

**ANALISIS PERKEMBANGAN USAHA *BARBERSHOP*
PADA UMKM DI KOTA PEMATANG SIANTAR**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)*



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Oleh :

Nama : Njuah Assiddiq Berutu

NPM : 1905180046

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624867 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama Lengkap : NJUAH ASSIDIQ BERUTU
N.P.M : 1905180046
Program Studi : EKONOMI PEMBANGUNAN
Alamat Rumah : JL. HANDAYANI PEMATANG SIANTAR
Judul Skripsi : ANALISIS PERKEMBANGAN USAHA BARBERSHOP PADA
UMKM DI KOTA PEMATANG SIANTAR

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, September 2023

Pembimbing Skripsi

Dr. AMIRUL SYAH, M.Si.

Diketahui/Disetujui

Oleh:

Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE, M.Si

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU



Dr. H. JANURI, SE., MM., M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama Lengkap : NJUAH ASSIDIQ BERUTU
N.P.M : 1905180046
Program Studi : EKONOMI PEMBANGUNAN
Alamat Rumah : JL. HANDAYANI PEMATANG SIANTAR
Judul Skripsi : ANALISIS PERKEMBANGAN USAHA BARBERSHOP PADA
UMKM DI KOTA PEMATANG SIANTAR

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, September 2023

Pembimbing Skripsi

Dr. AMIRUL SYAH, M.Si.

Diketahui/Disetujui
Oleh:

Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE, M.Si

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU



Dr. H. JANURI, SE., MM., M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Lengkap : NJUAH ASSIDIQ BERUTU
N.P.M : 1905180046
Program Studi : EKONOMI PEMBANGUNAN
Judul Skripsi : ANALISIS PERKEMBANGAN USAHA BARBERSHOP PADA
UMKM DI KOTA PEMATANG SIANTAR

Dengan ini menyatakan bawah skripsi saya yang berjudul "ANALISIS PERKEMBANGAN USAHA BARBERSHOP PADA UMKM DI KOTA PEMATANG SIANTAR, bukan hasil menyadur secara mutlak hasil karya orang lain.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yang Menyatakan



NJUAH ASSIDIQ BERUTU

ABSTRAK

ANALISIS PERKEMBANGAN USAHA BARBERSHOP PADA UMKM DI KOTA PEMATANG SIANTAR

Njuah Assiddiq Berutu

1905180046

**Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi
dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

E-mail : njuahberutu@gmail.com

Pertumbuhan UMKM yang terus meningkat setiap tahunnya akan tetapi di tahun 2022 mengalami penurunan. Sumatera Utara menjadi salah satu provinsi dengan jumlah perkembangan UMKM terbanyak di Indonesia. Pertumbuhan Barbershop yang terus meningkat merupakan dampak dari mulai berubahnya gaya hidup masyarakat. Fasilitas dan jasa yang ditawarkan sangat mempengaruhi ketertarikan pelanggan terhadap *Barbershop*. Tujuan penelitian ini adalah (1) Melakukan analisa ekonomi secara deskriptif tentang sektor-sektor produksi UMKM yang berada di Pematang Siantar (2) Melakukan evaluasi secara ekonomi tentang pelaku sektor UMKM *Barbershop* dalam memenuhi pendapatan keluarga di Kota Pematang Siantar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu dengan cara *snowball sampling* menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 30 pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu berasal dari *website-website* resmi seperti Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Perdagangan, dan penyebaran kuesioner melalui *google form*. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis faktor dengan program *Smart PLS 3.0*. hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor Jumlah Pelanggan dan Fasilitas berpengaruh dan signifikan terhadap pengembangan bisnis pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar untuk memenuhi pendapatan ekonomi.

Kata Kunci: *Barbershop*, UMKM

ABSTRACT

ANALYSIS OF BARBERSHOP BUSINESS DEVELOPMENT IN UMKM IN PEMATANG SIANTAR CITY

Njuah Assiddiq Berutu
1905180046

***Development Economics Study Program, Faculty of Economics
and Business, University Muhammadiyah North Sumatra***

E-mail : njuahberutu@gmail.com

The growth of UMKM continues to increase every year, but in 2022 it will experience a decline. North Sumatra is one of the provinces with the largest number of UMKM developments in Indonesia. Barbershop growth continues to increase as a result of changes in people's lifestyles. The facilities and services offered greatly influence customer interest in the Barbershop . The aims of this research are (1) Carrying out a descriptive economic analysis of the UMKM production sectors in Pematang Siantar (2) Carrying out an economic evaluation of the actors in the Barbershop UMKM sector in meeting family income in Pematang Siantar City. This research uses a qualitative approach. Technique sampling in this research that is with method snowball sampling use questionnaire Which given to 30 perpetrator UMKM Barbershop in City Pematang Siantar. The data collection technique used in this research comes from websites official like Body Center Statistics (BPS), Ministry Trading, and distribution of questionnaires via Google Form . Data analysis technique used in this research uses analysis factor with program Smart PLS 3.0. results study show that Number of Customers and Facilities Factors influential and significant on development business UMKM Barbershop operator in Pematang Siantar City to meet economic income.

Say Key: Barbershop, UMKM

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil'alamin, Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Analisis Perkembangan Usaha *Barbershop* Pada UMKM Di Kota Pematangsiantar” yang akan dilaksanakan di Kota Pematang Siantar, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S-1) Program Studi Ekonomi Pembangunan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penyelesaian penyusunan proposal ini, banyak pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M,AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr.H.Januri, S.E.,M.M.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, S.E.,M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
4. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, S.E.,M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Dr. Prawidya Hariani RS, selaku Ketua Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
6. Ibu Roswitaa Hafni, M.Si selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Amirul Syah, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan saran serta masukan sehingga skripsi ini dapat peneliti selesaikan.
8. Bapak dan Ibu dosen beserta Staff biro yang telah mendidik dan mengarahkan peneliti dalam proses perkuliahan.
9. Semua staf dan karyawan Kantor Dinas Koperasi yang telah banyak memberikan bantuan dan bimbingan selama pelaksanaan penelitian.
10. Ayah, Mama, Kakak, Abang Zaki dan Abang Adit atas doa dan dukungan yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan proposal ini.
11. Teman teman Seperjuangan saya serta rekan sekelas selama perkuliahan yang tidak bisa saya sebut satu persatu.

12. Teman dekat saya Tri yenni yang selalu support saya selama kuliah dan membantu dalam mengerjakan skripsi saya.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, Mei 2023

Njuah As Siddiq Berutu
NPM. 1905180046

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1. Pendapatan Nasional	10
2.1.2. Teori Keynes	17
2.1.3. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	17
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Berfikir	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1. Pendekatan Penelitian.....	28
3.2. Defenisi Operasional	28
3.3. Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
3.4. Jenis dan Sumber Data Penelitian	29
3.5. Populasi dan Sampel.....	30
3.6. Teknik Pengumpulan Data	30
3.7. Teknik Analisis Data	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37

4.1	Gambaran Umum Kota Pematang Siantar.....	37
4.1.1	Kondisi Geografis Kota Pematang Siantar	37
4.1.2	Kondisi Demografi Kota Pematang Siantar	39
4.2	Analisis Pembahasan Tujuan Penelitian.....	40
BAB V	PENUTUP.....	68
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....		70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan UMKM di Indonesia	2
Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah UMKM di Kota Pematang Siantar	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	2Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.1 Defenisi Operasional.....	29
Tabel 4.1 Luas Wilayah Kecamatan Kota Pematang Siantar	Error! Bookmark not defined.7
Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Per Kecamatan di Kota Pematang Siantar.....	Error! Bookmark not defined.8
Tabel 4.3 Angkatan Kerja (Jiwa) Kota Pematang Siantar ...	Error! Bookmark not defined.9
Tabel 4.4 <i>Convergent Validity</i> Pelaku UMKM Barbershop di Kota Pematang Siantar	51
Tabel 4.5 <i>Convergent Validity</i> Jumlah Pelanggan	51
Tabel 4.6 <i>Convergent Validity</i> Fasilitas	5Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.7 <i>Convergent Validity</i> Pelaku UMKM Sektor Barbershop di Kota Pematang Siantar Setelah Dilakukan <i>Second Outer Loading</i>	55
Tabel 4.8 <i>Convergent Validity</i> jumlah pelanggan setelah dilakukan <i>Second Outer Loading</i>	57
Tabel 4.9 <i>Convergent Validity</i> fasilitas setelah dilakukan <i>Second Outer Loading</i>	58
Tabel 4.10 <i>Discriminante Validity Pada Avarage Extracted (AVE)</i>	60
Tabel 4.11 <i>composite reliability</i>	61
Tabel 4.12 <i>R-Squared</i>	62

Tabel 4.13 <i>F-Squared</i>	63
Tabel 4.14 Uji Hipotesis	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah UMKM di Indonesia Berdasarkan Provinsis Tahun 2022.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	27
Gambar 4.1 Perkembangan jumlah UMKM di Indonesia	40
Gambar 4.2 Jumlah UMKM di Kota Pematang Siantar	42
Gambar 4.3 Usia Responden.....	46
Gambar 4.4 Jenis Kelamin Responden	47
Gambar 4.5 Pendidikan Responden	47
Gambar 4.6 Lama Memiliki Usaha Responden	48
Gambar 4.7 Banyaknya Pelanggan	49
Gambar 4.8 Penghasilan Responden	49
Gambar 4.9 First Outer Loading	54
Gambar 4.10 Second Outer Loading.....	55

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia terkenal sebagai negara yang kaya akan sumber daya alamnya. Sumber daya alam yang berlimpah di Indonesia dimanfaatkan penduduk untuk berwirausaha salah satu usaha yang banyak diminati yaitu usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Kementerian Koperasi dan UKM menetapkan supaya dapat memajukan UMKM terhadap perkembangan ekonomi nasional. Perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia dapat diketahui dari tahun ke tahun semakin meningkat. Ini dapat memberikan dampak yang sangat baik bagi ekonomi di Indonesia. Pada saat terjadi krisis ekonomi di Indonesia banyak perusahaan yang mengalami kebangkrutan, akan tetapi UMKM mampu bertahan di masa ini, UMKM memiliki peran yang sangat besar dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan bagi penduduk di Indonesia. Oleh sebab itu, UMKM di Indonesia harus dikembangkan agar dapat meningkatkan kualitas produknya. UMKM merupakan kegiatan usaha yang berdiri sendiri serta mampu dalam menghasilkan produknya yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha. Banyak penduduk di Indonesia yang menjalankan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). UMKM di Indonesia juga didukung oleh pemerintah perbankan, lembaga keuangan dan masyarakat. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

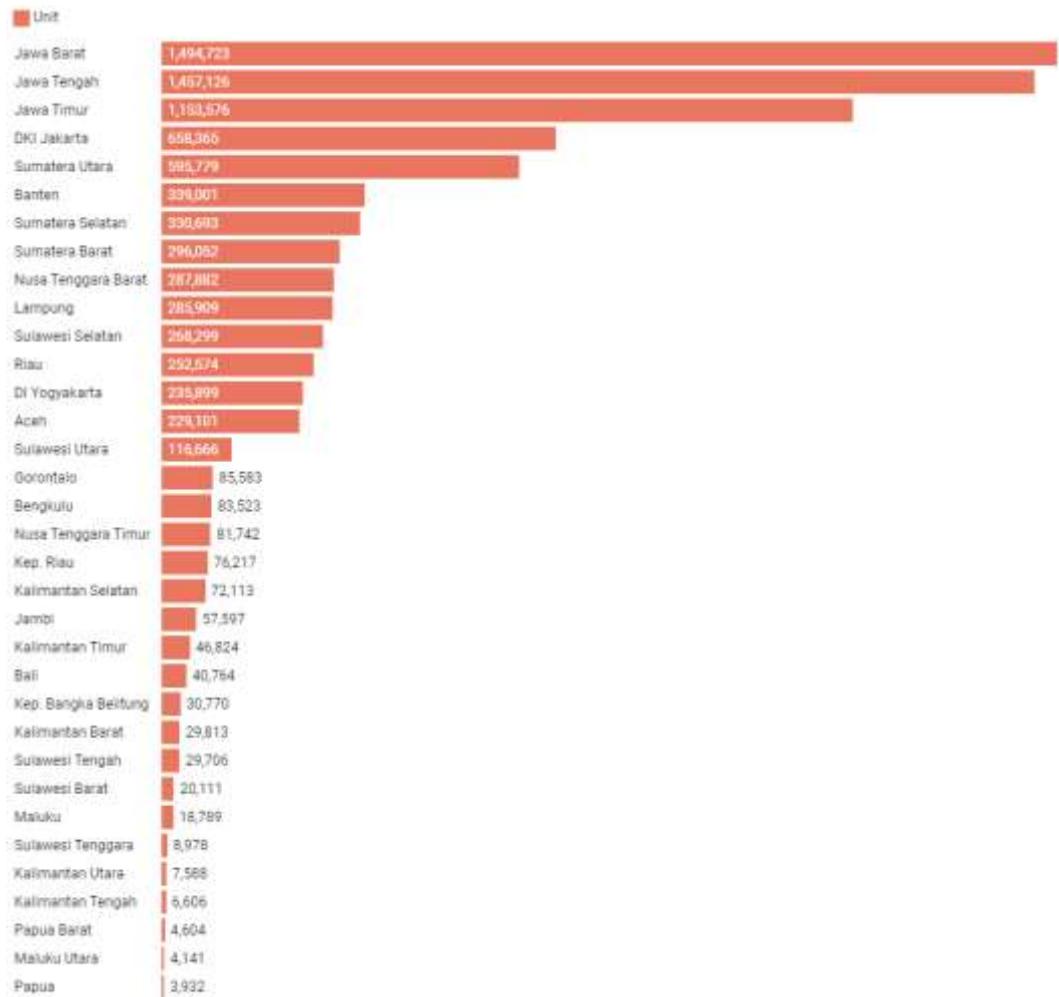
Tabel 1.1
Perkembangan UMKM di Indonesia (2018-2022)

No	Tahun	Jumlah unit UMKM
1	2018	64.199.606
2	2019	65.471.134
3	2020	64.199.186
4	2021	65.501.437
5	2022	74.210.962

Sumber : Data Kementerian Koperasi dan UKM

Saat ini perkembangan UMKM tercatat lebih dari 74,2 juta UMKM yang tersebar di Indonesia. Pada 2018, tercatat ada 64,2 juta UMKM di Indonesia dengan jumlah yang terus meningkat hingga tahun 2019 tercatat 65,5 juta, tetapi pada tahun 2020 jumlah UMKM menurun hingga 64,2 juta dikarenakan pandemi Covid-19, pada tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 65,5 juta, hingga pada tahun 2022 mengalami peningkatan cukup pesat tercatat dengan jumlah 74,2 juta UMKM. Dengan angka tersebut terbukti bahwa perkembangan UMKM berkembang pesat, besarnya minat masyarakat untuk berwirausaha atau mengembangkan usahanya kembali sebagai mata pencaharian sangatlah besar.

