

## PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, MODAL USAHA, DAN TENAGA KERJA TERHADAP PENDAPATAN UMKM KULINER DI KOTA JAMBI

Nabila Retha Susanti<sup>1</sup>, Rosmeli<sup>2</sup>, Nurhayani<sup>3</sup>

Prodi Ekonomi Pembangunan Fak. Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi<sup>1-3</sup>

Email: [rethanabila2003@gmail.com](mailto:rethanabila2003@gmail.com)

Informasi	Abstract
Volume : 2 Nomor : 10 Bulan : Oktober Tahun : 2025 E-ISSN : 3062-9624	<p><i>The purpose of this study is to [1] determine the social and economic characteristics of culinary MSMEs, and [2] analyze the influence of the use of social media, business capital, and labor on the income of culinary MSMEs in Jambi City. This study utilizes primary data and secondary data using descriptive analysis and quantitative analysis. The dummy variable of this study is the use of social media. This study uses the multiple linear regression method. By using proportional stratified random sampling, the sample amounted to 99 units. Data were collected by sending questionnaires to each person who participated. The results of the descriptive analysis study are [1] Characteristics of culinary MSMEs based on gender, the average is female. Based on the average age group, it is 34 years. According to the last education group, the average is high school/vocational school. According to the occupational group, the average is informal. Based on the average length of business, it is 4 years. Based on the average initial business capital, it is Rp. 8,510,000. The average workforce group is 4 people. Based on the average monthly income, it is Rp. 9,620,000. The results of quantitative analysis research [2] show that business capital and labor variables have a significant influence, with the use of social media not having a significant influence on the income of culinary MSMEs in Jambi City.</i></p>

**Keyword:** MSMEs, Culinary, Dummy, Income

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk [1] mengetahui karakteristik sosial dan ekonomi pelaku umkm kuliner, dan [2] menganalisis pengaruh penggunaan media sosial, modal usaha, dan tenaga kerja berdampak pada pendapatan UMKM kuliner di Kota Jambi. penelitian ini memanfaatkan data primer dan data sekunder dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Variabel dummy penelitian ini ialah penggunaan media sosial. Penelitian ini memakai metode regresi linier berganda. Dengan menggunakan proporsional stratified random sampling, sampel berjumlah 99 unit. Data dikumpulkan dengan mengirimkan kuesioner untuk setiap orang yang berpartisipasi. Hasil penelitian analisis deskriptif ialah [1] Karakteristik pelaku UMKM Kuliner berdasarkan jenis kelamin rata-rata yaitu Perempuan. Berdasarkan kelompok umur rata-rata yaitu 34 tahun. Menurut kelompok pendidikan terakhir rata-rata yaitu SMA/SMK. Menurut kelompok pekerjaan, rata-rata yaitu informal. Berdasarkan rata-rata lama usaha yaitu 4 tahun. Berdasarkan rata-rata modal awal usaha yaitu Rp 8.510.000. Rata-rata kelompok tenaga kerja yaitu 4 orang. Berdasarkan rata-rata pendapatan perbulan yaitu Rp 9.620.000. Hasil penelitian analisis kuantitatif [2] memperlihatkan variabel modal usaha dan tenaga kerja berpengaruh secara signifikan, dengan penggunaan media sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan UMKM Kuliner di Kota Jambi.

**Kata Kunci:** UMKM, Kuliner, Dummy, Pendapatan

## A. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi digital mengalami peningkatan yang menarik, terutama dalam teknologi telepon seluler. Menurut teori neo klasik, peningkatan tidak akan memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi bangsa jika tidak digunakan teknologi modern yang berkembang. Banyak kemudahan yang ditawarkan melalui transformasi digital kepada UMKM, termasuk biaya transaksi yang lebih rendah, penggunaan peralatan sederhana usaha yang lebih besar untuk transaksi dan pengiriman barang dan jasa yang lebih efisien, dan peningkatan peluang untuk pembauran dengan pasar yang lebih interaktif dan lebih luas (Telukdarie et al., 2022).

Media sosial adalah aplikasi yang sangat baik untuk mendapatkan pelanggan baru dan meningkatkan pengetahuan tentang nama-nama produk (Priambada, 2015). Media sosial dinilai sebagai alat pemasaran yang efektif bagi umkm. Tetapi, belum semua umkm mampu beradaptasi dengan memanfaatkan media sosial.

