

## Pengaruh Modal Dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Pada Produksi Kerupuk Kamang Berdasarkan Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Kecamatan Kamang Magek)

**Elvi Nasriandani<sup>1</sup>, Muhammad Taufiq<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Negeri Sjech Djamil Djambek Bukittinggi  
Email: <sup>1</sup>Ansharullah110399@gmail.com, <sup>2</sup>taufiqmhd76@gmail.com

### Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketertarikan penulis dalam melihat suatu usaha yaitu Home Industri Ubi Kerupuk Kamang. produksi Kerupuk Kamang merupakan kerupuk mentah yang terbuat dari ubi kayu (singkong) yang diolah dan diproduksi oleh industri rumah tangga kemudian dijual kepasar atau dijual dari rumah dengan harga yang terjangkau. Pada masalah permodalan yaitu sulitnya membeli bahan baku ubi yang terkadang harganya naik. Selain itu banyak dari pengusaha Kerupuk Kamang yang tutup usaha akibat kekurangan modal. Pada permasalahan pemasaran ialah kebanyakan pengusaha Kerupuk Kamang menjual kerupuk ke pasar tradisional yang terkadang pasar sepi sehingga sepi pembeli, ketika kerupuk kurang laku dipasaran pengusaha tetap membayar pesanan ubi yang datang tiap bulannya. Selain itu permasalahan pemasaran lainnya ialah ketika musim buah-buahan seperti musim Manggis dan musim Durian maka Kerupuk Kamang akan kalah saing dipasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Modal Dan Pemasaran Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro pada Produksi Kerupuk Kamang. Metode penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) yang bersifat Kuantitatif, dengan menggunakan Uji Instrumen yang terdiri dari : Uji Validitas, Uji Reabilitas. Kedua Uji Normalitas yang terdiri dari Histogram, normal p-plot dan Sampel Kolimogrof. Ketiga dengan Regresi Linear Berganda. Ke Empat Uji Hipotesis yang terdiri dari Uji T dan Uji F. Terakhir Uji Determinan. Untuk temuan penelitian ini adalah pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar  $0,042 < 0.05$  dan nilai t hitung  $2,078 > 1.674$  t tabel Maka terdapat pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y. Untuk Pengujian Hipotesis kedua (H2) diketahui nilai sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar  $0,158 > 0.05$  dan nilai t hitung  $1,429 < 1.674$  t tabel Maka tidak terdapat pengaruh variabel X2 terhadap variabel Y. Untuk uji F tabel X1 dan X2 secara simultan berpengaruh terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0.05$  dan nilai F hitung  $10,952 > 3.14$  F tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa X1 dan X2 secara simultan terdapat pengaruh terhadap variabel Y. Dalam penelitian diperoleh bahwa modal berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pendapatan dan pemasaran tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pendapatan.

**Kata kunci :** *Pengaruh Modal, Pemasaran, Tingkat Pendapatan, Produksi*

## **Elvi Nasriandani, Muhammad Taufiq**

Pengaruh Modal Dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Pada Produksi Kerupuk Kamang Berdasarkan Prespektif Ekonomi Islam  
(Studi Kasus di Kecamatan Kamang Magek)

### **Abstract**

*This research is motivated by the author's interest in seeing a business, namely the Home Industry of Sweet Potato Kerupuk Kamang. Production Kamang crackers are raw crackers made from cassava (cassava) which are processed and produced by home industries and then sold to markets or sold from homes at affordable prices. The problem with capital is that it is difficult to buy cassava raw materials, which sometimes increases in price. In addition, many of the Cracker Kamang entrepreneurs have closed their businesses due to a lack of capital. The marketing problem is that most Kerupuk Kamang entrepreneurs sell crackers to traditional markets where sometimes the market is quiet so there are no buyers. Apart from that, another marketing problem is when there are fruit seasons such as the Mangosteen season and the Durian season, Kamang Crackers will lose competitiveness in the market. The aim of this research is to determine the Effect of Capital and Marketing on the Income Level of Micro Enterprises in the Production of Kamang Crackers. This research method is field research (field research) which is quantitative in nature, using Test Instruments which consist of: Validity Test, Reliability Test. The second normality test consists of histograms, normal p-plots and collimographic samples. Third with Multiple Linear Regression. The Four Hypothesis Tests consisting of the T Test and F Test. Finally, the Determinant Test. For the findings of this study, the effect of X1 on Y is  $0.042 < 0.05$  and the t value is  $2.078 > 1,674$  t table. So there is an influence of variable X1 on variable Y. For testing the second hypothesis (H2), it is known that the sig. for the effect of X2 on Y is equal to  $0.158 > 0.05$  and the value of t count is  $1.429 < 1.674$  t table So there is no effect of variable X2 on variable Y. For the F test table X1 and X2 simultaneously have an effect on Y is equal to  $0.000 < 0.05$  and the calculated F value  $10.952 > 3.14$  F table so that it can be concluded that X1 and X2 simultaneously have an influence on variable Y. In the study it was found that capital has a significant effect on income levels and marketing has no significant effect on income levels.*

**Keywords:** *The Effect of Capital, Marketing, Income and Production Levels*

### **Pendahuluan**

Tujuan utama dari pembangunan ekonomi adalah menciptakan tingkat pertumbuhan GNP (*Gross National Product*) setinggi-tingginya, selain itu juga diikuti dengan penanggulangan kemiskinan, penanggulangan ketimpangan pendapatan, penyediaan lapangan kerja, pendidikan yang lebih baik, peningkatan standar kesehatan, perbaikan kondisi lingkungan, pemerataan kesempatan, pemerataan kebebasan individual, dan penyegaran kehidupan budaya (Amalia, 2007). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), pengertian usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Menurut Kasmir dalam menentukan pendapatan pedagang atau pengusaha dibutuhkan beberapa faktor diantaranya minat pengusaha, modal, waktu yang pasti, keuntungan, pengalaman berdagang, lingkungan, tenaga kerja, dan Pendidikan (Kasmir,

2006). Tingkat pendapatan rumah tangga tergantung kepada jenis-jenis kegiatan yang dilakukan. Jenis kegiatan yang mengikut sertakan modal atau keterampilan mempunyai produktifitas tenaga kerja yang lebih tinggi, yang pada akhirnya mampu memberikan pendapatan yang lebih besar (Soekartawi, 2002). Sedangkan menurut Swasta faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan ialah pemasaran (Irawan, 2008). Berdasarkan firman Allah dalam Al-Qur'an surat At-Taubah ayat 158 :

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

﴿١٥٨﴾

Artinya : *Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan (Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 168 (Alqur'an digital).*

Konsep pemasaran dalam perspektif Ekonomi Islam Konsep pemasaran syariah sebenarnya tidak jauh berbeda dari konsep pemasaran yang sudah dikenal saat ini. Konsep pemasaran syariah dimana mengajarkan kepada seorang pemasar untuk jujur kepada konsumen atau orang lain (Zamzam & Aravik, 2020). Atau dengan kata lain, seorang pemasar dituntut untuk menjunjung tinggi nilai-nilai syariah ketika melakukan tindakan pemasarannya (Al-Arif, 2010). Sedangkan modal dalam prespektif islam adalah Modal dalam sistem ekonomi Islam diharuskan terus berkembang agar sirkulasi uang tidak berhenti. Dikarenakan jika uang atau modal terhenti maka harta itu tidak akan mendatangkan manfaat bagi orang lain, namun seandainya jika uang diinvestasikan dan digunakan untuk melakukan bisnis maka uang tersebut akan mendatangkan manfaat bagi orang lain, termasuk diantaranya jika ada bisnis yang berjalan maka akan bisa menyerap tenaga kerja (Aswad, 2012).

