EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 22, No.1 Juli 2022
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.10044

Model Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Berbasis Faktor-Faktor Produksi Di Kota Medan

Rini Astuti[1*], Isna Ardila[2] & Linzzy Pratami Putri[3]
[1,2,3]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20221, Indonesia
*e-mail : riniastuti@umsu.ac.id

Artikel Info

Received :
18 April 2022
Revised :
12 July 2022
Accepted :
22 July 2022

Kata Kunci :
Modal, Sumber Daya Manusia, Teknologi, Pemasaran, Pendapatan Keluarga

Keywords :
Capital, Human Resources, Technology, Marketing, Family Income

ABSTRAK

Saat ini pelaku usaha industri rumah tangga harus mampu mempersiapkan diri dan memiliki strategi yang baik dalam menghasilkan produk yang berkualitas dan memiliki jaringan pemasaran yang luas, agar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh pasar atau konsumen,sehingga usaha industri kecil dapat meningkatkan pendapatan keluarga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana model peningkatan pendapatan rumah tangga berbasis faktor-faktor produksi di Kota Medan. Tujuan khusus penelitian ini adalah 1) mendesain model peningkatan pendapatan rumah tangga berbasis faktor-faktor produksi di Kota Medan. 2) mengetahui faktor-faktor produksi yang mendukung peningkatan pendapatan rumah tangga dalam menghasilkan produk. Penelitian ini adalah penelitian dasar karena dalam penelitian ini dilakukan proses pemodelan untuk mendapatkan model paling tepat dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga berbasis faktor-faktor produksi pada industri rumah tangga di Kota Medan. Populasi penelitian adalah populasi target yaitu usaha industri rumah tangga di kota Medan, yang merupakan usaha manufaktur dengan skala modal < Rp. 200.000.000,-. Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif, dengan metode penelitian Structural Equation Modelling (SEM) untuk menganalisis usaha industri rumah tangga berbasis faktor-faktor produksi dan uji kausalitas untuk menetapkan model peningkatan pendapatan berbasis faktor-faktor produksi. Teknik analisis data akan dibantu dengan alat bantu AMOS dan SPSS. Hasil penelitian model struktural diperoleh faktor-faktor yang dominan mempengaruhi pendapatan keluarga adalah modal, sumber daya manusia, teknologi dan pemasaran.

Based Household Income Improvement Model Production Factors in Medan City

ABSTRACT

Currently, home industry business actors must be able to prepare themselves and have a good strategy in producing quality

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 22, No.1 Juli 2022
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.10044

products and have an extensive marketing network, so that the products produced can be accepted by the market or consumers, so that small industrial businesses can increase family income. This study aims to determine how the model of increasing household income based on factors of production in the city of Medan. The specific objectives of this study are 1) to design a model of increasing household income based on factors of production in the city of Medan. 2) determine the production factors that support the increase in household income in producing products. This research is a basic research because in this research a modeling process is carried out to obtain the most appropriate model in increasing household income based on production factors in home industries in Medan City. The research population is the target population, namely the home industry business in the city of Medan, which is a manufacturing business with a capital scale of < Rp. 2000.000.000,- This research is quantitative descriptive, using Structural Equation Modeling (SEM) research method to analyze home industry business based on production factors and causality test to determine income increase model based on production factors. Data analysis techniques will be assisted with AMOS and SPSS tools. The results of the structural model research show that the dominant factors affecting family income are capital, human resources, technology and marketing.

PENDAHULUAN

Keberadaan Usaha Mikro Kecil Menengah sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan bagi masyarakat, selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Pada saat ini dimana banyak Negara yang dilanda wabah pandemi covid-19 atau corona, mengakibatkan terjadinya penurunan perekonomian masyarakat, serta banyaknya karyawan yang di PHK sehingga meningkatnya pengangguran. Kepala BPS Suhariyanto menjelaskan pandemi virus corona (Covid-19) membuat tingkat pengangguran terbuka (TPT) di Indonesia mengalami kenaikan dari 5,23 persen menjadi 7,07 persen atau menjadi 9,77 juta orang. Banyak diantaranya memilih usaha produk rumahan untuk tetap dapat bertahan hidup. Tidak hanya saat ini pada beberapa tahun yang lalu ketika terjadi krisis moneter usaha mikro kecil dan menengah yang jumlahnya sangat banyak mampu bertahan dalam situasi krisis tetapi mempunyai porsi peranan yang kecil dalam perekonomian nasional. Hal ini menjelaskan bahwa ketahanan perekonomian negara Indonesia berada pada usaha mikro kecil menengah yang merupakan skala ekonomi kerakyatan. Maka dari itu, usaha kecil dan menengah harus memiliki strategi agar produk yang dihasilkan lebih baik, berkualitas, selalu melakukan inovasi serta memperluas jaringan pemasaran.

