam usaha baik dalam upaya memulai maupun untuk keberlanjutan, dan perkembangannya kedepan. Modal juga menentukan kemampuan usaha untuk mengembangkan usahanya terutama kekuatan produksi. Sehingga modal memiliki pengaruh besar terhadap usaha yang dijalankan dalam hal ini pendapatan usaha.

Sumber modal

Sumber modal yang digunakan untuk memulai usaha bisa bersumber dari dalam maupun dari luar. Dalam hal ini maksud dari modal yang bersumber dari dalam adalah modal yang diambil dari pengasilan pribadi misalnya dari gaji, tabungan. Sedangkan modal yang bersumber dari luar adalah modal yang diperoleh dari orang lain misalnya kredit BANK, Investor dan sebagainya. Mengenai sumber modal , berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha Azzam Maraja Dalle mengungkapkan bahwa:

“modal yang saya gunakan untuk memulai usaha Azzam Maraja Dalle pertama kali yang Rp. 200.000,00 itu bersumber dari penghasilan saya sendiri, yaitu gaji saya sebagai ASN” (wawancara tanggal 12 Maret 2024).

Pemasaran

Menurut Tjiptono dan Diana (2020), pemasaran adalah proses yang menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan dinamis.

Pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran yang diterapkan pemilik usaha dalam memasarkan produknya sehingga memperoleh *income* lebih besar dari pada biaya pemasaran itu sendiri. Mengenai pemasaran , berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Azzam Maraja Dalle mengungkapkan bahwa:

“jadi pemasaran yang kami lakukan untuk produk kami itu, kami melakukan promosi secara mandiri, dimana saya mengenalkan produk saya melalui teman-teman saya di tempat kerja kemudian juga setiap ada bazar, vestival, expo saya selalu ikut serta untuk memperkenalkan produk saya, bahkan saya pernah membawa keripik pisang saya dengan merek azzifah ini sampai ke jepang walaupun saya tidak ikut ke sana, ada teman saya ke jepang dan hadir di pameran maka saya titipkan produk saya, karna saya ingin dikenal lebih luas lagi merek dan produk yang saya miliki. Selanjutnya dalam pemasarannya saya bekerja sama dengan beberapa toko oleh-oleh dan Rumah Makan yang ada di kota kendari”. (wawancara 12 maret 2024)

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, maka dapat dikatakan bahwa pemasaran yang dilakukan oleh pemilk usaha Azzam Maraja Dalle sudah cukup luas, sehingga tidak heran jika pendapatan yang diperoleh juga besar.

Harga (*price*) yang ditawarkan

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu.Harga



dalam penelitian ini adalah harga yang ditetapkan pada setiap produk yang dihasilkan. berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha Azzam Maraja Dalle mengungkapkan:

“bagi saya harga menjadi faktor utama juga dalam keberlanjutan usaha. Dimana penentuannya harus dipertimbangkan berdasarkan biaya operasional yang kami gunakan dan sekiranya bisa memberi keuntungan bagi pemilik usaha”. Jadi memang harga ini harus diperhatikan dan harus dipertimbangkan jangan sampai terlalu kemahalan yang membuat nanti tidak bisa dijangkau oleh pelanggan. harga yang kami tawarkan setiap produk mulai kisaran Rp.15.000,00-Rp.55.000,00”. Dalam proses penentuan harga saya menggunakan metode penentuan harga dengan mempertimbangkan biaya produksi per unit produk, selera konsumen, demand dan suplai, jumlah pesaing yang memasuki pasar, harga jual produk pesaing”. (wawancara 12 maret 2024)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut maka dapat dikatakan bahwa metode penentuan harga yang digunakan oleh usaha Azzam Maraja Dalle dengan metode *Cost plus pricing*, yaitu metode penentuan harga berdasarkan biaya produksi ditambah dengan margin keuntungan yang diinginkan. Dengan tetap mempertimbangkan selera konsumen, demand dan suplai, jumlah pesaing yang memasuki pasar, harga jual produk pesaing.