Menurut data BPS Provinsi Jambi pada tahun 2018 melaporkan bahwa penggunaan media sosial di Provinsi Jambi memiliki 21.70% dan di Kota Jambi mempunyai pengguna tertinggi sebanyak 41.02%. Dari beberapa media penjualan digital (*digital marketing*) yang sudah ada, para UMKM lebih memilih menggunakan Facebook, Instagram, dan Whatsapp. Pemilihan aplikasi ini dikarenakan kemudahan ketika akan mempromosikan produk umkm (Rosmeli et al., 2023). Selain itu, usaha kecil dan menengah (UMKM) berkontribusi pada peningkatan ekonomi masyarakat Indonesia. Dari penelitian (Chatterjee et al., 2020) mengemukakan bahwa UKM dapat memperoleh manfaat bisnis dengan menggunakan Media Sosial.

UMKM kuliner ialah salah satu jenis usaha UMKM yang paling terkenal di Indonesia. UMKM yang mudah di temui di Kota Jambi yaitu UMKM kuliner. Pada tahun 2021 jumlah UMKM mengalami peningkatan yang signifikan sebanyak 18.587 unit. Lalu, tahun 2022 terjadi peningkatan jumlah UMKM hingga 18.876 unit. Dari penelitian (Abdul-Azeez et al., 2024) menyatakan berbagai tantangan yang dihadapi UKM, seperti terbatasnya akses terhadap keuangan, infrastruktur yang tidak memadai, hambatan regulasi dan birokrasi, serta akses dan persaingan pasar. Dalam (Christanti M, 2021) menyatakan bahwa Pemerintah Jambi terus berupaya meningkatkan UMKM. Menurut Republika, pemerintah Jambi menyiapkan dana hingga 1,5 miliar untuk menolong usaha kecil dan menengah (UMKM). Pemerintah daerah Jambi menawarkan berbagai bantuan kepada UMKM. Kota Jambi

merupakan lokasi yang sangat strategis untuk para pendiri UMKM karena merupakan pusat berbelanja bagi masyarakat Kota Jambi maupun masyarakat di luar Kota Jambi.

Menurut teori Cobb-Douglas, output produksi dipengaruhi oleh modal. Karena biaya yang terkait dengan tenaga kerja, pembelian bahan baku, dan pembelian peralatan selama proses produksi, menunjukkan bahwa jumlah modal yang lebih besar akan menghasilkan hasil produksi yang lebih tinggi. Modal terbatas menjadi kendala pada produksi umkm. Modal yang cukup dapat menaikkan produksi yang akan meningkatkan pendapatan UMKM.

Menurut teori Adam Smith bahwa masyarakat akan meninggalkan masyarakat tradisional dan beralih ke masyarakat kapitalis modern. Sistem pembagian kerja antar pelaku ekonomi akan mendorong pertumbuhan ekonomi secara bertahap. Adam Smith menganggap kerja sebagai salah satu komponen proses produksi. Menurut data BPS Provinsi Jambi, Jumlah tenaga kerja umkm di kota Jambi, pada tahun 2021 jumlah tenaga kerja sebesar 143,439 jiwa. Di tahun 2022 dan 2023 jumlah tenaga kerja di Kota Jambi mengalami kenaikan sebanyak 149,629 jiwa. Berdasarkan data dari Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan Usaha Kecil Menengah Kota Jambi yang dikutip oleh Tribun Jambi, tercatat bahwa pada pertengahan tahun 2021 terjadi sebanyak 23 kasus pemutusan hubungan kerja yang melibatkan 96 orang karyawan. Terdapat berbagai faktor yang menjadi penyebab terjadi PHK, seperti karyawan yang pensiun, mengundurkan diri, atau kontrak habis. Meskipun telah dilakukan berbagai upaya pengembangan SDM melalui pelatihan dan pendidikan, produktivitas tenaga kerja terus meningkat. Apabila pertumbuhan ekonomi dan penduduk yang tidak disertai dengan peningkatan kualitas sdm akan menghambat upaya peningkatan produktivitas tenaga kerja, yang berdampak pada banyak penyerapan tenaga kerja (N. Sari et al., 2017)

Menurut data BPS Kota Jambi tahun 2021, jumlah pendapatan umkm senilai 233 juta rupiah. Tahun 2022 dan 2023, jumlah pendapatan umkm meningkat sebanyak 11.299 juta rupiah. Dalam penelitian (Habriyanto et al., 2021) berpendapat setiap peningkatan tenaga kerja dan modal kerja akan berdampak pada pertumbuhan pendapatan yang dihasilkan. Selain itu, pendapatan bisnis ini turun ketika pengeluaran untuk modal kerja berkurang dan jumlah karyawannya lebih sedikit. Penelitian dari (Arniyasa et al., 2023) perihal modal usaha dan tenaga kerja berdampak signifikan terhadap pendapatan pelaku umkm bidang kuliner di Kota Denpasar.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka akan dibahas lebih lanjut dalam bentuk penelitian yang berjudul : Pengaruh penggunaan media sosial, modal usaha, dan tenaga kerja terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kota Jambi.

