

Analisis Dampak Penggunaan Aplikasi Sibakul Jogja Terhadap pendapatan Umkm Setelah Pandemi Covid-19

^{1*}Nurul Fitriatunisa

Email : ^{1*}nurul1900010057@webmail.uad.ac.id, Universitas Ahmad Dahlan ; 1900010057

Abstrak

Tujuan penelitian mengetahui pengaruh modal terhadap pendapatan pada UMKM pengguna aplikasi Si Bakul Jogja Propinsi D.I.Yogyakarta setelah pandemic covid-19. Mengetahui pengaruh lama usaha terhadap pendapatan pada UMKM pengguna aplikasi Si Bakul Jogja Propinsi D.I.Yogyakarta setelah pandemic covid-19. Mengetahui pengaruh jenis usaha terhadap pendapatan pada UMKM pengguna aplikasi Si Bakul Jogja Propinsi D.I.Yogyakarta setelah pandemic covid-19. Mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi Si Bakul Jogja terhadap pendapatan pada UMKM pengguna aplikasi Si Bakul Jogja Propinsi D.I.Yogyakarta setelah pandemic covid-19. Metodologi Penelitian merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini merupakan jenis penelitian survei, Metode Pengumpulan Data menggunakan Kuesioner dan Penelitian Lapangan. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 308.778 UMKM yang terdaftar di Aplikasi Si Bakul Jogja. Sampel sebanyak 100 responden. Alat Analisis menggunakan Analisis Deskriptif, Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Uji Beda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh positif signifikan antara modal usaha terhadap Pendapatan UMKM D.I. Yogyakarta. Tidak terdapat pengaruh antara lama usaha terhadap Pendapatan UMKM D.I. Yogyakarta. Tidak terdapat pengaruh antara jenis usaha terhadap Pendapatan UMKM D.I. Yogyakarta. Terdapat pengaruh penggunaan aplikasi terhadap Pendapatan UMKM D.I. Yogyakarta.

Abstract

The aim of the research is to determine the effect of capital on income among MSMEs using the Si Bakul Jogja application, D.I. Yogyakarta Province after the Covid-19 pandemic. To find out the effect of length of business on income for MSMEs using the Si Bakul Jogja application, D.I. Yogyakarta Province after the Covid-19 pandemic. To find out the influence of business type on income of MSME users of the Si Bakul Jogja application, D.I. Yogyakarta Province after the Covid-19 pandemic. To find out the effect of using the Si Bakul Jogja application on the income of MSMEs using the Si Bakul Jogja application, D.I. Yogyakarta Province after the Covid-19 pandemic. Research Methodology is quantitative research. This research is a type of survey research, data collection methods using questionnaires and field research. The population in this study was 308,778 MSMEs registered on the Si Bakul Jogja Application. The sample was 100 respondents. Analysis tools use Descriptive Analysis, Multiple Linear Regression Analysis, Difference Test Analysis. The research results show that there is a significant positive influence between business capital on the income of D.I. MSMEs. Yogyakarta. There is no influence between length of business on D.I. MSME Income. Yogyakarta. There is no influence between types of business on D.I. MSME Income. Yogyakarta. There is an influence of application use on D.I. MSME Income. Yogyakarta.

Kata Kunci

*Dampak
Apilasi
sibakul,penda
patan Umkm*

Latar Belakang

Sejak Februari 2020, wabah Covid-19 telah menyebar di Indonesia. Berbagai perubahan telah terjadi dalam kehidupan masyarakat di berbagai bidang sejak Indonesia dilanda virus corona. Ekonomi merupakan salah satu bidang yang paling terdampak dari epidemi ini. Semua negara di dunia sebenarnya terpaksa meninggalkan rencana strategis yang telah disusun sebelumnya untuk memerangi pandemi COVID-19 dengan memobilisasi semua sumber daya dan menggantinya dengan strategi darurat karena evolusi bencana kesehatan yang berdampak pada ekonomi global. Pandemi (19), menurut Muhyiddin (2020). Menjaga jarak fisik, atau menjaga jarak aman antar manusia dan menghindari kerumunan, adalah salah satu taktik yang dibuat untuk menghentikan penyebaran wabah Covid-19. (Nabilah, 2020).

Sebagian besar negara di seluruh dunia telah mengalami penurunan kinerja ekonomi dan gangguan pada tatanan sosial sebagai akibat dari pandemi Covid-19. Dampak yang signifikan juga dirasakan oleh perekonomian Indonesia. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang mengalami hambatan komersial menjadi salah satu perusahaan yang merasakan dampaknya (Asri C. P., 2021). Banyak UMKM di industri jasa dan produksi saat ini menghadapi sejumlah kesulitan sebagai akibat dari epidemi ini, termasuk penurunan omset yang tajam, kurangnya klien, kesulitan menemukan bahan baku, dan masalah dengan promosi produk. Berkurangnya transaksi jual beli merupakan faktor utama penurunan omzet yang cukup besar. Karena tidak ada pergerakan masyarakat di daerah metropolitan, tidak ada penjualan produk UMKM (Venesia, 2022).

Pembatasan yang diberlakukan menghambat akses masyarakat terhadap kebutuhan dasar. Inovasi dalam "meracik" taktik untuk menyelamatkan banyak nyawa dengan tetap memberlakukan pembatasan sosial yang ketat, sementara juga harus menyelamatkan perekonomian dari bencana akibat pandemi, sangat dibutuhkan. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM, ada sekitar 37.000 UMKM yang terdampak oleh pandemi ini. Dari jumlah tersebut, 56% melaporkan penurunan penjualan, 22% mengalami masalah pembiayaan, 15% mengalami masalah distribusi, dan 4% mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku (Pakpahan, 2020).