**Elvi Nasriandani, Muhammad Taufiq**

Pengaruh Modal Dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Pada Produksi Kerupuk Kamang Berdasarkan Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Kecamatan Kamang Magek)

Kamang Magek adalah sebuah kecamatan yang terdapat pada kabupaten Agam, provinsi Sumatra Barat, Indonesia. Kecamatan ini merupakan pemekaran dari kecamatan Tilatang Kamang. Usaha yang cukup terkenal didaerah Kamang Magek ialah produksi Kerupuk Kamang, untuk jumlah produksi, harga dan pendapatan perbulannya beragam. Berikut data harga, produksi dan pendapatan usaha kerupuk kamang :

**Tabel.1****Data Harga, Produksi dan Pendapatan Industri Rumah Tangga (IRT) pada Produksi Kerupuk Kamang**

No.	Nama	Harga	Produksi/ Pak (Per Bulan)	Pendapatan rata-rata (Per Bulan)
1	IRT Kerupuk Kamang 1	Rp 27.000	70	Rp 1.350.000
2	IRT Kerupuk Kamang 2	Rp 30.000	60	Rp 1.335.000
3	IRT Kerupuk Kamang 3	Rp 25.000	35	Rp 600.000
4	IRT Kerupuk Kamang 4	Rp 22.000	65	Rp 1.030.000
5	IRT Kerupuk Kamang 5	Rp 18.000	200	Rp 2.145.000
6	IRT Kerupuk Kamang 6	Rp 12.000	1000	Rp 5.020.000
7	IRT Kerupuk Kamang 7	Rp 15.000	40	Rp 395.000
8	IRT Kerupuk Kamang 8	Rp 20.000	400	Rp 4.885.000
9	IRT Kerupuk Kamang 9	Rp 20.000	200	Rp 1.965.000
10	IRT Kerupuk Kamang 10	Rp 20.000	100	Rp 1.180.000
11	IRT Kerupuk Kamang 11	Rp 25.000	1000	Rp 6.000.000
12	IRT Kerupuk Kamang 12	Rp 30.000	100	Rp 2.180.000
13	IRT Kerupuk Kamang 13	Rp 15.000	50	Rp 1.035.000
14	IRT Kerupuk Kamang 14	Rp 22.000	100	Rp 1.380.000
15	IRT Kerupuk Kamang 15	Rp 25.000	80	Rp 1.280.000
16	IRT Kerupuk Kamang 16	Rp 22.000	200	Rp 2.365.000
17	IRT Kerupuk Kamang 17	Rp 20.000	50	Rp 535.000
18	IRT Kerupuk Kamang 18	Rp 20.000	100	Rp 1.180.000
19	IRT Kerupuk Kamang 19	Rp 22.000	100	Rp 1.380.000

*Sumber : Hasil penelitian lapangan, 2023(data diolah oleh peneliti)*

Dari data diatas dapat dilihat pada masing-masing usaha memaparkan harga, jumlah produksi dan pendapatan pada masing-masing usaha produksi Kerupuk Kamang yang tidak merata. Dari hasil observasi awal yang dilakukan dengan wawancara kepada 19 orang pengusaha Kerupuk Kamang yang diambil dari 10 persen dari jumlah populasi, maka didapatkan permasalahan yang lebih dominan yaitu permasalahan modal dan

permasaran. Pada masalah permodalan yaitu sulitnya membeli bahan baku ubi yang terkadang harganya naik. Selain itu banyak dari pengusaha Kerupuk Kamang yang tutup usaha akibat kekurangan modal.

Pada permasalahan pemasaran ialah kebanyakan pengusaha Kerupuk Kamang menjualnya ke pasar tradisional yang terkadang pasar sepi sehingga sepi pembeli. Ketika pasar sepi maka kerupuk yang tidak terjual dibawa lagi pulang sehingga banyak kerupuk yang menumpuk, sedangkan si pengusaha ketika pesanan ubi datang tiap bulan dan mesti membeli ubi tersebut yang harganya cukup mahal. Selain itu permasalahan pemasaran lainnya ialah ketika musim buah-buahan seperti musim manggis dan musim durian maka Kerupuk Kamang akan kalah saing dipasaran. Permasalahannya selanjutnya adalah sebagian dari pengusaha kerupuk kamang tidak mempunyai izin PIRT untuk izin usaha yang nantinya akan berdampak pada pola pemasaran. Berdasarkan latar belakang, maka peneliti ingin meneliti tentang “Pengaruh Modal Dan Pemasaran Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro pada Produksi Kerupuk Kamang Menurut Prespektif Ekonomi Islam”.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan batasan penelitian maka rumusan masalah yang akan diangkat adalah:

- a. Seberapa besar pengaruh modal terhadap tingkat pendapatan usaha mikro pada produksi Kerupuk Kamang?
- b. Seberapa besar pengaruh pemasaran terhadap tingkat pendapatan usaha mikro pada produksi Kerupuk Kamang?
- c. Seberapa besar pengaruh modal dan pemasaran terhadap tingkat pendapatan usaha mikro pada produksi Kerupuk Kamang?

## **Elvi Nasriandani, Muhammad Taufiq**

Pengaruh Modal Dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Pada Produksi Kerupuk Kamang Berdasarkan Prespektif Ekonomi Islam  
(Studi Kasus di Kecamatan Kamang Magek)

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh modal terhadap tingkat pendapatan usaha mikro pada produksi Kerupuk Kamang.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh pemasaran terhadap tingkat pendapatan usaha mikro pada produksi Kerupuk Kamang.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh modal dan pemasaran terhadap tingkat pendapatan usaha mikro pada produksi Kerupuk Kamang.

### **Landasan Teori**

#### **Konsep Pendapatan Usaha**

##### **1. Pengertian Pendapatan**

Sukrino mendefinisikan pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama 1 periode tertentu, baik dalam harian, mingguan, bulanan maupun tahunan (Sukirno, 2006). Pada dasarnya pendapatan merupakan kenaikan laba. Pendapatan (*revenue*) dapat didefinisikan secara umum yaitu sebagai hasil dari suatu usaha (Asbullah et al., 2023). Sedangkan laba pendapatan adalah suatu proses arus penciptaan barang dan jasa oleh suatu perusahaan selama kurun waktu tertentu. Pendapatan dapat diklarifikasi menjadi dua macam, yaitu pendapatan operasional dan pendapatan non operasional. Pendapatan operasional adalah pendapatan yang timbul dari penjualan barang dagangan, produk atau jasa dalam periode tertentu dalam rangka kegiatan utama atau yang menjadi tujuan utama suatu usaha yang berhubungan dengan operasi pokok jenis usaha yang bersangkutan. Sedangkan penjelasan dari pendapatan non operasional adalah pendapatan yang diterima oleh perusahaan yang tidak ada hubungannya dengan usaha pokok yang dilakukan dalam kegiatannya (Choiriyah & Dela, 2019).

