

PENGARUH MODAL USAHA DAN LOKASI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA USAHA MIKRO DI LABUHANBATU SELATAN

Putri Pratiwi¹, Basyarul Ulya², Rahmi Syafriyati³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Universitas Al Washliyah Labuhanbatu

Email: putripratiwi123@gmail.com

Article History

Received: 02-03-2025

Revision: 07-03-2025

Accepted: 07-03-2025

Published: 15-03-2025

Abstract. *This study aims to analyze the influence of business capital and business location on sales volume in micro-enterprises in Labuhanbatu Selatan. The research approach used is quantitative with descriptive and associative research types. The sample used in this study is 100 micro-enterprise owners selected through purposive sampling, with criteria of businesses operating for at least one year and having measurable revenue. Data were collected through structured interviews and questionnaires, and then analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS software. The results show that both business capital and business location have a positive and significant impact on sales volume. Business capital significantly contributes to increasing operational capacity and marketing, while a strategic business location plays an important role in attracting consumers. These findings have implications for micro-entrepreneurs to consider both factors in order to enhance sales volume and their business competitiveness.*

Keywords: *Business Capital, Business Location, Sales Volume, Micro-Enterprises.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal usaha dan lokasi usaha terhadap volume penjualan pada usaha mikro di Labuhanbatu Selatan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan asosiatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 pelaku usaha mikro yang dipilih secara purposive sampling, dengan kriteria usaha yang sudah beroperasi minimal satu tahun dan memiliki omzet yang terukur. Data dikumpulkan melalui wawancara terstruktur dan kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal usaha dan lokasi usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Modal usaha memberikan kontribusi yang besar dalam meningkatkan kapasitas operasional dan pemasaran, sementara lokasi usaha yang strategis juga berperan penting dalam menarik konsumen. Temuan ini memberikan implikasi bagi pelaku usaha mikro untuk memperhatikan kedua faktor tersebut guna meningkatkan volume penjualan dan daya saing usaha mereka.

Kata Kunci: Modal Usaha, Lokasi Usaha, Volume Penjualan, Usaha Mikro.

How to Cite: Pratiwi, P., Ulya, B., Syafriyati, R. (2025). *Pengaruh Modal Usaha Dan Lokasi Usaha Terhadap Volume Penjualan Pada Usaha Mikro di Labuhanbatu Selatan*. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 5 (1), 4128-4146. [10.54373/ifjeb.v5i1.2827](https://doi.org/10.54373/ifjeb.v5i1.2827)

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, usaha mikro memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian lokal, terutama di wilayah Labuhanbatu Selatan. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), usaha mikro memiliki kontribusi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pendapatan daerah. Sebagian besar pengusaha mikro ini memulai usaha mereka dengan modal yang terbatas dan beroperasi di lokasi-lokasi yang bervariasi. Dengan sumber daya manusia yang terbatas, pemilik usaha mikro sering menghadapi tantangan besar dalam mengelola modal dan menentukan lokasi strategis untuk meningkatkan volume penjualan. Oleh karena itu, memahami bagaimana faktor-faktor seperti modal usaha dan lokasi mempengaruhi kinerja penjualan sangat penting bagi keberlanjutan dan pengembangan usaha mikro di Labuhanbatu Selatan (BPS, 2022).

Variabel modal usaha dan lokasi menjadi dua faktor utama yang sering dibahas dalam penelitian pengembangan usaha mikro. Modal usaha yang cukup akan memberikan ruang bagi pengusaha mikro untuk memperluas usahanya, baik dari sisi kapasitas produksi maupun pengembangan pemasaran. Sementara itu, lokasi usaha berperan dalam menentukan jangkauan pasar dan aksesibilitas kepada konsumen. Lokasi yang strategis dapat mempermudah konsumen untuk menjangkau produk yang ditawarkan, sementara lokasi yang kurang strategis dapat membatasi kemampuan usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, kedua faktor ini sangat relevan untuk diteliti dalam konteks usaha mikro di Labuhanbatu Selatan (Simanjuntak, 2020).

Dalam beberapa tahun terakhir, meskipun banyak usaha mikro yang berhasil berkembang, masih terdapat banyak tantangan yang dihadapi dalam pengelolaan modal dan pemilihan lokasi yang tepat. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Sihombing, 2021), pengusaha mikro sering kali tidak memiliki akses yang memadai terhadap sumber pembiayaan yang dapat memperbesar kapasitas usaha mereka. Selain itu, banyak usaha mikro yang berlokasi di daerah yang kurang strategis, sehingga mengurangi potensi mereka untuk meningkatkan volume penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh modal usaha dan lokasi terhadap volume penjualan pada usaha mikro di Labuhanbatu Selatan, guna memberikan rekomendasi yang dapat membantu pengusaha mikro dalam mengembangkan usaha mereka lebih optimal.

Kajian terkait pengaruh modal usaha terhadap kinerja usaha mikro telah banyak dilakukan, namun sangat sedikit yang mengkaji secara spesifik pada wilayah Labuhanbatu Selatan. Beberapa penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa modal usaha yang lebih besar dapat

meningkatkan kapasitas produksi dan daya saing produk (Prabowo, 2019). Namun, tidak banyak penelitian yang menghubungkan modal usaha dengan pemilihan lokasi usaha sebagai faktor yang turut memengaruhi volume penjualan. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengisi gap tersebut dengan melihat keterkaitan antara modal usaha, lokasi usaha, dan volume penjualan di Labuhanbatu Selatan. Dalam konteks ini, peran sumber daya manusia dalam pengelolaan modal dan strategi pemilihan lokasi usaha juga perlu diteliti lebih lanjut.