Pemerintah harus beradaptasi dengan era tatanan baru, yang sering dikenal sebagai era New Normal, setelah PSBB berakhir. Melanjutkan aktivitas sehari-hari dengan tetap melakukan tindakan pencegahan terhadap penyebaran Covid-19 menjadi ciri khas New Normal. Istilah "New Normal" merujuk pada rutinitas, kebiasaan, dan perilaku baru yang mengedepankan hidup bersih dan sehat. Bagi para pelaku UMKM, era New Normal menawarkan peluang dan tantangan untuk membangun kembali usaha mereka yang sempat melambat akibat PSBB selama beberapa bulan sebelumnya. Untuk memanfaatkan potensi dan mengatasi hambatan yang dihadirkan oleh era New Normal saat ini, perusahaan UMKM

harus mengidentifikasi pendekatan pemasaran terbaik. Telah ditetapkan bahwa UMKM masih diizinkan untuk beroperasi selama PSBB diberlakukan (Venesia, 2022).

Sektor UMKM perlahan-lahan berupaya untuk pulih selama masa New Normal ini dan mulai secara aktif mengeksplorasi metode-metode baru dalam upaya bertahan atau mengatasi kesulitan. Mayoritas UMKM mulai menggunakan teknologi digital. Sebenarnya, Indonesia saat ini sudah menggunakan sistem digital yang sudah ada sejak lama. Namun, para pelaku usaha baru mulai memahami hal ini setelah pandemi Covid-19. Pada kenyataannya, mereka seperti tersadar dari tidur panjangnya. Mereka baru saja menyadari bahwa memiliki akses ke sistem digital adalah sebuah keharusan. Dalam setiap bisnis, sistem digital adalah kebutuhan yang sangat penting. Solusi utama untuk masalah yang muncul dalam bisnis adalah teknologi digital, big data, dan internet (Venesia, 2022).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Provinsi D.I. Yogyakarta juga terkena dampak dari epidemi Covid-19. Penurunan pendapatan UMKM paling berdampak pada UMKM. Pendapatan UMKM DIY mengalami penurunan hingga 80%. Pendapatan UMKM turun hingga 80% antara pertengahan Maret dan Juni 2020, dari Rp19,3 miliar menjadi Rp3 miliar (Evani, 2020). Usaha kecil dan menengah (UKM) terkena dampak signifikan dari COVID-19, terutama dalam hal penurunan penjualan dan koperasi, yang mengakibatkan guncangan ekonomi akibat pandemi. Langkah-langkah lockdown segera menghentikan aktivitas ekonomi, menurunkan permintaan, dan merusak sistem pasokan global (Hamanay, 2021).

Menurut data Bapenas, Provinsi Yogyakarta merupakan provinsi dengan jumlah UMKM terdampak tertinggi ketiga. Sebanyak 2.535 responden UMKM berpartisipasi dalam survei yang dilakukan pada Agustus-September 2020. Data dari responden survei dampak COVID-19 yang dilakukan oleh ABDSI pada awal pandemi digunakan untuk membuat kerangka sampel.

Tabel 1.1. UMKM di Seluruh Indonesia yang terdampak pandemic covid-19

Propinsi	Mikro	Kecil	Menengah	Total
Aceh	62	55	6	123
Sumatera Utara	129	25	3	157
Sumatera Barat	94	34	11	139
Jawa Barat	191	111	22	324
DI Yogyakarta	184	123	11	318
Jawa Timur	223	149	26	398
Bali	42	21	10	73
NTT	215	30	6	251
Kalimantan Barat	207	40	15	262
Kalimantan Tengah	46	15	0	61
Kalimantan Utara	0	2	0	2
Sulawesi Tengah	57	30	2	89
Sulawesi Selatan	57	41	9	107
Sulawesi Tenggara	9	7	0	16
Maluku	112	37	1	150
Papua Barat	11	1	0	12
Papua	24	18	11	53
Total	1.663	739	133	2.535
	65,60%	29,20%	5,20%	100,00%

Sumber: (Bapenas, 2020)

Data tersebut menunjukkan bahwa UMKM di Propinsi mengalami dampak yang cukup besar karena menempati peringkat ke 3 terbanyak yang mengalami dampak pandemic covid-19. Dalam mengatasi pandemic Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Pemerintah Propinsi D.I. Yogyakarta tidak tinggal diam dan tetap berupaya memberikan pelayanan publik diberbagai bidang dengan semaksimal mungkin walaupun ditengah pembatasan tatap muka (Nabilah, 2020). [Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Daerah Istimewa Yogyakarta](#) atau disingkat DISKOP UKM DIY merupakan lembaga yang bertugas melaksanakan urusan Pemerintah Daerah di bidang Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta atau disingkat DIY. Dinas Koperasi dan UKM DIY dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 1 Tahun 2018 tanggal 30 Juli 2018 tentang Kelembagaan Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pemerintah D.I. Yogyakarta membuat aplikasi guna mengatasi permasalahan penurunan pendapatan UMKM akibat dampak pandemic yaitu aplikasi Si Bakul. Si Bakul Jogja, merupakan akronim dari [Sistem Informasi Pembinaan Koperasi dan UKM DIY](#). Si Bakul Jogja diluncurkan pada tahun 2019. Si Bakul Jogja adalah Sistem Informasi Pembinaan Koperasi dan Pelaku Usaha di DIY yang merupakan salah satu program terpadu dari Pemda DIY melalui Dinas Koperasi dan UKM (KUKM) DIY. Si Bakul Jogja yang baru menapaki usia dua tahun masuk dalam finalis Program Inovasi dari Kementerian Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (KemenPANRB) RI pada 2021 (Danar, 2021). SiBakul MarketHUB adalah layanan yang ditujukan oleh UMKM, UKM yang sudah menjadi mitra SiBakul dan berniat untuk mendapatkan dukungan terkait pemasaran dengan fasilitas bebas ongkos kirim. Pada layanan ini juga disediakan pembinaan UKM dalam melayani konsumen (SiBakulJogja, 2022). Saat ini yang sudah menjadi mitra Si Bakul Jogja sejumlah 308.778 mitra. Total pengguna Aplikasi Si Bakul Jogja sebanyak 3.389 pengguna (Dinas UMKM Jogja, 2022).