Pendapatan (Pd) adalah selisih antara penerimaan "*Total Revenue*" (TR) dan "*Total Cost*" semua biaya (TC). Untuk mengetahui pendapatan yang diperoleh seorang pengusaha maka digunakan analisis pendapatan sesuai petunjuk Soekartawi beriku

dengan menggunakan rumus:  $Pd = TR - TC$ . *Total Revenue* (TR) atau perkalian antara harga (P) dengan jumlah permintaan barang yang diperoleh (Qd), maka  $TR = P \times Qd$ . Biaya masyarakat biasanya diklasifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*). (Asyari, 2023) Biaya tetap (FC) adalah biaya yang relatif tetap jumlahnya dan terus dikeluarkan walaupun produksi yang diperoleh banyak atau sedikit. Biaya variabel (VC) adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh produksi yang diperoleh, contoh biaya untuk tenaga kerja. Total biaya (TC) adalah jumlah dari biaya tetap (FC) dan biaya variabel (VC), maka dirumuskan dengan  $TC = FC + VC$  (Soekartawi, 2012).

## 2. Jenis Pendapatan

Secara garis besar pendapatan digolongkan menjadi tiga golongan (Jaya, 2011):

- a. Gaji dan upah, yaitu imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam jangka waktu tertentu, misal: per hari, per minggu maupun per bulan.
- b. Pendapatan dari usaha sendiri, yaitu nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dibayar dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga sendiri, nilai sewa kapital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.
- c. Pendapatan dari usaha lain, yaitu pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja dan ini merupakan pendapatan sampingan, antara lain pendapatan dari hasil menyewakan aset yang dimiliki, bunga dari uang, sumbangan dari pihak lain, pendapatan pensiun, dan lain-lain. Perbedaan pendapatan penduduk berdasarkan penggolongannya menjadi 4 golongan yaitu:
  - a) Golongan pendapatan sangat tinggi adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp.3.500.000,00 per bulan.

## **Elvi Nasriandani, Muhammad Taufiq**

Pengaruh Modal Dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Pada Produksi Kerupuk Kamang Berdasarkan Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Kecamatan Kamang Magek)

- b) Golongan pendapatan tinggi adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp.2.500.000,00 s/d Rp.3.500.000,00 per bulan.
- c) Golongan pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata-rata di bawah antara Rp.1.500.000 s/d Rp.2.500.000,00 per bulan.
- d) Golongan pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata-rata Rp.1.500.000,00 per bulan kebawah.

### **3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan**

Menurut Kasmir dalam menentukan pendapatan pedagang atau pengusaha dibutuhkan beberapa faktor diantaranya minat pengusaha, modal, waktu yang pasti, keuntungan, pengalaman berdagang, lingkungan, tenaga kerja, dan Pendidikan (Kasmir, 2016). Tingkat pendapatan rumah tangga tergantung kepada jenis-jenis kegiatan yang dilakukan. Jenis kegiatan yang mengikut sertakan modal atau keterampilan mempunyai produktifitas tenaga kerja yang lebih tinggi, yang pada akhirnya mampu memberikan pendapatan yang lebih besar (Soekartawi, 2002). Sedangkan menurut Swasta faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan ialah pemasaran (Irawan, 2018).

Pendapatan di realisasi karena adanya proses produksi dan atau proses pemasaran yang dilakukan perusahaan. Proses produksi yang dimaksud adalah pengubahan sumber daya yang dimiliki perusahaan menjadi barang atau jasa tersebut kepada konsumen. Jumlah pendapatan yang timbul dari suatu transaksi biasanya ditentukan oleh persetujuan antara penjual barang dan jasa dengan pembeli atau konsumennya.(Doni et al., 2022) Jumlah tersebut harus diukur dengan nilai wajar imbalan yang diterima atau dapat diterima perusahaan dikurangi dengan jumlah potongan harga yang diepakati Bersama (Furqon, 2017).

## **Konsep Modal**

### **1. Pengertian Modal**

Modal merupakan salah satu aspek yang harus ada dalam berwirausaha selain aspek lain yang tidak kalah pentingnya yaitu sumber daya manusia atau keahlian tenaga kerja, teknologi, ekonomi, organisasi atau legalitas, teknologi dan bidang ekonomi. Modal dapat diartikan sebagai dana yang digunakan untuk menjalankan usaha agar

tetap berjalan.(Effendy et al., 2023) Modal juga dapat diartikan dari berbagai segi yaitu modal pertama kali dalam membuka usaha, modal untuk melakukan perluasan usaha, dan modal untuk menjalankan usaha sehari-hari. Berdasarkan manfaatnya, modal usaha terbagi atas:

- a. Modal kerja, dikenal juga dengan harta lancar yang lebih identik dengan modal berbentuk modal uang yang di gunakan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran produksi atau kegiatan operasional seperti:
  - 1) Membeli bahan baku atau bahan pembantu
  - 2) Membayar administrasi umum
  - 3) Biaya listrik, air, telepon, internet
  - 4) Biaya transportasi
  - 5) Biaya gaji karyawan
- b. Modal investasi (*aset*) atau dikenal dengan harta tetap, modal investasi merupakan uang yang dikeluarkan untuk membeli barang-barang. Apabila usaha yang dijalankan berupa produksi maka dialokasikan untuk membeli peralatan dan mesin-mesin produksi. Apabila usaha dibidang jasa biasanya investasi dalam bentuk sewa atau beli tempat serta peralatan yang mendukung usaha tersebut (Juliasti, 2009).

## 2. Sumber-Sumber Modal (Juliasti, 2009):

- a. Modal Sendiri, modal sendiri merupakan dana yang disiapkan oleh pengusaha dalam memulai dan mengembangkan usaha. Selain itu juga bersal dari tabungan yang disisihkan dari penghasilan dimasa lalu, baik disimpan dirumah ataupun dibank dalam bentuk tabungan dan deposito.
- b. Koperasi Simpan Pinjam, merupakan koperasi dengan bidang usahanya pelayanan tabungan dan pinjaman bagi anggotanya.

**Elvi Nasriandani, Muhammad Taufiq**

Pengaruh Modal Dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Pada Produksi Kerupuk Kamang Berdasarkan Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Kecamatan Kamang Magek)

- c. Lembaga keuangan, lembaga keuangan merupakan badan usaha yang berfungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dapat juga dalam bentuk pinjaman.

**3. Konsep Modal dalam Prespektif Ekonomi Islam**

Modal dalam konsep ekonomi Islam berarti semua harta yang bernilai dalam pandangan syar'i, dimana aktivitas manusia ikut berperan serta dalam usaha produksinya dengan tujuan pengembangan. (Amin & Taufiq, 2023) Uang merupakan modal serta salah satu faktor produksi yang penting, tetapi bukan yang terpenting karena manusia menduduki tempat di atas modal yang disusul oleh sumber daya alam. Pandangan ini berbeda dengan pandangan sementara pelaku ekonomi modern yang memandang uang segala sesuatu, sehingga tidak jarang manusia atau sumber daya alam dianiaya atau ditelantarkan (Aedy, 2011).

Sebagaimana Allah SWT. berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 279 yang artinya :

*Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.*

Ayat ini menjelaskan bahwa meneruskan hidup dengan riba setelah menjadi orang Islam, berarti memaklumkan perang kepada Allah Swt. dan rasul. Dengan ancaman yang keras itu, dapatlah dipahamkan bahwasanya seluruh harta yang diperibakan itu, baik dapatlah dipahamkan bahwasanya seluruh harta yang dipinjamkan, atau bunganya dari harta itu, semuanya menjadi harta yang haram kelanjutannya ialah bahwa daulah islamiyah berhak merampas seluruh harta itu, baik modal pokok, maupun bunganya. Tetapi kalau kamu telah taubat tidak hendak melanjutkan lagi kehidupan yang jahat itu, maka harta yang kamu pinjamkan sebanyak jumlah asalnya, bolehlah kamu ambil Kembali (Hamka, 1982).