## B. METODE PENELITIAN

Untuk menjawab rumusan masalah pertama, menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif ialah untuk mengidentifikasi karakteristik UMKM kuliner di Kota Jambi. Selain itu, hasil statistik dan analisis kuantitatif digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dalam hasil komputasi berhubungan satu sama lain. Hasil analisis ini didukung oleh teori pendukung dan masalah penelitian dari berbagai publikasi. Analisis kuantitatif Untuk menjawab rumusan masalah kedua, digunakan analisis kuantitatif. Analisis ini menggunakan teknik yang menekankan pada pengukuran angka objektif. Setiap fenomena sosial dibagi menjadi beberapa bagian masalah, variabel, dan indikator untuk diukur. Dengan memakai analisis regresi linier berganda, pendekatan kuantitatif ini digunakan dalam menjelaskan pengaruh modal usaha, tenaga kerja, dan media sosial terhadap pendapatan usaha kuliner di Kota Jambi. Persamaan umum penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \dots\dots\dots (3.1)$$

Persamaan 3.1 disesuaikan dengan penelitian variabel yang dipakai dalam penelitian ini.

$$Y = \alpha + \beta_1 MU + \beta_2 TK + \beta_3 DM_{so} + e \dots\dots\dots (3.2)$$

Keterangan:

Y : Pendapatan

$\alpha$  : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  : Koefisien regresi

MSo : Penggunaan Media Sosial

0 = tidak menggunakan media sosial    1 = menggunakan media sosial

MU : Modal Usaha

TK : Tenaga Kerja

E : *error*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis karakteristik responden menurut kelompok jenis kelamin

Penelitian ini mengelompokkan responden menurut jenis kelamin pelaku UMKM Kuliner di Kota Jambi pada tabel 1.

**Tabel 1. Karakteristik responden menurut jenis kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	36	<b>37</b>
2.	Perempuan	62	<b>63</b>
<b>Jumlah</b>		<b>99</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data Primer Diolah, 2025*

Dari tabel 1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dengan hasil responden berjenis kelamin Perempuan memiliki jumlah terbanyak dengan jumlah 62 orang dengan persentase sebesar 63%. Sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki memiliki jumlah 36 orang dengan persentase sebesar 37%. Hal ini dikarenakan bahwa Perempuan sangat berperan dalam aktivitas usaha kuliner baik sebagai pengelola maupun pelaku utama.

#### **Analisis karakteristik responden menurut umur**

Penelitian ini melakukan pengelompokan responden menurut rentang usia para pelaku UMKM kuliner di Kota Jambi pada tabel 2

**Tabel 2. Karakteristik responden menurut umur**

No.	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	20 – 23	20	21
2.	24 – 27	15	15
3.	28 – 31	12	12
4.	32 – 35	8	8
5.	36 – 39	10	10
6.	40 – 43	12	12
7.	44 – 47	8	8
8.	48 - 50	14	14
<b>Jumlah</b>		<b>99</b>	<b>100</b>
Rata-rata Umur (Tahun) yaitu 34 Tahun			

*Sumber: Data Primer Diolah, 2025*

Dari tabel 2 terlihat bahwa kelompok umur responden yaitu 20- 23 tahun yang paling banyak menjadi pelaku umkm kuliner sebanyak 20 orang atau 21%, Hal tersebut menggambarkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM sektor kuliner di Kota Jambi berada pada kelompok usia produktif. Pada usia ini, individu telah menyelesaikan Pendidikan dan

mulai memasuki fase kemandirian ekonomi yang ditandai dengan semangat kerja yang tinggi, fisik yang masih kuat, kemampuan beradaptasi dengan tantangan dan perubahan usaha.

### Analisis karakteristik responden menurut pendidikan terakhir

Responden digolongkan menurut Pendidikan terakhir pelaku UMKM Kuliner di Kota Jambi terdapat pada tabel 3.