Terbukti di Provinsi Sumatera Utara Jumlah UMKM mengalami peningkatan dari tahun ketahun, hal ini disebabkan karena semakin banyak masyarakat yang mencoba membuka usaha sendiri, dengan modal yang mereka miliki. Jumlah UMKM Provinsi Sumatera Utara ditunjukkan dalam Grafik berikut.



Sumber : Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, 2022

Gambar 1.1
Grafik Jumlah UMKM di Indonesia Berdasarkan Provinsi Tahun 2022

Berdasarkan grafik diatas Sumatera Utara merupakan salah satu provinsi dengan jumlah perkembangan UMKM terbanyak di Indonesia. Dimana, sepanjang tahun 2022 jumlah UMKM di provinsi Sumatera Utara mencapai angka 595.779 unit. Jumlah ini jauh lebih tinggi dari provinsi yang ada di pulau Sumatera seperti Sumatera Selatan yang berjumlah 330.693 unit, Sumatera Barat sebanyak 296.052 unit, Lampung sebanyak 285,909 unit dan Aceh hanya sebanyak 229,101 unit. Akan tetapi, provinsi Sumatera Utara belum mampu bersaing dengan beberapa

provinsi di pulau jawa seperti provinsi Jawa Tengah sebanyak 1.457.126 unit dan provinsi Jawa Barat yang menjadi provinsi dengan UMKM paling banyak dengan jumlah 1.494.723 unit.

Salah satu wilayah di provinsi Sumatera Utara yang memiliki perkembangan Jumlah UMKM cukup besar adalah kota Pematangsiantar. Kota Pematangsiantar merupakan kota terbesar kedua dari salah satu kota di Provinsi Sumatera Utara setelah Medan. Letak Kota Pematangsiantar sangat strategis, dilintasi Jalan Raya Lintas Sumatera. Kota ini memiliki luas wilayah 79,97 km² dan berpenduduk sebanyak 253.500 jiwa. Kota Pematangsiantar terdiri dari delapan kecamatan dan 53 kelurahan dengan luas wilayah 79,9706 km² (BPS Kota Pematangsiantar, 2023). UMKM Kota Pematang Siantar mengalami peningkatan dari tahun ketahun, hal ini disebabkan karena semakin banyak masyarakat yang mencoba membuka usaha sendiri, dengan modal yang mereka miliki. Perkembangan Jumlah UMKM Kota Pematang Siantar ditunjukkan dalam Tabel berikut.

Tabel 1.2
Perkembangan Jumlah UMKM Kota Pematang Siantar (2018-2022)

Jenis Usaha	Tahun Data				
	2018	2019	2020	2021	2022
Kuliner	11475	12040	19429	19479	4154
Salon/Pangkas	312	330	533	573	392
Perternakan/Pertanian	813	853	1377	1407	979
Tenun	1443	1514	2443	2463	1631
Bordir/Menjahit	794	833	1344	1354	1113
Bengkel	332	348	562	582	558
Kerajinan	263	276	446	450	40
Lainnya	264	287	461	561	13648
JUMLAH	15696	16481	26595	26869	22515

Sumber: Data Dinas Koperasi dan UKM Kota Pematang Siantar (2018-2022)

Perkembangan UMKM di Kota Pematang Siantar selama periode 2018 – 2022 menunjukkan berkembang dari tahun ke tahun. Perkembangan UMKM di Kota Pematang Siantar pada tahun 2018 sebesar 15.696 UMKM, Pada tahun 2019 perkembangan UMKM Kota Pematang Siantar meningkat menjadi 16.481 UMKM, pada tahun 2020 kembali meningkat pesat menjadi 26.595 UMKM, hingga tahun 2021 mengalami peningkatan menjadi 26.869 UMKM. Tetapi pada tahun 2022 mengalami penurunan jumlah UMKM menjadi 22.515 UMKM. Pemerintah mendorong UMKM untuk dapat lebih maju dan semakin berkembang. Tidak dapat dipungkiri jika pemerintah saat ini bersemangat untuk selalu memberikan penghargaan kepada UMKM yang telah menghasilkan produk dengan baik dan bermanfaat. Banyak UMKM yang mendapatkan binaan dari pemerintah.

UMKM memiliki keunggulan pemberian nilai tambah pada berbagai sektor, terutama sektor jasa. Pertumbuhan UMKM pada sektor jasa semakin pesat. Seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat, peluang munculnya UMKM sektor jasa menjadi lebih besar. Ditambah bahwa jumlah penduduk Indonesia cukup besar dan terus tumbuh. Salah satu Usaha UMKM dalam sektor jasa yaitu Barbershop atau pangkas rambut khusus laki-laki. *Barbershop* pada dasarnya sama dengan pangkas rambut tradisional, namun fasilitas yang diberikan berbeda. Pelanggan Barbershop akan merasakan suasana yang nyaman dengan fasilitas yang diberikan, seperti ruangan ber-AC, disediakan majalah saat menunggu, peralatan mesin yang canggih, ruangan yang aesthetic dan lainnya. Dengan semakin baiknya fasilitas yang diberikan *Barbershop* akan dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan.

Ada beberapa hal lain yang membedakan *Barbershop* dengan tempat pangkas rambut biasa. Pangkas rambut biasa umumnya hanya menyediakan jasa potong rambut saja. *Barbershop* tidak hanya menyediakan jasa potong rambut saja, akan tetapi juga menyediakan jasa pijat refleksi, cuci rambut, treatment, facial, dan hair color (Widjiono, 2015). Sehingga semakin banyak penawaran jasa yang diberikan *Barbershop* dapat meningkatkan pendapatan pelaku UMKM *Barbershop*.

Barbershop melayani kebutuhan bagi pria untuk merawat diri mereka sendiri, dan *Barbershop* menawarkan solusi bagi pria untuk mengejar gaya rambut ideal mereka. Target pasar usaha *Barbershop* yaitu pelanggan pria saja. Jasa ini tidak mengkhususkan terhadap umur dan profesi, *Barbershop* terbuka untuk semua kalangan, mulai dari anak-anak, pelajar, remaja, hingga yang lanjut usia. *Barbershop* menawarkan 2 layanan potong rambut dengan kualitas bintang lima namun harga terjangkau (Widjiono, 2015).

Usaha *Barbershop* atau pangkas rambut di Kota Pematang Siantar berkembang cukup pesat. Pertumbuhan *Barbershop* ini adalah sebagai dampak dari mulai berubahnya gaya hidup masyarakat. Masyarakat sudah menganggap gaya rambut merupakan sebuah *life style*. Pelanggan menggunakan jasa *Barbershop* bukan hanya karena untuk memotong rambut, namun juga merawat dan menjaga agar gaya rambut tetap terjaga.

Perkembangan *Barbershop* di Kota Pematang Siantar tentu berdampak baik bagi peningkatan kesejahteraan dan juga pengurangan pengangguran. Namun, usaha *Barbershop* juga dihadapkan pada banyak tantangan. Ada beberapa *Barbershop* yang tidak mampu bersaing dengan *Barbershop* yang lain.

Barbershop merupakan usaha yang masuk dalam jenis jasa. Industri atau usaha jasa seperti *Barbershop* ini dihadapkan pada tingkat persaingan yang tinggi. Usaha jasa berbeda dengan usaha manufaktur. Dalam usaha jasa kegiatan produksi dan konsumsi dilakukan dalam waktu yang bersamaan. Oleh karena itu, jika tidak dikelola dengan baik kondisi seperti ini akan menimbulkan ketidakpuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa tidak puas pada akhirnya akan beralih pada penyedia jasa yang lain. Setiap *Barbershop* dihadapkan pada permasalahan yang berbeda.

Dari fenomena yang ada maka penulis tertarik mengambil judul ini “**Analisis Perkembangan Usaha *Barbershop* Pada UMKM Di Kota Pematang Siantar**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari pemaparan latar belakang diatas, maka terdapat beberapa permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, yaitu :

1. Pertumbuhan UMKM yang terus meningkat setiap tahunnya akan tetapi di tahun 2022 mengalami penurunan.
2. Sumatera Utara menjadi salah satu provinsi dengan jumlah perkembangan UMKM terbanyak di Indonesia.
3. Pertumbuhan *Barbershop* yang terus meningkat merupakan dampak dari mulai berubahnya gaya hidup masyarakat.
4. Fasilitas dan jasa yang ditawarkan sangat mempengaruhi ketertarikan pelanggan terhadap *Barbershop*.

1.3 Batasan Masalah

Ada banyak masalah yang bisa di angkat dari penelitian ini, namun penulis perlu membatasi masalah lebih terperinci dan jelas agar pemecahannya terarah. Jadi, penelitian ini hanya di batasi pada masalah Perkembangan Usaha *Barbershop* UMKM di Kota Pematang Siantar.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan sektor UMKM di Kota Pematang Siantar?
2. Bagaimana perkembangan UMKM sektor *Barbershop* untuk memenuhi pendapatan ekonomi?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan hasil dari latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Melakukan analisa ekonomi secara deskriptif tentang sektor-sektor produksi UMKM yang berada di Pematang Siantar.
2. Melakukan evaluasi secara ekonomi tentang pelaku sektor UMKM *Barbershop* dalam memenuhi pendapatan keluarga di Kota Pematang Siantar.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun dari hasil penelitian ini diharapkan dapat diambil manfaat bagi pihak-pihak yang ingin mengetahui Perkembangan UMKM di Kota Pematang Siantar.

1.6.1 Manfaat Akademik

a. Bagi Peneliti

1. Menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti agar dapat mengembangkan ilmu yang di peroleh selama mengikuti perkuliahan.
2. Sebagai syarat mendapatkan gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Dan bisnis studi Pembangunan.

b. Bagi Mahasiswa

1. Melatih mahasiswa untuk menguraikan dan membahas suatu permasalahan secara ilmiah, teori dan sistematis.
2. Sebagai tambahan pembelajaran bagi mahasiswa mengenai pembahasan yang terkait.

1.6.2 Manfaat Non-akademik

Sebagai bahan masukan dalam penetapan bagi pemerintah. Penelitian ini di jadikan sebagai penambahan pengetahuan bagi masyarakat.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1. Pendapatan Nasional

Pendapatan Nasional adalah jumlah pendapatan yang diterima oleh faktor-faktor produksi yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa dalam suatu tahun tertentu (Nainggolan, 2020). Secara fiknitif, pendapatan nasional merupakan nilai barang dan jasa yang dihasilkan oleh masyarakat dalam suatu negara, dalam kurun waktu tertentu, prinsip ini mewakili konsep Produk Domestik Bruto (PDB) atau *Gross domestic Product* (GDP) dan Produk Nasional Bruto (PNB) atau *Gross National Product* (GNP).

Pendapatan nasional didasarkan pada harga berlaku dan harga tetap. Pendapatan nasional pada harga berlaku adalah nilai barang-barang dan jasa-jasa yang dihasilkan suatu negara dalam suatu tahun dan dinilai menurut harga yang berlaku pada tahun tersebut. Data pendapatan dalam berbagai tahun nilainya akan berbeda-beda dan menunjukkan kecenderungan yang semakin meningkat dari tahun ketahun. Bahkan terkadang menunjukkan penurunan meskipun tidak terlalu signifikan.

Perubahan nilai disebabkan oleh dua faktor, yaitu perubahan secara fisik barang dan jasa yang dihasilkan dalam perekonomian dan kenaikan harga-harga yang berlaku dari satu periode ke periode lainnya. Untuk dapat menghitung kenaikan dari tahun ke tahun, barang dan jasa yang dihasilkan haruslah dihitung

pada harga yang tetap, yaitu harga yang berlaku pada saat tahun tertentu yang seterusnya digunakan untuk menilai barang dan jasa yang dihasilkan pada tahun-tahun yang lain, nilai pendapatan nasional pada harga tetap atau pendapatan nasional riil. Barang dan jasa yang dihasilkan dalam perekonomian dapat dinilai dengan dua cara, yaitu dengan menggunakan harga pasar dan menggunakan harga faktor. Barang dikatakan dinilai menurut harga pasar jika nilai barang tersebut menggunakan harga yang dibayar oleh pembeli. Jika menggunakan harga faktor maka sumbangan pendapatan nasional berasal dari jumlah pendapatan faktor-faktor produksi yang digunakan untuk menghasilkan barang tersebut (Nainggolan, 2020).

Pendapatan Nasional secara agregatif menunjukkan kemampuan suatu negara dalam menghasilkan pendapatan/ balas jasa kepada faktor-faktor produksi yang ikut berpartisipasi dalam proses produksi daerah. Pendapatan nasional yang merupakan salah satu indikator ekonomi makro, merupakan variabel penting guna mencari hubungan di antara variabel-variabel lain dalam ekonomi makro. Perubahan di dalam variabel pendapatan nasional mempunyai pengaruh terhadap variabel yang lain. Pendapatan Nasional dianggap pilar utama penyangga Politik Ekonomi artinya kearah Pendapatan Nasional itulah hampir semua kebijakan di bidang perekonomian difokuskan.