## Konsep Pemasaran

### 1. Pengertian Pemasaran

Pengertian pemasaran menurut pendapat para ahli sebagai berikut (Darmanto & Wardaya, 2012):

#### a. Direksi dari *American Marketing Association (AMA)*

Menurut direksi dari *AMA* pemasaran ialah proses mengatur aktivitas organisasi untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menawarkan produk atau jasa yang memiliki nilai bagi pelanggan, mitra, dan masyarakat pada umumnya.

#### b. Philip Kotler

Menurut Philip Kotler pemasaran adalah seni dan ilmu mengeksplorasi, menciptakan, dan memberikan nilai untuk memenuhi kebutuhan pasar yang menguntungkan. Pemasaran mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan yang tidak terpenuhi. Mendefinisikan, mengukur dan mengkuantifikasi ukuran pasar dan mengidentifikasi potensi keuntungan.

#### c. Jay Baer Presiden dari *Yakinkan & Convert*

Menurut Jay Bear pemasaran adalah penyampaian pesan dan atau tindakan kepada pelanggan atau masyarakat yang menyebabkan adanya pesan dan atau tindakan dari pelanggan atau masyarakat tersebut.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran itu merupakan proses dari seseorang atau organisasi untuk mempengaruhi orang lain atau organisasi lain agar mereka yang menginginkan dan memerlukan produk atau jasa dapat terpenuhi dan mereka yang memiliki produk atau jasa guna memperoleh profit atau keuntungan. Hubungan ini diharapkan dapat berjalan dalam jangka waktu panjang.

## **Elvi Nasriandani, Muhammad Taufiq**

Pengaruh Modal Dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Pada Produksi Kerupuk Kamang Berdasarkan Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Kecamatan Kamang Magek)

### 2. Konsep Pemasaran Syari'ah

Dalam garis besarnya pemasaran dalam Islam dapat dikatakan bahwa pemasaran adalah berbagai upaya yang dilakukan agar memudahkan terjadinya penjualan/perdagangan. Rasulullah SAW adalah orang yang menggeluti dunia usaha perdagangan sekaligus seorang pemasar (marketer) yang andal. Sebagai pedagang Rasulullah berpegang pada lima konsep yaitu: jujur, ikhlas, profesionalisme, silaturahmi, dan murah hati. Kepercayaan ini merupakan suatu modal yang tidak ternilai dalam bisnis. Berdasarkan uraian tersebut, maka telah terhadap pemasaran perdagangan dari perspektif Islam diharapkan mampu menjawab dan meluruskan berbagai permasalahan dalam bidang ini (Kartajaya & Sula, 2006).

### **Konsep Islam Tentang Pendapatan**

Dalam Islam, kebutuhan memang menjadi alasan untuk mencapai pendapatan minimum, sedangkan kecukupan dalam standar hidup yang baik adalah hal yang paling mendasar distribusi, retribusi setelah itu baru dikaitkan dengan kerja dan kepemilikan pribadi (Nasution, 2007). Nilai-nilai Islam merupakan faktor endogen dalam rumah tangga seorang muslim, maka haruslah dipahami bahwa seluruh aktivitas ekonomi di dalamnya, harus dilandasi legalitas halal-haram. Islam tidak bisa mentolerir distribusi pendapatan yang sumbernya diambil dari yang haram. Pendapatan dalam pandangan Islam terdapat aturan halal dan haram, sebagaimana yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 172 sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَأَشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ۝١٧٢

Artinya : *"Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah"*

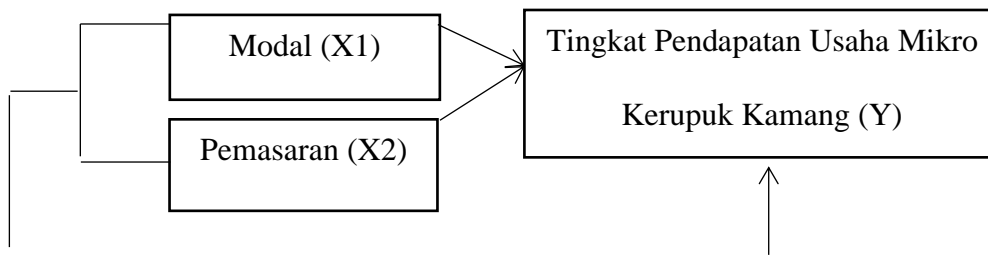
Ayat tersebut menjelaskan bahwa sesungguhnya Allah SWT. Menghendaki segala sesuatu yang diusahakan di dapat dengan cara halal. Maka dalam teori ekonomi islam halal dan haram tetap jadi prioritas utama dalam menentukan kebahagiaan di Dunia dan di akhirat kelak

## Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar. 1**

**Kerangka Pemikiran**



## Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Modal (X1) terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro pada Produksi Kerupuk Kamang (Y)
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Pemasaran (X2) terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro pada Produksi Kerupuk Kamang (Y)
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara modal (X1) dan Pemasaran (X2) terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro pada Produksi Kerupuk Kamang (Y)

## Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*). Jenis dan sumber data dalam penelitian ini berasal dari data primer yaitu Pengusaha Kerupuk Kamang yang ada di Kecamatan Kamang Magek dan sumber data sekunder adalah artikel, jurnal dan literatur yang terkait. Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha Kerupuk Kamang di

## Elvi Nasriandani, Muhammad Taufiq

Pengaruh Modal Dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Pada Produksi Kerupuk Kamang Berdasarkan Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Kecamatan Kamang Magek)

Kecamatan Kamang Magek sejumlah 191 orang (Triana & Tanjung, 2017) dan sampel sebanyak 66 orang menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Metode pengumpulan data adalah dengan wawancara dan angket dan tingkatannya adalah skala likert.

### Hasil Dan Pembahasan

#### A. Karakteristik Usaha Produksi Kerupuk Kamang

##### 1. Harga Kerupuk Kamang

**Tabel. 2**  
**Harga Kerupuk Kamang**

Harga Kerupuk Kamang	Orang	Persentase
25.000	11	16,7 %
20.000	20	30,3 %
15.000	10	15,2 %
30.000	5	7,6 %
22.000	7	10,7 %
13.000	2	3 %
18.000	4	6 %
27.000	1	1,5 %
23.000	3	4,5 %
28.000	1	1,5 %
12.000	2	3 %
<b>Jumlah</b>	<b>66</b>	<b>100 %</b>

*Sumber : Hasil penelitian lapangan, 2023(data diolah oleh peneliti)*

Harga kerupuk kamang responden dengan harga yang terbanyak yaitu harga Rp.20.000 dengan jumlah responden 20 orang atau 30,3% sedangkan harga yang paling sedikit yaitu harga Rp. 27.000 dan Rp. 28.000 dengan jumlah responden 1 orang atau 1,5% (Data Primer, diolah 2023).