**Tabel 3. Karakteristik responden menurut pendidikan terakhir**

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	SD	2	2
2.	SMP	9	9
3.	SMA/SMK	52	53
4.	Diploma	13	13
5.	Sarjana	23	23
<b>Jumlah</b>		<b>99%</b>	<b>100</b>
Rata-rata pendidikan SMA/SMK			

*Sumber: Data Primer Diolah, 2025*

Pada tabel 3 terlihat bahwa jenjang Pendidikan terakhir pada tingkat SMA/SMK berjumlah 52 orang atau 53%, sedangkan yang terendah berada di Pendidikan terakhir pada tingkat SD berjumlah 2 orang atau 2%. Dari tabel diatas juga terlihat bahwa tingkat Pendidikan terakhir yang dimiliki pelaku umkm masih tergolong tinggi yang pada umumnya lulusan SMA telah mempunyai pengetahuan dasar yang cukup untuk memulai usaha seperti berkomunikasi, memahami peluang pasar dan kemampuan berhitung.

### Analisis karakteristik responden menurut pekerjaan

Responden dikelompokkan menurut jenis pekerjaan pelaku UMKM sektor kuliner di Kota Jambi ditampilkan pada Tabel 4.

**Tabel 4. Karakteristik responden menurut pekerjaan**

No	Pekerjaan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	Formal	16	16
2.	Informal	70	71
3.	Mahasiswa/i	13	13
<b>Jumlah</b>		<b>99</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data Primer Diolah, 2025*

Pada tabel 4. diatas bahwa pekerjaan dari responden terlihat dari bidang yang memiliki frekuensi tertinggi ada pada bidang Informal dengan jumlah 70 orang atau 71%. Pada bidang

formal memiliki 16 orang atau 16%, sedangkan frekuensi terendah ada di bidang Mahasiswa/I sebanyak 13 orang atau 13%. Hal ini dikarenakan aktivitas ekonomi informal masih menjadi pilihan utama dalam mencari sumber penghasilan utama.

#### **Analisis karakteristik responden menurut lama usaha**

Responden di kelompokkan menurut lama waktu usaha dijalankan oleh pelaku UMKM sektor kuliner di Kota Jambi pada tabel 5.

**Tabel 5. Karakteristik responden menurut lama usaha**

No	Lama Usaha (Tahun)	Frekuensi (unit)	Persentase (%)
1.	1 – 2 Tahun	46	47
2.	3 – 4 Tahun	16	16
3.	5 – 6 Tahun	10	10
4.	7 – 8 Tahun	9	9
5.	9 – 10 Tahun	18	18
<b>Jumlah</b>		<b>99</b>	<b>100</b>
Rata-rata lama usaha 4 Tahun			

*Sumber: Data Primer Diolah, 2025*

Pada tabel 5. terlihat bahwa responden penelitian ini sudah mendalami usaha UMKM pada beberapa waktu yang tertinggi pada lama usaha 1-2 tahun dengan 46 unit atau 47%. Hal ini terlihat bahwa mayoritas usaha yang telah berjalan 1-2 tahun ini masih dalam tahap awal berkembangnya usaha kuliner.

#### **Analisis karakteristik responden menurut status perkawinan**

Responden di kelompokkan menurut status perkawinan pelaku UMKM Kuliner di Kota Jambi terdapat pada tabel 6.

**Tabel 6. Karakteristik responden menurut status perkawinan**

No	Status Perkawinan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	Menikah	43	43
2.	Belum Menikah	56	57
<b>Jumlah</b>		<b>99</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data Primer Diolah, 2025*

Berdasarkan Tabel 6, bahwa responden dalam penelitian ini mempunyai variasi dalam status perkawinan. Responden dengan status menikah berjumlah 43 orang atau setara dengan 43%, sedangkan responden yang belum menikah berjumlah 56 orang atau 57%. Data

tersebut memperlihatkan kebanyakan responden penelitian ini berada pada status belum menikah

#### Analisis karakteristik responden menurut jumlah penggunaan media sosial

Penelitian ini melakukan pengelompokan terhadap responden menurut penggunaan media sosial dan tidak menggunakan media sosial pada umkm kuliner di kota jambi, terlihat pada tabel 7.