Pada umumnya permasalahan yang dihadapi oleh usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) salah satunya usaha industri rumah tangga berkaitan dengan adanya keterbatasan

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 22, No.1 Juli 2022
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.10044

modal, ketersediaan dan kurang trampilnya sumber daya manusia, pengelolaan pemasaran hasil produksi yang kurang profesional yaitu produk yang dihasilkan kurang inovatif serta promosi yang dilakukan kurang menarik. Inovasi tidak bisa dilepaskan dalam kehidupan berbisnis karena inovasi merupakan roh atau jiwa dalam sebuah perusahaan untuk berkembang. Saat ini, inovasi dapat berkembang dimana saja dan dilakukan oleh siapa saja. Inovasi tidak hanya dapat dilakukan oleh perusahaan besar, melainkan perusahaan kecilpun perlu untuk melakukan inovasi demi keberlangsungan usahanya. Oleh karena itu manajemen inovasi merupakan faktor penting untuk menentukan perkembangan usaha kecil menengah (Sedarmayanti, 20 C.E.). Selain inovasi, hal lain yang dibutuhkan adalah sumberdaya manusia yang memiliki kompetensi, yang terdiri dari pengetahuan, ketrampilan dan kemampuan mempunyai pengaruh yang signifikan pada kinerja UMKM (Perkembangan et al.,2013). Penelitian ini akan dilakukan di Kota Medan, khususnya di Kecamatan Medan Selayang, dimana di kecamatan Medan Selayang banyak industri rumah tangga diantaranya sabun dan bahan pembersih keperluan rumah tangga, makanan, air minum mineral dan pakaian. Yang menjadi permasalahan yang dihadapi oleh usaha industri rumah tangga dilokasi tersebut adalah ketidakmampuan untuk memenuhi kewajiban finansial yaitu adanya keterbasan modal, kurang terampil dan kurangnya ketersediaan sumber daya manusia, pengelolaan pemasaran hasil produksi yang kurang profesional yaitu produk yang dihasilkan kurang inovatif serta promosi yang dilakukan kurang menarik. Hal ini disebabkan pengetahuan yang dimiliki usaha kecil dan menengah sangat kurang dan terbatas. Sehingga produk tersebut hanya diketahui dan dikenal oleh masyarakat lingkungan sekitar pembuatan industri saja.

KAJIAN TEORI

Pendapatan Keluarga

Pendapatan merupakan jasa dari kerja sama faktor-faktor produksi, lahan, tenaga kerja, modal, dan pengelolaan (Arianty et al., 2018). Pendapatan merupakan proses arus, yaitu penciptaan barang dan jasa oleh perusahaan selama jarak waktu tertentu.

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan Nomor 23 2004 (Grace et al., 2018) pendapatan adalah penghasilan yang timbul dari aktivitas perusahaan yang biasanya dikenal dengan sebutan berbeda seperti penjualan, penghasilan jasa (fees), bunga deviden, royalty, dan sewa. Menurut bardaini (2006) macam-macam pendapatan ditinjau dari bentuknya ada tiga yaitu:

1. Pendapatan berupa uang adalah segala penghasilan berupa uang yang biasanya diterima sebagai balas jasa prestasi sumber-sumber utama yaitu berupa gaji dan upah.
2. Pendapatan berupa barang adalah segala penghasilan yang bersifat regular dan biasa, tetapi tidak selalu berbentuk balas jasa dan diterimakan dalam bentuk barang, misalnya dapat berupa gaji yang diwujudkan dalam bentuk beras, pengobatan, perumahan.
3. Pendapatan selain penerimaan uang dan barang adalah segala penerimaan yang bersifat transfer redistribusi dan biasanya membawa perubahan dalam keuangan rumah tangga, misalnya penjualan barang-barang yang dipakai pinjaman uang, hasil undian, warisan, penagihan hutang.

