

Faktor Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Industri Mikro Kecil di Provinsi Riau

Aria Edell Helswat¹, Neng Murialti²

^{1,2} Ekonomi Pembangunan, Universitas Muhammadiyah Riau

e-mail: 210302016@student.umri.ac.id

Abstrak

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh IMK yang menggunakan modal pribadi, jumlah tenaga kerja, dan IMK yang menggunakan platform digital marketing terhadap Jumlah IMK di Provinsi Riau. Data yang digunakan di dalam penelitian ini ialah data sekunder yang mana datanya diambil dari Badan Pusat statistik dan sumber-sumber lainnya yang dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, teknik analisis yang digunakan di dalam penelitian ini ialah analisis data panel yang mana sampel data berupa Kabupaten/ Kota yang ada di Provinsi Riau dengan rentang waktu 2020-2022 sehingga jumlah datanya ialah 36. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh data dari variabel modal berpengaruh signifikan dan positif terhadap Jumlah IMK di Provinsi Riau dengan nilai Prob. 0,000 dan koefisien sebesar 1,082652. Sementara itu, untuk variabel lainnya seperti jumlah tenaga kerja tidak signifikan terhadap variabel Jumlah UMKM dengan nilai Prob. 0,3477 dan nilai koefisien sebesar 0,016211 dan juga untuk variabel Pemasaran yang mana tidak signifikan terhadap Jumlah IMK di provinsi Riau dengan nilai Prob. 0,5028 dan nilai koefisien sebesar -0,061720.

Kata kunci: *IMK, Modal Pribadi, Jumlah Tenaga kerja, Pemasaran.*

Abstract

This study aims to determine the influence of Micro and Small Industries (MSI) using personal capital, the number of workers, and MSI utilizing digital marketing platforms on the number of MSI in Riau Province. The data used in this research is secondary data, which was obtained from the Central Statistics Agency and other reliable sources. Additionally, the analytical technique employed in this research is panel data analysis, with the sample consisting of districts/cities in Riau Province over the period 2020-2022, resulting in a total of 36 data points. Based on the results of the study, the data shows that the capital variable has a significant and positive influence on the number of MSI in Riau Province, with a probability value of 0.000 and a coefficient of 1.082652. Meanwhile, other variables, such as the number of workers, are not significant in relation to the number of MSI, with a probability value of 0.3477 and a coefficient of 0.016211. Similarly, the marketing variable is not significant with regard to the number of MSI in Riau Province, with a probability value of 0.5028 and a coefficient of -0.061720.

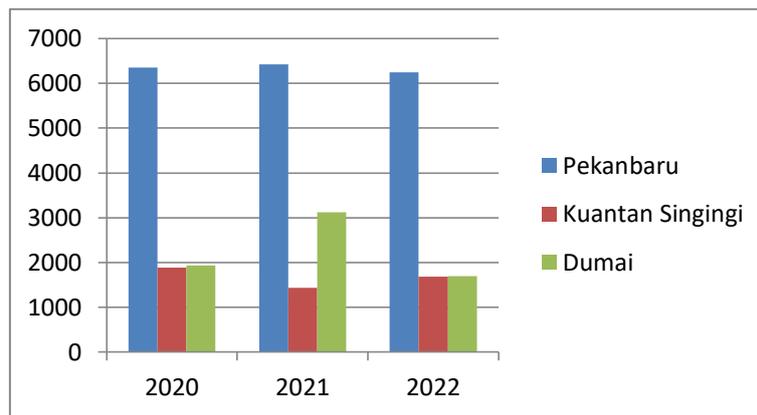
Keywords : *MSI, Personal Capital, Total Labor, Marketing.*

PENDAHULUAN

Salah satu pelaku usaha di Indonesia yang memiliki eksistensi penting namun kadang kala sering dianggap terlupakan dalam peraturan kebijakan ialah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Perkembangan UMK oleh masyarakat dapat dimulai dari membentuk suatu perusahaan kecil yang sebagian usaha dikembangkan berawal dari rumah sebagai tempat perusahaan kecil yang sebagian usaha dikembangkan berawal dari rumah sebagai pilihan tempat mereka bekerja yang disebut *home bases enterprises* (UMK berbasis rumah). Dalam hal ini rumah tidak hanya dianggap sebagai salah satu kebutuhan dasar mereka tetapi juga dijadikan sesuatu yang produktif yaitu tempat aktivitas yang menghasilkan pendapatan dengan menjadi pengusaha kecil. Tidak dapat dipungkiri bahwa perusahaan kecil dengan segala kelemahannya merupakan faktor dari sendi kehidupan ekonomi Indonesia karena perusahaan kecil menyediakan lapangan kerja untuk