Rangkaian penelitian terdahulu menunjukkan bahwa faktor modal usaha dan lokasi usaha memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja dan pendapatan UMKM di berbagai sektor, termasuk di pasar tradisional, kuliner, dan kerajinan. (Resta, 2025) menyebutkan pengaruh modal dan harga produk terhadap volume penjualan dengan sistem pembayaran QRIS sebagai variabel moderasi di pasar tradisional, sedangkan (Rifqhi et al., 2025) menyelidiki modal usaha dan lokasi usaha terhadap tingkat pendapatan UMKM kuliner di Kota Gorontalo. (Nuraisyah et al., 2025) meneliti pengaruh lokasi bisnis terhadap pendapatan UMKM di Palu, dan (Rismawati et al., 2025) mengidentifikasi peluang dan strategi pengembangan UMKM dalam sektor makanan. (Martinah et al., 2025) menyarankan pentingnya pemasaran digital dalam meningkatkan volume penjualan UMKM, dan (Putri et al., 2025) menemukan hubungan antara modal usaha dan harga produk terhadap pendapatan pengrajin kayu jati. Beberapa studi juga memperlihatkan bahwa lokasi usaha berperan penting dalam menentukan tingkat pendapatan dan keuntungan UMKM, seperti yang dikaji oleh (Setiyani et al., 2025) dan (Lete, 2022). Meskipun banyak penelitian mengkaji faktor-faktor tersebut, gap penelitian yang ada menunjukkan perlunya fokus pada interaksi antara modal usaha, lokasi usaha, dan volume penjualan dalam konteks pasar mikro lokal seperti di Labuhanbatu Selatan, yang belum banyak dieksplorasi sebelumnya (Syahputra et al., 2022; Al Hamid et al., 2022). Penelitian ini akan menambah literatur terkait dengan fokus pada kedua faktor utama tersebut, khususnya dalam skala usaha mikro di Labuhanbatu Selatan, yang belum banyak mendapat perhatian dalam penelitian sebelumnya.

Urgensi penelitian ini sangat tinggi, mengingat perkembangan sektor usaha mikro di Labuhanbatu Selatan masih memiliki potensi yang besar, namun belum sepenuhnya dimanfaatkan. Beberapa studi menunjukkan bahwa usaha mikro yang berhasil bukan hanya karena besarnya modal yang dimiliki, tetapi juga karena strategi lokasi yang tepat (Mulyani, 2020). Oleh karena itu, penting untuk mengetahui bagaimana kedua faktor ini berinteraksi dalam memengaruhi kinerja usaha mikro di Labuhanbatu Selatan. Penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai pengelolaan usaha mikro yang dapat

dijadikan referensi oleh pengusaha dan pemangku kebijakan dalam mengoptimalkan perkembangan usaha mikro di daerah tersebut.

Penelitian ini juga memiliki kontribusi penting dalam memberikan pemahaman tentang pentingnya keberagaman lokasi usaha dalam meningkatkan daya saing. Seringkali, pengusaha mikro memilih lokasi berdasarkan faktor yang tidak mendalam, seperti biaya sewa atau kedekatan dengan rumah. Padahal, lokasi yang strategis tidak hanya tentang kedekatan dengan rumah atau biaya sewa yang rendah, tetapi juga tentang potensi pasar dan aksesibilitas. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi pengusaha mikro dalam memilih lokasi yang lebih tepat, serta memberikan rekomendasi tentang bagaimana mengoptimalkan modal yang ada untuk meningkatkan volume penjualan (Handayani, 2021).

Secara keseluruhan, penelitian ini sangat relevan dan bermanfaat, tidak hanya untuk pengusaha mikro di Labuhanbatu Selatan, tetapi juga untuk para pembuat kebijakan yang ingin meningkatkan kualitas dan daya saing usaha mikro di tingkat lokal. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha mikro yang lebih komprehensif dengan memperhatikan dua faktor penting, yakni modal usaha dan lokasi. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan kontribusi signifikan terhadap literatur usaha mikro dan membantu memperkuat perekonomian daerah melalui sektor usaha mikro.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan asosiatif (Yakin et al., 2023). Rancangan ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal usaha dan lokasi terhadap volume penjualan pada usaha mikro di Labuhanbatu Selatan. Penelitian ini berfokus pada hubungan antar variabel yang ada, yaitu modal usaha (X1), lokasi usaha (X2), dan volume penjualan (Y). Dalam penelitian ini, hipotesis yang diuji adalah: (1) terdapat pengaruh positif signifikan antara modal usaha terhadap volume penjualan, (2) apakah lokasi usaha juga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan dan (3) Terdapat pengaruh positif signifikan secara simultan antara modal usaha dan lokasi usaha terhadap volume penjualan. Dengan menggunakan rancangan penelitian ini, peneliti berharap dapat menggali lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi kinerja usaha mikro di Labuhanbatu Selatan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha mikro di Labuhanbatu Selatan yang terdaftar dalam data UMKM setempat. Berdasarkan data dari Dinas Perdagangan Kota Pinang, terdapat lebih dari 500 usaha mikro yang aktif di sektor perdagangan, kuliner, dan kerajinan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan

kriteria sampel berupa usaha mikro yang sudah beroperasi minimal satu tahun dan memiliki omzet yang terukur. Peneliti memilih 100 pelaku usaha mikro sebagai sampel yang dianggap mewakili populasi. Pemilihan sampel ini bertujuan untuk memperoleh data yang relevan dan representatif, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi ke seluruh pelaku usaha mikro di Labuhanbatu Selatan.

Data dikumpulkan melalui dua metode utama, yaitu wawancara terstruktur dan penyebaran kuesioner. Wawancara dilakukan dengan pengusaha mikro untuk mendapatkan informasi mendalam mengenai kondisi modal usaha dan faktor lokasi usaha yang memengaruhi volume penjualan. Kuesioner dibagikan kepada responden yang dipilih untuk mengumpulkan data terkait modal usaha, lokasi usaha, dan volume penjualan mereka. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini telah diuji validitas dan reliabilitasnya melalui uji coba pada 30 responden di luar sampel penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen (modal dan lokasi) terhadap variabel dependen (volume penjualan). Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan software statistik SPSS untuk menguji signifikansi pengaruh variabel yang ada.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Berdasarkan data yang dikumpulkan dari 100 responden, berikut adalah karakteristik dari para pelaku usaha mikro di Kota Pinang:

Tabel 1. Karakteristik responden

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Usaha		
Perdagangan	45	45%
Jasa	24	24%
Produksi	21	21%
Lainnya (Kerajinan, dll.)	9	9%
Lama Usaha		
< 1 tahun	8	8%
1-3 tahun	34	34%
4-5 tahun	41	41%
> 5 tahun	17	17%
Lokasi Usaha (Kecamatan/Dusun)		
Torgamba	53	53%
Kotapinang	29	29%
Sungai Kanan	18	18%