Sumarsono (2003) mengatakan terdapat tiga fungsi pendapatan pada umumnya, yaitu: 1) Merupakan bentuk penjamin yang layak bagi seorang pekerja dan anggota keluarga menjadi tanggungannya 2) Mencerminkan imbalan atas hasil kerja seseorang atau output hasil produksi 3) Merupakan pendorong atau motivasi pekerja untuk terus menjaga

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 22, No.1 Juli 2022
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.10044

produktivitas kerja sehingga proses produksi terus meningkat dan berlangsung secara terus menerus.

Pendapatan keluarga adalah pendapatan suami dan istri serta anggota keluarga lain dari kegiatan pokok maupun tambahannya. Pendapatan sebagai ukuran kemakmuran yang telah dicapai oleh seseorang atau keluarga pada beberapa hal merupakan faktor yang cukup dominan untuk mempengaruhi keputusan seseorang atau keluarga terhadap suatu hal. Pendapatan keluarga berperan penting, karena pada hakekatnya kesejahteraan keluarga sangat tergantung pada besar kecilnya pendapatan keluarga (Anggraini, 2007). Artinya pendapatan keluarga sangat menentukan besarnya alokasi waktu yang digunakan tenaga kerja untuk bekerja.

Usaha Mikro Kecil Dan Menengah

Menurut Kementrian Negara Koperasi (*Permen-KUKM No*, n.d.) adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk diperniagakan secara komersial dan mempunyai omset penjualan sebesar satu miliar rupiah atau kurang. Usaha Menengah adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk diperniagakan secara komersial dan mempunyai omzet penjualan lebih dari 1 miliar.

Menurut Undang-Undang No 20 Tahun 2008 ini, yang disebut dengan usaha kecil adalah identitas yang memiliki kriteria sebagai berikut:

1) Kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; dan
2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyarlima ratus juta rupiah).

Usaha Menengah adalah entitas usaha yang memiliki kriteria sebagai berikut:

1) Kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; dan
2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Ada beberapa karakteristik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), yaitu:

1) Jenis barang atau komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah.
2) Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindahpindah.
3) Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, sudah membuat neraca usaha.
4) Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.
5) Sumberdaya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalamberwirausaha.
6) Sebagian sudah akses ke perbankan dalam hal keperluan modal.
7) Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik seperti *business planning*.

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 22, No.1 Juli 2022
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.10044

Usaha kecil

Industri kecil adalah kegiatan industri yang dikerjakan di rumah-rumah penduduk yang pekerjanya merupakan anggota keluarga sendiri yang tidak terikat jam kerja dan tempat. Industri kecil dapat juga diartikan sebagai usaha produktif diluar usaha pertanian, baik itu merupakan mata pencaharian utama maupun sampingan. Dengan kata lain industri kecil merupakan industri yang berskala kecil dan industri rumah tangga yang diusahakan untuk menambah pendapatan keluarga. BPS (1995) menggolongkan usaha industri pengolahan di Indonesia ke dalam empat kategori berdasarkan banyak pekerja yang bekerja pada suatu perusahaan atau usaha industri pengolahan tanpa memperhatikan besarnya modal yang ditanam ataupun kekuatan mesin yang digunakan. Ada pun empat kategori tersebut adalah :

a. Industri kerajinan rumah tangga, yaitu perusahaan atau usaha industri pengolahan yang mempunyai pekerja 1- 4 orang.
b. Industri kecil, yaitu perusahaan atau usaha industri pengolahan yang mempunyai pekerja 5 -19 orang.
c. Industri sedang, yaitu perusahaan atau usaha industri pengolahan yang mempunyai pekerja 20 - 99 orang.
d. Industri besar, yaitu perusahaan atau usaha industri pengolahan yang mempunyai pekerja 100 orang atau lebih.

