

---

## Pengaruh Penerapan Produk, Harga dan Promosi Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Bazar Pamedan

Afriyadi<sup>1</sup>, Gusman<sup>2</sup>, Arianto Saputra Daeli<sup>3</sup>, Hendi Gunawan<sup>4</sup>, Irfan Nafis Rianto<sup>5</sup>, Jeksen<sup>6</sup>, Michael Fernando<sup>7</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Kota Tanjungpinang, Kepulauan Riau, Indonesia, 29122

E-mail: [gusmanstietpi2005@gmail.com](mailto:gusmanstietpi2005@gmail.com)

---

### Article History:

Received: 09 Juni 2024

Revised: 20 Juni 2024

Accepted: 22 Juni 2024

**Keywords:** Produk, Harga,, Promosi, Pendapatan, UMKM

**Abstract:** Besar pengaruh produk, harga dan promosi terhadap pendapatan merupakan tujuan peneliti dalam melakukan penelitian ini. Objek dari penelitian ini adalah pelaku UMKM yang berada kawasan lapangan Pamedan Tanjungpinang. Penelitian ini merupakan jenis penelitian campuran. Sample dalam penelitian ini yaitu 30 pengusaha UMKM. Simple random sampling merupakan teknik sampling yang digunakan peneliti. Data primer dan sekunder digunakan dalam penelitian ini, selain itu penelitian dilakukan dengan menerapkan metode skala likert pada kuesioner terbuka, wawancara dan observasi. Metode analisis regresi berganda merupakan analisis yang peneliti gunakan dalam penelitian ini. SPSS V23 merupakan alat yang digunakan peneliti untuk mengolah data yang didapatkan. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa Adjusted R-Square sebesar 0.514 yang dimana berarti sebesar 51,4% variabel pendapatan dipengaruhi oleh variabel produk, harga dan promosi. Sedangkan faktor lain diluar pembahasan dalam penelitian memengaruhi pendapatan sebesar 48,6%. Pembuktian melalui Uji F bahwa produk, harga dan promosi secara simultan signifikan memengaruhi pendapatan. Dalam Uji t memperlihatkan bahwa variabel produk, harga dan promosi berpengaruh positif terhadap pendapatan.

---

## PENDAHULUAN

Sektor penting dalam perekonomian Indonesia yaitu UMKM khususnya di Tanjungpinang, dikarenakan UMKM dapat menciptakan lapangan kerja menumbuhkan pendapatan masyarakat atau ekonomi lokal. Bahkan kontribusi UMKM terhadap PDB sebesar 61,07% dan menyerap 104,7 juta tenaga kerja pada tahun 2023. Kasus covid-19 pada tahun 2020 pemerintah menerapkan protokol kesehatan menjadikan pendapatan di kota tanjungpinang menurun secara drastis. Pemberlakuan pembatasan dalam karantina menjadikan media penyebaran informasi yang memberikan kepanikan terhadap UMKM. Berbagai Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) harus ditutup untuk mendukung pengurangan pandemi, namun hal ini berdampak pada aktivitas ekonomi secara langsung. Berbagai depresi, kecemasan, dan stres yang timbul bagi pembeli

mampu berdampak pada pendapatan usaha yang dijalankan oleh UMKM, bahkan seorang pengusaha UMKM pada masa silam itu banyak memilih untuk menutupi usahanya agar tidak terjangkit covid-19. Meskipun begitu masih ada beberapa UMKM mencoba untuk menjalankan usahanya, namun hasilnya tetap nihil. Pendapatannya yang dihasilkan menurun secara drastis sejak kehadiran pandemi covid-19 yang terjadi pada tahun 2020.

Kehadirannya pandemi covid-19 pada gambaran yang ada ekonomi menjadi tidak stabil dan menjadikan kegiatan pemulihan UMKM sangat penting. Namun, masih dikategorikan sedikit yang mengetahui terkait rintangan tersebut dan solusi strategi bisnis UMKM dalam merespon pandemi covid-19. Pemulihan pendapatan kota tanjungpinang akibat covid-19 tahun silam wilayah kota tanjungpinang masih memilih meningkat pendapatan melalui usaha UMKM. Hal ini berbagai pengangguran memilih untuk melakukan usaha UMKM meskipun daya saing UMKM juga tinggi. UMKM menjadi alternatif bagi setiap orang, dikarenakan berbagai fasilitas telah disediakan untuk menjalan usaha UMKM, kemampuan ataupun berinvestasi dalam UMKM masih membutuhkan waktu jangka panjang, keterlibatan berbagai bidang UMKM dijalankan harus mampu menutupi modal usahanya dengan cara menghasilkan pendapatan setiap harinya.