Tujuan dari perhitungan pendapatan nasional adalah untuk mendapatkan gambaran tentang tingkat ekonomi yang telah dicapai dan nilai output yang diproduksi, komposisi pembelanjaan agregat, sumbangan dari berbagai sektor perekonomian, serta tingkat kemakmuran yang dicapai (Sukirno,2008). Metode perhitungan pendapatan nasional merupakan salah satu cara untuk menentukan

jumlah atau besar dari nilai pendapatan nasional tersebut. Selain untuk mengetahui jumlah pendapatan nasional suatu negara, metode perhitungan pendapatan nasional juga bisa dijadikan alat evaluasi. Di mana, Negara bisa menilai dan mengevaluasi kinerja para sumber daya manusianya dan mengukur produktivitas negaranya.

Terdapat 3 (tiga) metode perhitungan yang bisa digunakan untuk mengetahui jumlah atau nilai dari pendapatan nasional, yaitu metode perhitungan pendapatan nasional dengan pendekatan produksi (*Production Approach*), pendekatan pengeluaran (*Expenditure Approach*), dan pendekatan pendapatan (*Income Approach*).

a. Pendekatan Produksi (*Production Approach*)

Menurut pendekatan produksi, pendapatan nasional dihitung dengan cara menjumlahkan nilai produksi yang dihasilkan oleh sektor-sektor produktif. Cara ini menghasilkan *Gross National Product* atau GNP. Perhitungan dalam pendapatan nasional hanyalah nilai tambah (value added) dari masing-masing lapangan usaha/sektor-sektor ekonomi yang dihasilkan pada berbagai tahapan proses produksi. Dimana nilai tambah yang dimaksud adalah selisih antara nilai produksi dan nilai biaya yang dikeluarkan, yang terdiri atas bahan baku dan bahan penolong yang digunakan dalam proses produksi. (Manggala, 2020)

Pendapatan produksi terbagi menjadi 9 sektor utama, yaitu :

- 1) Sektor pertanian, peternakan, kehutanan dan perikanan
- 2) Sektor pertambangan
- 3) Sektor industri
- 4) Sektor listrik, gas dan air bersih

- 5) Sektor konstruksi
- 6) Sektor perdagangan, hotel dan restoran
- 7) Sektor pengangkutan dan komunikasi
- 8) Sektor keuangan, persewaan dan jasa perusahaan
- 9) Sektor jasa lainnya.

Rumus pendapatan nasional untuk pendekatan produksi :

$$Y = \sum P_n \cdot Q_n$$

Dimana :

Y = pendapatan nasional

P_n = harga jual produk jadi

Q_n = jumlah produk diproduksi

b. Pendekatan Pendapatan (*Income Approach*)

Pendekatan pendapatan (income approach) adalah jenis pendekatan pendapatan nasional yang diperoleh dengan cara menjumlahkan pendapatan dari berbagai faktor produksi yang memberikan sumbangan terhadap proses produksi. Metode pendekatan pendapatan merupakan pendapatan nasional hasil dari penjumlahan seluruh penerimaan yang diterima oleh pemilik faktor produksi dalam suatu negara selama satu periode atau satu tahun. Yang termasuk faktor produksi adalah tenaga kerja, modal, tanah, dan keahlian/kewirausahaan. Masing-masing dari faktor produksi akan menghasilkan pendapatan yang berbeda-beda, misalnya (Sumaryana et al., 2022):

- 1) Tenaga kerja dapat memperoleh gaji/upah
 - 2) Pemilik modal akan mendapat bunga
 - 3) Pemilik tanah dapat memperoleh sewa
 - 4) Keahlian atau skill dapat memperoleh laba
- Rumus pendekatan

pendapatan adalah sebagai berikut:

$$Y = r + w + i + p$$

Dimana :

Y = Pendapatan Nasional

r = Upah/gaji

w = Sewa

i = Bunga

p = Laba Usaha

c. Pendekatan Pengeluaran (*Expenditure Approach*)

Berdasarkan pendekatan pengeluaran, nilai pendapatan nasional dihitung dengan menjumlahkan nilai pengeluaran sektor-sektor yang terlibat dalam perekonomian atau menjumlahkan pengeluaran dari masyarakat kedalam barang dan jasa yang diproduksi dalam perekonomian. Masing-masing sektor perekonomian yaitu :

- 1) Pengeluaran konsumsi rumah tangga (C)
- 2) Pengeluaran Investasi (I)
- 3) Pengeluaran konsumsi Pemerintah (G)
- 4) Ekspor netto (X-M)

$$Y = C + I + G + (X-M)$$

Keterangan :

Y = Pendapatan nasional

C = Konsumsi rumah tangga

I = Investasi

G = Pengeluaran Pemerintah

X = Ekspor

M = Impor

Dengan menggunakan 3 metode pendekatan pendapatan nasional yaitu produksi, pendapatan, dan pengeluaran dapat membantu suatu negara untuk menentukan jumlah atau besarnya pendapatan nasional. Karena besar kecilnya pendapatan nasional suatu negara menentukan maju dan berkembangnya suatu negara karena berhubungan dengan laju perekonomian negara.

Adapun komponen pendapatan nasional yaitu (Hidayah & Karlina, 2020):

- a) *Gross Domestic Product* (GDP) atau Produk Domestik Bruto (PDB) adalah jumlah produk berupa barang dan jasa yang dihasilkan oleh unit-unit produksi dalam suatu Negara (domestik) selama satu tahun. Dalam perhitungan GDP ini, termasuk juga hasil produksi barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan atau orang asing yang beroperasi di Wilayah Negara yang bersangkutan. Barang-barang yang dihasilkan termasuk barang modal yang belum diperhitungkan penyusutannya, karenanya jumlah yang didapatkan dari GDP dianggap bersifat bruto atau kotor.
- b) *Gross National Product* (GNP) atau Produk Nasional Bruto (PNB) adalah nilai seluruh produk yang diproduksi seluruh masyarakat nasional di dalam dan di luar negeri pada periode tertentu.
- c) *Net National Product* (NNP) atau Produk Nasional Netto (PNN) adalah nilai GNP yang berubah karena penyusutan harga barang-barang modal.
- d) *National Income* (NI) atau Pendapatan Nasional (PN) adalah pendapatan agregat yang diperoleh oleh faktor-faktor produksi. Pendapatan nasional mengukur pendapatan agregat yang diterima oleh faktor-faktor

produksi sebelum pajak (*direct taxes*) dan pembayaran transfer (*transfer payment*).

- e) *Personal Income* (PI) atau Pendapatan Perseorangan (PP) adalah nilai NI yang dikurangi jaminan sosial, pajak perusahaan, laba yang ditahan, dan ditambah pembayaran pindahan (*transfer payment*). Pembayaran pindahan adalah tunjangan yang diberikan Negara kepada individu untuk mensejahterakan masyarakat dan menambah pendapatan seseorang.
- f) *Disposable Income* (DI) atau Pendapatan Bebas (PB) adalah jumlah pendapatan yang secara aktual tersedia bagi rumah tangga yang siap untuk dibelanjakan atau digunakan. Pendapatan *Disposable* diperoleh dengan cara Pendapatan Nasional dikurangi Pajak perorangan (*personal taxes*) dan kewajiban-kewajiban bukan pajak (*nontaxes liabilities*).

Pendapatan negara tersebut sangat berpengaruh bagi keberhasilan proses pembangunan nasional sumber dan pengalokasian anggaran dapat di gambarkan sebagai berikut:

- a. penerimaan perpajakan
 1. pajak dalam negeri (PPh, PPN, PBB, cukai dan lainnya)
 2. pajak perdangan internasional (bea masuk dan pajak import)
- b. penerimaan bukan pajak
 1. pajak dalam negeri (PPh, PPN, PBB, cukai dan lainnya).
 2. Penerimaan dalam negeri adalah semua penerimaan yang diterima oleh negara dalam bentuk penerimaa perpajakan dan peneimaan bukan pajak. Penerimaan pemerintah dari dalam negeri berasal dari minyak bumi, gas alam (migas) dan non migas. Penerimaan

dari sektor tersebut digunakan pemerintah untuk menutup pengeluaran rutin pemerintah. Penerimaan pemerintah dari sektor non migas terdiri atas pajak dan non pajak.

2.1.2. Teori Keynes

"Teori Keynes menyatakan bahwa inflasi terjadi karena masyarakat hidup diluar batas kemampuan ekonominya dengan memfokuskan bagaimana perbuatan rezeki antar golongan masyarakat bisa menimbulkan permintaan (I) lebih besar dari jumlah barang yang tersedia (S)" (Putong, 2015).

Dasar pemikiran model inflasi dari Keynes adalah bahwa inflasi terjadi karena masyarakat ingin hidup di luar batas kemampuan ekonomisnya, sehingga menyebabkan permintaan efektif masyarakat terhadap barangbarang (permintaan agregat) melebihi jumlah barang-barang yang tersedia, akibatnya akan terjadi inflationary gap (Samiun, 2015).

Kemudian Keynes berpendapat bahwa kenaikan harga tidak hanya ditentukan oleh kenaikan jumlah uang yang beredar, namun juga ditentukan oleh kenaikan produksi.

2.1.3. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

2.1.2.1 Pengertian UMKM

Menurut Undang-undang RI Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjelaskan bahwa usaha mikro adalah mereka yang memiliki kekayaan bersih kurang dari 50 juta rupiah atau omzet kurang dari 300 juta rupiah dalam satu tahun.

Di negara ini, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki posisi yang cukup penting sebab peranannya dalam dunia

perekonomian. Keberadaannya tidak dapat dipungkiri oleh masyarakat karena melalui UMKM terjadi adanya pendistribusian pendapatan masyarakat. Lahirnya suatu karya baru yang di wujudkan oleh pelaku UMKM selaras dengan usaha pemerintah untuk menjaga dan mengembangkan aspek-aspek yang berasal dari budaya masyarakat (Anggraeni et al., 2022).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mampu dalam upaya penyerapan tenaga kerja dengan jumlah yang banyak. Hal ini diakibatkan atas dasar meningkatnya jumlah penduduk Indonesia setiap harinya. Oleh karena itu adanya UMKM ini mampu mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Pengembangan UMKM juga perlu dilakukan. Pengembangan UMKM sangat strategis untuk mendorong perekonomian nasional. Dengan adanya UMKM, ada harapan besar bagi kelompok berpenghasilan rendah untuk meningkatkan pendapatannya.

Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia (PP) Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah disebutkan bahwa pemerintah pusat dan pemerintah daerah akan memberikan kemudahan, perlindungan dan pemberdayaan bagi koperasi dan UMKM melalui pembinaan dan pemberian fasilitas (Fazadana, 2023). Akuntabilitas pemerintah UMKM sendiri sebagai pihak yang berdaya secara internal harus mampu berinteraksi dengan pemerintah dan melalui potensi yang dimilikinya mampu menciptakan kreativitas wirausaha dengan menggunakan fasilitas yang disediakan oleh pemerintah.

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia (PP) Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yaitu:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Menengah sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah ini.

Secara umum, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang menghasilkan produk dengan bahan baku utama berasal dari pemanfaatan sumber daya yang dimiliki alam sekitar, keahlian, dan ciptaan budaya tradisional setempat (E. E. Halim et al., 2020).

2.1.2.2 Kriteria UMKM

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia (PP) Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, usaha mikro, kecil dan menengah dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Adapun kriteria usaha mikro, kecil dan menengah berdasarkan kriteria modal usaha, yaitu:

1. Usaha Mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
2. Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.5.000.000.000 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; dan
3. Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Kriteria UMKM dari sudut pandang modal usaha ini digunakan untuk pendirian dan pendaftaran kegiatan usaha. Adapun kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah berdasarkan hasil penjualan tahunan yaitu :

1. Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah);
2. Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.15.000.000.000 (lima belas miliar rupiah); dan

3. Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Kriteria dengan berdasarkan hasil penjualan tahunan ini digunakan oleh pemerintah untuk menjamin kenyamanan, perlindungan, dan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Selain kriteria yang berkaitan dengan modal usaha dan hasil penjualan tahunan, untuk keperluan tertentu kementerian/lembaga dapat menggunakan kriteria omset, kekayaan bersih, nilai investasi, jumlah tenaga kerja, insentif dan disinsentif, kandungan lokal, dan/atau penerapan teknologi ramah lingkungan sesuai dengan kriteria setiap sektor usaha

2.1.2.3 Tujuan UMKM

UMKM dimaksudkan untuk pertumbuhan dan perkembangan usaha dalam membantu perekonomian nasional berdasarkan keadilan. Sedangkan upaya pemberdayaan UMKM memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Menciptakan sistem perekonomian nasional yang setara, tumbuh dan adil
2. Mengoptimalkan tingkat kesanggupan UMKM supaya menjadi bisnis yang kuat dan independen.
3. Mengoptimalkan fungsi UMKM dalam upaya pembentukan daerah, menciptakan lowongan pekerjaan, upaya penyebaran pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan taraf kehidupan masyarakat

2.1.2.4 Kebijakan Pemerintah Terkait UMKM

Kebijakan atau peraturan pemerintah terkait UMKM diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang

Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Berdasarkan PP No. 7 Tahun 2021 Pasal 37.

1. Usaha mikro, kecil, dan menengah dalam melakukan kegiatan usahanya harus memiliki perizinan berusaha.
2. Perizinan berusaha untuk usaha mikro, kecil, dan menengah diberikan berdasarkan tingkat risiko kegiatan usaha dalam bentuk:
3. Nomor induk berusaha, untuk kegiatan usaha risiko rendah;
4. Nomor induk berusaha dan sertifikat standar, untuk kegiatan usaha risiko menengah rendah dan menengah tinggi; dan
5. Nomor induk berusaha dan izin, untuk kegiatan usaha risiko tinggi.

Perizinan Usaha didasarkan pada PP No. 7 Tahun 2021 Pasal 38 yang berisi dibawah ini:

1. Perizinan berusaha untuk usaha mikro, kecil, dan menengah dilaksanakan melalui sistem perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik, yang dikelola oleh lembaga yang mengelola perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik.
2. Pemenuhan persyaratan dan tata cara permohonan perizinan berusaha dilaksanakan sesuai dengan norma, standar, prosedur, dan kriteria yang diatur dalam peraturan pemerintah mengenai penyelenggaraan perizinan berusaha berbasis risiko.