**Tabel 7. Karakteristik responden menurut jumlah penggunaan media sosial**

No	Penggunaan Media Sosial	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	Menggunakan Media Sosial	79	80
2.	Tidak Menggunakan Media Sosial	20	20
<b>Jumlah</b>		<b>99</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data Primer Diolah, 2025*

Dari tabel 7 memperlihatkan masih terdapat sejumlah pelaku usaha yang belum memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram dan Tiktok, sebagai sarana transaksi penjualan maupun promosi gratis produk umkm. Berdasarkan data pada tabel di atas, tercatat sebanyak 79 pelaku UMKM kuliner telah menggunakan media sosial sebagai media transaksi dan promosi, sedangkan 20 pelaku UMKM kuliner lainnya belum memanfaatkannya untuk keperluan tersebut.

#### Analisis karakteristik responden menurut memakai iklan berbayar

Penelitian ini menggolongkan responden menurut pelaku umkm yang memakai iklan berbayar di media sosial atau tidak memakai iklan berbayar di media sosial pada tabel 8.

**Tabel 8. Karakteristik responden menurut memakai iklan berbayar**

No	Penggunaan Iklan Berbayar Di Media Sosial	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	Menggunakan Iklan Berbayar Di Media Sosial	21	21
2.	Tidak Menggunakan Iklan Berbayar Di Media Sosial	78	79
<b>Jumlah</b>		<b>99</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data Primer Diolah, 2025*

Pada tabel 8 penelitian ini terlihat masih banyak yang tidak memakai iklan berbayar di media sosial seperti Instagram atau Tiktok ads, endorse ke akun yang mempunyai banyak pengikut untuk kegiatan promosi berbayar produk pelaku umkm kuliner, para umkm kuliner



yang menggunakan iklan berbayar media sosial sebanyak 21 orang dan para umkm kuliner yang tidak memakai iklan berbayar sebanyak 78 orang.

#### Analisis karakteristik responden menurut modal usaha

Penelitian ini melakukan pengelompokan terhadap responden menurut modal awal para pelaku UMKM Kuliner di Kota Jambi terdapat di tabel 9.

**Tabel 9. Karakteristik responden menurut modal usaha**

No	Modal Awal	Frekuensi (Unit)	Persentase (%)
1.	1 – 5 Juta	56	57
2.	6 – 10 Juta	21	21
3.	11 – 15 Juta	9	9
4.	16 – 20 Juta	3	3
5.	21 – 25 Juta	1	1
6.	26 – 30 Juta	3	3
7.	31 – 35 Juta	0	0
8.	36 – 40 Juta	6	6
<b>Jumlah</b>		<b>99</b>	<b>100</b>
Rata-rata modal awal Rp 8.510.000			

*Sumber: Data Primer Diolah, 2025*

Dari tabel 9 diatas bahwa karakteristik responden menurut modal awal yang tertinggi pada usaha dengan modal awal 1-5 juta sebanyak 56 orang dengan persentase 56% yang menunjukkan bahwa pelaku usaha bisa membeli bahan baku, menyewa tempat sederhana, dan memenuhi kebutuhan operasional lainnya tanpa meminjam uang dalam jumlah yang besar. Kisaran modal ini cocok untuk jenis usaha makanan atau minuman dengan skala kecil yang di bisa ditemui di pinggir jalan maupun secara *online*.

#### Analisis karakteristik responden menurut tenaga kerja

Penelitian ini melakukan pengelompokan terhadap responden menurut jumlah tenaga kerja pelaku UMKM Kuliner di Kota Jambi tercantum di tabel 10.

**Tabel 10. Karakteristik responden menurut tenaga kerja**

No.	Jumlah Tenaga Kerja	Frekuensi (Unit)	Persentase (%)
1.	1-5 orang	92	93

2.	6-10 orang	4	4
3.	11-15 orang	1	1
4.	16-20 orang	2	2
<b>Jumlah</b>		<b>99</b>	<b>100</b>
Rata-rata tenaga kerja 4 orang			

*Sumber: Data Primer Diolah, 2025*

Dari tabel 10, karakteristik responden menurut jumlah tenaga kerja menunjukkan bahwa sebagian besar usaha mempunyai tenaga kerja antara 1 hingga 5 orang, yakni sebanyak 92 unit atau sebesar 93%. Sementara itu, kategori usaha dengan jumlah tenaga kerja paling sedikit berada pada rentang 11 hingga 15 orang, yaitu hanya 1 unit usaha atau 1%. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar UMKM di sektor kuliner beroperasi dalam skala rumah tangga atau usaha kecil dengan struktur organisasi yang relatif sederhana.