Menumbuhkan ekonomi, sebagai keseimbangan perekonomian, membuka peluang kerja setelah covid-19 merupakan peran aktif dari pertumbuhan UMKM. Pertumbuhan sektor UMKM sering memberikan suatu keberhasilan dalam pembangunan perekonomian negara Indonesia. UMKM di Tanjungpinang terbilang beragam, mulai dari sektor kuliner, fesyen, kerajinan tangan, hingga jasa. Keberadaan mereka menjadi roda penggerak ekonomi lokal dan sumber penghidupan bagi banyak masyarakat. Kota Tanjungpinang juga merupakan kota dengan persaingan UMKM yang cukup ketat terhadap berbagai produk kuliner yang dijalankan. (Tanjungpinang, 2022)

Namun, di tengah peran pentingnya, banyak UMKM masih dihadapkan pada berbagai tantangan, salah satunya adalah meningkatkan pendapatan. Salah satu skema yang bisa dilakukan UMKM untuk menumbuhkan pendapatan dengan penerapan teknik *product, price, and startegy promotion* yang tepat. Produk yang sesuai dengan keperluan dan minat pasar, harga yang kompetitif, dan promosi yang efektif merupakan kunci utama dalam menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan.

## **LANDASAN TEORI**

Ranti dan M. Amirudin menerbitkan jurnal dengan judul “*The Influence of price and Promotion on Sales Volume of BumDes Shelter House Business in Sungai Rebo Village*” dengan menggunakan metode quantitative, pengumpulan data dengan cara study atau membaca, dan menggunakan teknik analisis using Multiple Linear Regression. (Apriyanti, 2022)

Pratiwi pernah menerbitkan jurnal yang berjudul “Pengaruh Pinjaman Modal, Lokasi Usaha, dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro” dengan menggunakan metode kuantitatif dengan cara kuesioner data tersebut dikumpulkan. Menggunakan teknik analisis regresi berganda sehingga hasil dari jurnal tersebut menyatakan bahwa pinjaman modal, lokasi usaha, dan lama usaha mempunyai hubungan positif terhadap pendapatan usaha mikro. (Pratiwi, 2020)

Hidayat menerbitkan karya ilmiahnya yang berjudul “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembeli” dengan 4 variabel X terhadap 1 Variabel Y. Metode penelitian yang beliau pergunakan adalah Kuantitatif, Kuesioner menjadi pegangan beliau untuk mengumpulkan data dan menggunakan teknik analisis regresi berganda. Dalam jurnal yang telah di terbitkan oleh beliau menyatakan hasil dari penelitiannya “Terdapat pengaruh positif terhadap produk, harga, promosi, dan lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan

pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang”. (Hidayat, 2020)

Treyssi, Bode dan Raymond mempublisk jurnalnya yang diteliti berjudul “Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Freshmart Superstore Bahu Manado di Masa Pandemi Covid-19” dengan menggunakan metode kuantitatif, kuesioner yang disebar luasnya melalui media online menjadi cara peneliti mengumpulkan data, melalui analisis regresi linear berganda memberikan hasil yang disampaikan dalam jurnalnya “Kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian”. (Jacobus, 2022)

Faber, Apriatni dan Andi mempublisk jurnal yang diteliti berjudul “Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Yaris Pada PT. Nasmoco Gombel Semarang”. Kuantitatif yang diterapkan serta kuesioner, wawancara, dokumentasi yang menjadi teknik pengumpulan data dan penggunaan teknik analisis regresi linear berganda mendapatkan hasil dari yang diteliti dalam jurnal penelitian adalah “Produk, Harga, dan Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian”. (Perwira, 2023)

Jurnal yang di teliti oleh Intan Suti dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Esia”. Dengan metode kualitatif dan judgement sampling yang diterapkan untuk kuesioner dan wawancara menjadikan sebagai bukti data-data yang dikumpulkan, analisis regresi linear berganda mendapatkan hasil yang diteliti dalam jurnalnya “Kualitas produk, harga, dan Promosi Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian”. (Suti, 2020)

Seorang Siti Sakinah melakukan penelitiannya terkait “Pengaruh Produk, Harga, Tempat, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”. dengan penggunaan metode Kualitatif Purpose Accidental Sampling. Siti Sakinah sendiri memilih melakukan pengumpulan data dengan cara Kuesioner sehingga dalam jurnalnya sendiri memperoleh hasil dari penelitian yang tertulis “Produk dan tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan sedangkan harga dan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan”. (Sakinah, 2019)

## METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan suatu metode penelitian yaitu metode riset kombinasi mixed methode research dalam penelitian ini, yaitu penelitian yang didasari pada gabungan antara metode penelitian yang telah ada sebelumnya yaitu metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Sehingga menggabungkan atau melibatkan 2 pendekatan penelitian tersebut secara bersama yang dimana membuat penelitian ini mempunyai kekuatan yang lebih besar daripada pendekatan tersendiri. Menurut Suniyoto (2013: 26), kuantitatif adalah suatu analisis yang menggunakan perhitungan angka-angka yang didasarkan dengan rumus-rumus statistik untuk menganalisis data yang diperoleh, kemudian dijelaskan hasil analisis kualitatif untuk mendukung hasil statistik kuantitatif.