Tabel 1.2. Jumlah UMKM yang tergabung menjadi mitra Si Bakul Jogja

Kabupaten	Jumlah
Kabupaten Bantul	90.896
Kabupaten Gunung Kidul	57.606
Kabupaten Kulon Progo	37.104
Kabupaten Sleman	83.789
Kota Yogyakarta	39.383
Total	308.778

Sumber: (sibakuljogja, 2022)

SiBakul Jogja merupakan bentuk digitalisasi model Pembinaan Sirkular DISKOP UKM DIY bagi pelaku Koperasi dan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Transformasi Digital meliputi kegiatan Pendataan dan Klustering, Penumbuhan Koperasi dan UKM, Pelatihan, Pembinaan, Fasilitasi, Konsultasi dan Pendampingan (Sibakuljogja.com). Era digital telah membuat manusia memasuki gaya hidup baru. Produk-produk baru bermunculan, toko-toko online, media berita, foto digital, musik, dan jasa-jasa lainnya yang harapannya semakin canggih teknologi masa kini dapat membuat perubahan besar bagi dunia (Kasali, 2013).

Penelitian yang dilakukan oleh eric (2022) menjelaskan bahwa kemampuan TI dengan kehadiran langsung dari Transformasi Digital memiliki pengaruh terhadap Kinerja UMKM. Sehubungan dengan kinerja UMKM, digitalisasi secara efektif dapat menyebarkan sumber daya berbasis TI bersama-sama dengan sumber daya UMKM, pengetahuan, keterampilan dan kemampuan, diperlukan untuk mendorong ke arah yang lebih besar. Teknologi yang dapat menjadi kompetensi inti dan sumber pencapaian kinerja UMKM yang unggul yang relevan di dalam atau di luar situasi saat ini.

Melihat besarnya kontribusi UMKM Propinsi D.I.Yogyakarta pada perekonomian di D.I.Yogyakarta, maka untuk dapat memulihkan ekonomi D.I.Yogyakarta dengan melalui pemulihan UMKM. Hal ini tentunya tak lepas dari peran berbagai pihak baik dari pemerintah dan tentunya UMKM itu sendiri. Strategi pendapatan diperlukan guna mengatasi permasalahan UMKM. Penelitian ini akan meneliti tentang Analisis Dampak Aplikasi Si Bakul Jogja Terhadap Pendapatan Umkm Di Era New Normal.

Tinjauan Pustaka

1. Teori Pendapatan

Menurut Rahardja (2010), pendapatan adalah total penerimaan seseorang atau rumah tangga dalam bentuk tunai dan non-tunai selama periode waktu tertentu. Jika seseorang menerima sesuatu selain uang, seperti komoditas, tunjangan beras, atau semacamnya. Penjualan barang dan jasa yang dihasilkan dari kegiatan usaha akan menghasilkan pendapatan. Menurut Case (2007), pendapatan seseorang pada dasarnya berasal dari tiga jenis sumber yang berbeda: (1) pendapatan atau gaji yang diterima sebagai kompensasi atas kerja; (2) hak atas properti, seperti modal, tanah, dan sebagainya; dan (3) pemerintah. Pendapatan dibagi menjadi dua kategori, yaitu pendapatan bersih dan pendapatan kotor, menurut Ramlan (2006:41). Laba bersih adalah laba yang telah dikurangi dengan biaya-biaya produksi. Pendapatan adalah pertumbuhan aktiva yang mengakibatkan kenaikan ekuitas pemilik; bukan karena pemilik menyumbangkan lebih banyak uang, dan juga bukan karena kenaikan kewajiban (Munandar, 2005). Kemampuan perusahaan untuk membiayai semua biaya dan aktivitasnya sangat tergantung pada kemampuannya untuk menghasilkan pendapatan. Semakin tinggi pendapatan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar peluangnya untuk bertahan hidup (Iskandar, 2017).

2. Pengertian Dampak

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengaruh adalah segala sesuatu yang dapat menimbulkan efek positif maupun negatif. Pengaruh adalah daya yang timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang. Ketika sesuatu berdampak pada sesuatu yang lain, ada hubungan sebab-akibat di antara keduanya. Hal ini dikenal sebagai pengaruh. (Retnoningsih, 2015)

3. Jenis Umkm

Kegiatan bisnis dapat dibagi menjadi dua kategori, menurut Wibowo (2005):

- 1) Bisnis yang bergerak di bidang perdagangan atau distribusi. Bisnis semacam ini berfokus pada kegiatan pengangkutan barang dari produsen atau dari lokasi yang memiliki persediaan berlebih ke lokasi yang membutuhkan. Perusahaan semacam ini melakukan bisnis di toko, warung, restoran, agen, distributor, perdagangan, perantara, dan sebagainya.
- 2) Sifat bisnis industri atau produksi. Proses mengubah barang atau barang lain yang berbeda bentuk atau sifatnya dan memiliki nilai tambah merupakan kegiatan utama dari usaha industri atau produksi. Kegiatan ini dapat berupa

pembuatan atau pembuatan makanan, pakaian, barang-barang rumah tangga, kerajinan, dll.