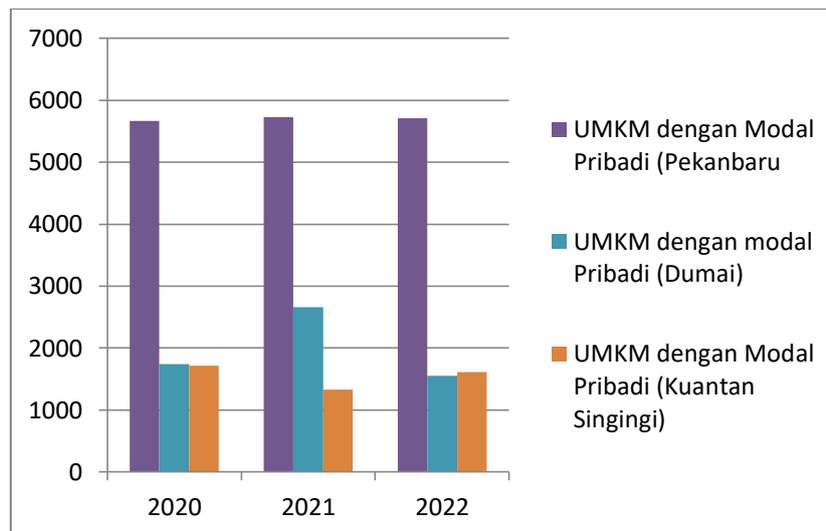
berjuta-juta rakyat Indonesia., perusahaan kecil juga ikut membayar pajak dan juga merupakan ujung tombak dari industri nasional. Kementerian Koperasi dan UMKM menyebutkan usaha mikro, kecil dan menengah yang berkembang saat ini menjadi beberapa kategori yaitu pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, listrik, gas, air bersih, perdagangan, hotel, restoran, jasa-jasa swasta, dan industri pengolahan (Widiarningtias, 2021)

UMK terdiri dari berbagai macam Subset yang salah satunya Industri Mikro Kecil. Industri Mikro Kecil (IMK) secara definisi Bagian dari UMKM namun yang membedakannya ialah berfokus pada sektor industri manufaktur atau pengolahan seperti pengolahan makanan ringan, industri rumahan tekstil atau pakaian dll. Di Provinsi Riau, jumlah Industri Mikro kecil (IMK) nya relatif naik turun yang mana dapat dilihat pada gambar 1. Pada gambar ini dapat dilihat bahwa kota Pekanbaru yang menjadi yang memiliki jumlah IMK terbanyak di Provinsi Riau pada tahun 2020-2022, dan jumlah IMK terendah berada pada kabupaten Kuantan Singingi.



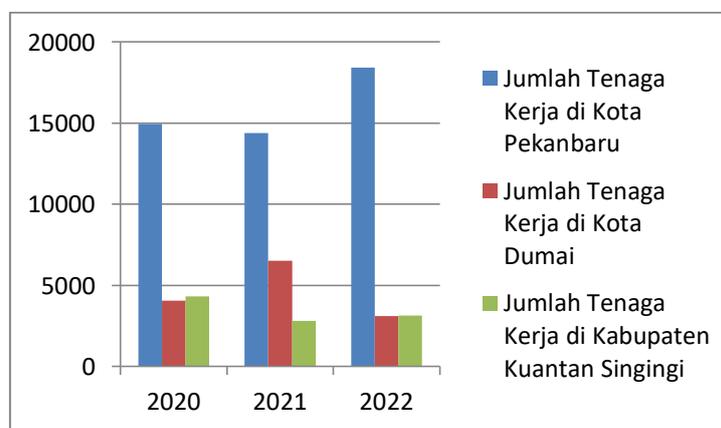
Gambar 1. Grafik Jumlah Industri Mikro Kecil Provinsi Riau
Sumber : Penulis (2025)