Pengumpulan data menggunakan teknik Kuesioner, Wawancara dan Observasi yang ditujukan untuk responden yang dibutuhkan dalam penelitian. Skala likert digunakan dalam penelitian ini yang dimana berupa pengukuran terhadap persepsi, pendapat dan lainnya berdasarkan indikator yang peneliti berikan. Penelitian berlokasi di lapangan Pamedan yang beralamat di Jalan Basuki Rahmat, Tj. Ayun Sakti, Kota Tanjungpinang, Kepulauan Riau yang memerlukan waktu dari proses persiapan hingga proses penulisan laporan, dari tanggal 24 Maret 2024 sampai 19 Jun 2024. Populasi penelitian adalah para UMKM di lapangan Pamedan saat bazar 1445 H dengan teknik simple random sampling. (Puspitasari, 2018)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Karakteristik Responden

Data yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 30 responden, dengan pengelompokan data yang terdiri dari jenis kelamin, umur, jenis pekerjaan, lama usaha berjalan, pendidikan terakhir, jenis usaha, usaha dagang, cara melakukan promosi dan kisaran omset per hari. Penelitian ini sebanyak 60% atau 18 responden berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 30% atau 12 responden berjenis kelamin perempuan. Umur responden dalam penelitian ini terdiri atas 36,67% atau 11 responden berumur 18-30 tahun, 33,33% atau 10 responden berumur 31-40 tahun, 13,33% atau 4 responden berumur 41-50 tahun dan 16,67% atau 1 responden berumur >50 tahun.

Jenis pekerjaan dalam penelitian ini sebesar 66,67% atau 20 responden sebagai wirausaha dan 33,33% atau 10 responden sebagai karyawan. Lama usaha dalam penelitian ini sebesar 20% atau 6 responden <1 tahun usaha, 20% atau 6 responden 1-2 tahun usaha, 20% atau 6 responden 2-5 tahun usaha, 13,33% atau 4 responden 5-10 tahun usaha dan 26,67% atau 8 responden >10 tahun usaha. Pendidikan terakhir responden dalam penelitian ini sebesar 16,67% atau 5 responden tidak sekolah, 26,67% atau 8 responden tamatan SD/Sederajat, 46,67% atau 14 responden tamatan SMA/Sederajat dan 10% atau 3 responden tamatan S1.

Jenis usaha dalam penelitian ini sebanyak 30 responden/100% berjenis usaha dagang yang dimana sebesar 83,33% atau 25 responden dagang makanan dan 16,67% atau 5 responden dagang barang. Cara melakukan promosi dalam penelitian ini sebesar 26,67% atau 8 responden promosi offline saja, 10% atau 3 responden bekerjasama dengan pihak ke-3/influencer dan 63,33% atau 19 responden melakukan promosi offline dan online (keduanya). Adapun omset yang didapatkan per hari sebesar 26,67% atau 8 responden memperoleh <200K/hari, 40% atau 12 responden memperoleh 300-500K/hari, 10% atau 3 responden memperoleh 500K-1 Jt/hari, 13,33% atau 4 responden memperoleh 1-2 Jt/hari dan 10% atau 3 responden memperoleh 2-5 Jt/hari.

### 2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Validitas perlu di uji pertanyaan atau pernyataan yang diukur sejauh apa relevansinya setiap indikator variabel dalam penelitian ini untuk diketahui kevalidannya, dengan adanya alat SPSS /Statistical Package For Social Sciences V23, adapun cara melihatnya pada kolom Pearson Correlation (Sutriyani, 2019). Menurut Sugiyono (2014:384), validitas yang dimiliki instrumen tinggi yaitu korelasi  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dapat dikatakan instrumen pernyataan atau pertanyaan valid namun apabila validitasnya rendah yaitu  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel dapat disimpulkan instrumen pernyataan atau pertanyaan tidak valid

Berdasarkan tabel  $t$ , sebanyak 30 responden yang menjadi subjek penelitian ini telah mengisi kuesioner tertutup peneliti dengan total 4 variabel yang terpecah menjadi 8 pernyataan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui sebanyak 8 pernyataan tersebut apakah ada kuesioner yang valid maupun tidak valid, dengan  $r$  tabel yang rumusnya degree of freedom yaitu =  $N-2$  jadi  $30-2 = 28$ , maka mendapatkan  $r$  tabelnya = 0,3061.

**Tabel 1. Pengujian Validitasi**

No.	Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Ket
1.	Produk (X1)	X1.1	0,610	0,3061	Valid
		X1.2	0,810	0,3061	Valid
2.	Harga (X2)	X2.1	0,561	0,3061	Valid

		X2.2	0,501	0,3061	Valid
3.	Promosi (X3)	X3.1	0,838	0,3061	Valid
		X3.2	0,614	0,3061	Valid
4.	Pendapatan (Y1)	Y1.1	0,882	0,3061	Valid
		Y1.2	0,889	0,3061	Valid

Reliabilitas perlu di uji untuk mengetahui apakah pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner peneliti mempunyai pengaruh variabel independen terhadap dependen yang konsisten atau tidak dalam penelitian ini (Widianingsih 2016). Alat untuk mengukur reabilitas adalah Cronbach Alpha yang dimana sebesar 0,60 untuk dasar pengambilan keputusan terhadap variabel independen. Apabila nilai variabel lebih besar ( $>$ ) dari alpha 0,60 maka dianggap reliable namun, apabila lebih kecil dari itu, variabel tersebut tidak dapat dinyatakan reliabel. (Jacobus, 2022)

**Tabel 2. Pengujian Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y**

Variabel	Cronbach's Alpha	R Alpha	Status
X1	0,680	0,6	Reliable
X2	0,668	0,6	Reliable
X3	0,643	0,6	Reliable
Y	0,793	0,6	Reliable