4. Aplikasi Sibakul

Aplikasi Si Bakul dikembangkan oleh pemerintah D.I. Yogyakarta untuk mengatasi masalah penurunan pendapatan UMKM akibat dampak pandemi. Sistem Informasi Pengembangan Koperasi dan UMKM DIY dikenal dengan nama Si Bakul Jogja. Pada tahun 2019, Si Bakul Jogja mulai diperkenalkan. Salah satu proyek terintegrasi dari Dinas Koperasi dan UKM Pemda DIY adalah Si Bakul Jogja, sebuah sistem informasi pengembangan koperasi dan pelaku usaha di DIY. Salah satu kontestan Program Inovasi dari Kementerian Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (KemenPANRB) tahun 2021 ini adalah Si Bakul Jogja yang baru saja menginjak usia dua tahun (Danar, 2021). Sebuah program yang disebut SiBakul MarketHUB dirancang untuk UMKM dan UKM yang telah bergabung dengan SiBakul sebagai mitra dan ingin mendapatkan bantuan dalam hal pemasaran dan opsi pengiriman gratis. Selain itu, layanan ini juga menawarkan saran kepada UKM tentang cara terbaik untuk melayani pelanggan (SiBakulJogja, 2022). Saat ini ada 308.778 mitra di Si Bakul Jogja. Secara keseluruhan, ada 3.389 orang yang menggunakan aplikasi Si Bakul Jogja. (Dinas UMKM Jogja, 2022).

5. Media Digital

Ekonomi digital pertama kali dikenalkan oleh Tapscott (Tapscott,1997). Menurutnya, ekonomi digital adalah fenomena sosial yang mempengaruhi sistem ekonomi, dimana fenomena tersebut mempunyai karakteristik sebagai sebuah ruang intelijen, yang terdiri dari informasi, berbagai akses terhadap instrument informasi, kapasitas informasi dan pemrosesan informasi. Komponen ekonomi digital yang berhasil

diidentifikasi pertama kalinya yaitu industri TIK, aktivitas *e-commerce*, distribusi digital barang dan jasa

Media dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti yaitu proses, cara pembuatan memakai sesuatu, ataupun pemakaian (KBBI, 2002). Penggunaan adalah kegiatan dalam menggunakan atau memakai sesuatu seperti sarana atau barang. Dalam penelitian ini yaitu merupakan penggunaan media digital, dalam hal ini yaitu media sosial. Penggunaan media bisa dilihat dari jenis media, frekuensi penggunaan, maupun durasi (Ardianto et al., 2010). Penggunaan jenis media yaitu meliputi media audio, audio visual, media cetak, dan juga media lainnya. Dalam frekuensi penggunaan media yaitu mengumpulkan data tentang berapa kali sehari seseorang menggunakan media dalam satu hari, satu minggu atau satu bulan. Sementara untuk durasi penggunaan media dapat dilihat dari beberapa lama seseorang mengikuti suatu program, berapa lama seorang bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari), atau berapa lama (menit) waktu yang dihabiskan seseorang untuk membaca dan bergabung dalam sebuah media.

a. Media Online

Media digital merupakan media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang telah disimpan dalam format digital serta disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel optic broadband, satelit dan system gelombang mikro (Flew, 2008).

b. Media Sosial

Menurut Dzulhidayat, (2022) media sosial adalah paradigma media baru dalam konteks industri pemasaran, lebih lanjut menurut Dzulhidayat, (2022) media sosial merupakan platform yang mampu membantu dan memfasilitasi berbagai kegiatan seperti menginterpretasikan situs web, interaksi sosial, dan pembuatan konten berbasis komunitas. Kehadiran media sosial menandakan pergeseran arah dalam penggunaan media komunikasi yang sekarang

serba berbasis internet dan bisa memfasilitasi saluran akses beragam bidang (Dzulhidayat, 2022).

Media Sosial yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1) Instagram

Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang dapat diunduh bagi semua pengguna telepon seluler yang berbasis smartphone. Media sosial ini memiliki beberapa fitur dan tampilan yang memiliki keunggulan yang menarik bagi UMKM Pengrajin Batik dalam berbagi foto dan video kepada pengikutnya. Foto dan video juga dapat ditambahkan dengan deskripsi produk UMKM Pengrajin Batik menarik dan diminati serta menampilkan hastag yaitu sebagai penanda kategori sebuah foto ataupun video sehingga dapat mudah di cari.

2) Facebook

Facebook merupakan salah satu post modern dalam kehidupan sehari-hari yang dapat dilihat. Ketika semakin banyak orang yang menggunakan facebook maka semakin Facebook dapat digunakan di semua kalangan dan latar belakang memiliki social media. Facebook menjadi sarana komunikasi yang dipercaya, dimana kita tidak perlu mengirim surat dan menunggu balasan untuk mengetahui kabar saudara yang tinggal jauh diluar kota.

Media Digital ini juga mencakup market place, dengan adanya pemasaran *e-commerce* melalui *market place* dalam jual beli secara online untuk mempermudah penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi secara online, maka konsumen tidak harus keluar rumah untuk bertransaksi atau membeli produk, cukup bertransaksi secara online. Market place yang digunakan yaitu Shoppe, Tokopedia sehingga dapat mempermudah UMKM pengrajin batik untuk menjual produknya.

Berikut market place yang digunakan oleh UMKM pengrajin Batik yaitu:

1) Shoppee

Shopee dapat diakses dengan ponsel dan sangat berorientasi sosial yang memiliki keuntungan bagi pengguna akunnya. Penjual peduli dengan reputasi toko mereka dan mengumpulkan pelanggan sehingga pembeli memiliki pengalaman belanja yang lebih baik. Dengan menggunakan Shopee tidak ada biaya komisi, tidak ada biaya pendaftaran, tetapi penjual dapat membeli iklan berbayar dengan kecepatan mereka sendiri.