##### 2. Produksi Kerupuk Kamang

**Tabel. 3**  
**Produksi Kerupuk Kamang Per Pak/ Kilo per Bulan**

Produksi Kerupuk Kamang	Orang	Persentase
1-50	5	7,57 %
51-100	16	24,2 %
101-150	9	13,63 %

151-200	<b>8</b>	<b>12,12 %</b>
201-250	<b>11</b>	<b>16,7 %</b>
251-300	<b>7</b>	<b>10,61 %</b>
301-400	<b>2</b>	<b>3,03 %</b>
401-500	<b>3</b>	<b>4,54 %</b>
501-1000	<b>5</b>	<b>7,6 %</b>
<b>Jumlah</b>	<b>66</b>	<b>100 %</b>

*Sumber : Hasil penelitian lapangan, 2023 (data diolah oleh peneliti)*

Produksi kerupuk kamang responden penelitian dalam jangka waktu perbulan yang terbanyak memproduksi sekitar 51-100 pak/kilo perbulan yaitu sebanyak 16 orang atau 24,2%, sedangkan yang paling sedikit memproduksi sekitar 301-400 pak/kilo perbulan yaitu sebanyak 2 orang 3,03% (Data Primer, diolah 2023).

## **B. Hasil Analisis Data**

### **1. Uji Instrumen Penelitian**

#### **a. Uji Validitas**

Hasil Uji Validitas untuk masing masing variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut :

Nilai r tabel yang digunakan untuk jumlah responden atau jumlah data (n) sebanyak 66 mengikuti ketentuan  $df = n - 2$  , maka akan menjadi  $df = 66 - 2$  yaitu 64 ( $df = 64$ ) dengan menggunakan taraf signifikan 10% (0,1), maka memperoleh r tabel 0.3150.

Syarat uji validitas :

- 1) Cara pertama membandingkan r hitung dengan r tabel dimana r hitung > r tabel.
- 2) Cara kedua dari signifikasi jika 2-tailed < 0,3 valid.

Hasil Uji Validitas untuk masing masing variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel. 4**  
**Hasil Uji Validitas X1, X2 dan Y**

Nomor Pertanyaan (X1)	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	0,506	0.3150	Valid
2	0,648	0.3150	Valid
3	0,675	0.3150	Valid
4	0,576	0.3150	Valid
5	0,603	0.3150	Valid
Nomor Pertanyaan (X2)	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	0,762	0.3150	Valid
2	0,705	0.3150	Valid
3	0,647	0.3150	Valid
4	0,701	0.3150	Valid
Nomor Pertanyaan (Y)	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	0,648	0.3150	Valid
2	0,673	0.3150	Valid
3	0,637	0.3150	Valid
4	0,633	0.3150	Valid
5	0,674	0.3150	Valid

*Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 22*

Dari hasil ketiga tabel diatas, dapat diketahui bahwa masing masing nilai r hitung > r tabel (0,3150) dan bernilai positif. Dengan demikian setiap item pertanyaan yang ada pada variabel Modal (X1), variabel Pemasaran (X2) dan variabel Pendapatan (Y) dinyatakan semuanya valid. sedangkan jika dilihat dari sig. (2-tailed) dari hasil validitas diatas menyatakan bahwa sig. (2-tailed) yaitu  $0,000 < 0,3$ . Jadi seluruh pertanyaan pada tabel X1 adalah valid (Data Primer, diolah 2023 SPSS 22).

a. Uji Reliabilitas

Setelah diketahui tingkat validasi dari variabel X1 (Modal), X2 (Pemasaran) dan Y (Pendapatan), maka item pertanyaan tersebut diuji dengan menggunakan IBM SPSS 22, jika Cronbach's Alpha > 0,60 maka realibel. Hasil Uji Reliabilitas untuk masing masing variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel. 5**  
**Hasil Uji Validitas Y**

Variabel	Jumlah Pertanyaan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Modal (X1)	5	0,547	Realibel
Pemasaran (X2)	4	0,661	Realibel
Pendapatan (y)	5	0,671	Realibel

*Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 22*

Berdasarkan hasil uji reabilitas diatas dapat dilihat bahwa Cronbach's Alpha dari ke tiga variabel > dari 0,60, yaitu  $0,671 > 0,60$  ,  $0,547 > 0,60$  dan  $0,661 > 0,60$  adalah realibel (Data Primer, diolah 2023 menggunakan SPSS 22).

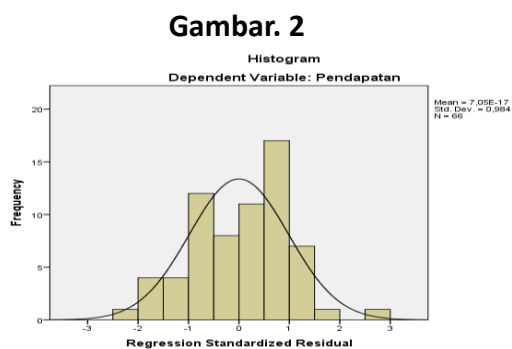
## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Dikatakan normal ialah jika tingkat signifikasi nya itu > dari 0,05 maka variabel tersebut normal, begitu sebaliknya. Kita bisa lihat dari Histogram, Plot dan Kolmogorov.

#### 1) Histogram

Apabila garis dalam histogram membentuk seperti bukit dengan bentuk grafik tidak melenceng ke kiri atau ke kanan, maka menunjukkan bahwa variabel berdistribusi normal. Seperti Gambar berikut :



Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 22

Dari gambar diatas dapat dilahat bahwa garis dalam histogram membentuk seperti bukit dengan bentuk grafik tidak melenceng ke kiri atau ke kanan, jadi variabel tersebut **berdistribusi normal** (Data Primer, 2023, diolah dengan SPSS 22).

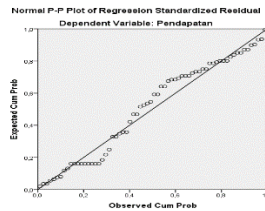
#### 2) Normal P-P Plot

Apabila titik titik pada plot mengikuti garis diagonal maka penelitian berdistribusi secara normal.

**Elvi Nasriandani, Muhammad Taufiq**

Pengaruh Modal Dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Pada Produksi Kerupuk Kamang Berdasarkan Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Kecamatan Kamang Magek)

**Gambar. 3**



Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 22

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa titik titik mengikuti garis diagonal maka penelitian ini **berdistribusi secara normal** (Data Primer, Diolah SPSS 22).

3) Sample Kolimogrov

Data dikatakan berdistribusi secara normal apabila sample kolimogrov dengan tingkat signifikasi > 0,05. Dari hasil penelitian didapatkan pada tabel berikut :

**Tabel. 6**  
**Kolmogorov**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		66
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,45531796
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,117
	Positive	,116
	Negative	-,117
Test Statistic		,117
Asymp. Sig. (2-tailed)		,026 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 22

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel atau residual dalam penelitian ini berdistribusi secara tidak normal karena nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih kecil dari 0,05. Oleh sebab itu digunakan persamaan asymptotic salah satunya dapat menggunakan Monte Carlo. Persamaan Monte Carlo merupakan metode pengambilan sampel berulang. Setelah dilakukan Monte Carlo maka didapatkan data berikut :

**Tabel. 7**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	
N		66	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,45531796	
Most Extreme Differences	Absolute	,117	
	Positive	,116	
	Negative	-,117	
Test Statistic		,117	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,026 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,308 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,296
	Upper Bound	<b>,319</b>	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

*Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 22*

Berdasarkan tabel 4.23 menunjukkan bahwa Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,319 dimana  $0,319 > 0,05$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel atau residual dalam penelitian ini **berdistribusi normal** karena nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05 (Data Primer, Diolah 2023 SPSS 22).