Reliability Statistics		Reliability Statistics		Reliability Statistics		Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items						
,680	2	,668	2	,643	2	,793	2

Pengujian Reliable X1

Pengujian Reliable X2

Pengujian Reliable X3

Pengujian Reliable Y

Sumber: Hasil Output SPSS V23 (2024)

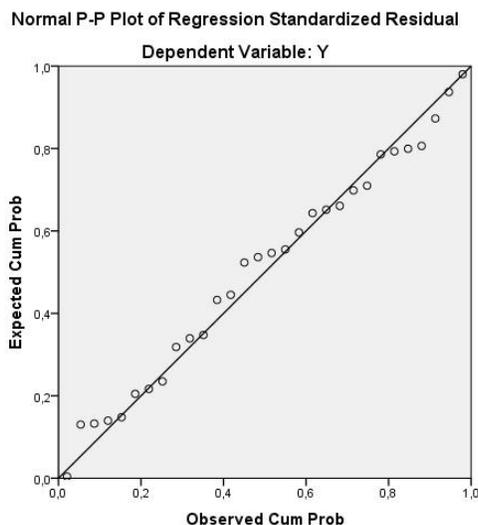
### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Diasumsikan normal atau tidak pada model regresi untuk distribusi data variabel dalam penelitian maka diperlukannya uji normalitas (Iqbal, 2020). Melihat Histogram Kurva Normal P Plot & Kolmogorov-Smirnov merupakan pengujian normalitas. Pada Histogram, titik-titik data indikator mengikuti pola garis dan berdekatan garis diagonal, maka dapat diasumsikan distribusi data normal, sedangkan jika titik-titik data yang menyebar tidak berpola bahkan berantakan serta menjauhi dari garis diagonal maka dapat diasumsikan distribusi data tidak normal. Adapun dengan pengujian Kolmogorov-Smirnov, apabila nilai /sig.  $>$  5% maka normal suatu distribusi data dalam penelitian, sedangkan jika terjadi

sebaliknya yang dimana sig. < 5% maka tidak normal suatu distribusi data dalam penelitian tersebut.

**Gambar 1. Pengujian P Plot**



**Gambar 2. Pengujian Kolmogorov-Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,80729398
Most Extreme Differences	Absolute	,091
	Positive	,081
	Negative	-,091
Test Statistic		,091
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Output SPSS V23 (2024)

### b. Uji Multikolonieritas

Untuk mengetahui model regresi yang diajukan mempunyai variabel independen yang lebih dari satu menemukan korelasi kuat variabel independen satu dengan lainnya maka perlu pengujian Multikolonieritas. Masalah Multikolonieritas dapat ditentukan dari nilai tolerance yang dimiliki variabel bebas serta nilai Variance Inflation Factor (VIF) nya jika  $VIF < 10$  Tolerance  $> 0,1$  berarti dikatakan model regresi baik dan tidak ada gejala multikolonieritas (Azizah, 2021). Berikut hasil dari pengujian Multikolonieritas ditampilkan sebagai berikut:

**Tabel 3. Pengujian Multikolonieritas**

		Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,278	1,266		1,009	,322		
	X1	,313	,132	,351	2,362	,026	,759	1,318
	X2	,353	,147	,342	2,407	,023	,830	1,205
	X3	,285	,139	,295	2,051	,051	,809	1,236

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Output SPSS V23 (2024)

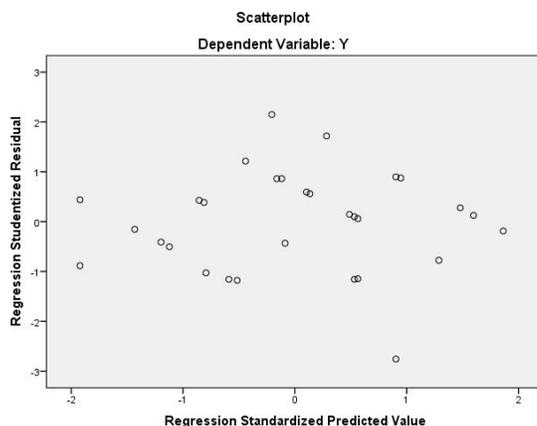
Berdasarkan Tabel Coefficients, memberikan informasi bahwa nilai VIF variabel Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3) berturut-turut sebesar 1,318 ; 1,205 ; 1,236. Dalam hal ini, nilai VIF variabel independen  $< 10$ . Dapat dilihat pula bahwa nilai Tolerance Value berturut-turut

sebesar 0,759 ; 0,830 ; 0,809 yang dimana tidak terjadi Multikolinieritas dikarenakan nilai tolerance pada variabel independen  $> 0,1$ .

### c. Uji Heteroskedastisitas

Suatu pengamatan satu dengan pengamatan lainnya yang berbeda maka perlu di uji heteroskedastisitas karena model regresi memiliki ketidakcocokan. Untuk mengetahuinya, peneliti menggunakan diagram Scatterplot dengan mengamati sebaran titik-titik indikator suatu data variabel independen.