Menyikapi hal ini, tentu ada faktor-faktor yang mempengaruhinya, seperti modal. Faktor modal merupakan hal penting tetapi bukan yang utama dalam melakukan kegiatan usaha. Modal digunakan untuk mendukung kemampuan perusahaan baik kualitas maupun kuantitas hasil produksi agar memiliki keunggulan bersaing serta untuk meningkatkan kinerja UMKM yang didukung oleh tekad, pengalaman, keberanian, pengetahuan dan networking. Dari penelitian Empiris yang dilakukan oleh Rajindra, et al. (2018) di ketahui bahwa secara umum modal usaha merupakan kendala bagi pengembangan Industri Mikro Kecil (Rosmadi, 2019). Umumnya, modal berasal dari 2 sumber yaitu dalam perusahaan (internal) yaitu sumber modal yang berasal dari setiap aktivitas ataupun kegiatan usaha yang dijalankan oleh perusahaan yang menghasilkan keuntungan. Sedangkan yang dari luar perusahaan (eksternal) yang mana cenderung terbatas dan bersumber dari luar perusahaan yang mau bekerja sama dengan perusahaan untuk mendapatkan modal yaitu bank, koperasi, kreditur, supplier, dan juga pasar modal. Menurut Marfuah & Hartiyah (2016), keuntungan menggunakan modal sendiri untuk membiayai suatu usaha adalah tidak adanya beban biaya bunga, tetapi hanya akan membayar dividen. Pembayaran dividen dilakukan apabila perusahaan memperoleh keuntungan dan besarnya dividen tergantung dari keuntungan. Kemudian tidak ada kewajiban untuk mengembalikan modal yang telah digunakan (Yunus, 2021).



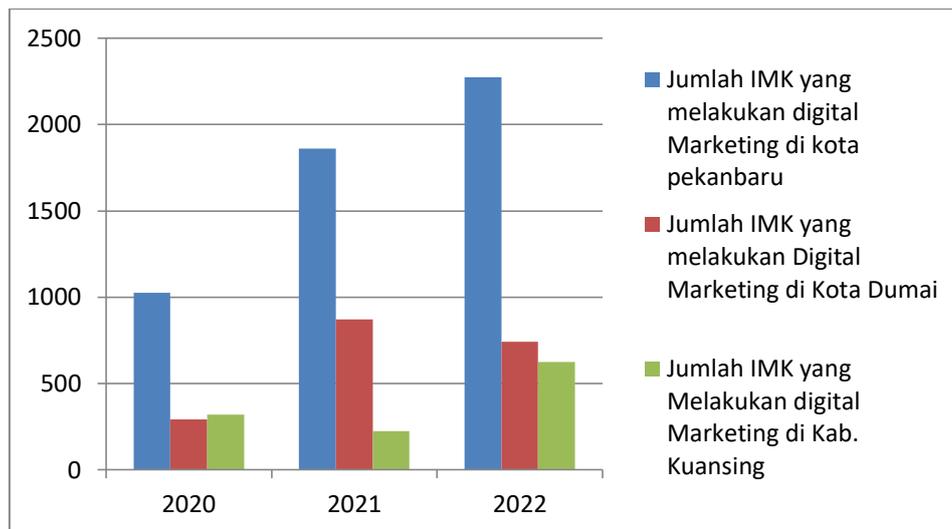
Gambar 2. Grafik IMK yang menggunakan modal pribadi di Provinsi Riau
Sumber : Penulis (2025)

Menurut Sony Sumarsono (2013), selain modal, tenaga kerja juga merupakan faktor yang sangat penting dalam kegiatan produksi, karena tenaga kerja merupakan faktor penggerak yang mana jika tanpa adanya tenaga kerja, maka faktor produksi lainnya tidak akan berarti. Dengan meningkatnya produktifitas tenaga kerja akan mendorong peningkatan produksi sehingga pendapatan pun akan ikut meningkat dan meningkatnya jumlah produksi maka akan mengakibatkan meningkatnya tenaga kerja yang dibutuhkan. Hal ini juga mengakibatkan perputaran ekonomi yang akhirnya meningkatkan jumlah IMK yang ada. Maka dari itu, tenaga kerja merupakan hal penting yang harus ada dalam kegiatan ekonomi karena tenaga kerja adalah orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan jasa baik untuk memenuhi kebutuhannya sendiri maupun untuk masyarakat(Habriyanto et al., 2021).