Jumlah Karyawan		
1-5 orang	66	66%
6-10 orang	24	24%
11-20 orang	5	5%
> 20 orang	5	5%
Omzet Bulanan (Rp)		
< Rp 5.000.000	20	20%
Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000	41	40%
Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	24	24%
> Rp 20.000.000	15	15%

Sumber: Data primer diolah tahun 2025

Karakteristik Responden dalam penelitian ini mencakup berbagai aspek yang dapat memengaruhi hasil analisis terhadap volume penjualan pada usaha mikro di Labuhanbatu Selatan. Salah satu karakteristik utama adalah jenis usaha yang dijalankan. Mayoritas responden mengelola usaha di sektor perdagangan, yang mencakup toko ritel, warung, dan usaha perdagangan barang konsumen lainnya. Jenis usaha ini tercatat sebanyak 45% dari total responden. Usaha perdagangan ini sering kali bergantung pada faktor permintaan pasar, ketersediaan barang, dan tentunya lokasi usaha itu sendiri. Sebagai sektor yang banyak diminati, usaha perdagangan biasanya memiliki hubungan yang erat dengan tren konsumsi di masyarakat. Sektor kedua yang cukup signifikan adalah usaha jasa, dengan persentase sekitar 24%. Jenis usaha ini meliputi layanan seperti fotocopy, laundry, salon, dan reparasi barang. Usaha jasa ini, meskipun memiliki biaya tetap yang relatif lebih rendah, sangat bergantung pada lokasi dan reputasi layanan yang diberikan kepada pelanggan. Sementara itu, usaha produksi seperti pengolahan makanan, kerajinan tangan, dan manufaktur barang tertentu menyumbang sekitar 21%. Usaha ini membutuhkan modal yang lebih besar untuk bahan baku dan peralatan produksi, serta memiliki tantangan dalam hal pemasaran produk. Terakhir, ada kategori lainnya, yang mencakup usaha yang sangat spesifik seperti pertanian atau usaha yang tidak terklasifikasi dalam kategori utama. Kategori ini menyumbang 10% dari total responden.

Aspek berikutnya yang sangat penting dalam penelitian ini adalah lama usaha. Lama usaha memberikan gambaran tentang tingkat pengalaman dan stabilitas usaha yang dijalankan. Sebagian besar responden, yaitu sekitar 34%, telah menjalankan usaha mereka selama 1-3 tahun. Ini menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha mikro yang mulai merasakan tantangan dan peluang dalam mengelola usaha mereka setelah beberapa tahun beroperasi. Selain itu, sekitar 41% responden telah menjalankan usaha mereka selama 4-5 tahun, yang menandakan adanya tingkat keberhasilan yang lebih tinggi dalam mempertahankan usaha mereka selama periode waktu yang lebih panjang. Sebanyak 8% responden baru memulai usaha mereka dalam

waktu kurang dari 1 tahun, yang menunjukkan bahwa mereka masih dalam tahap awal pengenalan pasar dan pengembangan produk atau layanan mereka. Sementara itu, 17% lainnya telah beroperasi lebih dari 5 tahun, yang berarti mereka memiliki pengalaman lebih banyak dalam mengelola usaha, meskipun dihadapkan dengan tantangan yang lebih besar.

Karakteristik lainnya yang juga turut memengaruhi performa usaha adalah lokasi usaha. Lokasi sangat memengaruhi aksesibilitas pelanggan dan potensi pasar. Sebagian besar responden memiliki usaha yang berlokasi di daerah yang strategis dan ramai, yang cenderung memiliki trafik pelanggan yang tinggi. Lokasi yang baik berpotensi meningkatkan volume penjualan secara signifikan, karena kedekatannya dengan pusat keramaian atau akses transportasi. Lokasi usaha juga mencerminkan seberapa mudah atau sulit pelanggan mengakses produk atau layanan yang ditawarkan.

Jumlah karyawan yang terlibat dalam operasional usaha mikro juga menjadi faktor penting yang perlu dicatat. Mayoritas responden, yaitu 66%, memiliki 1-5 karyawan, yang menunjukkan bahwa sebagian besar usaha mikro di Kota Pinang berskala kecil dan dikelola secara langsung oleh pemiliknya. Sebanyak 24% responden memiliki 6-10 karyawan, sementara 5% lainnya memiliki 11-20 karyawan, dan sekitar 5% responden memiliki lebih dari 20 karyawan. Semakin banyak karyawan yang terlibat, semakin kompleks pula struktur operasional usaha tersebut, yang bisa mempengaruhi efisiensi dan kapasitas produksi.

Terakhir, omzet bulanan usaha mikro adalah faktor yang sangat penting dalam menilai keberhasilan usaha. Sebagian besar responden, yakni sekitar 41%, mencatatkan omzet bulanan antara Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000. Omzet ini menunjukkan usaha-usaha mikro dengan volume penjualan yang stabil dan cukup untuk mendukung operasional mereka. Sebanyak 20% responden mencatatkan omzet bulanan kurang dari Rp 5.000.000, yang menunjukkan bahwa mereka beroperasi pada skala yang lebih kecil dan cenderung menghadapi tantangan dalam meningkatkan volume penjualan. Sementara itu, sekitar 24% responden mencatatkan omzet antara Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000, dan 15% lainnya memiliki omzet lebih dari Rp 20.000.000. Usaha dengan omzet yang lebih tinggi biasanya lebih stabil dalam hal keuangan dan cenderung memiliki modal yang lebih besar untuk pengembangan usaha.

Uji Validitas

Pada variabel Modal Usaha, yang terdiri dari 5 item, uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah masing-masing item dapat menggambarkan sejauh mana modal usaha yang dimiliki berkontribusi terhadap kelangsungan dan volume penjualan usaha mikro. Item yang diuji meliputi modal yang dimiliki cukup untuk mendukung kelancaran operasional usaha,

modal yang dimiliki dapat meningkatkan volume penjualan, tambahan modal akan membantu memperluas jenis produk atau jasa yang ditawarkan, modal yang terbatas menghambat perkembangan usaha, dan dapat mengelola modal usaha dengan baik untuk mencapai volume penjualan yang optimal.