**Gambar 3. Pengujian Heteroskedastisitas**



Sumber: Hasil Output SPSS V23 (2024)

Berdasarkan Scatterplot Dependent Variabel : Pendapatan, memberikan gambaran yang dimana titik-titik variabel bebas berposisi yang acak serta tanpa membentuk suatu pola sehingga dengan uji heteroskedastisitas ini peneliti mampu menyimpulkan bahwa variabel X1, X2, X3, Y1 atau model regresi pada penelitian ini baik karena homoskedastisitas atau tidak ada gejala heteroskedastisitas.

## 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Suatu analisis untuk melihat hubungan secara linear 2 variabel atau lebih pada variabel independen yaitu X1, X2 dan X3 dengan variabel dependen yaitu Y merupakan Analisis regresi linear berganda. Berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS V23, adapun hasil regresi linear dari variabel produk (X1), harga (X2), promosi (X3) dan Pendapatan (Y) adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. Analisis Regresi Linier Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	1,278	1,266		1,009	,322			
	X1	,313	,132	,351	2,362	,026	,759	1,318	
	X2	,353	,147	,342	2,407	,023	,830	1,205	
	X3	,285	,139	,295	2,051	,051	,809	1,236	

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Output SPSS V23 (2024)

Berdasarkan tabel coefficients, memberikan informasi kepada peneliti bahwasannya semua model variabel independen memiliki nilai yang positif (searah) sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + E$$

$$Y = 1,278 + 0,313 (X_1) + 0,353 (X_2) + 0,285 (X_3) + E$$

Keterangan Persamaan :

Y = Pendapatan

a = Konstanta

X1 = Produk

X2 = Harga

X3 = Promosi

E = Residu/Error (Adanya suatu keliruan pada perubahan variabel dependen)

Persamaan regresi tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Dengan nilai konstanta sebesar 1,278 menandakan variabel pendapatan akan sebesar 1,278 apabila produk, harga dan promosi dianggap tidak ada perubahan atau konstan.
2. Dengan Koefisien regresi variabel produk sebesar 0,313 menandakan variabel pendapatan akan mengalami peningkatan sebesar 0,313 setiap kenaikan 1% pada variabel produk.
3. Dengan Koefisien regresi variabel harga sebesar 0,353 menandakan variabel pendapatan akan mengalami peningkatan sebesar 0,353 setiap kenaikan 1% pada variabel harga.
4. Dengan Koefisien regresi variabel harga sebesar 0,285 menandakan variabel pendapatan akan mengalami peningkatan sebesar 0,285 setiap kenaikan 1% pada variabel promosi.

Dapat ditarik kesimpulan dari persamaan diatas bahwa variabel harga paling dominan dengan koefisien regresi sebesar 0,353.

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji-t

Untuk mengetahui jika ada atau tidaknya variabel-variabel independen (X1, X2 dan X3) secara individual yang mempengaruhi variabel dependen (Y) tentunya sebuah penelitian harus menguji dengan menggunakan metode statistik yaitu uji T-test, dengan tujuan (Mardiatmoko, 2020). Adapun hasil pengujian t sebagai berikut :

**Tabel 5. Pengujian Parsial (Uji-t)**

		Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,278	1,266		1,009	,322		
	X1	,313	,132	,351	2,362	,026	,759	1,318
	X2	,353	,147	,342	2,407	,023	,830	1,205
	X3	,285	,139	,295	2,051	,051	,809	1,236

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Output SPSS V23 (2024)

Dari tabel coefficient diatas dapat dilihat t hitung setiap variabel yang diperoleh dengan menerapkan tingkat signifikansi sebesar 0,05 kemudian peneliti memperoleh nilai t Tabel yaitu 1,70113 dari rumus  $df = 30 - 2$ . Sehingga hasil pengujian pengaruh individual dari variabel produk, harga dan promosi terhadap pendapatan para UMKM adalah sebagai berikut :

1. Pendapatan (Y) dikatakan dipengaruhi signifikan oleh produk (X1) pada pelaku UMKM yang menjadi objek penelitian, karena nilai t hitung  $>$  t tabel yaitu  $2,362 > 1,70113$ . Maka peneliti menyimpulkan H0 ditolak dan Ha diterima pada uji t pada variabel ini.
2. Pendapatan (Y) dikatakan di pengaruhi signifikan oleh harga (X2) pada pelaku UMKM yang menjadi objek penelitian, karena nilai t hitung  $>$  t tabel yaitu  $2,407 > 1,70113$ . Maka peneliti menyimpulkan H0 ditolak dan Ha diterima pada uji t pada variabel ini.

3. Pendapatan (Y) dikatakan dipengaruhi signifikan oleh promosi (X3) pada pelaku UMKM yang menjadi objek penelitian, karena nilai t hitung > t tabel yaitu  $2,051 > 1,70113$ . Maka peneliti menyimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima pada uji t pada variabel ini.