2) Tokopedia

Tokopedia digunakan untuk mulai berjualan secara online yang mendorong pemerataan ekonomi digital dengan memotivasi masyarakat Indonesia. Dengan adanya Tokopedia diharapkan dapat membangun platform yang dapat memungkinkan setiap orang menemukan apapun, dimanapun.

6. Jam Kerja

Jam kerja dalam Kamus Bahasa Indonesia adalah waktu yang dijadwalkan untuk perangkat pegawai dan sebagainya untuk bekerja. Waktu kerja dalam UU No. 25 Tahun 1997 tentang ketenagakerjaan yaitu waktu untuk melakukan pekerjaan, dapat dilaksanakan pada siang hari, atau malam hari, pada siang hari yaitu antara jam 06.00 sampai dengan pukul 18.00 dan malam hari yaitu antara pukul 18.00 sampai pukul 06.00, seminggu yaitu selama 7 hari (pasal 1 ayat 22). Dalam UU No. 25 Tahun 1997 waktu kerja siang hari 7 jam, 6 hari kerja dalam seminggu (pasal 100 (2) poin a.1), atau 8 jam/hari, dengan 5 hari jam kerja/minggu (pasal 100 (2) poin a.2), sedangkan untuk jam kerja malam 6 jam/hari dengan hari kerja (pasal 100 poin b.1) atau 7 jam/hari untuk 5 hari kerja (pasal 100 (2) poin b.2).

Dalam penelitian (Priyandka, 2012) mengatakan bahwa jam kerja berdampak positif dan signifikan pada pendapatan kaki lima di Kota Semarang. Suatu usaha bisa berjalan dengan lancar dan berkembang membutuhkan pengelolaan waktu yang baik yaitu dengan melalui pengaturan jam kerja (Firdaus, 2012). (Sasmitha & Ayuningsasi, 2017) berpendapat bahwa jam kerja yaitu salah satu faktor yang berpengaruh

terhadap pendapatan dalam perekonomian rumah tangga. Menurut Javar dalam Asmie (2008) berpendapat bahwa jam kerja merupakan dari banyaknya waktu kerja dalam sehari.

Semakin lama jam kerja, maka akan semakin banyak juga pendapatan yang dihasilkan dan semakin meningkat serta kebutuhan juga dapat terpenuhi. Oleh karena itu jika semakin lama jam kerja maka akan semakin besar pula kesempatan untuk memperoleh pendapatan yang tinggi. Dalam hal ini berarti jam kerja berpengaruh terhadap pendapatan.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini merupakan jenis penelitian survei, yaitu dengan cara mengumpulkan data dan informasi untuk memperoleh fakta-fakta dan keterangan mengenai konsumen dalam keputusan pembelian dari responden menggunakan kuisioner. Menurut (Sugiyono, 2022), penelitian survey atau lengkapnya *self-administered survey* adalah pengumpulan data yang menggunakan instrument kuisioner untuk mendapatkan tanggapan dari responden. Penelitian ini digolongkan ke dalam penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat yaitu hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), (Sugiyono, 2022). Intervensi penelitian minimal dan lingkungan alami (non-buatan). Unit analisisnya adalah UMKM D.I. Yogyakarta. Kerangka waktu yang digunakan adalah Mei-Juni 2023. Setting penelitian ini adalah non-artificial setting, yaitu penelitian yang dilakukan di lingkungan yang masih asli. Lingkungan non-konstruksi dianggap sebagai studi kasus tanpa desain, karena terjadi di lingkungan yang murni atau alami. Unit analisis yang menjadi fokus utama penelitian ini adalah UMKM D.I. Yogyakarta

Definisi Operasional

Variabel	Definisin Operasional	Data	Pengukuran
pendapatan	Hasil yang diperoleh selama menjalankan usaha	Kuesioner	Rasio
modal	Modal awal usaha	Kuesioner	Rasio
Jenis Usaha	Jenis usaha UMKM	Kuesioner	Nominal
Lama Usaha	Lama berjalanya usaha UMKM	Kuesioner	Rasio
Penggunaan Aplikasi Si Bakul Jogja	Penggunaan Aplikasi Si Bakul Jogja	Kuesioner	Nominal

A. Alat Analisis

1. Analisis Deskriptif

Dalam statistik deskriptif, rata-rata (mean), standar deviasi, varians, nilai maksimum dan minimum digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi data. Statistik deskriptif digunakan untuk mengkarakterisasi data untuk menghasilkan informasi yang lebih mudah dipahami dan dimengerti (Ghozali, 2016)

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap Variabel Y.

Persamaan uji regresi linier berganda:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Pendapatan UMKM

X1 = Modal

X2 = Jenis Usaha

X3 = Lama Usaha

α = Konstanta

b1, b2, b3.. = Koefisien regresi

e = Standar error

3. Analisis Uji Beda

Untuk mengukur hipotesis ke empat yaitu pengaruh penggunaan aplikasi terhadap pendapatan. Peneliti menggunakan analisis perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah menggunakan aplikasi. Analisis Data menggunakan analisis uji beda yaitu uji t paired sampel. Apabila data berdistribusi normal digunakan uji t (paired sample t-test). Apabila data tidak berdistribusi normal digunakan uji Wilcoxon signed rank test (uji non parametrik).

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji F (Uji Simultan)

Menguji tingkat signifikansi semua variabel X apakah mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel Y (Ghozali, 2016). Kriterianya H0 diterima apabila probabilitas value $> \alpha$ (0,05). H1 diterima jika nilai probabilitas value $< \alpha$ (0,05).

b. Uji t (Uji Parsial)

Menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel X secara parsial terhadap variabel Y (Ghozali, 2016). Kriteriaanya H0 diterima apabila probabilitas value $> \alpha$ (0,05). H1 diterima jika nilai probabilitas value $< \alpha$ (0,05).

c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Sejauh mana variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh model terutama diukur dengan koefisien determinasi (R^2). Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol hingga satu (0 R^2 1). Nilai R^2 yang rendah mengindikasikan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Ketika variabel independen mendekati satu, perubahan variabel dependen hampir seluruhnya dijelaskan oleh variabel independen (Sugiyono, 2022).