#### **Analisis karakteristik responden menurut pendapatan perbulan**

Responden di kelompokkan menurut pendapatan perbulan para pelaku UMKM Kuliner di Kota Jambi tercantum di tabel 11

**Tabel 11. Karakteristik responden menurut pendapatan perbulan**

No.	Pendapatan Perbulan	Frekuensi (Unit)	Persentase (%)
1.	1-5 Juta	52	53
2.	6-10 Juta	19	19
3.	11-15 Juta	8	8
4.	16-20 Juta	7	7
5.	21-25 Juta	4	4
6.	26-30 Juta	3	3
7.	31-35 Juta	2	2
8.	36-40 Juta	0	0
9.	41-45 Juta	4	4
<b>Jumlah</b>		<b>99</b>	<b>100</b>
Rata-rata pendapatan perbulan Rp 9.620.000			

*Sumber: Data Primer Diolah, 2025*

Berdasarkan tabel 11 diatas memperlihatkan menurut pendapatan perbulan tertinggi dengan kisaran pendapatan sebanyak 1-5 juta berjumlah 52 orang dengan persentase 53%

Hal ini menandakan sebagian besar usaha masih berada di kategori skala mikro dengan tingkat pendapatan relatif rendah.

### Analisis Kuantitatif

#### Analisis pengaruh penggunaan media sosial, modal usaha dan tenaga kerja terhadap pendapatan umkm kuliner di kota jambi

Untuk menemukan berapa besar dampak penggunaan media sosial, modal usaha dan tenaga kerja terhadap pendapatan, digunakan analisis regresi linier berganda. Pengujian ini dilaksanakan untuk memverifikasi kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Hasil dari analisis regresi linear berganda tersebut dapat di lihat Tabel 14.

**Tabel 14. Hasil regresi**

Coefficients <sup>a</sup>							
Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	4661947,133	2248069,097		2,074	,041		
Penggunaan Media Sosial	-1567239,609	2444262,239	-,041	-,641	,523	,979	1,022
Modal Usaha	,435	,043	,712	10,115	,000	,812	1,231
Tenaga Kerja	919322,528	421979,464	,155	2,179	,032	,797	1,254

a. Dependent Variable: Pendapatan

*Sumber: Data Primer Diolah SPSS 25*

Berdasarkan tabel 14, maka persamaan regresi yang dipakai sebagai berikut:

$$Y = 4661947,133 + 0,435 \text{ MU} + 919322,528 \text{ TK} - 1567239,609 \text{ DMSo}$$

Berikut adalah kesimpulan yang diambil dalam bentuk persamaan tersebut:

- Konstanta sebesar 4661947,133 bernilai positif menunjukkan bahwa variabel independent (penggunaan media sosial, modal usaha dan tenaga kerja) bersifat konstan maka variabel Pendapatan UMKM Kuliner di Kota Jambi menunjukkan sebesar Rp 4.661.947 juta.
- Koefisien regresi Modal Usaha (MU) sebesar 0,435 bernilai positif. Jika variabel modal usaha meningkat 1 juta maka pendapatan akan naik sebesar Rp 435.000.
- Koefisien regresi Tenaga Kerja (TK) sebesar 919322,528 bernilai positif memperlihatkan bahwa setiap penambahan satu orang tenaga kerja pada UMKM Kuliner maka akan meningkatkan pendapatan sebesar Rp 919.322.
- Koefisien estimasi dummy Penggunaan Media Sosial (MSo) memiliki nilai sebesar -1567239,609. Artinya UMKM Kuliner yang menggunakan media sosial mempunyai pendapatan lebih rendah sebesar Rp 1.567.239 juta dibandingkan dengan UMKM yang tidak menggunakan media sosial.

**Analisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap pendapatan**

Hasil penelitian ini mengemukakan variabel penggunaan media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM Kuliner di Kota Jambi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Desiana et al., 2024) variabel media sosial tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kota Tasikmalaya. Media sosial yang dipakai untuk promosi akan memberi dampak pada penjual dalam jangka panjang, tetapi dampak terhadap jangka pendek tidak akan terlihat (Desiana et al., 2024). Faktor yang menyebabkan penggunaan media sosial tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM Kuliner di Kota Jambi adalah karena pelaku umkm tidak menggunakan strategi pemasaran secara langsung, kurangnya konsistensi dalam mengunggah konten produk umkm, dan kurangnya interaksi dengan konsumen. Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti memperlihatkan bahwa bahwa pelaku UMKM telah menjalankan iklan berbayar dengan metode endorsement tetapi tidak ada pengaruh terhadap penambahan pendapatan pelaku UMKM. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Beier et al., 2016; Dewi, 2022; Emmy, 2020).