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Modal

Item	r hitung	r tabel ($\alpha = 0.05$)	Keputusan Validitas
Modal yang saya miliki cukup untuk mendukung kelancaran operasional usaha	0.678	0.196	Valid
Modal yang saya miliki dapat meningkatkan volume penjualan usaha	0.732	0.196	Valid
Tambahan modal akan membantu saya memperluas jenis produk atau jasa yang ditawarkan	0.694	0.196	Valid
Modal yang terbatas menghambat perkembangan usaha saya	0.621	0.196	Valid
Saya dapat mengelola modal usaha dengan baik untuk mencapai volume penjualan yang optimal	0.710	0.196	Valid

Sumber: Data primer diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa Item 1 (modal yang dimiliki cukup untuk mendukung kelancaran operasional usaha) memiliki r hitung 0.678, lebih besar dari r tabel 0.196, yang menunjukkan bahwa item ini valid untuk mengukur variabel modal usaha. modal yang mendukung kelancaran operasional usaha merupakan faktor penting yang menunjukkan seberapa besar kemampuan seorang pengusaha dalam memulai usaha mereka. Item 2 (modal yang dimiliki dapat meningkatkan volume penjualan) juga menunjukkan r hitung 0.732, lebih tinggi dari r tabel 0.196, yang berarti item ini valid. modal yang dapat meningkatkan volume penjualan adalah modal yang digunakan untuk kegiatan sehari-hari usaha, dan item ini penting untuk mengetahui sejauh mana kelancaran operasional berpengaruh pada penjualan. Item 3 (tambahan modal akan membantu memperluas jenis produk atau jasa yang ditawarkan) dengan r hitung 0.694 juga valid, mengindikasikan bahwa item ini relevan untuk mengukur peran modal dalam pembelian bahan baku yang mendukung kelancaran produksi barang atau jasa yang dijual. Item 4 (Modal yang terbatas menghambat perkembangan usaha saya) memiliki r hitung 0.621, yang juga lebih besar dari r tabel, sehingga valid. Pengelolaan modal untuk pemasaran dapat memperbesar jangkauan pasar dan memengaruhi volume penjualan. Item 5 (mengelola modal usaha dengan baik untuk mencapai volume penjualan yang optimal) menunjukkan r hitung 0.710, yang juga valid. Pembelian aset tetap

dapat memperkuat operasional usaha dan berkontribusi pada peningkatan volume penjualan. Karena seluruh item pada variabel modal usaha memiliki r hitung yang lebih besar dari r tabel, dapat disimpulkan bahwa seluruh item valid untuk mengukur variabel modal usaha (X_1).

Pada variabel Lokasi Usaha, yang terdiri dari 5 item, uji validitas dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana lokasi usaha mempengaruhi volume penjualan. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau pelanggan berpotensi meningkatkan penjualan. Item yang diuji mencakup Lokasi usaha saya strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen, Lokasi usaha yang dekat dengan pusat keramaian membantu meningkatkan volume penjualan, Perubahan lokasi usaha saya akan berdampak positif terhadap volume penjualan, Lokasi usaha yang kurang strategis mengurangi jumlah pelanggan yang datang, dan Lokasi usaha yang kurang strategis mengurangi jumlah pelanggan yang datang.

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Lokasi

Item	r hitung	r tabel (α = 0.05)	Keputusan Validitas
Lokasi usaha saya strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen	0.685	0.196	Valid
Lokasi usaha yang dekat dengan pusat keramaian membantu meningkatkan volume penjualan.	0.740	0.196	Valid
Perubahan lokasi usaha saya akan berdampak positif terhadap volume penjualan	0.748	0.196	Valid
Lokasi usaha yang kurang strategis mengurangi jumlah pelanggan yang datang	0.634	0.196	Valid
Lokasi usaha yang kurang strategis mengurangi jumlah pelanggan yang datang	0.721	0.196	Valid

Sumber: Data primer diolah tahun 2025

Tabel 3, menjelaskan bahwa Item 1 (Lokasi usaha strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen) dengan r hitung 0.685 menunjukkan bahwa item ini valid untuk mengukur seberapa penting lokasi usaha yang ramai dalam mempengaruhi volume penjualan. Lokasi yang ramai sering kali meningkatkan peluang untuk menarik lebih banyak pelanggan. selanjutnya item 2 (Lokasi usaha yang dekat dengan pusat keramaian membantu meningkatkan volume penjualan.) dengan r hitung 0.740, yang lebih besar dari r tabel, menegaskan bahwa lokasi yang mudah diakses dapat meningkatkan penjualan. Aksesibilitas yang baik sangat penting untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Item 3 (Perubahan lokasi usaha saya akan berdampak positif terhadap volume penjualan) menunjukkan r hitung 0.748, yang berarti item ini valid. Keamanan dan kenyamanan menjadi faktor penting dalam menentukan apakah pelanggan merasa nyaman berbelanja di lokasi usaha. Item 4 (Lokasi usaha yang kurang strategis

mengurangi jumlah pelanggan yang datang) dengan r hitung 0.634 menunjukkan bahwa jarak dari pesaing usaha dapat mempengaruhi volume penjualan. Jika usaha berada jauh dari pesaing, peluang untuk menarik pelanggan lebih tinggi. Item 5 (Lokasi usaha yang kurang strategis mengurangi jumlah pelanggan yang datang) memiliki r hitung 0.721, yang valid. Efisiensi distribusi barang dari lokasi usaha ke pelanggan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan berdampak pada penjualan.

Pada variabel Volume Penjualan, yang terdiri dari 5 item, uji validitas dilakukan untuk memastikan apakah item-item tersebut dapat menggambarkan sejauh mana volume penjualan usaha mikro dipengaruhi oleh faktor modal dan lokasi usaha. Item yang diuji meliputi Volume penjualan usaha saya dipengaruhi oleh modal yang saya miliki, Volume penjualan usaha saya meningkat seiring dengan peningkatan lokasi usaha yang lebih strategis, Peningkatan volume penjualan saya berhubungan langsung dengan promosi yang dilakukan, Keberhasilan usaha saya sangat dipengaruhi oleh seberapa baik saya mengelola lokasi usaha, dan Volume penjualan saya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti musim atau tren pasar.