**b. Uji Auto Korelasi**

Dalam pengujian Nilai Durbin Watson ini adalah jika kecil dari 1 atau besar dari 3 maka terjadi korelasi, jadi Durbin Watson itu harus berada antara 1 dan 3 agar tidak terjadi autokorelasi. Berdasarkan hasil penelitian maka didapatkan pada tabel berikut :

**Tabel. 8**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,508 <sup>a</sup>	,258	,234		1,47824	<b>1,959</b>

a. Predictors: (Constant), PEMASARAN, MODAL

b. Dependent Variable: PENDAPATAN

**Elvi Nasriandani, Muhammad Taufiq**

Pengaruh Modal Dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Pada Produksi Kerupuk Kamang Berdasarkan Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Kecamatan Kamang Magek)

*Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 22*

Berdasarkan tabel diatas didapatkan Durbin Watson senilai 1,959 ini artinya nilai Durbin Watson terletak antara 1 dan 3 maka data tersebut **tidak terjadi** auto korelasi.

c. Uji Multikolinearitas

Jika VIF (Variance Inflation Factor) dibawah atau  $< 10$  dan tolerance diatas  $> 0,1$  maka **tidak terjadi** Multikolinearitas. Dari hasil penelitian didapatkan pada tabel berikut:

**Tabel. 9**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	11,990	2,296		5,221	,000		
Modal	,288	,139	,324	2,078	,042	,485	2,062
Pemasaran	,250	,175	,223	1,429	,158	,485	2,062

a. Dependent Variable: Pendapatan

*Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 22*

Berdasarkan tabel Coefficients diketahui bahwa nilai VIF X1 (Modal) dan nilai VIF X2 (Pemasaran) adalah 2,062, dimana  $2,062 < 10$ . Sedangkan untuk tolerance X1 (Modal) dan nilai X2 (Pemasaran) adalah 0,485, dimana  $0,485 > 0,1$ . Maka dapat disimpulkan pada variabel X1 dan X2 **tidak terjadi** Multikolinearitas.

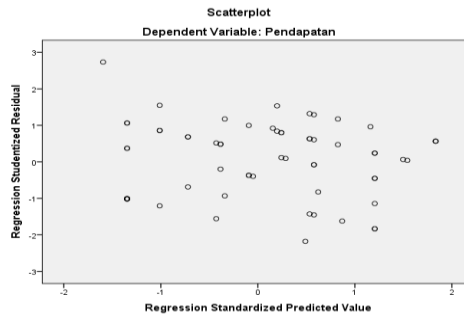
d. Uji Heteroskedastisitas

Ciri-ciri jika tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas :

- 1) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
- 2) Jika titik tidak berkumpul hanya diatas atau dibawah saja
- 3) Penyebaran titik titik data tidak berpola

Uji Heteroskedastisitas dapat disimpulkan bahwa ke tiga ciri-ciri ini terpenuhi maka tidak terjadi Heteroskedastisitas. Dari hasil penelitian didapatkan pada tabel berikut :

**Gambar.4**



*Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 22*

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa memenuhi ciri-ciri jika tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas. Jadi dapat disimpulkan bahwa data ini **tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas**.

Cara kedua ialah dengan menggunakan uji koefisien Glejser yaitu mengkolerasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Apabila probabilitas hasil korelasi  $< 0,05$  atau 5%, maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedestisitas begitu sebaliknya. Dari hasil penelitian didapatkan pada tabel berikut :

**Tabel. 10**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,124	1,160		2,694	,009
Modal	-,097	,070	-,245	-1,390	,169
Pemasaran	,012	,088	,023	,130	,897

a. Dependent Variable: Abs\_RES

*Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 22*

Berdasarkan tabel 4.25 dapat dilihat bahwa nilai signifikan dari variabel X1 (Modal) dan X2 (Pemasaran) adalah  $0,169 > 0,05$  dan  $0,897 > 0,05$  . Dari kedua nilai ini dapat

**Elvi Nasriandani, Muhammad Taufiq**

Pengaruh Modal Dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Pada Produksi Kerupuk Kamang Berdasarkan Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Kecamatan Kamang Magek)

disimpulkan bahwa **tidak terjadi** gejala heteroskedestisitas (Data Primer, Diolah 2023 SPSS 22).

3. Regresi Linier Berganda

Rumus untuk regresi linier berganda adalah  $Y = a + b_1 .X_1 + b_2 .X_2 + e$ . Konstanta dalam persamaan regresi linier merupakan nilai variabel dependen Y ketika semua peubah  $X_i$  bernilai nol atau tidak mengalami perubahan. Hasil analisis yang diperoleh harus dilakukan interpretasi (mengartikan), dalam interpretasi ini ialah untuk menunjukkan secara bersamaan (silmutan) dalam arti variabel  $X_1, X_2, \dots, X_n$  secara bersamaan mempengaruhi variabel Y.

**Tabel. 11**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11,990	2,296		5,221	,000
MODAL	,288	,139	,324	2,078	,042
PEMASARAN	,250	,175	,223	1,429	,158

a. Dependent Variable: PENDAPATAN

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas didapatkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :  $Y = 11,990 + 0,288 (X_1) + 0,250 (X_2)$ .

Interprestasi :

c. Konstanta = 11,990

Apabila variabel modal dan pemasaran dianggap Konstanta = 0 (tidak mengalami penambahan atau pengurangan), maka pendapatan usaha kerupuk kamang sebesar 11,990

d. Koefisien  $X_1 = 0,288$

Koefisien regresi modal pada tabel di atas sebesar 0,288 menunjukkan bahwa variabel modal mempunyai **hubungan** serta bernilai positif artinya apabila modal mengalami kenaikan sebesar satu satuan karnea nilai koefisien regresinya positif, sedangkan variabel pemasaran nilainya tetap, maka variabel pendapatan usaha kerupuk kamang mengalami kenaikan sebesar 0,288 poin begitupun sebaliknya.

e. Koefisien X2 = 0,250

Koefisien regresi pemasaran pada tabel di atas sebesar 0,250 menunjukkan bahwa variabel pemasaran mempunyai **hubungan** serta bernilai positif artinya apabila modal mengalami kenaikan sebesar satu satuan karnea nilai koefisien regresinya positif, sedangkan variabel pemasaran nilainya tetap, maka variabel pendapatan usaha kerupuk kamang mengalami kenaikan sebesar 0,250 poin begitupun sebaliknya (Data Primer, Diolah 2023, SPSS 22).

4. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji T)

Cara untuk uji t adalah jika nilai signifikan < 0.05 dan Nilai t hitung > nilai t tabel, maka **terdapat pengaruh yang signifikan** antara variabel x terhadap variabel y begitu sebaliknya. Cara untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap Y adalah : t tabel = t (a/2 ; n-k-1)

Ket : k : Jumlah Variabel X

n : Jumlah responden/ data

a/2 : Taraf signifikansi

Jadi : a/2 = 10% : 2 = 0.05 ; n-k-1 = 66-2-1 = 63

Maka ketemu angka 1.66940 atau 1.674 pada t tabel.