#### b. Uji F

Melihat ada atau tidaknya suatu pengaruh yang terjadi dari semua variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat diperlukan adanya pengujian F. Apabila nilai F hitung > F tabel berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Adapun hasil uji F dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

**Tabel 6. Pengujian Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24,467	3	8,156	11,219	,000 <sup>b</sup>
	Residual	18,900	26	,727		
	Total	43,367	29			

a. Dependent Variable: Pendapatan

b. Predictors: (Constant), Promosi, Harga, Produk

Sumber: Hasil Output SPSS V23 (2024)

F Tabel yang diperoleh, dengan ditentukan  $df_1 = (4-1) = 3$  dan  $df_2 = (30-4) = 26$  sebesar 2,98 untuk penelitian ini. Didapatkan hasil uji F Hitung sebesar 11,219 serta diperoleh nilai sig sebesar 0,000 dengan menggunakan alpha 5% dengan bantuan SPSS V23. Dengan perbandingan yang dimana F Hitung > F Tabel ( $11,219 > 2,98$ ) dapat dilihat pula bahwa signifikansi hitung < signifikansi 5%. Artinya terjadi pengaruh signifikansi dari variabel independen secara bersamaan dengan uji F tersebut terhadap variabel dependen. Peneliti dapat menyimpulkan dari hasil analisis ini bahwa  $H_0$ /hipotesis nol ditolak dan  $H_1$ /hipotesis kerja diterima pada pengujian F ini.

#### c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Besar kemampuan model atau persentase pengaruh dari variabel independen secara simultan yang memberikan kepada variabel dependen maka diperlukan analisis koefisien determinasi yaitu Adjusted R Square. Perubahan variabel independen yang dimana setiap variabel bebas memengaruhi pada perubahan variabel bebas dapat dikatakan apabila sebuah nilai koefisien determinasi yang peneliti uji memperoleh nilai mendekati 100% atau 1 (Felicia Tjiptadi, 2021).

**Tabel 7. Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,751 <sup>a</sup>	,564	,514	,85260

a. Predictors: (Constant), Promosi, Harga, Produk

b. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Hasil Output SPSS V23 (2024)

Berdasarkan model di atas, peneliti memperoleh hasil bahwa nilai koefisien R Square sebesar 0,564 yang dimana dikategorikan moderat (33%-67%). Selain itu, didapatkan juga hasil Koefisien Adjusted R Square yang bernilai positif yaitu 0,514 yang dimana sehingga bisa disimpulkan bahwa variabel produk, harga dan promosi kepada pendapatan memberikan pengaruh sebesar 51,4%. Sementara 48,6% merupakan sumbangan pengaruh yang dimana merupakan indikator lain dalam penelitian namun peneliti tidak membahasnya salah satunya adalah lokasi. Strategis dan mudah mobilitas aksesibilitas leluasa serta tempat kesukaan pengunjung dapat mempengaruhi jumlah banyak sedikitnya pengunjung. (Hidayat, 2020)

---

## **Pembahasan**

Selain hasil dari penelitian kuantitatif, peneliti akan menjabarkan hasil observasi dan wawancara singkat kepada para pelaku UMKM berdasarkan judul penelitian ini yaitu Pengaruh Penerapan Produk, Harga dan Promosi Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Bazar Pamedan dalam memenuhi kebutuhan informasi tambahan atau jawaban atas masalah yang terkait.

Kegiatan bazar di bulan Ramadhan sudah setiap tahun di adakan oleh pemerintah Tanjungpinang yang dimana hal ini sangat mendukung dan menggerakkan para UMKM yang dimana UMKM dapat berkesempatan untuk memperkenalkan produk kepada publik. Selain itu, memasarkan produk yang berdampak besar dapat terjadi apabila para pelaku UMKM memanfaatkan perkembangan teknologi yang kian canggih. Hal ini peneliti mewawancarai kepada responden pelaku UMKM, yaitu “promosi apa yang dilakukan agar para pengunjung mengetahui produk dan harga untuk meningkatkan pendapatan?”

Hampir semua responden melakukan promosi secara online, aplikasi yang digunakan para pelaku UMKM beragam mulai dari Facebook, Instagram, Whatsapp dan lain sebagainya. Hal ini memberikan dampak besar bagi responden karena sering menerima pesanan oleh pembeli. Selain itu menggunakan promosi offline, dalam hal ini mouth to mouth merupakan marketing yang unik di era digital karena masih powerfull, ada salah satu responden yang menjawab bahwa penjualannya meningkat setelah seorang siswa SMP merekomendasikan dan mengajak untuk membeli bersama-sama jajanan UMKM tersebut.

Lokasi usaha yang strategis dan mempunyai kriteria seperti aksesibilitas, lalu lintas, lokasi parkir, visibilitas, ekspansi, lingkungan dan persaingan merupakan lokasi yang sangat baik akan mempermudah calon pembeli untuk membeli dan penjual menjual produk mereka (Muchlisin 2020). Namun peneliti tidak memasukan variabel lokasi sebagai variabel independen dalam penelitian, namun faktor lokasi termasuk dalam faktor lainnya (48,6%) yang tidak dibahas dalam penelitian seperti yang sudah disimpulkan pada Analisis Koefisien Determinasi R Square. Oleh karena itu, peneliti juga menanyakan perihal lokasi, yaitu “apakah pendapatan di lokasi lapangan pamedan meningkat?”