Perlindungan Usaha Mikro dan Usaha Kecil di Indonesia berdasarkan PP No.7 Tahun 2021 Pasal 48

1. pemerintah pusat dan pemerintah daerah wajib menyediakan layanan bantuandan pendampingan hukum kepada pelaku usaha mikro dan usaha kecil.
2. layanan bantuan dan pendampingan hukum kepada pelaku usaha mikro dan usaha kecil sebagaimana dimaksud pada ayat
3. tidak dipungut biaya.
4. layanan bantuan dan pendampingan hukum sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
 - a. Penyuluhan hukum;
 - b. Konsultasi hukum;
 - c. Mediasi;
 - d. Penyusunan dokumen hukum; dan/atau e. Pendampingan di luar pengadilan.

Korodinasi dan Pengendalian Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah berdasarkan PP No. 7 Tahun 2021 Pasal 53 meliputi penyusunan dan pengintegrasian, pelaksanaan, pemantauan dan evaluasi terhadap;

1. peraturan perundang-undangan dan kebijakan yang ditetapkan oleh Pemerintah dan Pemerintah Daerah dalam rangka menumbuhkan Iklim Usaha yang dapat memberikan kepastian dan keadilan berusaha dalam aspek pendanaan, sarana dan prasarana, informasi usaha, Kemitraan, perizinan usaha, kesempatan berusaha, promosi dagang, dan dukungan kelembagaan;

2. program pengembangan usaha yang diselenggarakan Pemerintah dan Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat dalam bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, desain dan teknologi;
3. program pengembangan di bidang Pembiayaan dan penjaminan; dan
4. penyelenggaraan Kemitraan usaha.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul penelitian	Model estimasi	Variabel	Hasil penelitian
1	(Robert Tua Siregar, dkk., 2020), Strategi Pengembangan UMKM di Kota Pematang Siantar.	Kualitatif	Strategi Pengembangan, UMKM	Hasil penelitian bahwa pengusaha UMKM mendapatkan kendala dalam pengembangan usaha yang dijalaninya. Strategi pengembangan UMKM di Kota Pematangsiantar tidak lepas dari peran serta pemerintah dan para pelaku UMKM. Pemerintah sebaiknya dapat melakukan pendampingan kepada para pelaku UMKM, serta sosialisasi dan pelatihan-pelatihan, dan para pelaku UMKM sebaiknya lebih kreatif dan inovatif dalam memproduksi barang.
2	(Suyadi, Syahdanur & S. Susie, 2017), Analisis pengembangan	analisis deskriptif	UMKM, keterbatasan manajemen, perkembangan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan usaha para responden relatif stagnan, hanya

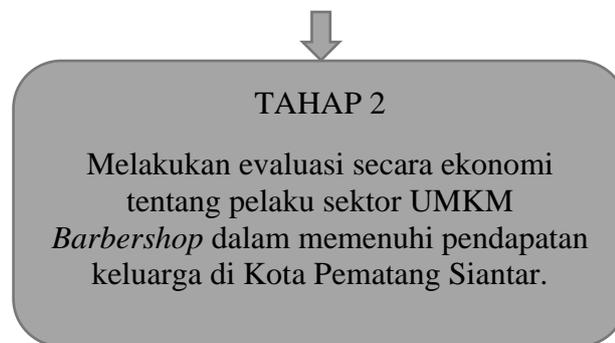
	usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis Riau		usaha.	beberapa usaha saja yang menunjukkan peningkatan. Kendala utama yang dihadapi para pelaku UMKM adalah keterbatasan manajemen/ pengelolaan usaha dan ketakutan mengambil resiko. Kurangnya pembinaan dan keterlibatan instansi terkait juga mereka anggap sebagai faktor lambatnya perkembangan usaha mereka.
3	(Abdul Halim, 2022), Analisis Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Mamuju.	Analisi keabsahan	UMKM, Pengembangan, Ekonomi Kreatif	hasil analisis menjelaskan bahwa Pertumbuhan UMKM secara umum di Kabupaten Mamuju baik, hal ini dibuktikan bahwa pertumbuhan yang terjadi dari tahun 2019 senilai 5,1, pada tahun 2020 senilai 14,3 dan tahun 2021 senilai 9,4. Perkembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif baik, berdasarkan hasil wawancara kepada informan yang mewakili pemerintah, pemerhati UMKM dan pelaku usaha ekonomi kreatif menunjukkan bahwa usaha perkembangan usaha cukup baik, walaupun sempat mengalami penurunan omset pada awal Covid 19 tetapi

				sudah normal saat ini, bahkan omset pelaku usaha ekonomi kreatif semakin meningkat sejalan dengan adanya berbagai pelatihan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah.
4	(Mhd. Ilyas Nursidi, Sari Wulandari, 2021), Analisis Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi di Kota Medan	Deskriptif kualitatif	UMKM, pertumbuhan Ekonomi (PDRB)	Hasil penelitian disimpulkan bahwa pengembangan UMKM memberikan kontribusi dalam mendukung pertumbuhan ekonomi di kota Medan atau peningkatan PDRB tahun 2015-2019 sebesar 18,61%, sepanjang lima tahun UMKM di kota Medan terus mengalami peningkatan, dan diharapkan dapat mendukung pertumbuhan ekonomi kota Medan. Peningkatan jumlah UMKM akan meningkatkan permintaan terhadap tenaga kerja untuk di pekerjakan di usaha yang baru. Banyaknya pekerja yang terserap berarti penangguran akan semakin berkurang dan juga akan meningkatkan pendapatan masyarakat miskin. Jumlah UMKM yang terus bertambah akan meningkatkan output yang dihasilkan dan

				perekonomian daerah pun juga akan terus berkembang.
5	(Ayu Natasya, dkk., 2023), Strategi Pengembangan Usaha Kecil Kerupuk Bawang Di Kecamatan Siantar Martoba, Kota Pematang Siantar.	Analisis SWOT	Strategi Pengembangan, UMKM, Matriks IFAS, Matriks EFAS, Analisis SWOT.	hasil penelitian dan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Rahmat Syabant selaku pemilik usaha kerupuk bawang, peneliti menyimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha yang dibahas dalam penelitian ini adalah menghasilkan kerupuk bawang berkualitas yang dijual dengan harga terjangkau; Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa usaha kerupuk bawang menerapkan strategi bauran pemasaran dalam pemasaran produknya. Strategi penetapan harga merupakan strategi utama yang diterapkan dalam pemasaran kerupuk bawang merah. Promosi adalah tindakan memperkenalkan atau menawarkan produk atau layanan kepada publik sehingga pelanggan potensial dapat membeli atau mengkonsumsinya

2.3 Kerangka Berfikir

TAHAP 1
 Melakukan analisa ekonomi secara deskriptif tentang sektor-sektor produksi UMKM yang berada di Pematang Siantar.



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah langkah dan prosedur yang dilakukan dalam mengumpulkan informasi empiris guna memecahkan masalah dan menguji hipotesis dari sebuah penelitian.

3.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan Penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Menurut Kuncoro (2013) penelitian deskriptif meliputi pengumpulan data untuk diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subyek penelitian. Tipe yang umum dalam penelitian deskriptif ini meliputi penilaian sikap atau pendapat terhadap individu, organisasi, atau keadaan, ataupun prosedur. Data deskriptif pada umumnya dikumpulkan melalui daftar pertanyaan dalam survei, wawancara dan observasi.

3.2. Defenisi Operasional

Defenisi operasional merupakan acuan dari tinjauan Pustaka yang digunakan untuk melakukan penelitian dimana antara variable yang satu dengan variable yang lainnya dapat dihubungkan sehingga penelitian dapat disesuaikan dengan data yang diinginkan. Adapun variable yang terdapat dalam penelitian ini ialah:

Tabel 3.1
Defenisi Operasional

Variabel	Defenisi	Sumber Data	Keterangan Variabel
Faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM sektor <i>Barbershop</i> untuk memenuhi pendapatan ekonomi	Indikator : <ul style="list-style-type: none"> • Faktor Jumlah Pelanggan • Faktor Fasilitas 	Responden	Variabel Bebas

3.3. Tempat dan Waktu Penelitian

Dengan melakukan penelitian untuk melengkapi data pembahasan dan pemecahan masalah dalam perumusan masalah, lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Pematang Siantar, Sumatera Utara. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juni 2023 sampai dengan september 2023.

3.4. Jenis dan Sumber Data Penelitian

1.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan oleh peneliti adalah jenis data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numeric (Kuncoro, 2013).

1.3.2 Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu maupun kelompok dengan melakukan penelitian langsung berupa menyebarkan kuesioner, wawancara langsung kepada para pengguna. Data

sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data (Kuncoro, 2013). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui data dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Pematang Siantar, jurnal, skripsi dan lain sebagainya yang berkaitan dengan penelitian ini kemudian di analisis dengan menggunakan metode deskriptif.

3.5. Populasi dan Sampel

1.4.1 Populasi

Adapun populasi yang diambil peneliti dalam hal ini adalah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *Barbershop* yang memiliki usaha dengan fasilitas lengkap yang sesuai dengan standar *Barbershop*.

1.4.2 Sampel

Berdasarkan populasi yang sudah dijelaskan maka sampel yang digunakan adalah *non-probability* tepatnya menggunakan *Judgement sampling*. Kuncoro (2013) menyatakan bahwa *judgement sampling* adalah salah satu jenis dari *purposive sampling*, dimana peneliti memilih sampel berdasarkan penilaian terhadap beberapa karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan maksud peneliti. Adapun jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 392 sampel.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif. Analisis data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kegiatan yang dikerjakan setelah data terkumpul semuanya, baik itu merupakan data yang berasal dari seluruh wawancara maupun data yang berasal dari sumber-sumber yang lain (Kuncoro, 2013). Untuk pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik untuk mendapatkan informasi yang mendalam dan relevan. Adapun teknik pengambilan data adalah sebagai berikut:

a. Kuesioner

kuesioner dilakukan secara langsung oleh peneliti untuk menggali informasi secara mendalam agar memperoleh hasil yang sesuai, peneliti mengarahkan responden untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah diajukan oleh peneliti sesuai kuesioner.

b. Observasi

Dalam penelitian ini, observasi dilakukan terhadap pelaku UMKM *Barbershop* baik secara langsung maupun tidak langsung.

c. Dokumentasi

Untuk teknik dokumentasi dimaksudkan sebagai teknik pengumpulan data melalui dokumen atau arsip-arsip dari pihak terkait dengan penelitian. Dengan demikian, dokumen tersebut nantinya dapat dipergunakan sebagai bukti untuk suatu penelitian.

3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis merupakan suatu usaha untuk menentukan jawaban atas pertanyaan tentang rumusan dan hal-hal yang diperoleh dari suatu penelitian. Data yang sudah masuk dan sudah terkumpul dianalisis untuk menjawab tujuan dari

penelitian. Teknik analisa data disesuaikan dengan tujuan penelitian. Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode analisis deskriptif. Metode ini dapat diartikan sebagai proses pemecahan masalah yang diselidiki dengan melukiskan keadaan subyek dan obyek peneliti pada saat sekarang berdasarkan fakta yang tampak dan bagaimana adanya.

Langkah-langkah yang ditempuh dalam analisis ini adalah: (membuat distribusi jawaban angket, membuat skor jawaban responden dengan ketentuan skor yang telah ditetapkan, menjumlahkan skor jawaban yang diperoleh dari tiap responden, hasil yang diperoleh dikonsultasikan dengan table.

3.6.1 Analisis Faktor

Analisa faktor merupakan metode analisis multivariat yang didasarkan pada korelasi antar variabel. Analisa faktor termasuk ini termasuk salah satu dari teknik statistika yang dapat digunakan untuk memberikan deskripsi yang relatif sederhana melalui reduksi jumlah variabel yang disebut faktor.

Dalam penelitian ini juga menggunakan *Partial Least Square* (PLS). PLS merupakan model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan berdasarkan variance atau *component-based structural equation modeling*. Menurut Ghozali dan Latan (2015), tujuan PLS-SEM adalah untuk mengembangkan teori atau membangun teori (orientasi prediksi). PLS digunakan untuk menjelaskan tentang ada tidaknya hubungan antar variabel laten(prediction). PLS merupakan metode analisis yang *powerfull* oleh karena tidak mengasumsikan data arus dengan pengukuran skala tertentu, jumlah sample kecil (Ghozali, 2011). Penelitian ini memiliki model yang kompleks dan jumlah sampel terbatas, sehingga dalam analisis

data menggunakan software SmartPLS. SmartPLS menggunakan metode *bootstrapping* atau penggantian secara acak. Oleh karenanya asumsi normalitas tidak akan menjadi masalah. Selain itu, dengan dilakukannya *bootstrapping* maka SmartPLS tidak mensyaratkan jumlah minimum sampel, sehingga dapat diterapkan untuk penelitian dengan jumlah sampel kecil. Analisis PLS-SEM terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran (*measurement model*) atau outer model dan model struktural (*structural model*) atau inner model.

1. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2016).

2. Uji Model Pengukuran atau Outer Model

Model pengukuran atau outer model menunjukkan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. valuasi model pengukuran melalui analisis faktor konfirmatori adalah dengan menggunakan pendekatan MTMM (*MultiTrait-MultiMethod*) dengan menguji *validity convergent* dan *discriminant*. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (Ghozali & Latan, 2015).

a. Convergent Validity

Convergent validity dari model pengukuran dengan indikator reflektif dapat dilihat dari korelasi antara item score/indikator

dengan score konstruknya. Ukuran reflektif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian pada riset tahap pengembangan skala, loading 0,50 sampai 0,60 masih dapat diterima (Ghozali & Latan, 2015).

b. Discriminant Validity

Discriminant validity indikator dapat dilihat pada cross loading antara indikator dengan konstruknya. Apabila korelasi konstruk dengan indikatornya lebih tinggi dibandingkan korelasi indikator dengan konstruk lainnya, maka hal tersebut menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi indikator pada blok mereka lebih baik dibandingkan dengan indikator di blok lainnya. Metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari average variance extracted (\sqrt{AVE}) untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dengan model. Model dikatakan mempunyai *discriminant validity* yang cukup baik jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya (Fornell & Larcker, 1981 dalam Ghozali, 2011). Menurut Ghozali & Latan (2015) yang menjelaskan uji lainnya untuk menilai validitas dari konstruk dengan melihat nilai AVE. Model dikatakan baik apabila AVE masing-masing konstruk nilainya lebih besar dari 0,50.

c. Reliability

Selain uji validitas, pengukuran model juga dilakukan untuk menguji reliabilitas suatu konstruk. Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Dalam PLS-SEM dengan menggunakan program SmartPLS 3.0, untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Konstruk dinyatakan reliable jika nilai composite reliability maupun cronbach alpha di atas 0,70 (Ghozali & Latan, 2015).