**Analisis pengaruh modal usaha terhadap pendapatan**

Hasil penelitian ini memperlihatkan variabel modal usaha memengaruhi pendapatan UMKM Kuliner di Kota Jambi secara signifikan. Hasil ini sejalan dengan teori Cobb-douglas menyampaikan input modal adalah salah satu komponen inti yang menentukan pendapatan atau output.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Arniyasa et al., 2023) yang menyatakan variabel modal usaha berdampak positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM kuliner di Kota Denpasar. UMKM akan menghasilkan lebih banyak uang jika semakin banyak modal usaha yang digunakan. Dari penelitian (Nurhayani et al., 2023) mengemukakan bahwa berpengaruhnya modal operasional usaha terhadap pendapatan dikarenakan modal operasional yang digunakan pedagang merupakan modal membeli barang untuk dijual kembali. Jadi semakin ditambah modal operasional, maka pendapatan juga akan meningkat. Hal ini juga sejalan dengan penelitian dari (Polandos et al., 2019; Ridhiyawati et al., 2022; Rizal et al., 2024).

**Analisis pengaruh tenaga kerja terhadap pendapatan**

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM Kuliner di Kota Jambi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Musvira et al., 2022) penelitian tersebut memaparkan variabel tenaga kerja berdampak positif dan signifikan terhadap peningkatan

pendapatan UMKM di Kota Kendari. Pendapatan akan meningkat seiring dengan perluasan tenaga kerja. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Amalia, 2022; Dinda et al., 2021; Sari et al., 2017).

#### **D. KESIMPULAN**

Karakteristik pelaku UMKM Kuliner berdasarkan jenis kelamin rata-rata yaitu Perempuan. Berdasarkan kelompok umur rata-rata yaitu 34 tahun. Menurut kelompok pendidikan terakhir rata-rata yaitu SMA/SMK. Menurut kelompok pekerjaan, rata-rata yaitu informal. Berdasarkan rata-rata lama usaha yaitu 4 tahun. Berdasarkan rata-rata modal awal usaha yaitu Rp 8.510.000. Rata-rata kelompok tenaga kerja yaitu 4 orang. Berdasarkan rata-rata pendapatan perbulan yaitu Rp 9.620.000.

Variabel Modal Usaha dan Tenaga kerja berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan UMKM Kuliner di Kota Jambi, sedangkan variabel penggunaan media sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan UMKM Kuliner di Kota Jambi.

#### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menganjurkan pelaku UMKM kuliner di Kota Jambi lebih memperhatikan modal usaha dan tenaga kerja, karena dua hal ini memberikan pengaruh terhadap pendapatan UMKM yang di peroleh. Modal usaha perlu dilakukan secara tepat disertai dengan penyusunan laporan yang baik, sehingga tercipta kelanjutan antara penyaluran modal dan operasional usaha, yang pada akhirnya dapat mendorong peningkatan pendapatan. Pengelolaan tenaga kerja harus diperhatikan terutama melalui pelatihan dan pembagian tugas agar kinerja lebih efektif yang dapat mendorong peningkatan pendapatan. Diharapkan bagi pelaku UMKM yang belum menggunakan ataupun telah menggunakan media sosial lebih mengatur strategi pemasaran dan melakukan iklan berbayar dengan tepat agar dapat mempengaruhi pendapatan.

#### **E. DAFTAR PUSTAKA**

- Amalia, N. (2022). Pengaruh Modal Biaya Produksi Jumlah Tenaga Kerja dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan UMKM Pada Industri Batu Bata Di Kecamatan Teras. *Jurnal Manajemen Informatika & Teknologi*, 2(2), 69–78.  
<https://doi.org/10.51903/mifortekh.v2i2.208>
- Beier, M., & Wagner, K. (2016). Social media adoption: Barriers to the strategic use of social media in SMEs. 24th European Conference on Information Systems, ECIS 2016.