Biaya total

Total permintaan produk	=	biaya per unit
Rp. 7.560.500,00		
789 unit	=	Rp. 9.582,00
Harga jual	=	laba x biaya per unit
	=	55 % x Rp. 9.582,00
	=	0,55 x Rp. 9.582,00
	=	Rp. 14.852,00
	=	Rp. 15.000,00

Jadi dari hasil perhitungan diatas dapat diperoleh harga produk per unit adalah sebesar Rp. 15.000,00 dengan keuntungan 55% dari total biaya/unit. Penetapan harga ini disesuaikan dengan beberapa faktor yakni selera konsumen, demand dan suplai, jumlah pesaing yang memasuki pasar, harga jual produk pesaing.

Table 1.2 Daftar Harga Jual Tiap Produk Azzam Maraja Dalle Kendari

NO	PRODUK	HARGA
1.	Keripik pisang	Rp.15.000,00/110gr Rp. 40.000,00/500gr
2.	Kue sugu krispi	Rp. 15.000,00/85gr
3.	Stik ubi jalar	Rp. 15.000,00/110gr
4.	Kacang mete	Rp. 55.000,00/250gr
5.	Kacang telur	Rp. 15.000,00/110gr

Sumber : data primer wawancara (12 Maret 2024)



Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dikatakan bahwa harga yang ditawarkan oleh usaha Azzam Maraja Dalle sangat bersahabat yaitu Rp. 15.000,00 untuk setiap produk selain kacang mete. Karena harganya murah dan kualitasnya bagus yang membuat produk Azzam Maraja Dalle banyak diminati.

Saluran distribusi (*placement*) yang digunakan (grosir, distributor, pengecer) agar produk tersebut tersedia bagi para pelanggan:

Distribusi (*Place*) merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan agar produk dapat diperoleh dengan mudah tersedia bagi konsumen sasaran sebagian besar produsen menggunakan prantara pemasaran untuk memasarkan produk. Untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Mengenai saluran distribusi, berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Azzam Maraja Dalle mengungkapkan:

“saluran distribusi kami belum pada tahap agen kami hanya bekerja sama dengan toko oleh-oleh di kota kendari sehingga produk kami bisa sampai ditangan konsumen dan produk kami juga bisa langsung sampai melalui tangan konsumen melalui tahapan pemesanan terlebih dahulu”. (wawancara 12 maret 2024).

Promosi (*promotion*):

Promosi penjualan merupakan proses memberikan informasi, memberi pengaruh, dan mengingatkan target pasar akan jasa atau produk agar bisa diterima dan dibeli oleh pasar. Promosi yang dilakukan oleh Azzam Maraja Dalle Kendari, melalui media social yakni whatsapp, instagram, dan facebook. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Azzam Maraja Dalle (12 maret 2024)

“jadi memang kalau untuk promosi itu sangat penting untuk meningkatkan pemesanan produk, walaupun memang sudah ada wadah distribusi tapi saya rasa promosi untuk langsung ke tangan pelanggan cukup penting juga agar bisa memberi informasi tentang produk-produk yang kami hasilkan, dan memang kamo kalau untuk pembelian langsung oleh pelanggan itu biasa mereka memesan terlebih dahulu biasa melalui whatsapp, instagram, facebook dan melakukan kerja sama bersama beberapa toko yang ada di Kota Kendari. Kemudian juga pada beberapa kesempatan saya selalu ikut berpartisipasi dalam mengenalkan dan menjualkan produk saya seperti di pameran, festival kuliner, expo dan lain sebagainya.” (wawancara 12 maret 2024).