Tabel 4. Uji Validitas Variabel Volume Penjualan

Item	r hitung	r tabel (α = 0.05)	Keputusan Validitas
Volume penjualan usaha saya dipengaruhi oleh modal yang saya miliki	0.719	0.196	Valid
Volume penjualan usaha saya meningkat seiring dengan peningkatan lokasi usaha yang lebih strategis.	0.760	0.196	Valid
Peningkatan volume penjualan saya berhubungan langsung dengan promosi yang dilakukan.	0.772	0.196	Valid
Keberhasilan usaha saya sangat dipengaruhi oleh seberapa baik saya mengelola lokasi usaha.	0.744	0.196	Valid
Volume penjualan saya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti musim atau tren pasar.	0.765	0.196	Valid

Sumber: Data primer diolah tahun 2025

Item 1 (Volume penjualan usaha yang dipengaruhi oleh modal yang dimiliki) dengan r hitung 0.719 menunjukkan bahwa item ini valid, mengukur volume penjualan yang stabil dan berulang setiap bulan. Item 2 (Volume penjualan usaha meningkat seiring dengan peningkatan lokasi usaha yang lebih strategis) memiliki r hitung 0.760, menunjukkan validitas yang lebih tinggi, karena penjualan yang lebih tinggi pada hari-hari tertentu seperti akhir pekan sangat dipengaruhi oleh pola perilaku konsumen. Item 3 (Peningkatan volume penjualan yang berhubungan langsung dengan promosi yang dilakukan) memiliki r hitung 0.772, menunjukkan validitas yang sangat tinggi. Diskon atau promosi umumnya meningkatkan volume penjualan secara signifikan. Item 4 (Keberhasilan usaha sangat dipengaruhi oleh seberapa baik mengelola

lokasi usaha) dengan r hitung 0.744 juga valid, menunjukkan bahwa usaha mikro dapat mengalami lonjakan penjualan pada musim tertentu seperti liburan atau hari besar. Item 5 (Volume penjualan dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti musim atau tren pasar) menunjukkan r hitung 0.765, yang juga valid. Perubahan produk atau layanan dapat meningkatkan minat pelanggan dan berdampak pada peningkatan penjualan.

Uji Reliabilitas

Berikut adalah tabel uji reliabilitas yang mencakup semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu Modal Usaha (X1), Lokasi Usaha (X2), dan Volume Penjualan (Y). Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana instrumen penelitian dapat menghasilkan data yang konsisten jika digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama.

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Alpha Cronbach	Keputusan Reliabilitas
Modal Usaha (X1)	0.836	Reliabel
Lokasi Usaha (X2)	0.826	Reliabel
Volume Penjualan (Y)	0.851	Reliabel

Sumber: Data primer diolah tahun 2025

Seluruh variabel dalam penelitian ini, baik Modal Usaha, Lokasi Usaha, maupun Volume Penjualan, memiliki koefisien Alpha Cronbach yang lebih besar dari 0.60. Hal ini menandakan bahwa instrumen penelitian ini reliabel, yaitu dapat memberikan hasil yang konsisten dan stabil dalam pengukuran setiap variabel yang diuji. Nilai Alpha Cronbach yang tinggi menunjukkan bahwa masing-masing item dalam instrumen tidak hanya saling mendukung, tetapi juga secara kolektif membentuk suatu instrumen yang valid dan konsisten dalam pengukuran variabel-variabel yang dimaksud.

Uji Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda yang dilakukan menggunakan SPSS, didapatkan model regresi sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1(X_1) + \beta_2(X_2) + \epsilon$$

$$Y = \text{Volume Penjualan}$$

$$X_1 = \text{Modal Usaha}$$

$$X_2 = \text{Lokasi Usaha}$$

$$\beta_0 = \text{Intercept (Konstanta)}$$

$$\beta_1 \text{ dan } \beta_2 = \text{Koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen}$$

$$\epsilon = \text{Error term}$$

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien	Standar Error	t-statistik	Sig.
Konstanta (Intercept)	2.134	0.315	6.77	0.000
Modal Usaha (X1)	0.457	0.045	10.13	0.000
Lokasi Usaha (X2)	0.329	0.060	5.47	0.000

Sumber: Data primer diolah tahun 2025

Nilai intercept (konstanta) adalah 2.134 dengan signifikansi 0.000, yang berarti bahwa jika nilai Modal Usaha dan Lokasi Usaha bernilai 0, maka Volume Penjualan akan berada pada angka 2.134. Nilai ini menunjukkan adanya faktor dasar atau nilai penjualan minimum yang tidak bergantung pada kedua variabel independen tersebut. Koefisien untuk Modal Usaha (X1) adalah 0.457, yang berarti setiap peningkatan 1 unit pada modal usaha akan meningkatkan volume penjualan sebesar 0.457 unit, dengan asumsi variabel lain konstan. Hasil t-statistik untuk modal usaha adalah 10.13 dengan nilai sig. 0.000, yang lebih kecil dari 0.05, menunjukkan bahwa Modal Usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Volume Penjualan. Artinya, semakin besar modal usaha yang dimiliki, semakin besar pula volume penjualan yang dihasilkan. Koefisien untuk Lokasi Usaha (X2) adalah 0.329, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 unit pada kualitas lokasi usaha (misalnya, lokasi yang lebih strategis atau lebih ramai) akan meningkatkan volume penjualan sebesar 0.329 unit, dengan asumsi variabel lain konstan. Hasil t-statistik untuk lokasi usaha adalah 5.47 dengan nilai sig. 0.000 yang juga lebih kecil dari 0.05, yang berarti bahwa Lokasi Usaha memiliki pengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan. Lokasi yang lebih baik akan memberikan dampak positif terhadap penjualan, karena lokasi usaha yang strategis biasanya meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas bagi konsumen.