- Candra Mustika, Tan, S., Nurjanah, R., Friyani, R., & Nurhayani, N. (2023). Strategi Peningkatan Pendapatan Usaha Kecil Galeriku Printing Dan Kue Cincin Kalimantan. *ABDIMAS EKODIKSOSIORA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ekonomi, Pendidikan, Dan Sosial Humaniora* (e-ISSN: 2809-3917), 3(2), 74–79. <https://doi.org/10.37859/abdimasekodiksosiora.v3i2.6266>
- Chatterjee, S., & Kumar Kar, A. (2020). Why do small and medium enterprises use social media marketing and what is the impact: Empirical insights from India. *International Journal of Information Management*, 53(February), 102103. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102103>
- Christanti M, V. (2021). Penggunaan Sosial Media Dalam Meningkatkan Usaha Umkm Jambi Di Tengah Pandemi. *Prosiding SENAPENMAS*, 119. <https://doi.org/10.24912/psenapenmas.v0i0.14979>
- Desiana, D., Bintari, V. I., & Nanda, U. L. (2024). E-commerce, Financial Technology, Media Sosial dan Pengaruhnya terhadap Pendapatan UMKM Kota Tasikmalaya. *Owner*, 8(3), 2139–2149. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i3.2264>
- Dewi, S. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Labuhan Batu. *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.
- Dinda W.R, P., Balafif, M., & Wahyuni, S. T. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Tempe di Desa Sepande Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo. *Bharanomics*, 2(1), 47–57. <https://doi.org/10.46821/bharanomics.v2i1.190>
- Emmy, N. L. (2020). No Title. Pengaruh E-Commerce, Financial Tecnology Dan Media Sosial Terhadap Pendapatan UMKM.
- Habriyanto, H., Kurniawan, B., & Firmansyah, D. (2021). Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja terhadap Pendapatan UMKM Kerupuk Ikan SPN Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(2), 853. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i2.1572>
- Musvira, Natsir, M., & Asizah, N. (2022). Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, Dan Marketplace Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah: Pengalaman Dari Kota Kendari Sulawesi Tenggara. *Jurnal UNIMUS*, 18(2), 65–72.
- Oliwatosin Abdul-Azeez, Alexsandra Ogadimma Ihechere, & Courage Idemudia. (2024). SMEs as catalysts for economic development: Navigating challenges and seizing opportunities in emerging markets. *GSC Advanced Research and Reviews*, 19(3), 325–335. <https://doi.org/10.30574/gscarr.2024.19.3.0230>

- Polandos, P. M., Engka, D. S. M., & Tolosang, K. D. (2019). Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha, Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Langowan Timur. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(4), 36–47.
- Priambada, S. (2015). Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm). *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*, November, 2–3.
- Putu Yasti Putri Arniyasa, & Ni Luh Karmini. (2023). Pengaruh Modal Usaha, Tenaga Kerja, dan Penggunaan E-commerce Terhadap Pendapatan UMKM Bidang Kuliner di Kota Denpasar. *Public Service and Governance Journal*, 4(2), 139–149. <https://doi.org/10.56444/psgj.v4i2.938>
- Ridhiyawati, S., Fitri Nur Avia, A., & Gunardi. (2022). Pengaruh modal Usaha Dan E-commerce (Borongdong.Id) Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Bandung. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(2), 538–547.
- Rizal, S., Riau, U. M., Fitriana, N., Riau, U. M., Suriyanti, L. H., & Riau, U. M. (2024). PENGARUH MODAL USAHA , MEDIA SOSIAL DAN LOKASI USAHA TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH ( UMKM ) DIKECAMATAN TUAH MADANI. 10(2), 428–446.
- Rosmeli, Ekasari, N., Friyani, R., & Achmad, E. (2023). Utilization of the “Parto Jambe” Application for Culinary Msmes in Jambi City. *Abdimas Galuh*, 5(2), 1678–1687.
- Sari, N., Yulmardi, Y., & Bhakti, A. (2017). Pengaruh pertumbuhan ekonomi, pertumbuhan penduduk dan produktivitas tenaga kerja terhadap penyerapan tenaga kerja di Kota Jambi. *E-Jurnal Ekonomi Sumberdaya Dan Lingkungan*, 5(1), 33–41. <https://doi.org/10.22437/jels.v5i1.3927>
- Sari, R. R., & Dewi, M. H. U. D. (2017). Pengaruh Modal, Tenaga Kerja Dan Produksi Terhadap Pendapatan Petani Di Desa Ped Kecamatan Nusa Penida. *Jurnal EP Unud*, 6(11), 2136–2164.
- Telukdarie, A., Dube, T., Matjuta, P., & Philbin, S. (2022). The opportunities and challenges of digitalization for SME's. *Procedia Computer Science*, 217(2022), 689–698. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.12.265>