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha Azzam Maraja Dalle bahwa promosi sangat penting dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk, membantu mempercepat pemasaran yang akan berdampak pada peningkatan pendapatan usaha. Beberapa promosi yang sudah dilakukan adalah membuat video-video tentang produk kemudian di posting whatsapp, instagram, facebook dan melakukan kerja sama bersama beberapa toko yang ada di Kota Kendari, selain itu promosi yang dilakukan pemilik usaha Azzam Maraja Dalle dengan mengikuti pameran, festival kuliner, expo dan terbukti bahwa usaha Azzam Maraja Dalle banyak melakukan promosi dalam pemasaran produknya memberi banyak peluang memperoleh pendapatan yang lebih banyak.

Pendapatan

Pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima atau diperoleh pemilik usaha dari setiap penjualan produk yang dihasilkan. Pendapatan disini dapat dilihat dari besarnya pendapatan kotor tiap penjualan yang dikurangi dengan biaya produksi. Pendapatan pemilik usaha Azzam Maraja Dalle dapat diuraikan berdasarkan indikator menurut Suratijah (2015) yang mengukur pendapatan melalui rumus :

$$Y = TR - TC$$

Keterangan: Y = Income

TR = Total Revenue (pendapatan kotor total/omzet penjualan)

TC = Total Cost (biaya yang dikeluarkan total)

Total cost merupakan keseluruhan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan. Biaya ini didapatkan dengan menjumlahkan biaya tetap total dengan biaya variabel total yang rumusnya dapat dituliskan sebagai berikut:

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan: TFC = Total Fixed Cost (total biaya tetap)

TVC= Total Variabel Cost (total biaya variabel)

Untuk memperoleh nilai pendapatan maka perlu dilakukan beberapa analisis yaitu analisis biaya produksi, analisis penerimaan dan analisis pendapatan.

(1) Analisis Biaya Produksi

Menurut Mulyadi dalam buku “Akuntansi Manajemen” (2001) mengatakan bahwa analisis biaya produksi adalah suatu kegiatan yang menguraikan semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi yaitu semua biaya dalam rangka pengolahan bahan baku menjadi produk selesai yang siap untuk dijual. Analisis biaya yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah uraian biaya yang dikeluarkan oleh usaha rumahan Azzam Maraja Dalle dalam proses produksi berdasarkan jenis produknya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

(2) Analisis Jumlah permintaan yang diperoleh Azzam Maraja Dalle

Analisis jumlah permintaan adalah uraian kuantitas barang yang diminta oleh konsumen, dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Permintaan seseorang atau masyarakat terhadap suatu produk dipengaruhi oleh banyak faktor seperti : harga, kualitas, gaya hidup, selera dan lain sebagainya. Analisis jumlah permintaan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah mengenai jumlah permintaan tiap produk yang dihasilkan dan dipesarkan oleh usaha Azzam Maraja Dalle, berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha Azzam Maraja Dalle mengungkapkan:

“jumlah permintaan yang kami terima itu tidak menentu apalagi bulan-bulan tertentu seperti bulan ramadhan, itu permintaan sangat padat dari awal Ramadan sampai tiga hari menjelang Idul Fitri itu permintaan terus ada, untuk permintaan rata-rata tiap bulan biasanya paling tinggi itu di toko oleh-oleh Atifa, karna satu kali orderan 100 bungkus itu kira-kira 12kg dalam satu kali order untuk produk keripik pisang, sedangkan untuk toko lain rata-rata 30-50 bungkus. Kemudian untuk kue sagu krispi toko oleh-oleh yang paling banyak jumlahnya permintaannya adalah toko Mubarak sebanyak 50 bungkus dan yang paling sedikit adalah Bravo sebanyak 30 bungkus. Stik ubi jalar permintaan rata-rata 20 bungkus setiap toko. Kacang mete permintaan konsumen masih cukup kecil dan masih terbilang musiman, hanya pada momen tertentu seperti

lebaran dan biasanya 4 bungkus atau 1kg. Kacang telur jumlah permintaan rata-rata 20 bungkus”. (wawancara 12 maret 2024).