Koefisien Determinasi

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi

Modal	R ²	Adjusted R ²
Modal 1	0.627	0.612

Sumber: Data primer diolah tahun 2025

Koefisien Determinasi (R²), nilai 0.627 mengindikasikan bahwa 62.7% variasi dalam Volume Penjualan dapat dijelaskan oleh variabel Modal Usaha dan Lokasi Usaha. Sisanya, yaitu 37.3%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai Adjusted R² sebesar 0.612 menunjukkan bahwa model regresi ini cukup baik dalam menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diuji, dan model tersebut cukup stabil meskipun mempertimbangkan jumlah variabel yang ada. Secara keseluruhan, hasil regresi linier berganda ini mengkonfirmasi bahwa baik Modal Usaha maupun Lokasi Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan, yang berarti bahwa usaha

mikro dengan modal lebih besar dan lokasi strategis cenderung memiliki penjualan yang lebih tinggi.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 8. Hasil Uji Asumsi Klasik

Asumsi	Hasil Uji	Keputusan
Uji Normalitas	Uji Kolmogorov-Smirnov: Sig. 0.092	Data berdistribusi normal
Uji Multikolinearitas	VIF (Variance Inflation Factor): X1 = 1.25, X2 = 1.30	Tidak terjadi multikolinearitas
Uji Heteroskedastisitas	Uji Glejser: Sig. 0.471 (nilai > 0.05)	Tidak ada heteroskedastisitas
Uji Autokorelasi	Uji Durbin-Watson: 1.88	Tidak ada autokorelasi

Sumber: Data primer diolah tahun 2025

Uji asumsi klasik merupakan bagian penting dalam analisis regresi linier berganda untuk memastikan validitas dan reliabilitas model yang digunakan. Dalam penelitian ini, dilakukan uji terhadap empat asumsi klasik yang meliputi normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Pertama, untuk uji normalitas, digunakan uji Kolmogorov-Smirnov yang menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0.092. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Asumsi normalitas yang terpenuhi memungkinkan model regresi memberikan estimasi yang lebih tepat, karena regresi linier berganda mengasumsikan bahwa data yang digunakan mengikuti distribusi normal. Selanjutnya, dalam uji multikolinearitas, diuji menggunakan Variance Inflation Factor (VIF). Hasilnya, nilai VIF untuk variabel Modal Usaha (X1) adalah 1.25, dan untuk Lokasi Usaha (X2) adalah 1.30. Kedua nilai ini jauh di bawah angka 10, yang menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas yang signifikan di antara variabel-variabel independen. Ini berarti bahwa masing-masing variabel independen tidak saling mempengaruhi atau berkorelasi secara kuat satu sama lain, sehingga koefisien regresi dapat dipahami secara jelas dan tidak ada distorsi dalam pengaruh variabel terhadap variabel dependen.

Untuk uji heteroskedastisitas, dilakukan uji Glejser yang menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0.471. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka tidak ditemukan adanya heteroskedastisitas. Artinya, varians residual dari model regresi ini adalah konstan, yang merupakan syarat penting untuk validitas hasil regresi. Tanpa heteroskedastisitas, model regresi memiliki kesalahan yang terdistribusi secara merata di seluruh rentang nilai variabel independen. Terakhir, dalam uji autokorelasi, digunakan uji Durbin-Watson dengan nilai sebesar 1.88. Nilai Durbin-Watson antara 1.5 dan 2.5 menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model ini. Autokorelasi mengacu pada keterkaitan antara nilai kesalahan

(*error terms*) pada satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Tanpa autokorelasi, hasil model regresi lebih dapat diandalkan, karena tidak ada pola yang terduga dalam kesalahan yang bisa mempengaruhi prediksi variabel dependen. Secara keseluruhan, hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa seluruh asumsi yang diuji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi terpenuhi dengan baik. Dengan demikian, model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini dapat dianggap valid dan reliabel, sehingga hasil analisis dapat dipercaya dan diandalkan untuk menguji pengaruh modal usaha dan lokasi usaha terhadap volume penjualan pada usaha mikro di Labuhanbatu Selatan.

Uji Hipotesis

Berikut adalah uraian hasil uji hipotesis untuk pengaruh Modal Usaha (X1) dan Lokasi Usaha (X2) terhadap Volume Penjualan (Y), serta uji simultan untuk kedua variabel tersebut terhadap Volume Penjualan, berikut adalah tabel hasil analisis uji hipotesis:

Tabel 9. Uji Hipotesis

Variabel	t-statistik	Sig. (p-value)	Keterangan
Modal Usaha (X1) terhadap Volume Penjualan (Y)	10.13	0.000	Signifikan, hipotesis H1 diterima
Lokasi Usaha (X2) terhadap Volume Penjualan (Y)	5.47	0.000	Signifikan, hipotesis H2 diterima
Uji Simultan (X1 dan X2) terhadap Volume Penjualan (Y)	67.27	0.000	Signifikan, hipotesis H3 diterima

Sumber: Data primer diolah tahun 2025

Tabel di atas menyajikan hasil uji hipotesis untuk menguji pengaruh Modal Usaha (X1) dan Lokasi Usaha (X2) terhadap Volume Penjualan (Y), serta uji simultan untuk kedua variabel tersebut. Untuk pengaruh Modal Usaha (X1) terhadap Volume Penjualan (Y), hasil uji t-statistik menunjukkan nilai sebesar 10.13 dengan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Ini mengindikasikan bahwa hipotesis H1 yang menyatakan bahwa Modal Usaha berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan diterima. Begitu juga dengan pengaruh Lokasi Usaha (X2) terhadap Volume Penjualan (Y). Nilai t-statistik sebesar 5.47 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 menunjukkan bahwa hipotesis H2 diterima, yang berarti lokasi usaha memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Selanjutnya, untuk pengujian hipotesis simultan mengenai pengaruh Modal Usaha (X1) dan Lokasi Usaha (X2) terhadap Volume Penjualan (Y), hasil uji F menunjukkan nilai 67.27 dengan nilai signifikansi 0.000, yang juga lebih kecil dari 0.05. Ini mengindikasikan bahwa hipotesis H3 diterima, artinya

kedua variabel independen tersebut secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan usaha mikro di Labuhanbatu Selatan.

DISKUSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Modal Usaha (X1) dan Lokasi Usaha (X2) terhadap Volume Penjualan (Y) pada usaha mikro di Labuhanbatu Selatan. Hasil penelitian ini memberikan gambaran yang signifikan terkait bagaimana kedua faktor ini memengaruhi performa usaha mikro dalam meningkatkan volume penjualan. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang dilakukan, kedua variabel tersebut terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan usaha mikro. Berikut ini adalah pembahasan mendalam mengenai hasil penelitian ini, relevansinya dengan penelitian terdahulu, posisi penelitian ini terhadap teori yang ada, serta implikasinya baik untuk akademisi maupun praktisi.

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa Modal Usaha (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan (Y). Koefisien regresi untuk modal usaha sebesar 0.457, yang artinya setiap peningkatan 1 unit dalam modal usaha akan meningkatkan volume penjualan sebesar 0.457 unit. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar modal yang dimiliki oleh pelaku usaha mikro, semakin besar kapasitas usaha untuk memperluas pasar dan meningkatkan volume penjualannya. Modal usaha tidak hanya digunakan untuk pengadaan barang atau jasa, tetapi juga untuk memperluas kapasitas operasional, meningkatkan kualitas produk, serta memperbaiki strategi pemasaran yang pada gilirannya meningkatkan volume penjualan. Penemuan ini mendukung banyak penelitian sebelumnya yang juga menekankan pentingnya modal usaha dalam keberhasilan bisnis mikro. Wijaya (2018) menemukan bahwa akses terhadap modal yang lebih besar memungkinkan usaha mikro untuk berkembang lebih cepat. Hal ini terutama terkait dengan kemampuan untuk memperbanyak stok barang, memperluas jangkauan pasar, serta memperbaiki kualitas produk atau layanan.

Selain itu, pengaruh Lokasi Usaha (X2) terhadap Volume Penjualan (Y) juga ditemukan signifikan dengan koefisien regresi sebesar 0.329. Ini mengindikasikan bahwa semakin baik atau strategis lokasi usaha, maka volume penjualan cenderung meningkat. Lokasi yang strategis dapat meningkatkan daya tarik konsumen, baik dari segi aksesibilitas maupun visibilitas. Misalnya, usaha yang terletak di pusat keramaian atau dekat dengan pusat perbelanjaan akan lebih mudah dijangkau oleh calon pelanggan dibandingkan dengan usaha

yang berada di lokasi yang lebih terpencil. Faktor lokasi ini relevan dengan teori Hotelling (1929) yang menyatakan bahwa lokasi berperan sangat penting dalam menentukan keberhasilan usaha, terutama bagi usaha mikro yang bergantung pada jumlah konsumen yang lewat atau berkunjung ke lokasi tersebut. Penelitian ini mengonfirmasi bahwa usaha mikro yang terletak di kawasan yang ramai atau strategis dapat meningkatkan visibilitas mereka, yang pada akhirnya berdampak pada volume penjualan yang lebih tinggi.

Penelitian ini menunjukkan kesamaan dengan hasil-hasil penelitian terdahulu yang juga meneliti pengaruh modal usaha dan lokasi terhadap kinerja usaha mikro. Misalnya, penelitian oleh Siregar dan Lestari (2019) yang menekankan bahwa modal usaha yang lebih besar berhubungan langsung dengan peningkatan kinerja usaha mikro, khususnya dalam hal peningkatan penjualan dan ekspansi pasar. Modal usaha memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan investasi yang lebih besar dalam aspek-aspek penting seperti peralatan, bahan baku, promosi, serta perbaikan fasilitas usaha. Begitu pula dengan penelitian oleh Rahman dan Fitriani (2020) yang menyebutkan bahwa lokasi yang strategis memberikan pengaruh positif terhadap volume penjualan. Lokasi yang baik tidak hanya meningkatkan aksesibilitas bagi konsumen, tetapi juga dapat memperbaiki citra dan reputasi usaha. Hal ini terbukti benar dalam penelitian ini, di mana usaha mikro yang berlokasi di tempat yang strategis cenderung mengalami peningkatan volume penjualan yang signifikan.

Penelitian ini sangat relevan dengan Resource-Based View (RBV), yang mengemukakan bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan, seperti modal usaha, dapat menjadi keunggulan kompetitif yang mendorong keberhasilan jangka panjang. Modal usaha yang cukup memungkinkan usaha mikro untuk berinvestasi dalam memperbesar skala usaha dan meningkatkan kualitas produk serta layanan. Semakin besar modal, semakin besar pula peluang untuk memperluas pasar dan meningkatkan volume penjualan. Selain itu, penelitian ini juga mendukung Teori Lokasi yang dikembangkan oleh Hotelling (1929). Teori ini menjelaskan bahwa lokasi usaha yang strategis dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan volume penjualan. Bagi usaha mikro, memilih lokasi yang tepat adalah salah satu faktor yang menentukan keberhasilan usaha, karena lokasi yang strategis akan meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas bagi konsumen. Hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa lokasi yang baik dapat memperbesar peluang usaha untuk menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualannya.

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan literatur mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha mikro. Penelitian ini menegaskan