Modal

Masalah modal dalam perusahaan merupakan persoalan yang tidak akan pernah berakhir, mengingat masalah modal mengandung begitu banyak aspek. Untuk mengetahui pengertian modal dalam keputusan pendanaan dapat dipahami malalui definisi-definisi modal yang dikemukakan oleh para ahli keuangan berikut Riyanto, (2010:18) mengartikan modal sebagai "keloktifitas" dari barang-barang modal yang terdapat dalam neraca sebelah debit, sedangkan yang dimaksud dengan barang-barang modal adalah semua barang-barang yang ada dalam rumah tangga perusahaan dan fungsi produktifnya untuk membentuk pendapatan. Dengan demikian modal adalah yang terdapat dalam neraca sebelah kredit. Adapun yang dimaksud dengan barang-barang modal adalah barang-barang yang ada dalam perusahaan yang belum digunakan.

Kualitas Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah sumber untuk mencapai keunggulan kompetitif karena kemampuannya untuk mengkonversi sumber daya lainnya uang, mesin, metode dan material ke dalam hasil produk/jasa. Pesaing dapat meniru sumber lain seperti teknologi dan modal tetapi tidak untuk sumber daya manusia yang unik. Karyawan mempunyai peran yang strategis di dalam perusahaan yaitu sebagai pemikir, perencana, dan pengendali aktivitas perusahaan karena memiliki bakat, tenaga dan kreativitas yang sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan. Kualitas sumber daya manusia terdiri atas dua suku kata meliputi katakualitasyang secara umum merupakan tingkat baik buruknya atau taraf atau 20 derajat sesuatu(Astuti, n.d.). Adapun pengertian kualitas menurut (SEDARMAYANTI, 20 C.E.), mengemukakan bahwa "Kualitas merupakan suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh telah dipenuhi berbagai persyaratan, spesifikasi, dan harapan". Sedangkan Pengertian Sumber Daya Manusia secara umum merupakan daya yang bersumber dari manusia. Daya yang bersumber dari manusia dapat juga disebut tenaga atau kekuatan (energi atau power). Pada hakikatnya, SDM berupa manusia yang dipekerjakan di sebuah organisasi sebagai

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 22, No.1 Juli 2022
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.10044

penggerak untuk mencapai tujuan organisasi itu. Pengertian lain dikemukakan oleh Ndraha (2012:7) adalah sebagai berikut : "Sumber daya manusia adalah penduduk yang siap, mau dan mampu memberi sumbangan terhadap usaha pencapaian tujuan organisasional". Adapun menurut Pasolong (2013:5) mengemukakan bahwa "Kualitas Sumber Daya Manusia merupakan tenaga kerja yang memilki kompetensi pengetahuan, keterampilan dan moral yang tinggi". Sedangkan Menurut Ndraha (2012:12) mengatakan bahwa pengertian kualitas sumber daya manusia, yaitu: Sumber daya manusia yang mampumenciptakan bukan saja nilai komparatif, tetapi juga nilai kompetitif-generatif-inovatif dengan menggunakan energi tertinggi seperti *intelligence, creativity*, dan *imagination*, tidak lagi semata-mata menggunakan energi kasar seperti bahan mentah,lahan, air, energi otot, dan sebagainya.

Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:29), "*Marketing as the process by which companies create value for customers and build strong customer relationships in orderto capture value from customers in return*", artinya menyatakan bahwa pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangunhubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan. Menurut (Sudaryono, 2011), konsep inti pemasaran ada 4, yaitu:

1. Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan Inti pemasaran yaitu di mulai dengan kebutuhan dan keinginan manusia. Salah satu kebutuhan manusia antara lain seperti, makan, pakaian, tempat tinggal dan lain-lain. Seperti yang kita ketahui, kebutuhan dankeinginan memiliki arti yang berbeda. Kebutuhan merupakan sesuatu yang dibutuhkan untuk bertahan hidup, sedangkan keinginan merupakan hasrat atau pemuas dari sesuatu yang kita inginakan.
2. Produk, Nilai, Biaya, dan Kepuasan. Apabila kita hendak memenuhi kebutuhan dan keinginan pasti berhubungan dengan produk ataupun jasa. Produk adalah sesuatu barang yang ditawarkan untuk memenuhi dan keinginan manusia. Manusia mempunyai suatu produk bukan dilihat dari fisiknya akan tetapi dilihat dari segi fungsinya. Contohnya apabila kita membeli sebuah microwafe, kita membeli microwafe bukan untuk dicintai akan tetapi untuk memasak yang menjadi kebutuhan manusia.
3. Pertukaran, Transaksi, dan Hubungan Kebutuhan dan keinginan manusia pada awalnya melalui pertukaran sesama manusia. Pada zaman dahulu apabila manusia membutuhkan barang maka mereka akan saling bertukar barang (barter) sesuai dengan barang yang mereka butuhkan. Dengan adanya pertukaran ini, adanya transaksi dengan sesama manusia, hal ini transaksi bukan menggunakan uang karena pada zaman dahulu belum ditemukannya uang. Dari hal itulah, makamanusia pada zaman dahulu sangat menjadi hubungan dengan baik
4. Pasar, Pemasaran, dan Pemasar Pasar merupakan salah satu tempat bertemunya antara pembeli dan penjual. Di pasar kita dapat menemukan barang yang kita butuhkan dan inginkan dan mampu untuk melakuka

METODE

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis faktor dan uji korelasi yang menjadi bagian menyeluruh dalam Model Persamaan Struktural (*Structural Equation Model*). Analisis data akan mengugunakan software AMOS, Data dianalisis dengan

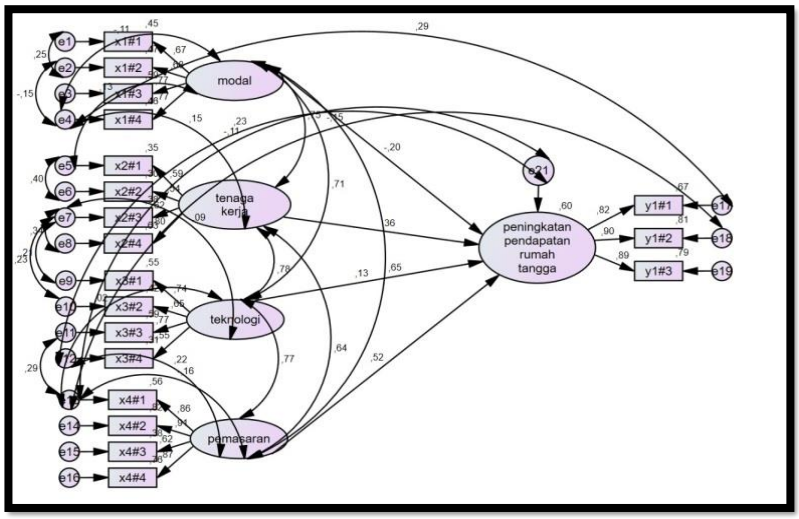
EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 22, No.1 Juli 2022
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.10044

menggunakan analisis faktor untuk mendeteksi variabel-variabel produksi yang dominan sehingga menghasilkan peningkatan pendapatan rumah tangga. Analisis faktor dalam penelitian ini menggunakan Confirmatory Factor Analysis (CFA) dengan menggunakan model persamaan struktural SEM (Structural Equation Modelling).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Structural EquationModellin (SEM)

Berikutnya adalah melakukan analisis struktural modal secara lengkap. Pengujian dengan model persamaan struktural adalah untuk menguji setiap variabel terhadap variabel lainnya. Berikut ini model konsep penelitian secara lengkap yang telah diuji dengan menggunakan AMOS. Hasil analisis pada AMOS dapat dilihat pada Gambar 1 berikut :



Gambar 1. Uji Model Struktural Model Penelitian

Tabel 1. Indeks Pengujian Kelayakan Model SEM

Goodness of Fit Index	Cut-off Value	Hasil Analisis	Evaluasi Model
χ2 - Chi-square	Diharapkan kecil	283,385	Fit
Probability	≥ 0,05 atau tidak boleh 0 (nol) (Ferdinand, 2014)	0,082	Fit
CMIN/DF	< 2,00	1,921	Fit
RMSEA	≤ 0,08	0,057	Fit
GFI	≥ 0,90 (Ghozali, 2016) atau 0,80≤GFI≤0,90 (Wijanto, 2008)	0,987	Fit
AGFI	≥ 0,90 (Ghozali, 2016) atau 0,80≤GFI≤0,90 (Wijanto, 2008)	0,975	Fit
TLI	≥ 0,90 (Ghozali, 2016) atau 0,80≤GFI≤0,90 (Wijanto, 2008)	0,976	Fit
CFI	≥ 0,90 (Ghozali, 2016) atau 0,80≤GFI≤0,90 (Wijanto, 2008)	0,986	Fit