Sebagian responden mengungkapkan bahwa pendapatan mereka meningkat dari tahun lalu, dan lebih meningkat ketika akhir pekan. Namun sebagian responden juga mengungkapkan bahwa pendapatan mereka menurun dari tahun lalu. Pendapatan yang menurun tersebut responden mengungkapkan bahwa karena lapangan Pamedan kurang dilirik oleh pengunjung tahun ini, lebih banyak berkunjung ke bazar Tepi Laut. Hal ini membuat peneliti mengobservasi ke tepi laut bahwa memang benar pengunjung di bazar lokasi Tepi Laut lebih ramai ketimbang lapangan Pamedan. Hal ini terjadi karena stand di tepi laut lebih banyak dan bervariasi produknya, selain itu adanya tempat bermain sepeda listrik dan pemandangan tepi laut yang menyenangkan.

Selain itu, peneliti juga mengobservasi harga-harga produk stand satu dengan stand lainnya yang sejenis produknya. Misalnya es krim, terdapat 2 responden menetapkan harga yang sama dan menganggap harga yang mereka tetapkan lebih bersaing satu sama lain, sehingga yang dapat membedakannya promosinya ada yang menggunakan lagu ada yang menggunakan suara kuat sehingga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan mengapa hasil penelitian terkait variabel harga tidak sesuai dengan hipotesis. Sehingga fokus pada penelitian ini mencakup pengaruh produk, harga dan promosi terhadap pendapatan dengan faktor lain diluar pembahasan penelitian yang ikut mempengaruhi pendapatan seperti lokasi dan lainnya bahkan faktor pribadi calon pembeli masing-masing.

## KESIMPULAN

Dengan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif yang peneliti lakukan dan menganalisis hasil data dari para pelaku UMKM di lapangan Pamedan dalam rangka bazar 1554 H. Responden sebanyak 30 didapatkan data tersebut melalui pengumpulan data kuesioner sebagai alat bantu peneliti selain itu dalam pengolahan data peneliti menggunakan aplikasi SPSS V23.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan melalui berbagai pengujian serta pembahasan tambahan dalam bentuk kualitatif untuk memperkuat kekuatan hasil penelitian mengenai Pengaruh Penerapan Produk, Harga dan Promosi terhadap pernyataan pelaku UMKM di bazar pamedan pada bulan Ramadhan 1445 H, sehingga bisa ditarik kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut:

1. Pendapatan para pelaku UMKM di lapangan Pamedan saat bazar ramadhan 1445 H dipengaruhi positif dan signifikan oleh produk melalui hasil pengujian hipotesis t. Hal ini diverifikasi oleh  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2,362 > 1,70113$ ) sehingga  $H_0$  (Hipotesis Nol) ditolak dan  $H_a$  (Hipotesis Alternatif) diterima. Dengan koefisien produk yang bernilai positif, kurang dari alpha 5 %, sehingga produk mempengaruhi terhadap pendapatan.
2. Pendapatan para pelaku UMKM di lapangan Pamedan saat bazar ramadhan 1445 H dipengaruhi positif dan signifikan oleh harga melalui hasil pengujian hipotesis t. Hal ini diverifikasi oleh  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2,407 > 1,70113$ ) sehingga  $H_0$  (Hipotesis Nol) ditolak dan  $H_a$  (Hipotesis Alternatif) diterima. Dengan koefisien harga yang bernilai positif, kurang dari alpha 5 %, sehingga harga mempengaruhi terhadap pendapatan.
3. Pendapatan para pelaku UMKM di lapangan Pamedan saat bazar ramadhan 1445 H dipengaruhi positif dan signifikan oleh promosi melalui hasil pengujian hipotesis t. Hal ini diverifikasi oleh  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2,051 > 1,70113$ ) sehingga  $H_0$  (Hipotesis Nol) di tolak dan  $H_a$  (Hipotesis Alternatif) diterima. Dengan koefisien promosi yang positif, sama dengan 5%, sehingga promosi mempengaruhi terhadap pendapatan.
4. Nilai Koefisien Adj. R Square sebesar 0,514 yang didapatkan dari hasil pengujian koefisien determinasi R Square, memperlihatkan bahwa pendapatan bagi para pelaku UMKM di lapangan Pamedan sebesar 51,4% dipengaruhi oleh variabel produk, harga dan promosi, sedangkan pendapatan bagi para pelaku UMKM di lapangan Pamedan sebesar 48,6% dipengaruhi oleh indikator lain. Adapun hasil F hitung sebesar 11.219 yang didapatkan dari pengujian hipotesis F dengan nilai F tabel sebesar 2,98, jika dibandingkan maka ( $11.219 > 2,98$ ). Hal ini berarti secara simultan pendapatan dipengaruhi oleh variabel produk, harga dan promosi.
5. Berdasarkan hasil wawancara, promosi yang diterapkan para pelaku UMKM meliputi offline (Mouth to Mouth), online (media sosial) bahkan bekerja sama influencer untuk mempromosikan produk UMKM tersebut, adapun pendapatan pelaku UMKM ada yang meningkat dan menurun dari tahun sebelumnya.
6. Berdasarkan hasil observasi, lokasi bazar lapangan Pamedan kurang dilirik pengunjung dibandingkan lokasi bazar lain yaitu Tepi Laut. Hal ini terjadi dikarenakan Tepi Laut standnya lebih banyak dan bervariasi produknya, tempat bermain seperti sepeda listrik dan pemandangan tepi laut yang menenangkan.