3. Uji Model Struktural atau Inner Model

Model struktural atau inner model menunjukkan hubungan atau kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk berdasarkan pada *substantive theory*.

a. R-Square

Dalam menilai model struktural terlebih dahulu menilai R-square untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan melihat nilai R-square yang merupakan uji *goodness-fit model*. Perubahan nilai R-Square dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh yang substantive. Nilai R-Square 0,75, 0,50 dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderate dan lemah (Ghozali & Latan, 2015)

b. F-Square

Uji *F-square* ini dilakukan untuk mengetahui kebaikan model. Nilai *f square* sebesar 0,02, 0,15 dan 0,35 dapat diinterpretasikan apakah prediktor variabel laten mempunyai pengaruh yang lemah, medium, atau besar pada tingkat struktural (Ghozali, 2011).

c. Estimate For Path Coefficients

Uji selanjutnya adalah melihat signifikansi pengaruh antar variabel dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi T statistik yaitu melalui metode *bootstrapping* (Ghozali & Latan, 2015).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Kota Pematang Siantar

4.1.1 Kondisi Geografis Kota Pematang Siantar

Kota Pematangsiantar adalah salah satu daerah kabupaten di Provinsi Sumatera Utara. Lokasi dan Keadaan Geografis Kota Pematang Siantar terletak pada garis 2o 53' 20" - 3 o 01' 00" Lintang Utara dan 99o 1' 00" - 99o 6' 35" Bujur Timur, berada di tengah–tengah wilayah Kabupaten Simalungun. Luas daratan Kota Pematang Siantar adalah 79,971 Km² terletak 400-500 meter di atas permukaan laut. Berdasarkan luas wilayah menurut kecamatan, kecamatan yang terluas adalah kecamatan Siantar Sitalasari dengan luas wilayah 22,723 km² atau sama dengan 28,41 persen dari total luas wilayah Kota Pematang Siantar. Kota Pematang Siantar terdiri dari 8 (delapan) kecamatan yaitu Siantar Martoba, Siantar Marihat, Siantar Timur, Siantar Selatan, Siantar Utara, Siantar Barat, Siantar Sitalasari, dan Siantar Marimbun. Sehingga jumlah kelurahan pada Pematang Siantar sebanyak 53 kelurahan.

Tabel 4.1
Luas Wilayah Kecamatan Kota Pematang Siantar

Kecamatan	Luas (km²)	Rasio	Kelurahan
SIANTAR MARIHAT	7,825	9,78	7
SIANTAR MARIMBUN	18,006	22,52	6
SIANTAR SELATAN	2,020	2,53	6
SIANTAR BARAT	3,205	4,01	8
SIANTAR UTARA	3,650	4,56	7
SIANTAR TIMUR	4,520	5,65	7
SIANTAR MARTOBA	18,022	22,54	7
SIANTAR SITALASARI	22,723	28,41	5
PEMATANG SIANTAR	79,971	100	53

Sumber: BPS Pematang Siantar

Kota Pematang Siantar memiliki 8 Kecamatan dimana Kecamatan Siantar Sitalasari merupakan kecamatan terluas dengan luas wilayah mencapai 22.723 km² dan Kecamatan Siantar Selatan merupakan kecamatan terkecil dengan luas wilayah hanya 2,02 km². Karena terletak dekat garis khatulistiwa, Kota Pematang Siantar tergolong ke dalam daerah tropis dan daerah datar beriklim sedang dengan suhu maksimum rata-rata 30,3oC dan suhu minimum rata-rata 21,1oC. Kelembaban udara rata-rata 84 persen. Rata-rata tertinggi pada bulan Oktober dan Desember masing-masing mencapai 88 persen, sedangkan curah hujan rata-rata 229 mm di mana curah hujan tertinggi terjadi pada bulan April yang mencapai 341 mm.

4.1.2 Kondisi Demografi Kota Pematang Siantar

Jumlah penduduk Kota Pematang Siantar tahun 2020 mengalami peningkatan dimana dari hasil proyeksi jumlah penduduk tahun 2019 sebanyak 255.317 jiwa meningkat menjadi 268.254 jiwa pada tahun 2020.

Tabel 4.2
Jumlah Penduduk per Kecamatan di Kota Pematang Siantar, 2018-2020

Kecamatan	Penduduk per kecamatan (Jiwa)		
	2018	2019	2020
SIANTAR MARIHAT	19642.00	19822.00	20933.00
SIANTAR MARIMBUN	16053.00	16198.00	20675.00
SIANTAR SELATAN	18240.00	18339.00	17447.00
SIANTAR BARAT	38122.00	38440.00	37896.00
SIANTAR UTARA	49598.00	49886.00	49886.00
SIANTAR TIMUR	41078.00	41316.00	36744.00
SIANTAR MARTOBA	41469.00	41768.00	50350.00
SIANTAR SITALASARI	29298.00	29548.00	34323.00
PEMATANG SIANTAR	253500.00	255317.00	268254.00

Sumber: BPS Pematang Siantar

Kota Pematang Siantar memiliki 8 Kecamatan dimana Kecamatan Siantar Martoba merupakan kecamatan dengan jumlah penduduk terbanyak pada tahun 2020 yaitu sebesar 50.350 jiwa dan Kecamatan Siantar Selatan merupakan kecamatan dengan jumlah penduduk terkecil sebesar 17.447 jiwa . Karena terletak dekat garis khatulistiwa, Kota Pematang Siantar tergolong ke dalam daerah tropis dan daerah datar beriklim sedang dengan suhu maksimum rata-rata 30,3oC dan suhu minimum rata-rata 21,1oC. Kelembaban udara rata-rata 84 persen. Rata-rata tertinggi pada bulan Oktober dan Desember masing-masing mencapai 88 persen, sedangkan curah hujan rata-rata 229 mm di mana curah hujan tertinggi terjadi pada bulan April yang mencapai 341 mm.

Tabel 4.3
Angkatan Kerja (jiwa) Kota Pematang Siantar, 2018-2020

Angkatan Kerja	Angkatan Kerja (Jiwa)		
	Jumlah		
	2018	2019	2020
Bekerja	107444.00	117892.00	122063.00
Pengangguran Terbuka	14848.00	14712.00	15864.00
Jumlah Angkatan Kerja	5.1 122292.00	132604.00	137927.00

Sumber: BPS Pematang Siantar

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan jumlah angkatan kerja di Kota Pematang Siantar pada tahun 2018-2020. Terdapat 137.927 penduduk yang tergolong dalam penduduk angkatan kerja dengan pembagian sebanyak 122.063 termasuk penduduk bekerja dan 15.864 penduduk yang menganggur.

4.2 Analisis Pembahasan Tujuan Penelitian

4.2.1 Perkembangan sektor UMKM di Kota Pematang Siantar

Kehadiran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM/) dalam menyumbangkan Produk Domestik Bruto sebagai sumber kekuatan ekonomi sangat penting dalam menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar. Penyebab utama hal ini dapat terjadi di mana UMKM berasal dari usaha kecil dan rumahan. Pelaku UMKM di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan, sebagai berikut:



Sumber: Kementerian Keuangan

Gambar 4.1
Perkembangan Jumlah UMKM di Indonesia

Dapat dilihat pada gambar diatas bahwa jumlah UMKM pada tahun 2011-2020 terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2018 sebesar 64,2 juta unit, meningkat pada tahun 2019 sebanyak 65,5 juta unit. Salah satu pelaku usaha di Indonesia yang memiliki eksistensi penting namun kadang-kadang dianggap terlupakan dalam percaturan kebijakan adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Padahal jika mengenal lebih jauh dan dalam, peran UMKM bukanlah sekedar pendukung dalam kontribusi ekonomi nasional.

Disisi lain, perekonomian Indonesia masih didominasi oleh sektor dengan produktivitas yang rendah, yaitu: sektor pertanian, perdagangan dan industri rumah tangga. Pada sektor dengan produktivitas yang rendah inilah jumlah usaha mikro dan kecil, dan menengah (UMKM) terkonsentrasi. Berbagai permasalahan-permasalahan selalu terdapat pada kebanyakan UMKM. Hal tersebut dapat menghambat UMKM untuk dapat berkembang dengan baik,

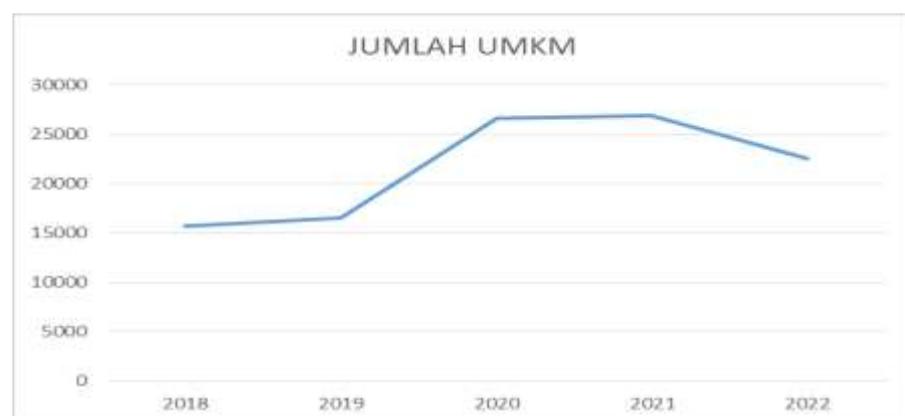
terutama dalam mengoptimalkan peluang yang ada. Kondisi tersebut memberikan isyarat bahwa UMKM sepantasnya diberikan bantuan dan pengembangan sesuai dengan kebutuhannya.

Pengembangan UMKM merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah, dunia usaha dan masyarakat dalam rangka memberdayakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah melalui pemberian fasilitas bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan serta daya saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pengembangan UMKM yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Pematang Siantar sebagai satu kesatuan dalam upaya meningkatkan perekonomian daerah dan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Adapun strategi pengembangan UMKM yang telah dilakukan di Kota Pematang Siantar, antara lain:

1. Program peningkatan promosi untuk produk-produk UMKM yang ada di Kota Pematang Siantar melalui event-event pameran yang diselenggarakan di dalam provinsi maupun di luar provinsi Sumatera Utara.
2. Program pembinaan dan monitoring terhadap para pelaku usaha UMKM sebagai upaya meningkatkan dan pengembangan usaha yang dijalankan.
3. Program peningkatan kualitas produk-produk UMKM melalui pelatihan untuk meningkatkan kualitas dan inovasi produk yang berdaya saing dengan mengundang tenaga profesional.

4. Program peningkatan kualitas produk-produk UMKM dengan memberikan bantuan tenaga ahli atau instruktur.
5. Program peningkatan kualitas SDM untuk pelaku usaha UMKM dengan memberikan kesempatan untuk dilatih ke daerah yang lebih maju.
6. Program peningkatan status kepemilikan usaha dengan memberikan fasilitas izin usaha industri (IKM).
7. Program pengembangan usaha yang diberikan kepada pelaku usaha UMKM berupa bantuan permodalan dan peralatan.

Kehadiran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM/) dalam menyumbangkan Produk Domestik Bruto sebagai sumber kekuatan ekonomi sangat penting dalam menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar. Penyebab utama hal ini dapat terjadi di mana UMKM berasal dari usaha kecil dan rumahan. Jumlah UMKM di Kota Pematang Siantar setiap tahunnya mengalami dinamika yang tidak stabil, dapat dilihat pada grafik berikut:



Sumber: Data Dinas Koperasi dan UKM Kota Pematang Siantar (2018-2022)

Gambar 4.2
Jumlah UMKM di Kota Pematang Siantar

Pada grafik 4.2 diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2018-2021 mengalami peningkatan. Dimulai pada tahun 2018 sebanyak 15.696 UMKM meningkat sebesar 26.869 UMKM di tahun 2021. Sedangkan pada tahun 2022 mengalami penurunan sebanyak 22.525 UMKM di Kota Pematang Siantar. Hal tersebut terjadi karena imbas dari pandemic covid-19. Banyak pelaku UMKM di Kota Pematang Siantar yang memulai lagi dari awal usaha mereka ketika selesainya pandemic covid-19 tersebut. Para pelaku UMKM di Kota Pematang Siantar harus menyusun kembali strategi pemasaran yang akan mereka jalankan nantinya sehingga ada beberapa UMKM yang tutup untuk memikirkan lagi usaha apa yang harus mereka kembangkan kembali selesai dari pandemic covid-19 tersebut. Penyebab pelaku dalam suatu daerah tidak mengalami perkembangan tidak terlaksananya secara optimal peran serta pemerintah khususnya pemerintah daerah dalam menumbuhkan, mengembangkan dan melakukan pemetaan sektorsektor ekonomi yang potensial dalam mengembangkan kemajuan ekonomi daerah. Kontribusi UMKM dalam perekonomian nasional tentunya memiliki implikasi terhadap pengembangan sektorsektor usaha yang dianggap strategis sehingga mampu mendongkrak pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja .

Keberadaan UMKM tidak dapat dipungkiri memberikan dampak yang positif terhadap pendistribusian pendapatan masyarakat di Kota Pematang Siantar saat ini. Selain memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mandiri dalam mengembangkan usahanya UMKM

dinilai mampu meningkatkan kearifan lokal sehingga menghasilkan serta produk yang sesuai dengan ciri khas suatu daerah. Pengembangan UMKM juga tidak terlepas dari beberapa permasalahan yang sering kali menjadi hambatan bagi para pelaku UMKM di Kota Pematang Siantar. Adapun masalah yang sering terjadi pada umumnya sebagai berikut.