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 22, No.1 Juli 2022
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.10044

Berdasarkan data hasil modifikasi model pada Tabel 1 diketahui bahwa uji kelayakan model dengan menggunakan data pada Tabel *Goodness of Fit* tersebut diketahui model memenuhi kriteria model struktural yang fit dan diterima sehingga akan diajukan pada analisis berikutnya yang akan dijadikan dasar untuk menguji hipotesis penelitian.

Adapun hasil uji untuk mengetahui kebenaran hipotesis penelitian ini bisa digunakan Tabel 2 *Regression Weigh* berikut ini :

Tabel 2. Hasil Uji Regression Weigth

Hubungan Antar Variabel			Estimate	P	Keterangan	Hipotesis
Modal	→	Peningkatan pendapatan rumah tangga	0,983	0,043	Signifikan	Diterima
Tenaga kerja (SDM)	→	Peningkatan pendapatan rumah tangga	0,723	0,055	Tidak Signifikan	Ditolak
Teknologi	→	Peningkatan pendapatan rumah tangga	0,922	0,007	Signifikan	Diterima
Pemasaran	→	Peningkatan pendapatan rumah tangga	0,971	0,000	Signifikan	Diterima

Sumber : Hasil Analisis Data (2021).

Berdasarkan data pada Tabel 2 dapat diketahui hasil uji pada model struktural berdasarkan *output* dari *regression weight* maka kita dapat menyajikan hasil untuk menguji hipotesis penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel modal berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga pelaku usaha rumahan. Nilai pengaruhnya terlihat pada parameter estimasi hubungan sebesar 0,983, dengan nilai probabilitas (P) adalah 0,043 di mana $p < 0,05$.
2. Variabel tenaga kerja (SDM) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga pelaku usaha rumahan. Nilai pengaruhnya terlihat pada parameter estimasi hubungan sebesar 0,723, dengan nilai probabilitas (P) adalah 0,056 di mana $p > 0,05$.
3. Variabel teknologi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga pelaku usaha rumahan. Nilai pengaruhnya terlihat pada parameter estimasi hubungan sebesar 0,922, dengan nilai probabilitas (P) adalah 0,007di mana $p < 0,05$.
4. Variabel pemasaran berpengaruh positif tidak signifikan terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga pelaku usaha rumahan. Nilai pengaruhnya terlihat pada parameter estimasi hubungan sebesar 0,971, dengan nilai probabilitas (P) adalah 0,000di mana $p < 0,05$

Pembahasan

Modal menjadi faktor produksi yang berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga bagi pelaku usaha rumah tangga.

Ketersediaan kredit usaha kecil bagi rakyat yang disediakan oleh pemerintah dirasakan sangat membantu para pengusaha rumah tangga ini untuk meningkatkan produksinya. Adanya peningkatan produksi akan berdampak pada proses produksi mereka menghasilkan

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 22, No.1 Juli 2022
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.10044

produk atau jasa yang akan dipasarkan dan diterima masyarakat sehingga pendapatan juga akan berdampak yaitu bertambah hingga mendukung perekonomian rumah tangga. Modal yang terbatas menjadi permasalahan yang sering dihadapi oleh usaha rumahan di Kecamatan Medan Selayang Kota Medan. Adanya modal yang sedikit akan menyebabkan produksi sedikit, produk atau jasa yang dihasilkan juga terbatas sehingga tidak banyak yang bisa ditawarkan kepada konsumen. Akibatnya tidak ada pemasukan apalagi keuntungan yang bisa meningkatkan pendapatan rumah tangga mereka.

Tenaga Kerja menjadi faktor produksi yang berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga bagi pelaku usaha rumah tangga.