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji dan memperlihatkan bahwa data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2016). Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Suatu data dikatakan mempunyai distribusi normal jika mempunyai Asymptotic significance $> 0,05$ dan jika nilai Asymptotic significance $< 0,05$, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal (Umar, 2014).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Nilai korelasi tersebut dapat dilihat dari *collinearity statistics*, apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) memperlihatkan hasil yang lebih besar dari 10 dan nilai *tolerance* tidak boleh lebih kecil dari 0,1 maka menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, sedangkan apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 maka gejala multikolinearitas tidak ada (Gozali, 2016).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan varian residual yang tidak konstan dalam regresi jadi akurasi hasil prediksi bisa jadi bias. Pendapat dari Ghozali (2016) uji heteroskedastisitas tujuannya menguji apakah pada model regresi mengalami ketidaksamaan *variance* dari residual satu observasi ke observasi lainnya. Heteroskedastisitas menunjukkan nilai korelasi antara nilai yang diperkirakan terhadap *Studentized Delete Residual* nilai tersebut. Cara melakukan prediksi ada tidaknya heteroskedastisitas dalam sebuah model bisa diketahui dari pola gambar Scatterplot model. Analisis dalam gambar Scatterplot yang menyampaikan model regresi linier berganda tidak

ada heteroskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu homoskedastisitas atau tidak terdapat heteroskedastisitas.

Hasil dan Pembahasan

Besarnya hubungan antara variabel independen modal perusahaan (X1), lama usaha (X2), dan jenis usaha (X3) dengan variabel dependen pendapatan (Y) ditentukan dengan menggunakan analisis regresi ini.

Mencari bentuk hubungan antara variabel independen dan dependen dilakukan dengan menggunakan persamaan regresi. Sebuah model regresi, yang ditunjukkan pada Tabel 4.10, dibuat dengan menggunakan SPSS.

Tabel 4. 1. Persamaan Regresi

Model	B	Beta	t	Sig.
(Constant)	280805.891		1.098	0.275
modal_X1	0.034	0.299	2.643	0.010
lama_usaha_X2	-13400.109	-0.035	-0.305	0.761
jenis_usaha_X3	65128.441	0.073	0.728	0.468
F				3.011
Sig F				0.034
R				0.293
R ²				0.086
Adjusted R ²				0.057

Persamaan yang dapat ditunjukkan dari hasil analisis regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 280805.891 + 0,299 X_1 + (-0,035) X_2 + 0,073 X_3 + e$$

Dari persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 280805.891 dapat diartikan apabila variabel modal, lama usaha dan jenis usaha dianggap nol, maka pendapatan sebesar 280805.891.
2. Nilai koefisien beta pada modal (X1) sebesar 0,299 dengan arah koefisien positif. Artinya peningkatan satu satuan pada variabel modal usaha akan menaikkan pendapatan sebesar 0,299 satuan, sebaliknya penurunan satu satuan pada variabel modal usaha akan menurunkan pendapatan sebesar 0,299 satuan
3. Nilai koefisien beta pada lama usaha (X2) sebesar -0,035 dengan arah negatif. Artinya, peningkatan satu satuan pada variabel lama usaha akan menurunkan pendapatan sebesar -0,035 satuan, sebaliknya penurunan satu satuan pada variabel lama usaha akan menaikkan pendapatan sebesar -0,035 satuan
4. Nilai koefisien beta pada jenis usaha (X3) sebesar 0,073 dengan arah positif. Artinya, peningkatan satu satuan pada variabel jenis usaha akan menaikkan pendapatan sebesar

0,073 satuan, sebaliknya penurunan satu satuan pada variabel jenis usaha akan menurunkan pendapatan sebesar 0,073 satuan.

Pembahasan

1. Pengaruh Modal Usaha terhadap Pendapatan

Berdasarkan hasil pengujian terhadap hipotesis ini, uji-t menunjukkan bahwa variabel modal usaha (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap Pendapatan UMKM D.I. Yogyakarta (Y). Hal ini ditunjukkan t test antara X_1 (modal usaha) dengan Y (pendapatan) menunjukkan t hitung = 2,643. Nilai sig. t ($0,010$) < $\alpha = 0.05$ maka pengaruh X_1 (modal usaha) terhadap pendapatan adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa modal usaha mempengaruhi pendapatan secara signifikan atau dengan meningkatkan modal usaha maka pendapatan akan mengalami peningkatan secara nyata.

Hasil penelitian ini sejalan dengan konsep yang menyatakan bahwa modal kerja merupakan faktor yang penting dalam kegiatan usaha, sebab modal kerja disini merupakan urat nadi bagi kelangsungan suatu usaha. Semakin besar modal kerja maka semakin luas kesempatan untuk memperoleh pendapatan lebih besar (Husaini, 2017).

Dengan modal usaha yang cukup, UMKM memiliki kemampuan untuk meningkatkan sarana dan prasarana perusahaan dalam rangka menunjang keberlangsungan usaha. Sarana dan prasarana ini seperti peralatan produksi yang lebih canggih, tempat yang lebih luas, perangkat yang mendukung pemasaran dan penjualan, SDM yang lebih terampil dan sebagainya. Hasil penelitian mendukung penelitian sebelumnya oleh Utari dan Dewi (2014), Atun (2016), Hasanah (2020) yang menyatakan bahwa semakin besar modal yang di konsumsi maka semakin besar pendapatan yang diterima oleh UMKM.