## Saran

Setelah menganalisis dan membahas serta memberikan kesimpulan dari hasil penelitian yang diteliti yaitu “**PENGARUH PENERAPAN PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP PENDAPATAN PELAKU UMKM DI BAZAR PAMEDAN**”, adapun saran

---

dari peneliti yang dapat diberikan yaitu:

1. Bagi para UMKM, disarankan untuk menggunakan kesempatan yang diberikan oleh pemerintah setempat yang mendukung UMKM, pelaku UMKM juga mampu melihat dan menentukan lokasi mana yang dapat dijadikan sasaran khusus dengan kata lain strategis mulai dari tingkat keramaian, mobilitas dan aksesibilitas pengunjung, bagi pelaku UMKM yang mengandalkan promosi offline saja, lebih baik mampu memanfaatkan perkembangan teknologi saat ini dengan menggunakan media sosial dalam mempromosikan produk yang dijual.
2. Bagi para peneliti selanjutnya, dalam membuat penelitian para peneliti diharapkan dapat memperbanyak jumlah data sample/responden, hal ini dikarenakan lebih mendukung penelitian sehingga dapat memperoleh hasil penelitian yang lebih maksimal ketimbang keterbatasan data yang dapat menolak hipotesis yang ditentukan peneliti

### **DAFTAR REFERENSI**

- Apriyanti, R. (2022). The Influence of Price and Promotion on Sales Volume of BumDes Shelter House Business in Sungai Rebo Village. *The Influence of Price and Promotion on Sales Volume of BumDes Shelter House Business in Sungai Rebo Village*, 25885-25893.
- Azizah. (2021). Model Terbaik Uji Multikolinearitas untuk Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Padi di Kabupaten Blora Tahun 2020. *Model Terbaik Uji Multikolinearitas untuk Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Padi di Kabupaten Blora Tahun 2020*.
- Felicia Tjiptadi, Y. (2021). Pengaruh Debt To Equity Ratio (Der), Profitability Dan Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris : Perusahaan makanan dan minuman Tedaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)). *Pengaruh Debt To Equity Ratio (Der), Profitability Dan Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris : Perusahaan makanan dan minuman Tedaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI))*.
- Hidayat. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang*, 95-105.
- Iqbal, M. (2020). Model Terbaik Uji Multikolinearitas untuk Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Padi di Kabupaten Blora Tahun 2020. *Model Terbaik Uji Multikolinearitas untuk Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Padi di Kabupaten Blora Tahun 2020*.
- Jacobus, T. (2022). Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Freshmart Superstore Bahu Manado di Masa Pandemi Covid-19. *Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Freshmart Superstore Bahu Manado di Masa Pandemi Covid-19*, 95-105.
- Mardiatmoko, G. (2020). PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA (STUDI KASUS PENYUSUNAN PERSAMAAN ALLOMETRIK KENARI MUDA [CANARIUM INDICUM L.]). *PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA (STUDI KASUS PENYUSUNAN PERSAMAAN ALLOMETRIK KENARI MUDA [CANARIUM INDICUM L.])*.

- Perwira, F. T. (2023). Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Yaris Pada Pt. Nasmoco Gombel Semarang. *Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Yaris Pada Pt. Nasmoco Gombel Semarang*, 160-168.
- Pratiwi, S. B. (2020). Pengaruh Pinjaman Modal, Lokasi Usaha, dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Usaha Mikro (Studi Kasus Kawasan Kelurahan Bangka Jakarta Selatan). *Pengaruh Pinjaman Modal, Lokasi Usaha, dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Usaha Mikro (Studi Kasus Kawasan Kelurahan Bangka Jakarta Selatan)*, 1-128.
- Puspitasari, A. F. (2018). MENGUKUR KREATIFITAS DAN KUALITAS PEMOGRAMAN PADA SISWA SMK KOTA PEKANBARU JURUSAN TEKNIK KOMPUTER JARINGAN DENGAN SIMULASI ROBOT. *MENGUKUR KREATIFITAS DAN KUALITAS PEMOGRAMAN PADA SISWA SMK KOTA PEKANBARU JURUSAN TEKNIK KOMPUTER JARINGAN DENGAN SIMULASI ROBOT*, rabbit, vol. 3, no. 1, pp. 1-9, Jan. 2018.
- Sakinah, S. (2019). PENGARUH PRODUK, HARGA, TEMPAT, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Empiris pada Konsumen Seblak Sinija Kabupaten Magelang). *PENGARUH PRODUK, HARGA, TEMPAT, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Empiris pada Konsumen Seblak Sinija Kabupaten Magelang)*, 441-447.
- Suti, I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Esia (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Esia (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*, 98.
- Sutriyani. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt . Kumala Celebes Motor ( Mazda Makassar ). *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt . Kumala Celebes Motor ( Mazda Makassar )*, 1-129.
- Tanjungpinang, K. (2022, September 29). *TINGKATKAN PEREKONOMIAN, RAHMA-ENDANG SIAPKAN PROGRAM PRO RAKYAT*. Retrieved from *TINGKATKAN PEREKONOMIAN, RAHMA-ENDANG SIAPKAN PROGRAM PRO RAKYAT*: <https://www.tanjungpinangkota.go.id/berita/tingkatkan-perekonomian-rahmaendang-siapkan-program-pro-rakyat->