1. Modal

Keberhasilan UMKM akan diperoleh ketika memperoleh informasi mengenai arus kas dari bisnis/usahanya, kebanyakan mengandalkan permodalan dari finansial dan asset sendiri. Hal ini selaras dari temuan OJK dimana 70% dari total 60 juta UMKM di Kota Pematang Siantar tidak mendapatkan akses permodalan dari perbankan. Minimnya penyaluran pembiayaan bagi UMKM dikarenakan terdapat kendala di administratif serta manajemen keuangan yang umumnya masih dikelola dengan manual dan kurang jaminan dari pengusaha di mana memiliki risiko gagal kredit yang tinggi.

2. Akses Pasar

Akses Pasar merupakan hal penting yang diperhatikan dalam menjalankan sebuah usaha. Usaha perlu mendapatkan sebanyak mungkin informasi dan mempelajarinya, dan memahami pasar. Usaha yang memiliki akses pasar yang luas, maka usaha tersebut memiliki pangsa pasar besar yang lebih luas di mana memungkinkan untuk meningkatkan volume penjualannya. UMKM di

Pematang Siantar akses pasar yang dimiliki masih terbatas di mana produk yang dihasilkan mayoritas masih ditawarkan di pasar lokal.

3. Bahan Baku

Kota Pematang Siantar memiliki potensi budaya, dan sejarah yang menjadi unggulan merupakan wisata kuliner karena Kota Pematang Siantar sebagai persinggahan. Terdapat kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha industri kuliner mengenai bahan baku, seperti kenaikan harga bahan baku pada waktu-waktu tertentu seperti menjelang hari raya dimana harga bahan pokok cenderung naik. Kenaikan harga tersebut meningkatkan harga penjualan produk.

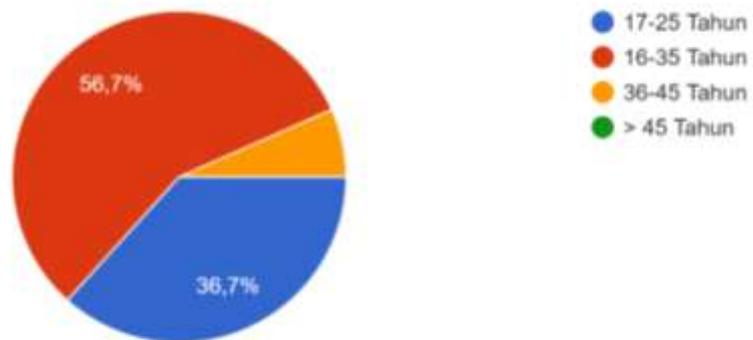
4.2.2 Analisis Perkembangan UMKM sektor *Barbershop* untuk memenuhi pendapatan ekonomi di Kota Pematang Siantar

A. Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah Pelaku UMKM sektor *Barbershop* di Kota Pematang Siantar. Pengumpulan sampel dilakukan dengan teknik *Non probability sampling*. Jumlah sampel penelitian sebanyak 30 pelaku UMKM *Barbershop* yang tersebar di Kota Pematang Siantar. Pengambilan sampel dilakukan dengan membagikan kuesioner secara daring melalui *Google Form* yang telah dibuat kepada pelaku UMKM *Barbershop* yang ada di Kota Pematang Siantar. Karakteristik umum sampel pada penelitian ini meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan, lama memiliki usaha dan banyaknya pelanggan.

B. Data Identitas Responden

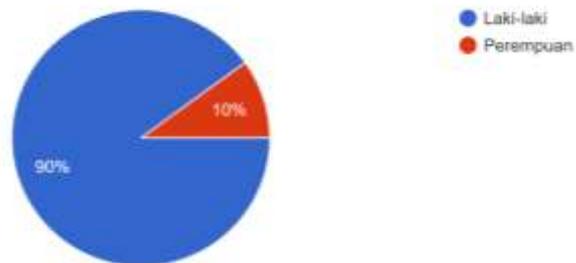
1. Usia



Gambar 4.3
Usia Responden

Dari gambar di atas dan hasil penyebaran kusioner menunjukkan bahwasanya dari 30 responden pelaku UMKM sektor *Barbershop* di Kota Pematang Siantar yang mendominasi paling banyak yaitu berusia 16-35 tahun sebanyak 58,7% responden. Pada usia 17-25 tahun sebanyak 36,7% responden dan sisanya di usia 36-45 tahun sebanyak 4,6% responden. Sedangkan untuk usia 45 tahun keatas tidak memiliki nilai, yang artinya bahwa dari seluruh responden untuk usia 16-35 tahun adalah usia yang mendominasi pelaku UMKM sektor *Barbershop* di Kota Pematang Siantar.

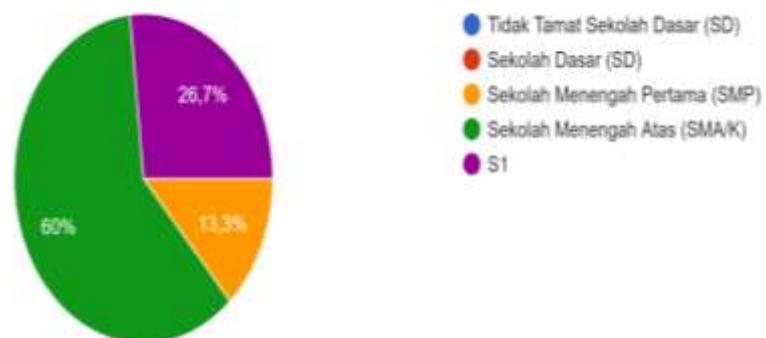
2. Jenis Kelamin



Gambar 4.4
Jenis Kelamin Responden

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa dari 30 responden pelaku UMKM *Barbershop* di Pematang Siantar yang berjenis kelamin paling banyak yaitu laki-laki sebanyak 90 % dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 10 % responden. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM *barbershop* di Kota Pematang Siantar di dominasi oleh Jenis Kelamin laki-laki.

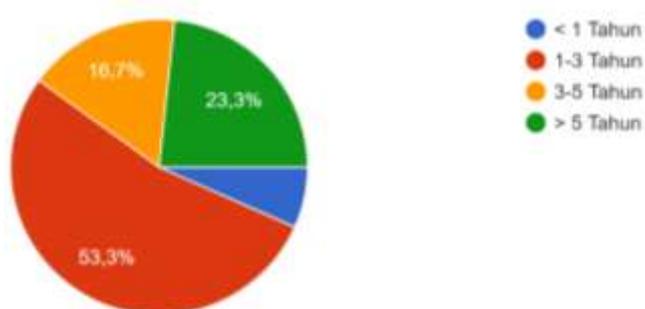
3. Pendidikan



Gambar 4.5
Pendidikan Responden

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa dari 30 responden pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar yang memiliki tingkatan pendidikan terbanyak yaitu tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA/SMK) dengan nilai sebesar 60%, untuk tingkat Sarjana (S1) sebesar 26,7% dan untuk tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebesar 13,3%.

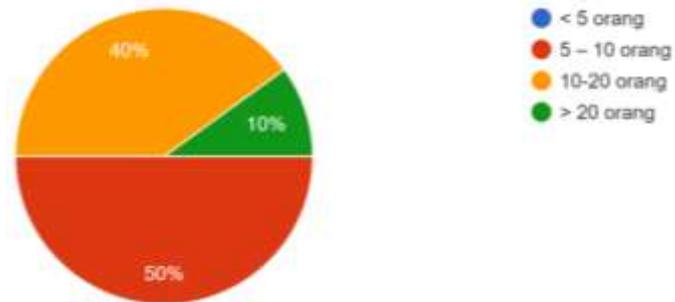
4. Lama memiliki usaha



Gambar 4.6
Lama memiliki Usaha Responden

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa dari 30 responden pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar membuka usaha mereka rata-rata paling banyak yaitu 1-3 tahun sebesar 53,3%. Namun ada juga beberapa pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar yang sudah membuka usaha *barbershop* mereka lebih dari 5 tahun sebesar 23,3% dan untuk 3-5 tahun sebesar 16,7%.

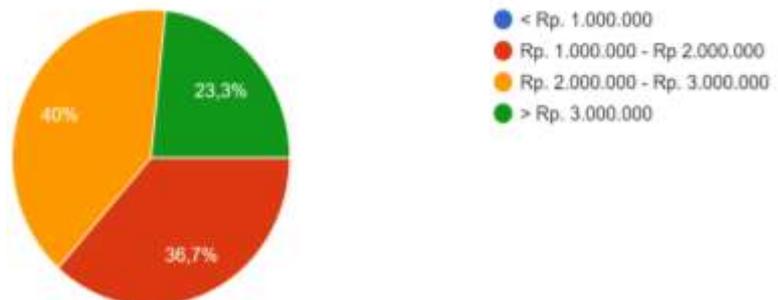
5. Banyaknya Pelanggan



Gambar 4.7
Banyaknya Pelanggan

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa dari 30 responden pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar menerima banyaknya pelanggan paling banyak 5-10 orang atau sebesar 50%, untuk 10-20 orang sebesar 40 % dan yang menerima pelanggan lebih dari 20 orang sebesar 10%.

6. Penghasilan yang didapat



Gambar 4.8
Penghasilan Responden

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa dari 30 responden pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar rata-rata penghasilan yang didapatkan paling banyak yaitu sebesar Rp.2.000.000-Rp.3.000.000 atau sebesar 40%. Kemudian pada

urutan kedua dengan jumlah penghasilan Rp.1.000.000-Rp.2.000.000 atau sebesar 36,7% dan yang terakhir dengan jumlah penghasilan lebih dar Rp.3.000.000 atau sebesar 23,3%.

4.2.3 Hasil Penelitian Analisis SM-PLS

A. *Convergent Validity*

Convergent validity adalah salah satu dari pengukuran model pada indikator yang bersifat reflektif. Dimana dilihat dari skor butir pertanyaan dengan skor kontruknya atau melalui *loading factor* pada masing-masing indikator konstruk. Adapun parameter dalam menetapkan bahwa nilai *convergent validity* layak/terpenuhi dapat dilakukan dengan melihat nilai *rule of thumb*, dimana nilai *loading factor* lebih besar dari 0,60 – 0,70, namun dapat juga diterima rentang *loading factor* lebih besar dari 0,50 – 0,60 (Ghozali dan Latan, ali dan Latan, 2012:74). Berdasarkan hasil analisis data pada *convergent validity* pada indikator-indikator pada masing-masing variabel, dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. *Convergent Validity* Pada Pelaku UMKM sektor *Barbershop* di Kota Pematang Siantar

Dalam Indikator konstruk pada pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar berjumlah 5 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.4
***Convergent Validity* Pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar**

Indikator	<i>Loading Facktor</i>	<i>Rule of Thumb</i>	<i>Keterangan</i>
PBS1	0,760	0,70	Memenuhi
PBS2	0,809	0,70	Memenuhi
PBS3	0,866	0,70	Memenuhi
PBS4	0,842	0,70	Memenuhi
PBS5	0,953	0,70	Memenuhi

Sumber: SM-PLS3 dan diolah

Berdasarkan dari data tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa di dalam variabel pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar dengan 5 indikator pernyataan tidak terdapat indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria dari 5 iindikator tersebut setelah dilakukannya pegolahan data menggunakan aplikasi Smart-PLS, pernyataan tersebut memperoleh nilai *loading factor* yang > dari nilai *Rule of Thumb* 0,70.

2. *Convergent Validity* Pada Variabel Jumlah Pelanggan

Dalam indikator konstruk pada jumlah pelanggan berjumlah 5 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.5
***Convergent Validity* Jumlah Pelanggan**

Indikator	<i>Loading Facktor</i>	<i>Rule of Thumb</i>	<i>Keterangan</i>
JP1	0,744	0,70	Memenuhi
JP2	0,906	0,70	Memenuhi

JP3	0,257	0,70	Tidak Memenuhi
JP4	-0,055	0,70	Tidak Memenuhi
JP5	-0,108	0,70	Tidak Memenuhi

Sumber: SM-PLS3 dan diolah

Berdasarkan dari data tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa di dalam variabel jumlah pelanggan dengan 5 indikator pernyataan terdapat 3 indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria yaitu pada pernyataan (**JP3**: Pelanggan selalu mendapat hasil yang memuaskan setiap habis dipangkas, **JP4**: Jumlah pelanggan sangat bergantung pada lokasi dan promosi, **JP5**: Keramahan dan kesopanan tukang pangkas mempengaruhi jumlah pelanggan). Dari pernyataan tersebut setelah dilakukannya pengolahan data menggunakan aplikasi Smart-PLS pernyataan tersebut memperoleh nilai *loading factor* yang berarti < dari nilai *Rule of Thumb* 0,70. Pada indikator tersebut ternyata tidak semua pelanggan mendapatkan hasil yang memuaskan setiap habis dipangkas, hal ini bisa disebabkan karena pelayanan yang berupa keramahan dan kesopanan tukang pangkas yang masih kurang baik. Kemudian patokan harga menjadi sangat penting di setiap bisnis, karena setiap harga yang ditawarkan pada konsumen merupakan tolak ukur usaha itu sendiri. Sebab itu pilihlah harga sebagaimana tingkat alat yang digunakan dan *skill* kesulitan menjadikan tolak ukur menjadi nilai harga tersebut dan Promosi yang dilakukan para pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar masih

kurang baik karena promosi merupakan bagaimana kita memberi informasi untuk menawarkan, meningkatkan penjualan lebih tinggi dari biasanya dan menciptakan loyalitas suatu jasa kepada konsumen. Kegiatan ini berfungsi untuk mempengaruhi konsumen menggunakan jasa yang nantinya akan membuat konsumen merasa puas dengan hasilnya.