2. Pengaruh Lama Usaha terhadap Pendapatan

Berdasarkan hasil pengujian terhadap hipotesis ini, uji-t menunjukkan bahwa variabel lama usaha (X_2) tidak berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM D.I. Yogyakarta (Y). Hal ini ditunjukkan t test antara X_2 (lama usaha) dengan Y (pendapatan) menunjukkan t hitung = -0,305. Nilai sig. t ($0,761$) > $\alpha = 0.05$ maka pengaruh X_2 (lama usaha) terhadap pendapatan adalah tidak signifikan. Hal ini berarti H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa lama usaha tidak berpengaruh terhadap pendapatan.

Lama usaha tidak berpengaruh karena walaupun pedagang yang baru berdagang belum mempunyai pengalaman banyak tetapi mereka sudah mempunyai pengetahuan tentang hal-hal dalam berdagang yang diperoleh dari meniru dan mengamati lingkungan sekitar. Selain itu pedagang yang baru berdagang lebih cenderung

menerima perubahan sehingga mampu bertahan dan bersaing dengan pedagang lain (Husaini, 2017).

Sejalan dengan Ella (2022) bahwa variabel lama usaha tidak berpengaruh terhadap pendapatan dengan nilai signifikansi. Haryani (2021) juga menyatakan bahwa lama usaha tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.

3. Pengaruh Jenis Usaha terhadap Pendapatan

Berdasarkan hasil pengujian terhadap hipotesis ini, uji-t menunjukkan bahwa variabel jenis usaha (X_3) tidak berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM D.I. Yogyakarta (Y). Hal ini ditunjukkan t test antara X_3 (jenis usaha) dengan Y (pendapatan) menunjukkan t hitung = 0.728. Nilai sig. t (0,468) > $\alpha = 0.05$ maka pengaruh X_3 (jenis usaha) terhadap pendapatan adalah tidak signifikan. Hal ini berarti H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa jenis usaha tidak berpengaruh terhadap pendapatan.

Hal ini jenis usaha yang dijual oleh pedagang tidak mempengaruhi pendapatan yang diperoleh UMKM. UMKM DIY mempunyai variasi jenis usaha seperti kuliner, pakaian dan fashion, kerajinan, bibit tanaman dan peralatan, berbagai jenis usaha tersebut tidak mempengaruhi pendapatan usaha pedagang.

Sejalan dengan Luhri (2021), Halako (2019) dan Haryani (2021) bahwa tidak ada pengaruh terhadap pendapatan wirausaha berdasarkan variasi jenis usaha pedagangan.

4. Pengaruh Penggunaan Aplikasi terhadap Pendapatan

Berdasarkan hasil pengujian terhadap hipotesis ini, menunjukkan bahwa variabel penggunaan aplikasi (X_4) berpengaruh positif signifikan terhadap Pendapatan UMKM D.I. Yogyakarta (Y). Hal ini ditunjukkan dengan uji Wilcoxon dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, artinya ada perbedaan antara pendapatan sebelum dan sesudah UMKM menggunakan Aplikasi Si Bakul. Atau terdapat pengaruh penggunaan aplikasi Si Bakul terhadap pendapatan UMKM.

Sejalan dengan penelitian Nur (2022) bahwa penggunaan aplikasi berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Penggunaan aplikasi si Bakul Jogja pada pendapatan UMKM di Yogyakarta mengalami peningkatan.

-
1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa variabel modal usaha dengan hasil penelitian mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan, sehingga dapat disarankan agar UMKM D.I. Yogyakarta lebih meningkatkan pendapatan dengan dukungan modal yang lebih besar agar dapat memperluas usaha UMKM.
 2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa variabel penggunaan aplikasi Si Bakul mempunyai pengaruh terhadap pendapatan, sehingga dapat disarankan agar UMKM D.I. Yogyakarta dalam menggunakan aplikasi Si Bakul bermanfaat dapat mengembangkan usaha UMKM, maka UMKM memanfaatkan fasilitas yang diberikan dinas dengan lebih sering mempromosikan aplikasi Si Bakul.
 3. Saran untuk penelitian selanjutnya, peneliti dapat menambahkan variabel lain di luar variabel yang telah diteliti, guna meningkatkan pendapatan UMKM, seperti kualitas produk.

Daftar Pustaka

- Ahmad, K. a. (2021). PENGARUH PENERAPAN TEKNOLOGI INFORMASI PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KOTA SURAKARTA. *Sebatik Vol. 25 No. 1*.
- Angeline. (2022). Pengembangan Umkm Digital Sebagai Upaya Ketahanan Bisnis Pasca Pandemi Covid-19. *Serina Untar*.
- anggraeni, C. D. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Melalui Inovasi Produk. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*.
- Anna, Y. (2016). Dampak Pengembangan UMKM Dalam Peningkatan Pertumbuhan Ekonomi dan Upaya Mengurangi Angka Pengangguran Di Kota Pontianak. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjung pura*.
- Asri, C. P. (2021, agustus 8). Strategi Bisnis Pelaku UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Universitas Widya Mataram*. Yogyakarta: <http://new.widyamataram.ac.id/content/news/strategi-bisnis-pelaku-umkm-di-tengah-pandemi-covid-19#.Y0YWg3ZBzrc>.
- Asri, R. M. (2017). Analisis Dampak Lingkungan Untuk Pembangunan Perumahan Di Kawasan Bandung Utara Berbasis Model Sistem Dinamis. *Jurnal Permukiman Vol. 6 No. 3*.
- Bapenas. (2020). Kajian Kebijakan Penanggulangan Dampak COVID-19 terhadap UMKM Survei Kebutuhan Pemulihan Usaha Bagi UMKM Indonesia. Kementrian PPN Indonesia.
- Bustomi, M. Y. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Aplikasi Digital Terhadap Pemberdayaan UMKM di Kabupaten Kutai Timur. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen vol 5 no 1*.
- Case, K. E. (2007). Prinsipprinsip Ekonomi. Jakarta: Erlangga.