pentingnya dua faktor utama modal usaha dan lokasi dalam meningkatkan volume penjualan pada usaha mikro. Temuan ini membuka ruang untuk penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor lain yang dapat berpengaruh, seperti kualitas manajerial, teknologi, atau dukungan kebijakan pemerintah dalam pengembangan usaha mikro. Sementara itu, untuk praktisi, hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis yang sangat berguna. Para pelaku usaha mikro perlu memperhatikan dua hal utama, yaitu peningkatan modal usaha dan pemilihan lokasi yang strategis untuk mengoptimalkan volume penjualan. Praktisi usaha mikro disarankan untuk mencari sumber pendanaan atau akses ke modal yang lebih besar agar dapat mengembangkan usaha mereka lebih cepat. Selain itu, memilih lokasi usaha yang tepat, seperti yang dekat dengan pusat keramaian, pasar, atau lokasi dengan akses transportasi yang mudah, dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan pada akhirnya meningkatkan volume penjualan. Bagi pemerintah dan lembaga terkait, hasil penelitian ini memberikan panduan dalam merancang kebijakan yang mendukung usaha mikro. Kebijakan yang dapat membantu usaha mikro dalam meningkatkan akses ke modal usaha, seperti melalui program pinjaman atau subsidi, akan sangat membantu pengembangan usaha mikro. Selain itu, pemerintah dapat mempertimbangkan untuk memberikan insentif atau fasilitas bagi usaha mikro yang berlokasi di daerah strategis atau kawasan ekonomi khusus, yang dapat meningkatkan daya saing usaha mikro tersebut.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa modal usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan pada usaha mikro di Labuhanbatu Selatan. Hasil analisis regresi linier berganda mengindikasikan bahwa semakin besar modal yang dimiliki oleh pelaku usaha, semakin besar pula peluang untuk meningkatkan volume penjualannya. Modal usaha yang lebih besar memungkinkan pengusaha untuk melakukan investasi yang lebih banyak dalam aspek-aspek penting seperti pengadaan barang, pemasaran, dan pengembangan produk, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan penjualan. Selain itu, lokasi usaha juga terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan. Usaha mikro yang berlokasi di tempat yang strategis, seperti di area ramai atau dekat dengan pusat keramaian, cenderung memiliki volume penjualan yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa faktor lokasi memegang peranan penting dalam menarik lebih banyak pelanggan. Lokasi yang mudah dijangkau dan terlihat jelas oleh konsumen akan meningkatkan peluang usaha untuk berkembang dan memperoleh keuntungan yang lebih besar. Secara keseluruhan, penelitian ini

mengonfirmasi bahwa kedua faktor modal usaha dan lokasi usahasangat mempengaruhi kinerja usaha mikro, khususnya dalam hal peningkatan volume penjualan. Temuan ini memberikan kontribusi penting bagi para praktisi dan akademisi untuk lebih memahami dinamika yang memengaruhi keberhasilan usaha mikro. Bagi pelaku usaha mikro, fokus pada pengelolaan modal yang baik dan pemilihan lokasi usaha yang strategis dapat menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing dan keberhasilan usaha mereka di pasar.

REFERENSI

- Al Hamid, D. M., Rumui, N., Kurnia, S., & Mutia, W. (2022). Analisis perbandingan pengaruh lokasi usaha terhadap penjualan pada Pasar Kelapa Dua dan Pasar Thumburuni Fakfak. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 171-181.
- BPS. (2022). Provinsi dki jakarta. *Jurnal Pengawasan Pemilu ...*, 7(January), 1–30. https://www.library.jakarta.bawaslu.go.id/aakumpulanjurnaldanbuku/jurnal_edisi_september_2019.pdf
- Handayani, D. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Peningkatan Penjualan pada Usaha Mikro. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 45-58.
- Kartini, E., & Mimbar, L. (2025). Strategi Implementasi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UMKM Jagung Marning UD. Karya Indah Desa Gelogor. *Valid Jurnal Pengabdian*, 3(1), 58-71.
- Lete, M. F. (2022). Pengaruh Modal Dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Banyuasri. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 2(2), 1-13.
- Martinah, M., Rhogita, N. K., Safitri, D. R., & Iskandar, A. (2025). Pendampingan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terhadap Pemanfaatan Pemasaran, Desain, dan Pembukuan Digital pada Usaha Pawon Bulek Chips di Kelurahan Klandasan Ulu Balikpapan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 3(1), 136-149.
- Mulyani, A. (2020). Strategi Pengelolaan Modal Usaha Mikro. *Jurnal Pengembangan Ekonomi*, 12(1), 100-115.
- Nuraisyah, N., Farista, G., Salingkat, S. P., Adhitya, M. R., Rena, R., & Rahmadhani, A. (2025). Pengaruh Lokasi Bisnis Terhadap Pendapatan Dan Keuntungan Umkm: Studi Kasus Baruga Street Food Palu. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 118-121.
- Prabowo, S. (2019). Pengaruh Modal dan Lokasi Terhadap Kinerja Usaha Mikro. *Jurnal Usaha Mikro*, 15(4), 75-89.
- Purnomo, A. Determinan Non Performing Loan Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia (Analisis Error Correction Model Periode 2017-2023). In *Prosiding Management Business Innovation Conference (MBIC)* (Vol. 8, pp. 1-25).
- Putri, A. R. W., Rahmalita, A., Damayanti, M., & Sari, N. E. (2025). Pengaruh Modal Usaha Dan Harga Produk Kerajinan Terhadap Pendapatan Pengrajin Kayu Jati Pada Ud Anisa Mulya. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan (JEK)*, 7(1).
- Resta, N. H. (2025). *Pengaruh Modal, Diskon, Dan Harga Produk Terhadap Volume Penjualan Dengan Sistem Pembayaran Qris Sebagai Variabel Moderasi Di Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Penjual di Pasar Induk Tamin, Kota Bandar Lampung* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

- Rifqhi, M. A., Abdul, I., & Dai, S. I. S. (2025). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Biaya Produksi dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Tingkat Pendapatan UMKM dalam Sektor Kuliner di Kota Gorontalo. *Economic Reviews Journal*, 4(1), 210-221.
- Riono, S. B., Nurizki, M., Dumadi, D., Syaifulloh, M., & Sucipto, H. (2023). Pengaruh Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap Volume Penjualan pada Pelaku UMKM Mitra Mandiri Brebes. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 11(1), 1-8.
- Rismawati, R., Trisna, A., Lonto, N., Putri, A., & Gidermi, Y. (2025). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Nasi Uduk Betawi: Peluang Dan Strategi. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 1(8), 1301-1309.
- Setiyani, S., Anita, E., & Syahrizal, A. (2023). Pengaruh Modal Dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Tradisional Tac Kota Jambi. *JOURNAL SAINS STUDENT RESEARCH*, 1(2), 115-129.
- Sihombing, E. (2021). Pengaruh Akses Modal dan Pemilihan Lokasi Terhadap Volume Penjualan Usaha Mikro. *Jurnal Ekonomi Lokal*, 6(2), 121-134.
- Simanjuntak, T. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(3), 202-215.
- Syahputra, A., Ervina, E., & Melisa, M. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Pendapatan UMKM. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 183-198.
- Yakin, I. H., Supriatna, U., Rusdian, S., & Global Akademia, M. (2023). Metodologi Penelitian (Kuantitatif & Kualitatif). *Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents*.