**Tabel.12**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11,990	2,296		5,221	,000
MODAL	,288	,139	,324	<b>2,078</b>	<b>,042</b>
PEMASARAN	,250	,175	,223	<b>1,429</b>	<b>,158</b>

a. Dependent Variable: PENDAPATAN

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 22

**Elvi Nasriandani, Muhammad Taufiq**

Pengaruh Modal Dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Pada Produksi Kerupuk Kamang Berdasarkan Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Kecamatan Kamang Magek)

Interpetasi :

1. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar  $0,042 < 0.05$  dan nilai t hitung  $2,078 > 1.674$  t tabel maka **terdapat pengaruh yang signifikan** antara variabel X1 terhadap variabel Y.

2. Pengujian Hipotesis Pertama (H2)

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar  $0,158 > 0.05$  dan nilai t hitung  $1.429 < 1.674$  t tabel **maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan** antara variabel X2 terhadap variabel Y (Data Primer, Diolah SPSS 22).

b. Uji Parsial (Uji F)

Cara untuk Uji T adalah jika nilai signifikan  $< 0.05$  dan Nilai F hitung  $>$  nilai F tabel, maka **terdapat pengaruh yang signifikan** antara variabel x terhadap variabel y begitu sebaliknya. Rumus F tabel = F (k ; n-k)

Ket : k = jumlah variabel bebas (2 buah)

n = jumlah sampel

k = 2 ; n-k = 66-2 = 64, maka ketemu angka 3.14 pada F tabel. Dari penelitian yang dilakukan maka didapatkan hasil sebagai berikut :

**Tabel. 13**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	47,864	2	23,932	10,952	,000 <sup>b</sup>
	Residual	137,667	63	2,185		
	Total	185,530	65			

a. Dependent Variable: PENDAPATAN

b. Predictors: (Constant), PEMASARAN, MODAL

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 22

Interprestasi :

Berdasarkan output diatas diketahui nilai sig. untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan berpengaruh terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0.05$  dan nilai F hitung 10,952

> F tabel 3.14, sehingga dapat disimpulkan bahwa X1 dan X2 **secara simultan terdapat pengaruh** terhadap variabel Y (Data Primer, Diolah 2023 SPSS 22).

5. Uji Determinan (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung jumlah besarnya variasi perubahan variabel independent yaitu modal dan pemasaran usaha terhadap variabel dependen yakni pendapatan. Besarnya harga koefisien determinasi adalah berkisar  $0 < R^2 < 1$ . Artinya jika R<sup>2</sup> mendekati 1 maka dapat dikatakan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah besar. Berarti model yang digunakan baik untuk menjelaskan pengaruh variabel tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka didapatkan hasil sebagai berikut :

**Tabel. 14**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	,508 <sup>a</sup>	,258	,234		1,47824

a. Predictors: (Constant), Pemasaran, Modal\

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 22

Berdasarkan tabel Model Summary dipengaruhi nilai koefisien atau R Square (R<sup>2</sup>) sebesar 0,258 atau 25,8% (Data Primer, Diolah 2023 SPSS 22). Jadi dapat diambil kesimpulan besarnya pengaruh modal dan pemasaran terhadap tingkat pendapatan sebesar 25,8%, untuk sisanya yaitu sebesar 74,2 % yang dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu pengaruh minat pengusaha, modal, waktu yang pasti, keuntungan, pengalaman berdagang, lingkungan, tenaga kerja, dan pendidikan.

## **Elvi Nasriandani, Muhammad Taufiq**

Pengaruh Modal Dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Pada Produksi Kerupuk Kamang Berdasarkan Prespektif Ekonomi Islam  
(Studi Kasus di Kecamatan Kamang Magek)

### **Pembahasan**

1. Faktor modal berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pendapatan usaha mikro pada produksi kerupuk kamang.

Dalam penelitian ini modal dalam usaha kerupuk kamang mempengaruhi tingkat pendapatan, dimana modal didapatkan dari berbagai sumber diantaranya dari tabungan pribadi, iuran keluarga dan pinjaman ke koperasi syariah atau Baitul Maal Wat Tamwiil (BMT). Hal ini menunjukkan bahwa ketika modal semakin banyak, produksi semakin meningkat, diiringi dengan promosi maka permintaan semakin tinggi pula menyebabkan kenaikan pada pendapatan. Hal ini karena modal yang tinggi akan dapat meningkatkan hasil produksi. Dalam kegiatan usaha produksi kerupuk kamang diperlukan modal untuk pembelian bahan baku, pembelian operasional seperti : membeli kayu bakar, gas dan memperbaharui peralatan seperti mesin.

Pengaruh modal terhadap pendapatan ini sejalan dengan pendapat Kasmir, yang teorinya berbunyi, “Dalam menentukan pendapatan pedagang atau pengusaha dibutuhkan beberapa faktor diantaranya minat pengusaha, modal, waktu yang pasti, keuntungan, pengalaman berdagang, lingkungan, tenaga kerja, dan pendidikan”. Selain itu juga sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yaitu penelitian Rijaluddin tahun 2019 tentang “Pengaruh Promosi Dan Modal Usaha Terhadap Pendapatan Pada Usaha Kerupuk Ikan Di Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi”. Dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa promosi dan modal usaha berpengaruh terhadap pendapatan usaha Kerupuk Ikan di Kecamatan Danau Teluk.

2. Faktor pemasaran tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pendapatan usaha mikro pada produksi kerupuk kamang.

Dalam penelitian ini pemasaran kerupuk kamang tidak mempengaruhi tingkat pendapatan. Hal ini terjadi karena Penetapan harga , Promosi, Proses distribusi tidak dilakukan oleh pengusaha kerupuk kamang. Dimana harga dari semua kerupuk kamang berbeda-beda, promosi tidak dilakukan dan proses distribusi juga tidak dilakukan, hal ini ditunjukkan oleh pengusaha menjual kerupuk kamang memasarkan produknya ada yang ke pasar bukittinggi, pekan kamis, pekan selasa, menaruh di super market, dan ada juga

yang menjual di rumah. Akan tetapi konsumen lebih sering membeli ke rumah. Terlebih saat hari libur atau hari lebaran banyak dari perantau minang yang memesan kerupuk kamang langsung ke rumah pengusaha untuk dibawa ke rantau yang dijadikan oleh-oleh dari kampung. Jadi tanpa mereka jauh-jauh ke pasar para konsumen pun lebih sering memesan ke rumah. Selain itu kerupuk kamang ini kebanyakan dikemas tanpa adanya label sehingga dikemas dalam plastik biasa saja. Untuk perbedaan harga jual pun juga berbeda dimana perbedaan harga ini tergantung pada kualitas kerupuk itu sendiri, jika kerupuk itu tebal maka harga jualnya sedikit mahal, begitu sebaliknya, jika kerupuk itu tipis maka harga jualnya juga sedikit murah.

Pengaruh pemasaran terhadap tingkat pendapatan dalam penelitian ini tidak sejalan dengan pendapat Swasta yang teorinya berbunyi, “Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan ialah pemasaran”. Akan tetapi penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Endang Purwanti tahun 2012 yang berjudul “Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilindo Salatiga”. Dengan hasil penelitiannya bahwa karakteristik wirausaha, modal usaha secara individu dan secara bersamaan berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan usaha, sedangkan strategi pemasaran secara individu tidak berpengaruh signifikan terhadap perkembangan.

### 3. Faktor modal mempengaruhi tingkat pendapatan dalam prespektif ekonomi islam

Menurut Yusuf Qardhawi, modal adalah tidak lebih dari pada aset baik berbentuk alat maupun yang semuanya merupakan hasil kerja manusia. Pemanfaatan modal dalam Islam, yaitu :

- a. Islam mengharamkan penimbunan dan menyuruh untuk membelanjakannya.