Tenaga kerja menjadi faktor yang tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga para pelaku usaha rumahan di Kecamatan Medan Selayang Kota Medan. Fakta ini menyatakan bahwa tenaga kerja khususnya tenaga kerja terampil menjadi tidak memiliki dampak kuat dan tidak secara nyata mampu mempengaruhi peningkatan pendapatan rumah tangga karena para pelaku usaha rumahan ini tidak membutuhkan tenaga kerja terampil yang khusus untuk membantu proses produksi hingga penjualan. Salah satunya bahkan dianggap akan menambah biaya dan akan berdampak pada pengurangan pendapatan rumah tangga nantinya. Hal ini sesuai dengan jawaban responden yang menyatakan bahwa bagi mereka pelaku usaha rumahan tidak membutuhkan tenaga kerja dalam jumlah besar atau tidak membutuhkan tambahan pekerja (SDM) karena usaha rumahan mereka masih dalam skala kecil dan para anggota keluarga masih sangat mendukung proses produksi dan keberlangsungan usaha rumah tangga yang dijalankan. Alasan lainnya adalah dengan keberadaan anggota keluarga sebagai tenaga kerja usaha mereka, maka akan terjadi penghematan biaya operasional usaha mereka karena bagi mereka biaya produksi yang paling besar dibutuhkan adalah upah karyawan bukan biaya pengolahan bahan mentah menjadi produk.

Teknologi menjadi faktor produksi yang berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga bagi pelaku usaha rumah tangga

Teknologi adalah salah satu faktor produksi yang diketahui terbukti mampu meningkatkan pendapatan rumah tangga bagi pelaku usaha rumah tangga. Ada 92% responden menyatakan bahwa mereka menggunakan teknologi modern dalam usahanya yang dominan dalam proses penjualan yang menggunakan handphone, komputer dalam proses promosi melalui media sosial seperti instagram dan facebook karena menyediakan banyak fitur promosi yang menarik perhatian konsumen dan produk yang dihasilkan bisa dikemas dengan baik juga menarik. Tetapi dalam proses pengolahan baku atau produksi mereka masih dominan menggunakan cara tradisional seperti penggorengan dengan minyak, menggunakan kayu bakar, pengemasan dengan plastik dan lilin, maupun alat-alat produksi sederhana lainnya karena dianggap lebih murah biaya dan menjaga cita rasa. Sedangkan 8% lagi sudah menyatakan sepenuhnya menggunakan teknologi modern baik dalam proses produksi dan pemasaran.Teknologi mempermudah proses produksi dan mampu meningkatkan jumlah barang yang dijual sehingga punya potensi besar barang yang dijual akan lebih banyak dan laku. Hal ini tentu akan mendatangkan keuntungan yang lebih banyak dan akan berdampak pada peningkatan pendapatan usaha rumah tangga ini.

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 22, No.1 Juli 2022
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.10044

Pemasaran menjadi faktor produksi yang berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga bagi pelaku usaha rumah tangga.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pemasaran berperan positif signifikan terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga bagi pelaku usaha rumah tangga di Kota Medan. Hasil analisis menunjukkan bahwa 100% usaha rumah tangga ini menggunakan jasa promosi dan iklan melalui media sosial seperti instagram, facebook dan juga dilakukan melalui promosi menggunakan akun whatsapp yang dianggap lebih mudah (praktis) dan murah karena hanya mengeluarkan biaya kuota data. Bahkan seluruhnya beranggapan iklan atau brosur produk mereka bisa dibuat secara gratis di internet tanpa harus menempah secara offline yang harus bayar. Secara benar dan nyata adanya strategi pemasaran atau promosi yang tepat dan sesuai dengan target pasar dan kebutuhan konsumen maka akan terjadi peningkatan penjualan dan potensi besar untuk meningkatkan pendapatan usaha rumah tangga ini. Konsep pemasaran merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam meningkatkan laba dan koordinasi dan integrasi dalam perusahaan. Perusahaan harus mampu mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen dan tidak bertentangan dengan apa yang dibutuhkan oleh pasar.