Dari hasil wawancara tersebut maka dapat dikatakan bahwa jumlah permintaan terbesar ada pada produk keripik pisang kemudian kue sagu krispi, stik ubi jalar, kacang telur dan terakhir kacang mete. Dimana untuk produk keripik pisang itu merupakan produk *best seller* dari semua produk yang dihasilkan dan dipesarkan oleh usaha Azzam Maraja Dalle. Toko yang paling banyak jumlah orderan di usaha Azzam Maraja Dalle adalah Toko Atifa sebanyak 100 pcs untuk produk keripik pisang, kemudian toko kue ASIA BARU juga salah satu toko yang banyak jumlah orderannya yaitu 50 pcs untuk setiap cabangnya, dan ASIA BARU di Kendari sudah ada 6 cabang. Untuk produk lain seperti kue sagu krispi jumlah orderan terbanyak ada pada toko mubarak sebanyak 50 pcs.

(3) Analisis pendapatan

Secara teoritis menurut Suratiyah (2015) pendekatan terhadap analisis pendapatan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = TR - TC$$

Keterangan: Y = Income

TR = Total Revenue (pendapatan kotor total/omzet penjualan)

TC = Total Cost (biaya yang dikeluarkan total)

Total cost merupakan keseluruhan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan. Biaya ini didapatkan dengan menjumlahkan biaya tetap total dengan biaya variabel total yang rumusnya dapat dituliskan sebagai berikut:

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan: TFC = Total Fixed Cost

TVC = Total Variabel Cost

Berdasarkan hasil wawancara bersama pemilik usaha Azzam Maraja Dalle perminggunya :

“Jadi memang kami itu memproduksi paling banyak di keripik pisangnya biasa kami itu produksi sampe 7 tandan pisang dalam satu kali produksi bisa mencapai 40kg dan memang kami itu memproduksi tidak setiap hari hanya 2-3 kali dalam seminggu produk sagu krispi 2x sebulan begitu juga produk lain”. Jadi kalau bicara pendapatan kami bisa memperoleh pendapatan bersih sebesar Rp.17.000.000,00 bahkan lebih setiap bulannya, apalagi pada Ramadan, lebaran, hari besar lainnya seperti imlek dan lain-lain itu permintaan cukup banyak”. (wawancara 12 maret 2024)

Berdasarkan hasil wawancara ini proses produksi hanya dilakukan 2 sampai 3 dalam seminggu untuk keripik pisang sedangkan untuk produk lain seperti kue sagu krispi hanya 2x dalam sebulan sehingga untuk mengetahui jumlah pendapatan perbulan yang diperoleh usaha rumahan Azzam Maraja Dalle dapat diketahui setelah melakukan perhitungan untuk jumlah pendapatan tiap minggu.

Hasil wawancara tersebut menggambarkan bahwa dalam perkembangannya usaha Azzam Maraja Dalle dipengaruhi oleh dua faktor utama tersebut. Adapun hasil analisis data penelitian terhadap dua faktor yang mempengaruhi pendapatan yang dimaksud dapat