3. *Convergent Validity* Pada Variabel Fasilitas

Dalam indikator konstruk pada fasilitas berjumlah 4 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

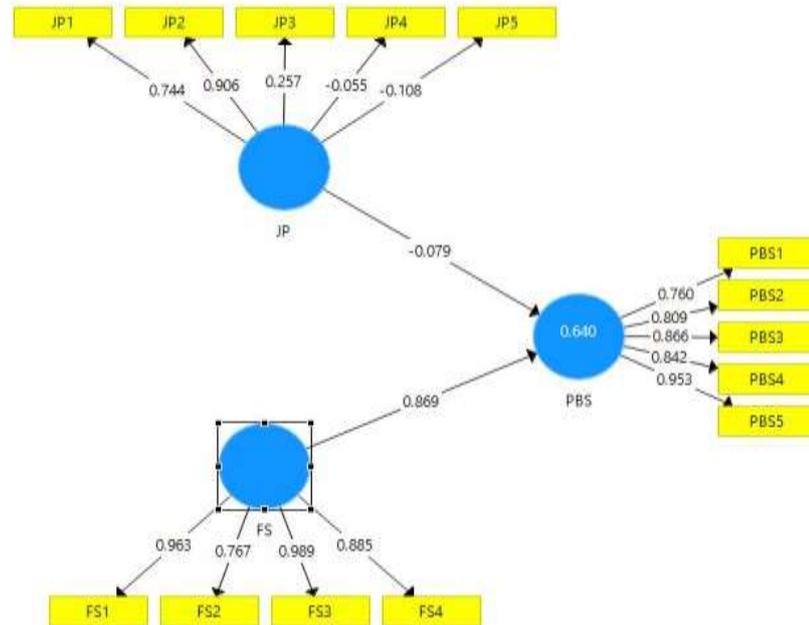
Tabel 4.6
***Convergent Validity* Fasilitas**

Indikator	<i>Loading Facktor</i>	<i>Rule of Thumb</i>	Keterangan
FS1	0,963	0,70	Memenuhi
FS2	0,767	0,70	Memenuhi
FS3	0,989	0,70	Memenuhi
FS4	0,885	0,70	Memenuhi

Sumber: SM-PLS3 dan diolah

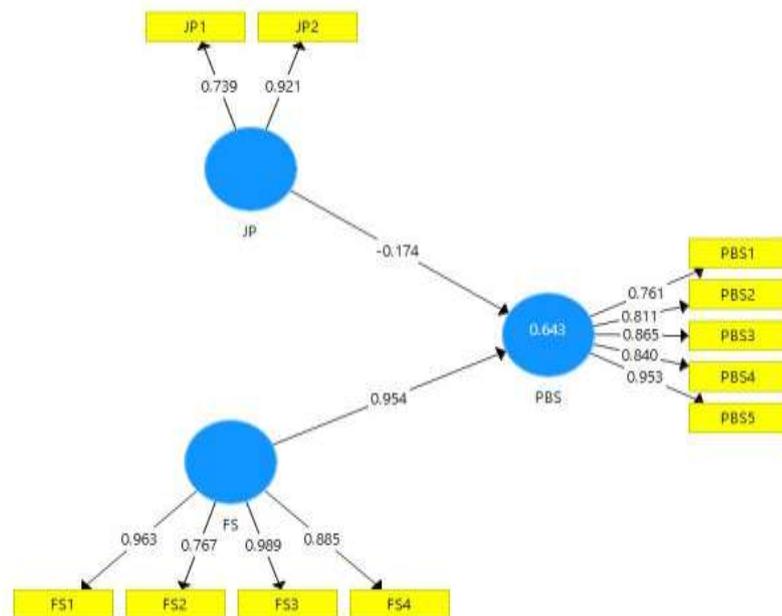
Berdasarkan dari data tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa di dalam variable fasilitas dengan 4 indikator pernyataan tidak terdapat indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria. Dari pernyataan tersebut setelah dilakukannya pengolahan data menggunakan aplikasi Smart-PLS pernyataan tersebut memperoleh nilai *loading factor* berarti > dari nilai *Rule of Thumb* 0,70. Adapun hasil evaluasi model pengukuran pada masing-masing indikator

konstruk dari *Convergent Validity* melalui *loading factor* dapat juga dikemukakan pada gambar dibawah ini:



Gambar 4.9
First Outer Loading

Berdasarkan tabel *Convergent Validity* indikator konstruk pada masing-masing variabel, dapat dikemukakan bahwa untuk indikator konstruk pada variable jumlah pelanggan yang tidak memenuhi nilai *Loading Factor* yaitu JP3, JP4 dan JP5. Ketentuan dalam analisis *convergent validity*, jika nilai *loading factor* tidak terpenuhi maka indikator konstruk dibuang dan dilakukan analisis *convergent validity* kembali, yang nantinya hasil analisis dapat terpenuhi pada tahap kedua pada indikator konstruk masing-masing variable seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 4.10
Second Outer Loading

4. *Convergent Validity* Pada Pelaku UMKM sektor *Barbershop* di Kota Pematang Siantar Setelah dilakukan *Second Outer Loading*

Dalam Indikator konstruk pada pelaku UMKM sektor *Barbershop* di Kota Pematang Siantar berjumlah 5 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.7
Convergent Validity Pelaku UMKM sektor *Barbershop* di Kota Pematang Siantar Setelah dilakukan *Second Outer Loading*

Indikator	<i>Loading Facktor</i>	<i>Rule of Thumb</i>	Keterangan
------------------	-------------------------------	-----------------------------	-------------------

PBS1	0,761	0,70	Memenuhi
PBS2	0,811	0,70	Memenuhi
PBS3	0,865	0,70	Memenuhi
PBS4	0,840	0,70	Memenuhi
PBS5	0,953	0,70	Memenuhi

Sumber: SM-PLS3 dan diolah

Berdasarkan dari data tabel 4.7 diatas setelah dilakukan *secon outer Loading* menunjukan bahwa di dalam variabel pelaku UMKM sektor *Barbershop* di Kota Pematang Siantar dengan 5 indikator pernyataan tidak terdapat indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria atau semua telah sesuai yaitu (**PBS1**: Modal usaha untuk membuka usaha berasal dari modal saya pribadi, **PBS2**: Penghasilan tukang pangkas mampu memenuhi kebutuhan pokok keluarga tukang pangkas, **PB3**: Pendapatan yang saya peroleh sesuai dengan apa yang diharapkan, **PB4**: Pendapatan yang saya peroleh setiap tahunnya mengalami peningkatan dan **PB5**: Pendapatan yang saya peroleh cukup untuk di tabung atau di investasikan) dengan nilai *loading faktor* masing-masing berada diatas dari nilai *Rule of Thumb* ($> 0,70$) yang berarti semua pernyataan dapat direspon dengan baik oleh responden. Pada kelima indikator tersebut dapat dilihat bahwa besar kecilnya modal sebuah usaha dagang atau UMKM dianggap penting karena peningkatan modal usaha seperti peningkatan jumlah barang atau produk yang diperdagangkan yang dimiliki oleh pelaku UMKM

mampu meningkatkan tingkat pendapatan. Berdasarkan hal tersebut maka para pemilik atau pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar harus menambah modal usaha UMKM mereka untuk berdagang, agar dapat meningkatkan pendapatan UMKM mereka dan dapat menjadi simpanan untuk memenuhi kebutuhan pokok mereka.

5. *Convergent Validity* Jumlah Pelanggan Setelah dilakukan *Second Outer Loading*

Dalam indikator konstruk pada jumlah pelanggan berjumlah 2 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.8
Convergent Validity* Jumlah Pelanggan Setelah dilakukan *Second Outer Loading

Indikator	<i>Loading Facktor</i>	<i>Rule of Thumb</i>	Keterangan
JP1	0,739	0,70	Memenuhi
JP2	0,921	0,70	Memenuhi

Sumber: SM-PLS3 dan diolah

Berdasarkan dari data tabel 4.8 diatas setelah dilakukan *secon outer Loading* menunjukkan bahwa di dalam variabel Jumlah Pelanggan dengan 2 indikator pernyataan tidak terdapat indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria atau semua telah sesuai yaitu (**JP1**: Ulasan yang didapat dari beberapa pelanggan mampu mempengaruhi pelanggan lainnya sehingga aka berpengaruh pada jumlah pelanggan yang datang, **JP2**: Hasil pangkasan mampu

memenuhi kebutuhan keluarga sehari-hari) dengan nilai *loading faktor* masing-masing berada diatas dari nilai *Rule of Thumb* (> 0,70) yang berarti semua pernyataan dapat direspon dengan baik oleh responden. Pada kedua indikator tersebut dapat dilihat bahwa penyebab paling berpengaruh dalam meningkatkan jumlah pelanggan yaitu pendapat dari para konsumen lainnya tentang kepuasan mereka terhadap hasil yang didapat atau kualitas yang mereka dapatkan selama di *Barbershop* tersebut. Kemudian hasil yang didapatkan dari konsumen tersebut yang berupa nominal akan memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari atau kebutuhan pokok bagi pekerja atau pemangkas.

6. *Convergent Validity* Fasilitas Setelah dilakukan *Second Outer Loading*

Dalam indikator konstruk pada jumlah pelanggan berjumlah 4 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.9
Convergent Validity* Fasilitas Setelah dilakukan *Second Outer Loading

Indikator	<i>Loading Facktor</i>	<i>Rule of Thumb</i>	Keterangan
FS1	0,963	0,70	Memenuhi
FS2	0,767	0,70	Memenuhi
FS3	0,989	0,70	Memenuhi
FS4	0,885	0,70	Memenuhi

Sumber: SM-PLS3 dan diolah

Berdasarkan dari data tabel 4.9 diatas setelah dilakukan *second outer Loading* menunjukkan bahwa di dalam variabel fasilitas dengan 4 indikator pernyataan tidak terdapat indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria atau semua telah sesuai yaitu (**FS1**: Bangunan atau interior *Barbershop* menarik, **FS2**: Kerapian dan kenyamanan ruangan sangat baik dan nyaman, **FS3**: Fasilitas (parkir, ruang tunggu, toilet) sangat baik dan nyaman, dan **FS4**: Alat cukur/potong rambut dan peralatan lainnya sudah memenuhi standar *Barbershop* pada umumnya) dengan nilai *loading faktor* masing-masing berada diatas dari nilai *Rule of Thumb* ($> 0,70$) yang berarti semua pernyataan dapat direspon dengan baik oleh responden. Pada keempat indikator tersebut dapat dilihat bahwa fasilitas yang disediakan oleh para pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar sudah baik. Mulai dari bangunan atau interior yang membuat pelanggan jadi nyaman kemudian adanya parkir yang tertata serta toilet yang bersih. Tak hanya itu saja, alat yang digunakan oleh pemangkas merupakan alat yang sesuai dengan *standart Barbershop* pada umumnya, sehingga hasil yang didapatkan juga hasil yang terbaik.

B. *Discriminante Validity*

Dalam analisis *discriminant validity* dimana model pengukuran pada masing-masing indikator konstruk bersifat reflektif dilakukan dengan cara melihat nilai *cross loading* pada masing-masing variabel. Dalam pengujian *discriminant validity* menggunakan

Average Variance Extracted (AVE). Adapun parameter *cross loading* dalam menilai nilai *average variance extracted* untuk mengetahui tingkat validitas dari masing-masing indikator konstruk pada setiap variable direkomendasikan lebih besar dari 0,50 ($> 0,50$) (Ghozali dan Latan, 2012). Hasil analisis *discriminant validity* dapat dikemukakan pada table di bawah ini.

Tabel 4.10
Discriminante Validity Pada Avarage Extracted (AVE)

Variabel	Nilai AVE
Pelaku UMKM <i>Barbershop</i> di Kota Pematang Siantar	0,720
Jumlah Pelanggan	0,697
Fasilitas	0,819

Sumber: SM-PLS3 dan diolah

Berdasarkan hasil running data Tabel 4.10 memperlihatkan nilai *average variance extracted* (AVE) pada masing-masing variabel pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar, jumlah pelanggan dan fasilitas telah memenuhi kriteria dalam *discriminant validity*, hal ini dinilai dari *average variance extracted* (AVE) yang lebih besar dari pada 0,50 ($> 0,50$). Rata-rata varian ekstrak dengan nilai $< 0,50$ digunakan sebagai penentu validitas konvergen. Maka, jika nilai rata-rata $< 0,50$ dapat dinyatakan tidak valid secara konvergen.

C. *Composite Reliability*

Dalam melakukan uji reliabilitas yang bertujuan untuk membuktikan seberapa akurat, konsistensi dan ketepatan instrument didalam mengukur suatu konstruk. Penggunaan *composite reliability* bertujuan untuk menguji reliabilitas suatu konstruk (Ghozali dan Latan, 2012). Selain itu, untuk melakukan penilain terhadap *composite reliability* melalui *rule of thumb*, dimana nilai *composite reliability* harus lebih besar dari 0,70 ($> 0,70$). Dalam menguji nilai reliabilitas pada setiap konstruk dapat dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*, ketentuan dari penilaian ini dilakukan melalui *rule of thumb*, dimana nilai *Cronbach's Alpha* harus lebih besar dari 0,70 ($> 0,70$). Hasil dari analisis data memperlihatkan sebagai berikut:

Tabel 4.11
Composite Reliability

Variabel	Nilai <i>Composite Reliability</i>	Keterangan
Pelaku UMKM <i>Barbershop</i> di Kota Pematang Siantar	0,927	Reliabel
Jumlah Pelanggan	0,820	Reliabel
Fasilitas	0,947	Reliabel

Sumber: SM-PLS3 dan diolah

Berdasarkan data tabel 4.11 diatas dapat dipahami bahwa masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *reliabilitas* yang berbeda-beda dengan nilai *cronbach'alpha* pada variabel pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar sebesar 0,927 untuk variabel jumlah pelanggan

sebesar 0,820 dan untuk variabel fasilitas sebesar 0,947. Nilai uji reliabilitas instrumen tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai ketentuan koefisien reliabilitas (*Cronbach Alpha*) $> 0,70$ hasil perbandingan nilai *cronbach alpha* seluruh variabel penelitian dinyatakan lebih besar dari nilai reliabilitasnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa instrument pada variabel penelitian ini semuanya memiliki tingkat reliabilitas yang baik, atau dengan kata lain memiliki kehandalan (terpercaya) dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

D. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Dalam Pengujian pada model strukturan (*inner model*) bertujuan untuk melihat hubungan antara variable. Pengukuran dilakukan dengan melihat nilai *R-Square* yang nantinya dapat diketahui tingkat variance terhadap perubahan variable independent terhadap variable dependent. Hasil analisis *R-Square* ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.12
R-Squared

Variabel	R-Squared
Pelaku UMKM <i>Barbershop</i> di Kota Pematang Siantar	0,643

Sumber: SM-PLS3 dan diolah

Berdasarkan Tabel 4.12 diatas yang memperlihatkan nilai *R-Square* pada variable Pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar sebesar 0,643. Maka dapat dijelaskan bahwa

varian pada variabel jumlah pelanggan dan fasilitas mampu menjelaskan variabel Pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar sebesar 0,643 atau sebesar 64,3%.