- Danar. (2021, Juli 7). Si Bakul Jogja Diproyeksikan Jadi Sistem Terpadu Pengembangan UMKM. *KR Jogja di* <https://www.krjogja.com/ekonomi/read/261296/si-bakul-jogja-diproyeksikan-jadi-sistem-terpadu-pengembangan-umkm>.
- Efriyanto. (2022). Analisis Dampak Pinjaman Peer To Peer Lending (Fintech) terhadap Perkembangan Bisnis UMKM di DKI Jakarta. *SEMINAR NASIONAL INOVASI VOKASI vol 1 no 1*.
- Fatmawati. (2014). Analisis yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang kaki Lima di Pasar Raya Padang. *Jurnal Ekonomi. Vol. 1. No.1*.
- Febriantoro, M. T. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Manajemen Dewantara vol 1 no 2*.
- Hamid, R. S. (2022). Analisis Dampak Aktivitas Pemasaran Media Sosial terhadap kepercayaan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 5 No 2, Juni 2022*.
- Hanny, R. (2020). ANALISIS PENGGUNAAN E-COMMERCE TERHADAP PENINGKATANPENDAPATAN UMKM KULINER KECAMATAN SAWANGAN - DEPOK. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan vol 7 no 1*.
- Hasan, H. A. (2020). DAMPAK TEKNOLOGI DALAM TRANSAKSI BISNIS UMKM. *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer Vol 11 no 2*.
- Hasri, B. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan Dan Pengangguran Daerah Di Kabupaten Ngaw. *Jurnal Magister Pendidikan Ekonomi Program PASCASARJANA UNS*.
- Ihsan, M. (2020). Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Makassar. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Study (JE3S)*.
- Infithor, M. F. (2019). Analisis Adaptasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Malang. *Jurnal Universitas Brawijaya*.
- Iskandar. (2017). Pengaruh Pendapatan Terhadap Pola Pengeluaran Rumah Tangga Miskin. *JURNAL SAMUDRA EKONOMIKA, VOL. 1, NO. 2 OKTOBER 2017*.
- Kasali, R. (2013). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kusniadi, C. P. (2020). Pengaruh Digital Marketing Di Era Pandemi Terhadap Pengembangan Umkm Di Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Pembangunan Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat*.
- Liliwari, A. (2011). *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Lismula, R. J. (2022). Analisis Pengaruh E-Commerce terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Journal of Finance and Business Digital (JFBD) vol 1 no 2*.
- Lubis, T. a. (2016). Pemanfaatan Teknologi Informasi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Jambi. *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah Vol. 3 No. 3*.
- Muhyiddin. (2020). Covid-19, New Normal, dan Perencanaan Pembangunan di Indonesia. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning, IV no 2*.
- Mulgan, G. (2009). *The Art Of Public Strategy: Mobilizing Power and Knowledge For The Common Good*. Inggris: Oxford University Press.
- Munandar. (2005). *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Andi.

-
- Nabilah, R. (2020). Analisis Jangkauan Pelayanan Sleman Mart Di Kabupaten Sleman. *Jurnal Geografi Vol.9 No. 2 2020*.
- Nitisusastro, M. (2015). Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil. Bandung: CV. Alfabeta.
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. . *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional, 0(0), 59–64*.
- Rahardja, P. M. (2010). Teori Ekonomi Mikro. Jakarta: Lembaga Universitas Indonesia.
- Rangkuti, F. (2015). Analisis SWOT. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Retnoningsih, S. d. (2015). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Semarang: Widya Karya.
- Samuelson, P. A. (2007). Ilmu Makroekonomi. Jakarta: PT Media Global Komunikasi.
- Setyosari, P. (2013). Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Siahaan, M. P. (2016). Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Pers.
- SiBakulJogja. (2022, Juli 19). Profil si Bakul Jogja. <https://sibakuljogja.jogjaprov.go.id/blog/blog/2022/07/19/profil-sibakul-jogja/>.
- sibakuljogja. (2022). Tabulasi data UKM. <https://sibakuljogja.jogjaprov.go.id/ladaku/>.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suyadi. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAM Vol 29 no 1*.
- Venesia. (2022). Strategi Pemulihan Bisnis UMKM Masa Adaptasi Pemulihan Baru. *Universitas Tanjungpura*.
- Wrihatnolo. (2007). Manajemen Pemberdayaan. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama .
- Yuzaria, D. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGGUNAAN E- COMMERCE BAGI USAHA MIKROKECIL MENENGAH PENGOLAHAN HASIL PETERNAKAN DI KOTA PAYAKUMBUH. *Prosiding Seminar Teknologi dan Agribisnis Peternakan IX*.
- Ardi Nugroho, Listyawan. (2011). Pengaruh Modal Usaha. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bambang Riyanto, (1997), Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan, Edisi 4. BPFE, Yogyakarta.
- Moenir A.S, (2008). Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Jakarta: Buni Aksara
- Polandos, Prisilia Monika (2019). ANALISIS PENGARUH MODAL, LAMA USAHA, DAN JUMLAH TENAGA KERJA TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KECAMATAN LANGOWAN TIMUR Prisilia Monika. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 19 No. 04 Tahun 2019*
- Sigih Wibowo (2005). Petunjuk Mandiri Usaha Kecil. Jakarta:Swadaya.
- Ismail Solihin, (2006). Pengantar Bisnis, Pengenalan Praktis dan Studi Kasus. Jakarta: Kencana.