**Elvi Nasriandani, Muhammad Taufiq**

Pengaruh Modal Dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Pada Produksi Kerupuk Kamang Berdasarkan Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Kecamatan Kamang Magek)

- b. Mengizinkan hak milik atas modal, Islam mengajarkan untuk berusaha dengan cara-cara lain agar modal tersebut jangan sampai terpusat pada beberapa tangan saja.
- c. Islam mengharamkan peminjaman modal dengan cara menarik bunga.
- d. Islam mengharamkan pengusaan dan kepemilikan modal selain dengan cara-cara yang diizinkan syari'ah seperti: kerja, hasil akad jual beli, hasil pemberian, wasiat dan waris.
- e. Islam mewajibkan zakat atas harta simpanan atau harta produktif dalam bentuk dagang pada setiap tahun.
- f. Tidak boleh menggunakan modal dalam produksi secara boros. Besar kecilnya modal yang dipergunakan dalam usaha tentunya akan berpengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh pengusaha. Agar usaha produksinya berjalan dengan baik, diperlukan modal usaha yang cukup memadai. Modal yang besar akan memungkinkan jumlah persediaan barang yang akan diproduksi semakin banyak. Hal ini memungkinkan akan turut mempengaruhi tingkat pendapatan. "Pembentukan modal bertujuan untuk meningkatkan produksi dan pendapatan usaha, serta menunjang pembentukan modal lebih lanjut".

Modal yang digunakan oleh pengusaha kerupuk kamang merupakan dua jenis modal, yaitu modal tetap dan modal lancar. Modal tetap sendiri jenis modal yang dapat digunakan secara berulang-ulang, yaitu mesin-mesin yang membantu jalannya suatu produksi. Selanjutnya modal lancar yang merupakan modal yang habis digunakan dalam satu kali produksi yaitu bahan-bahan baku. Modal usaha kerupuk kamang ini diperoleh dari tabungan pribadi, iuran keluarga dan pinjaman ke koperasi syariah atau Baitul Maal Wat Tamwiil (BMT), dimana tidak ada unsur riba atau gharar dari modal yang digunakan, sehingga tidak bertentangan dengan aturan syari'at.

4. Faktor pemasaran mempengaruhi tingkat pendapatan dalam prespektif ekonomi Islam

Menurut ajaran islam, kegiatan pemasaran harus dilandasi dengan nilai–nilai Islam yang dijiwai oleh semangat ibadah kepada Allah dan berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama. Dapat diketahui bahwa seorang muslim dalam melakukan aktivitasnya harus bernilai amal shaleh agar memperoleh rahmat dan ridho dari Allah SWT. Begitu juga dalam melakukan strategi pemasaran, dalam aktivitas memasarkan produk hendaklah diniatkan agar dapat amal shaleh sehingga prosesnya memiliki manfaat baik di dunia dan di akhirat serta mendapatkan keridoan dan keberkahan dari Allah SWT.pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha kerupuk kamang dilakukan dengan cara memasarkannya ke pasar dan ada juga orang yang membelinya kerumah, disini tidak ditemukan proses mpemasaran yang melanggar syari’at semua dilakukan dengan jujur dan benar.

### Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di daerah kecamatan kamang magek tentang Pengaruh Modal Dan Pemasaran Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro pada Produksi Kerupuk Kamang maka penulis menarik kesimpulan bahwa :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Modal (X1) terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro pada Produksi Kerupuk Kamang (Y)
2. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Pemasaran (X2) terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro pada Produksi Kerupuk Kamang (Y)
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara modal (X1) dan Pemasaran (X2) terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro pada Produksi Kerupuk Kamang (Y)
4. Produksi usaha kerupuk kamang sudah sejalan dengan syari’at ekonomi Islam karena tidak adanya hal yang melanggar ,dalam proses produksi bahan baku yang

## **Elvi Nasriandani, Muhammad Taufiq**

Pengaruh Modal Dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Pada Produksi Kerupuk Kamang Berdasarkan Prespektif Ekonomi Islam  
(Studi Kasus di Kecamatan Kamang Magek)

digunakan halal, didapatkan dari modal yang halal yaitu tidak ada unsur riba atau *gharar* dan proses pemasarannya dilakukan dengan benar sesuai dengan syari'at islam

### **Daftar Pustaka**

- A. H. M, Jaya. (2011). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Sekitar Pantai Losari Kota Makassar*. Skripsi. Makassar: Jurusan Ilmu Ekonomi Feb Unhas.
- Aedy, Hasan. (2011). *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta
- Al Arif, M. Nur Rianto. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta
- Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 168 (Al-Qur'an Digital)
- Amalia, Lia. (2007). *Ekonomi Pembangunan Cetakan Pertama*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Amin, A.-A., & Taufiq, M. M. (2023). Analisis Pengaruh Hifdz Al Maal Terhadap Pengelolaan Harta Pada Pedagang Muslim Pasar Aur Kuning Kota Bukittinggi. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 12(2), 163–169.
- Asbullah, M., Barus, I., Al-Amin, A.-A., & Irnayenti, I. (2023). Pengaruh Pelatihan Budidaya Lele Terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Sui Kunyit HULU. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 7(1), 923–932.
- Asyari, A. (2023). *literature Review: The effect of prices and income on consumer choice and consumption in Islam*.
- Doni, A. H., Alfiona, F., Andespa, W., & Al-Amin, A.-A. (2022). PENGANGGURAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DAN KOVENSIONAL. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah (JIEMAS)*, 2(1), 1–10.
- Effendy, Y., Andriawan, A., Rawati, M., Hawari, R., & Al-Amin, A.-A. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Islam Di Sumatera Barat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah (JIEMAS)*, 2(2), 121–128.
- Zamzam, F., & Aravik, H. (2020). *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Yogyakarta: Deepublish. <https://deepublishstore.com/shop/buku-etika-bisnis-islam-seni/>
- Furqon, Danang Faizal. *Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pengusaha Lanting di Lemah Duwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen, (Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2017)*. (Diakses di [journal.student.uny.ac.id](http://journal.student.uny.ac.id). Diakses pada tanggal 3 Maret 2021)
- Hamka. (1982). *Tafsir Al-Azhar*. Jakarta: PT. Pustaka Panjimas.

- Juliasti, Sari. (2009). *Cerdas Mendapatkan Dan Mengelola Modal Usaha*. Jakarta: PT Persero.
- Kartajaya, Hermawan & Muhammad Syakir Sula. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nasution, Mustafa Edwin. (2007). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta : Kencana Renada Media Group.
- Soekartawi. (2002). *Analisis Usaha Tani*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Sukrino, Sadono. (2006). *Teori pengantar Mikro Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Swasta, Basudan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Triana, Lora & Faidil Tanjung. *Pengembangan Industri Kreatif Pedesaan Melalui Komersialisasi Produk Unggulan Daerah (Studi Kasus Pada Kecamatan Kamang Magek, Kabupaten Agam)*. (Jurnal: ISBN : 978-602-73463-1-4, 25 Maret 2017)
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah

**Elvi Nasriandani, Muhammad Taufiq**

Pengaruh Modal Dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Pada Produksi  
Kerupuk Kamang Berdasarkan Prespektif Ekonomi Islam  
(Studi Kasus di Kecamatan Kamang Magek)