dideskripsikan berikut ini, faktor modal berpengaruh terhadap pendapatan usaha Azzam Maraja Dalle, sehingga semakin besar modal yang dikeluarkan maka akan semakin besar pula pendapatan yang diperoleh. Begitu pula sebaliknya jika modal yang dikeluarkan kecil maka produk yang dihasilkan akan sedikit sehingga mempengaruhi pendapatan yang di peroleh. Disamping modal yang sangat berpengaruh terhadap pendapatan faktor pemasaran juga sangat berpengaruh dimana semakin luas jangkauan pemasaran suatu produk maka akan semakin tinggi jumlah permintaan dan akan berdampak pada pendapatan. Faktor pemasaran ini berpengaruh terhadap pendapatan usaha Azzam Maraja Dalle, yang mana jangkauan pemasaran yang dicapai untuk memasarkan produknya sudah terbilang luas maka akan semakin besar pula pendapatan yang diperoleh. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan teori Kasmir 2011, yang mengatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang berpengaruh pada pendapatan usaha rumahan yaitu: modal dan pemasaran. Yang kemudian dikuatkan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nabila Rizky Putri 2022 yang menunjukkan bahwa faktor modal, faktor pemasaran dan faktor jenis tanaman secara bersama - sama berpengaruh terhadap pendapatan Home Industry Hidroponik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan pada usaha Azzam Maraja Dalle di Kelurahan Wua –Wua Kota Kendari dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu: faktor modal, dan pemasaran. Kedua faktor tersebut memiliki pengaruh langsung terhadap pendapatan usaha. faktor modal berpengaruh terhadap pendapatan usaha Azzam Maraja Dalle, hal ini dapat dilihat saat modal yang dikeluarkan pemilik usaha Azzam Maraja Dalle sebesar Rp. 200.000,00 dan pemasaran yang hanya dititipkan di warung sekitar komplek pendapatan yang diterima hanya sekitar Rp. 350.000,00. Setelah melakukan penambahan modal sebesar Rp. 10.000.000,00 dan melakukan pemasaran yang lebih luas, bekerja sama dengan beberapa toko oleh-oleh di kota kendari dan aktif dalam melakukan promosi pendapatan yang diperoleh ikut meningkat sebesar Rp. 17.455.000,00 per bulan. sehingga semakin besar modal yang dikeluarkan maka akan semakin besar pula pendapatan yang diperoleh. Begitu pula sebaliknya jika modal yang dikeluarkan kecil maka produk yang dihasilkan akan sedikit sehingga mempengaruhi pendapatan yang di peroleh. Disamping modal yang sangat berpengaruh terhadap pendapatan faktor pemasaran juga sangat berpengaruh dimana hal ini dapat dilihat dari pendapatan yang diperoleh pemilik usaha Azzam Maraja Dalle saat produknya dipasarkan hanya disekitar komplek penghasilan yang diterima sebesar Rp.350.000,00 jauh berbeda dengan pada saat pemilik usaha Azzam Maraja Dalle melakukan pemasaran yang lebih luas dengan bekerja sama dengan beberapa toko oleh-oleh di Kota Kendari dengan pendapatan yang diperoleh sebesar Rp. 17.455.000,00 per bulan. Sehingga dapat dikatakan semakin luas jangkauan pemasaran suatu produk maka akan semakin tinggi jumlah permintaan dan akan berdampak pada pendapatan. Faktor pemasaran ini berpengaruh terhadap pendapatan usaha Azzam Maraja Dalle, yang mana jangkauan pemasaran yang dicapai untuk memasarkan produknya sudah terbilang luas maka akan semakin besar pula pendapatan yang diperoleh.



DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, E, Agustina. T.E, And Arita. S, 2019. Leachate Treatment of TPA Talang Gulo, Jambi City by Fenton Method and Adsorption. *Indonesiam Journal Of Fundamental And Applied Chemistry* Vol 4 No.1, 2019
- Akbar, Ridho, 2022, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Kecamatan Singkep Selatan, Kabupaten Lingga. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Skripsi
- Alatas, H., Tambunan, T. 2011. Buku Ajar Nefrologi Anak. Edisi 2. Jakarta: Balai Penerbit FK UI.
- Aldri, Ilham 2020, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengrajin Papan Bunga Di Kota Pekanbaru. Fakultas Ekonomi, Skripsi
- Aliyah, Rezkiah, dkk, 2015, Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Abon Ikan (Studi Kasus Rumah Abon di Kota Bandung), *Jurnal Perikanan Kelautan*, Vol. VI, No.2
- Ambar Teguh Sulistiyani. 2011. *Memahami Good Governace: Dalam Perspektif Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Ani Purwati, 2020, *Metode Penelitian Hukum Teori dan Praktek*, CV. Jakad Media Publishing : Surabaya.
- Anoraga, Pandji. 2011. “Pengantar Bisnis Pengelola Dalam Era Globalisasi”, Jakarta: Rineka Cipta
- Anwar, Syaiful, dan Ambarsari, Rahayu, 2017, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Kota Tarakan, *Jurnal Ekonomika Volume VIII Nomor 2*.
- Artaman, Dewa Made, dkk. 2015. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Gianyar. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Artini, Ni Rai., 2019, tentang Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Umkm Di Kabupaten Tabanan. *Jurnal Unmas Mataram*. Vol. 13, No. 1,
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Auliah, Nurul, 2022, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pelaku Usaha Sektor Informal Kabupaten Sinjai, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Skripsi.
- Budi Wiyono, Arif, dkk, 2023, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Segar Paal 2 Di Manado, *Jurnal Berkala Ilmiah Volume 23 No. 6*.
- Burhanuddin, dkk, 2023, Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan pada Home Industry “Bakpia Latansa” di Kelurahan Sambinae Kota Bima, *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP) Vol. 7 No. 1*.
- Boediono, 2002. *Pengantar Ekonomi*, Jakarta: Erlangga
- BPS, SE2016-Lanjutan
- Danendra, P. I. P., & Sudirman, I. W. (2015). Pengaruh Modal Dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Dengan Lama Usaha Sebagai Variabel Moderating Pada Usaha Sektor Informal Di Desa Abiansemal Kabupaten Bandung. *E-Jurnal EP Unud*, 4(9), 1110–1139.
- David, Fred R. 2009. *Strategic Management: Concepts and Cases*, Twelfth Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- , 2010, “Strategic Management: Concepts and Cases ”, Twelfth Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey,
- Dinas Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota Kendari
- Djaslim, Saladin. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*.



- Edisi Ketiga. Bandung : CV. Linda Karya
- Edwin, Basmar, dkk, 2021, ekonomi bisnis Indonesia, Yayasan Kita Menulis
- Firmansyah, M. Anang. 2018. Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2011. Analisis Kritis atas laporan Keuangan. Edisi Pertama Cetakan ke sepuluh. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Hasan zulfikar, 2020. Distribution Of Zakat Funds To Achieve Sdgs Through Poverty Alleviation In Baznas Republic Of Indonesia, azka internasional journal of Zakat & social finance Vol 1 No 1 2020, Universiti Malaysia.
- <https://mediaindonesia.com/nusantara/547777/jumlah-pelaku-umkm-di-kota-kendari-naik-signifikan>
- Kasmir , 2011. Manajemen Perbankan. Jakarta: Rajawali Pers
- . 2015. Analisis Laporan Keuangan. Edisi Satu. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Khadijah, K., & Amelia, N. (2020). Asesmen Perkembangan Kognitif Anak Usia 5- 6 Tahun. Al-Athfaal: Jurnal Ilmiah Pendidikan Anak Usia Dini, 3(1), 69-82. <https://doi.org/10.24042/ajipaud.v3i1.6508>
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran (edisi kedua belas jilid 2)*. Jakarta: Erlangga
- , 2016. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga.
- Kusmayadi, & Endar Sugiarto. 2000, Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisata .Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Limakrisna, N. dan Purba, T.P, (2017). Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia, jilid 2, Mitra Wacana Media. Bogor
- Maryunus Jomi, Sugeng Widodo, Ermatry Hariani, 2020. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Reok Kabupaten Manggarai Nusa Tenggara Timur Tahun 2020, Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Vol. 02, No. 1
- Mastuti, D. (2014). Kesiapan Taman Kanak-Kanak Dalam Penyelenggaraan Kelas Inklusi Dilihat Program Kegiatan Pembelajaran. BELIA: Early Childhood Education Papers, 3(1). <https://doi.org/10.15294/BELIA.V3I1.3274>
- Maupa , Haris. “Factor-Faktor Yang Menentukan Pertumbuhan Usaha Kecil Di Sulawesi Selatan” Disertasi Program Pascasarjana UNHAS, 2014.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Moleong, Lexy J. 2005. metodologi penelitian kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- , 2010. Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nabila, Rizki Putri 2022, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pada Usaha Home Industry Hidroponik Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Home Industry Hidroponik Kelurahan Sukabumi), Skripsi. Lampung.
- Narimawati, Umi. 2008. Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi. Bandung: Agung Media.
- Nur‘aini, Fajar. 2016. Teknik analisis SWOT : Pedoman Menyusun Strategi Yang Efektif & Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman. In Teknik Analisis SWOT (Cetakan 1). Quadrant. Yogyakarta.