E. F-Squared

F squared digunakan untuk menilai dampak relatif dari suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun nilai *f squared* dari analisis data tersebut adalah sebagai berikut.

Tabel 4.13
F-Squared

Variabel	F Squared
Jumlah Pelanggan → Pelaku UMKM <i>Barbershop</i> di Kota Pematang Siantar	0,017
Fasilitas → Pelaku UMKM <i>Barbershop</i> di Kota Pematang Siantar	0,510

Sumber: SM-PLS3 dan diolah

Berdasarkan Tabel 4.13 diatas dapat dinyatakan bahwa pengujian *f squared* sebagai berikut:

1. Pengaruh Jumlah Pelanggan terhadap Pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar memiliki nilai *f squared* sebesar 0,017. Hal ini mengidentifikasikan bahwa Pengaruh Jumlah Pelanggan terhadap Pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar tergolong kecil (lemah).
2. Pengaruh Fasilitas terhadap Pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar memiliki nilai *f squared* sebesar 0,510. Hal ini mengidentifikasikan bahwa Pengaruh Fasilitas terhadap

Pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar tergolong baik (besar).

F. Pengujian Hipotesisi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SM-PLS dalam uji hipotesis, maka dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 4.14
Uji Hipotesis

<i>Original Sampel</i>		<i>T-Statistic</i>	<i>P-Values</i>	Keputusan
JP-PBS	-0,174	0,000	0,000	H_0 - ditolak
FS-PBS	0,954	0,000	0,000	H_0 - ditolak

Sumber: SM-PLS dan diolah

Pada Tabel 4.14 dapat dijelaskan bahwa ketentuan dalam pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai original sample sebagai nilai coefficient atau disebut juga nilai beta. Dalam menetapkan penerimaan atau penolakan pada H_0 dalam pengujian hipotesis, dapat dilihat dari nilai pada kolom *T Statistic* dan nilai pada kolom *P Values*. Adapun ketentuannya adalah jika nilai *t statistic* lebih besar dari nilai *t table* ($t_{statistic} > t_{table}$) pada taraf signifikansi 5 % (*t table* dilihat dari jumlah sampel, dimana sampel pada penelitian ini berjumlah 30 responden) atau menggunakan nilai *P Value* dengan ketentuan jika $< 0,05$ dimana kesimpulannya tolak H_0 , dengan demikian dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan, begitu juga sebaliknya. Hasil Analisis Data sebagai berikut:

1. Pengaruh Jumlah Pelanggan terhadap Pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar (JP → PBS)

Berdasarkan tabel 4.11 memperlihatkan bahwa Pengaruh Jumlah Pelanggan terhadap Pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar diperoleh nilai t statistik sebesar 0,000, untuk menguatkan hasil analisis ini dapat juga menggunakan *P Value*, dengan ketentuan $p < 0,05$. Berdasarkan hasil analisis data memperlihatkan nilai $0,000 < 0,05$. Ketentuannya ditolak H_0 , maka disimpulkan bahwa Jumlah Pelanggan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar untuk memenuhi pendapatan ekonominya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh (Made Wirahdi Kusuma Pinatih dan I Gusti Bagus Indrajya, 2019) bahwa semakin meningkatnya jumlah pelanggan maka akan meningkatkan pendapatan di suatu UMKM, untuk meningkatkan jumlah pelanggan maka yang sangat berperan penting yaitu *e-commerce* yang dapat menjadi peluang besar untuk pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnisnya serta memungkinkan UMKM melakukan pemasaran dengan tujuan pasar global, sehingga berpeluang menembus ekspor.

2. Pengaruh Fasilitas terhadap Pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar (FS → PBS)

Berdasarkan tabel 4.11 memperlihatkan bahwa Pengaruh fasilitas terhadap Pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar diperoleh nilai t statistik sebesar 0,000, untuk menguatkan hasil analisis ini dapat juga menggunakan *P Value*, dengan ketentuan $p < 0,05$. Berdasarkan hasil analisis

data memperlihatkan nilai $0,000 < 0,05$. Ketentuannya ditolak H_0 , maka disimpulkan bahwa Fasilitas memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar untuk memenuhi pendapatan ekonominya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh (Axel.S N.Gultom dan Vicky H. Makarau, 2022) bahwa tingkat kenyamanan sebuah area publik juga dinilai dari ketersediaan dan kemudahan akses baik untuk pejalan kaki maupun bagi kendaraan bermotor. Pada objek pusat UMKM ini tentunya menghadirkan kemudahan akses keseluruhan area pada objek lewat penyediaan pedestrian ways bagi pejalan kaki yang tersedia pada setiap sisi dari area objek, dan jalur kendaraan serta area parkir bagi pengendara kendaraan bermotor. Selain kenyamanan lewat jalur-jalur pejalan kaki dan kendaraan, pengunjung dapat menikmati area terbuka yang dijadikan taman yang bisa difungsikan sebagai tempat bersantai menikmati waktu.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah di uraikan dalam bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam pengembangan UMKM di Kota Pematang Siantar tidak lepas dari peran serta pemerintah dan para pelaku UMKM. Pemerintah sebaiknya dapat melakukan pendampingan kepada para pelaku UMKM, serta sosialisasi dan pelatihan-pelatihan kepada pelaku UMKM tentang pengetahuan tentang aspek-aspek dalam berwirausaha.
2. Pemerintah dapat bermitra atau berkolaborasi dengan lembaga pendidikan tinggi (misalnya perguruan tinggi) sebagai perpanjangan tangan untuk menggali informasi terkait kebutuhan pasar. Para pelaku UMKM sebaiknya melakukan inovasi produk agar dapat meningkatkan ciri khas tersendiri, dan berbeda dengan pesaing. Selain itu, pelaku UMKM juga sebaiknya membuka diri dan bergabung dengan pelatihan-pelatihan berkaitan dengan cara menganalisis produk dan pengetahuan mengenai strategi dalam mengembangkan usaha yang dijalankan.

3. Pendapat/persepsi pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar terhadap faktor yang mempengaruhi pengembangan bisnis UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar untuk memenuhi pendapatan ekonominya yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada faktor jumlah pelanggan dan fasilitas terhadap pengembangan bisnis pelaku UMKM *Barbershop* di Kota Pematang Siantar untuk memenuhi pendapatan ekonomi.

5.2 Saran

1. Bagi pemilik UMKM di Kota Pematang Siantar, usaha yang dijalankan berbekal dengan modal sendiri atau asupan dari pihak luar sekiranya dapat difokuskan untuk pengembangan usaha dan perspektif lain seperti pembiayaan, pemasaran, kemitraan dan wawasan akan perkembangan pasar sehingga dapat berkembang dari hari ke hari dan tetap menjadi penyangga perekonomian di Kota Pematang Siantar.
2. Bagi penelitian selanjutnya, responden sekiranya terdiri dari bidang usaha yang lebih beragam dan jumlahnya lebih banyak sehingga lebih terlihat perbandingannya dan mudah untuk menganalisis secara lebih sistematis.

DAFTAR PUSTAKA

- Afridhal, M. (2017). Muhammad Afridhal. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 223–233.
- Al-Bara, A.-B., & Nasution, R. (2018). Analisis Pengaruh Label Halal Pada Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Masyarakat Kota Medan. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10(2), 227–248. <https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987>
- Amalia, A., Hidayat, W., & Budiatmo, A. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1, 1–12.
- AYuli Rahmini Suci. (2008). *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. UU No. 20 Tahun 2008, 1, 1–31.
- Cecep Suhardedi. (2010). *Strategi Pengembangan Usaha Pembenihan Lele Dumbo (Clarias gariepinus)*.
- Dahrani, & Mirhanifah. (2014). Analisis Mekanisme Pembiayaan Mudharabah Pada Pt. Bank Bni Syariah Kantor Cabang Medan. *Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 14(1), 137– 157.
- Dahrani, D., Sari, M., Saragih, F., & Jufrizen, J. (2021). Model Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada Wajib Pajak yang Melakukan Usaha di Kota Medan). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(02), 379–389. <https://doi.org/10.29040/jap.v21i02.1513>
- Dahrani. (2018). Analisis Kompetensi Sumber Daya Insani Berkarakter Pada BPRS Di Sumut. *November*, 239. Dahrani, D., Saragih, F., & Ritonga, P. (2022). Model Pengelolaan Keuangan Berbasis Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan : Studi pada UMKM di Kota Binjai. *Owner*, 6(2), 1509–1518. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.778>
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.392>
- Fatma, R. (2019). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM 60 61 MENINGKATKAN PENDAPATAN EKONOMI MASYARAKAT (Study Kasus: Tahu 151 A Kelurahan Abian Tubuh Kota Mataram). Skripsi, 1–144.

- Ghassani, N. (2015). KEMITRAAN PENGEMBANGAN UMKM” (Studi Deskriptif Tentang Kemitraan PT. PJB (Pembangkit Jawa Bali) Unit Gresik Pengembangan UMKM Kabupaten Gresik). *Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 3(2), 142– 151.
- Hamid, E. S., & Susilo, Y. S. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 12(1), 45. <https://doi.org/10.23917/jep.v12i1.204>
- Hanggita, A. T. (2018). Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Jasa Pada Umkm Di Kecamatan Paciran. *Manajemen Bisnis*, 8(2), 167–176. <https://doi.org/10.22219/jmb.v8i2.7069>
- Hayati, I., & Fitria2, S. (2018). Pengaruh Burnout Terhadap Kinerja Karyawan Pada BMT El-Munawar Medan. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10(1), 50–65. <https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i1.1924>
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers “Pengembangan Sumber Daya Pedesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX,”* 9(1), 195–204.
- Jaidan, J. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Sistem Informasi*, 2(1), 159–168.
- Kurniawan, M., & Haryati, N. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Minuman Sari Buah Sirsak. *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 6(2), 97–102.
- Lestari, S. P., Dahrani, D., Purnama, N. I., & Jufrizen, J. (2021). Model Determinan Kebijakan Hutang dan Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(2), 245–256.
- Mahfudliyah, I. T. A. (n.d.). Analisis Pengaruh Efisiensi Modal Kerja Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. 82–98. 62 Mikro, U., & Dan, K. (2021). PENGUATAN EKONOMI KERAKYATAN (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros). Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2003). Volume 2, Issue 3. *American Journal of Undergraduate Research*, 2(3), 179–188. <https://doi.org/10.33697/ajur.2003.020>
- Muhammad Irfan Nasition, S.E., M. S. (2017). MANAJEMEN USAHA UNTUK USAHA MIKRO DAN KECIL. UMSU PRESS. Mulyadi, F. (2017). Analisis Faktor Pertimbangan Pemilihan Lokasi Usaha. 1–16.
- Pariyem, Widiyanto, & Sakitri, W. (2020). Variabel determinant pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah di Pasar Sronol. *Economic Education Analysis Journal*, 9(1), 316–331.
- Pondia, S. (2020). Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

- Skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, 1, 1–476. Pradesyah, R. (2017). Analisis Pengaruh Non Performing Loan, Dana Pihak Ketiga, Terhadap Pembiayaan Akad Mudharabah di Bank Syariah. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 9(1), 93–111. <https://doi.org/10.30596/intiqad.v9i1.1085>
- Prihatminingtyas, B. (2019). Pengaruh Modal, Lama Usaha, Jam Kerja, dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Ladungsari. 7(2), 147–154.
- Qarib, M. (2018). *Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam*. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10(1), 162–173.
- Qorib, M., Zailani, Z., Radiman, R., Amrizal, A., & ... (2021). Pengembangan Media Pembelajaran Astronomi Rasi Bintang untuk Anak Usia Dini. *Al-Marshad: Jurnal ...*, 7(2), 162–168. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/almarshad/article/view/8057%0Ahttp://jurnal.u%20msu.ac.id/index.php/almarshad/article/viewFile/8057/6351>
- Reza, M. rahman, Rizki, M. oktavianto, & Paulinus. (2008). Perkembangan Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia. *Upp.Ac.Id*, 1, 377–386.
- Rosmadi, M. L. N. (2021). Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2), 87–94.
- Safitri, I., Salman, D., & Rahmadanih. (2018). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KULINER: Studi Kasus Warung Lemang di Jeneponto , Sulawesi Selatan. *Jurnal 63 Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(2), 183–194.
- Sipahutar, R. P., & GULTOM, D. K. (2018). ... Debt To Equity Ratio Dan Longterm Debt To Equity Ratio Terhadap Retun On Equity Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Di Bursa Efek *Kumpulan Penelitian ...*, 1, 65–78. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1048970>
- Siregar, D. S. (2021). Strategi pengembangan Usaha Yanti Ulos SapiroK Kabupaten Tapanuli Selatan. <http://etd.iainpadangsidempuan.ac.id/id/eprint/6814%0Ahttp://etd.iainpada%20ngsidempuan.ac.id/6814/1/1740200018.pdf>
- Sukoco, A. R. F., N.P, M. W. E., & ZA, Z. (2015). Pengelolaam Modal Kerja Usaha Mikro Untuk Memperoleh Probilitas. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(1), 2. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/875>
- Sulistiyo, H., & Putra, R. A. K. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan Kabupaten Bekasi. *Eqien: Jurnal*

Ekonomi Dan Bisnis, 7(2), 38–48. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i2.145>

Togodly, E. (2019). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–9.

Yuni Afandrianti Maulida, H. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Keripik Pisang Di Era Pandemi Covid-19. *Sibatik Journal*, 1(4), 303–314