Faktor-Faktor yang berperan dalam Peningkatan Pendapatan RumahTangga bagi pelaku usaha rumahan di Kota Medan

Berdasarkan hasil analisis uji persamaan struktural model pada penelitian ini diketahui bahwa faktor produksi yang terbukti memiliki peran positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha rumah tangga di Kota Medan adalah modal, teknologi dan pemasaran. Tiga faktor ini memiliki peran yang terbukti nyata dan berdampak besar untuk mendukung peningkatan pendapatan usaha rumah tangga bagi pelaku usaha kecil di Kota Medan. Tenaga kerja sendiri menjadi faktor produksi yang tidak signifikan meskinpun berdampak positif artinya memberikan pengaruh yang linier jika bertambah tenaga kerja, berkualitas tenaga kerja yang dipakai dalam proses produksi akan mendukung proses produksi semakin baik dan berpotensi pada peningkatan penjualan dan keuntungan tetapi karena ini merupakan usaha kecil rumah tangga masih bersifat sederhana dan skala kecil sehingga pengaruhnya tidak signifikan atau tidak berdampak besar. Usaha rumah tangga yang sangat sederhana cukup bisa menggunakan tenaga kerja yang merupakan anggota rumah tangganya saja atau tetangga terdekat yang bahkan tidak butuh keterampilan khusus karena mayoritas juga hanya menggunakan teknologi sederhana atau bisa dikatakan produksi tanpa teknologi yang hanya berlaku pada proses promosi (pemasaran).

SIMPULAN

Meningkatkan pendapatan usaha rumah tangga bagi para pelaku usaha kecil di Kota Medan cukup fokus pada faktor produksi modal, teknologi dan pemasaran sehingga memiliki peluang besar untuk meningkatkan proses produksi lebih banyak dan menghasilkan barang yang lebih banyak untuk dijual yang akan mendatangkan keuntungan (pendapatan) lebih banyak**.**

DAFTAR PUSTAKA

Arianty, N., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2018). *Eko Sasono & Sasmi Y, 2004, Manajemen Inovasi Pada Usaha Kecil Menengah. Semarang. September 2017*.

Astuti, R. (n.d.). *TERHADAP PRODUKTIVITAS KARYAWAN PADA PT . KARYA PLASINDO MEDAN*. 148–154.

Bjerke, B, (2005). Managing Entrepreneurship On Whose Terms? In Research at the Marketing/ Entrepreneurship Interface , Edited by Hills, G. And Miles, M. Chicago : Universityof Illinois at Chicago.

Grace, S., Nainggolan, V., Gultom, E., Ritonga, I. S., Akuntansi, K., & Informatika,

M. (2018). *Penerapan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) No. 23 Tentang Pendapatan Dalam Laporan Laba Rugi Pada PT. Manunggal Wiratama*. *I*(1), 46–62.

Hills GE. (2008). Marketing and Entrepreneurship, Research Ideas and Opportunities. *Journal SMEs of Research Marketing and Entrepreneurship*. 2(4).

Perkembangan, F. Y. M., Kecil, U., Industri, S., & Di, P. (2013). *Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha kecil sektor industri pengolahan di kota malang*. 73–79.

Permen-KUKM No. (n.d.).

Produksi, F., & Sosial, M. (2017). *3 1,2,3*. *5*, 1849–1876.

SEDARMAYANTI. (20 C.E.). *Sedarmayanti. 2009. Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja. Bandung: CV Mandar Maju* (Vol. 6, Issue 3). CV MANDAR MAJU.

Selatan, K. P., Trisnawati, M., Rosa, Y. Del, & Putri, Y. E. (2013). *1. 2. 3. 2.*

Sudaryono. (2011). *Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. CV. andi offset.

Suharyadi dan Purwanto. (2004). Statistika: Untuk Ekonomi & Keuangan Modern. Jakarta : PT Salemba Empat.

Sumarsono, Sonny. (2003). Ekonomi Manajemen Sumber Daya Manusia dan Ketenagakerjaan. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Suparmoko dan Irawan. (2003). Ekonomika Pembangunan. Edisi keenam. Yogyakarta : BPFE UGM

Utari dan Dewi. (2014). Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di KawasanImam Bonjol Denpasar Barat. E-Jurnal EP-UNUD, 3(12);576-585.