- Nurani, Mutiara. 2019, Analisis Faktor-Faktor Penghambat Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Sentra Umkm Keripik Pisang Jalan Za. Pagar Alam Kota Bandar Lampung), : Ekonomi Syari'ah, Skripsi.
- Paul A. Samuelson dan William D. Nordhaus, 2003, Ilmu Mikro ekonomi, Media Global Edukasi, Mataram.
- Pearce, John A. dan Richard B. Robinson. 2011. Strategic Management Formulation, Implementation, and Control, Twelfth Edition, McGrawHill, New York.
- Pratama Rahardja dan mandala Manurung. (2001). "Teori Ekonomi Makro", Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI
- Purba, B., Rahmadana, M. F., Basmar, E., Dkk (2021). *Ekonomi Pembangunan*. Yayasan Kita Menulis. ISBN:978-623-6840-76-4
- Purnama, S. G. dan Subrata, M. (2019) "Hubungan Higiene, Fasilitas dan Sanitasi Lingkungan Dengan Kualitas Mikrobiologi Serta Identifikasi Eschericia Coli O157 : H7 Pada Sate Languan," Jurnal Kesehatan Lingkungan Indonesia, 18(2), hal. 104–112. Tersedia pada: https://www.researchgate.net/publication/336260287_Hubungan_Higiene_Fasilitas_dan_Sanitasi_Lingkungan_dengan_Kualitas_Mikrobiologi_Serta_Identifikasi_Eschericia_Coli_O157_H7_Pada_Sate_Languan (Diakses: 24 Desember 2020).
- Rahmatia, R., Madris, M., & Nurbayani, S. U. (2019). Pengaruh Modal Usaha, Tenaga Kerja dan Lama Usaha Terhadap Laba Usaha Mikro di Kota Palopo Provinsi Sulawesi Selatan. Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo, 4(2), 43–47. <https://doi.org/10.35906/jm001.v4i2.281>
- Rosyid, Moh. Zaiful, dkk. 2019. Prestasi Belajar. Jawa Timur : Literasi Nusantara.
- Sadono, Sukirno. 2006. Ekonomi Pembangunan: Proses, Masalah, dan Dasar Kebijakan. Jakarta: Prenada Media Group.
- , 2011. Makro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga. Rajawali Pers, Jakarta
- Saragih, Sarlide, dkk, 2021, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Industri Rumah Tangga Usaha Jahit Di Kota Pematangsiantar, : Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol. 3 No. 2
- Sawir, Agnes. 2001. Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Sugiyono. 2011. Statistika untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Suci Oktami, Renny , dan Widodo, Sugeng, 2020, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pengusaha di Sentra Industri Alas Kaki Wedoro Waru Kabupaten Sidoarjo, Jurnal Economie, Vol. 01, No. 2,
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Cetakan Ke-23. ALFABETA, CV. Bandung
- , 2012. "Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D." Bandung: Alfabeta.
- Suharto, Dkk., 2022. Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan. Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah, 9(1), 73-84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9iNo.1.307>
- Sukirno. 2008. Pengaruh Konsumsi, Investasi, Tabungan, Pengeluaran Pemerintah, Tenaga Kerja dan Pasar Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kota Padang. Sumatera Barat. Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI.
- Sutrisno. 2007. Manajemen Keuangan: Teori. Konsep dan Aplikasi. Yogyakarta: Ekonisia.