Gambar 3. Jumlah Tenaga kerja di Provinsi Riau
Sumber : Penulis (2025)

Dalam upaya meningkatkan jumlah penjualan berbagai hal dilakukan oleh pelaku usaha UMKM yang salah satunya melakukan pemasaran. Dikarenakan perkembangan teknologi dan informasi, melakukan pemasaran menjadi faktor yang sangat penting untuk melakukan kegiatan bisnis yang dampak utamanya ialah meningkatkan penjualan sehingga hal ini menjadikan UMKM menjadi bertambah banyak. Salah metode pemasaran yang sering dilakukan pelaku UMKM ialah *Digital Marketing*. Hal ini dianggap efektif dalam peningkatan nilai penjualan serta biaya pemasaran yang relatif rendah.



Gambar 4. Grafik UMKM yang melakukan Digital Marketing
Sumber : Penulis (2025)

Kosep dan Pengertian IMK

Menurut BPS, Industri Mikro Kecil Menengah adalah sebuah usaha sektor industri yang terdiri dari usaha-usaha dengan skala yang kecil dan modal terbatas. Secara umum IMK dapat diidentifikasi dengan ciri-ciri seperti jumlah tenaga kerja yang relatif sedikit, modal usaha yang kecil, teknologi produksinya yang relatif sederhana. Walaupun begitu, IMK memiliki dampak yang sangat baik dikarenakan IMK memanfaatkan sumber daya local sehingga menjadi penggerak perekonomian local (Firmansyah & Muchlisoh, 2021).

Definisi Modal Pribadi

Menurut James C Van Harne dalam Nase Saipuddin Zuhri, (2017), menyatakan bahwa modal kerja bersih adalah aktiva lancar dikurangi kewajiban lancar dan modal kerja kotor adalah investasi perusahaan dalam aktiva lancar seperti kas, piutang dan persediaan. Modal kerja merupakan modal yang dibutuhkan untuk jalannya operasional usaha, baik yang digunakan biaya pengeluaran tetap setiap bulannya maupun biaya pengeluaran yang tidak tetap setiap bulannya. Modal kerja digolongkan dalam beberapa jenis, yaitu (Habriyanto et al., 2021) :

1. Modal kerja permanen (*Permanent Working Capital*), yaitu modal kerja yang ada pada perusahaan untuk dapat menjalankan fungsinya antara modal kerja ini terdiri dari :
 - a. Modal kerja Primer (*Primary Working Capital*), yaitu jumlah modal kerja minimum yang harus ada pada perusahaan untuk menjaga kontinuitas usahanya.
 - b. Modal kerja Normal (*Normal Working Capital*), yaitu modal kerja yang dibutuhkan untuk menyelenggarakan proses produksi yang normal.
2. Modal Kerja Variabel (*Variable Working Capital*), yaitu modal kerja yang jumlahnya berubah-ubah sesuai dengan perubahan keadaan. Modal kerja ini dibagi menjadi :
 - a. Modal kerja musiman (*Seasond Working Capital*), yaitu modal kerja yang jumlahnya berubah-ubah yang disebabkan oleh fluktuasi musim.
 - b. Modal kerja siklis (*Cyclical Working Capital*), yaitu Modal Kerja yang jumlahnya berubah-ubah yang disebabkan oleh fluktuasi kongjuntur.
 - c. Modal kerja darurat (*Emergency Working Capital*), yaitu modal kerja yang jumlahnya berubah-ubah karena keadaan darurat yang tidak diketahui sebelumnya.

Dari pengertian diatas, modal pribadi dapat didefinisikan sebagai aset atau modal dana yang dimiliki oleh individu dan digunakan untuk membiayai kegiatan usaha atau investasi pribadi. Penggunaan modal pribadi dalam bisnis memberikan penguasaan penuh kepada pemilik atas operasional dan keputusan keuangan perusahaan (Ferawati et al., 2020).

Tenaga Kerja

Menurut BPS, Angkatan Kerja merupakan penduduk yang sudah memasuki usia kerja yaitu 15 tahun atau lebih dan sudah mempunyai pekerjaan, sedang mencari pekerjaan, tidak bekerja untuk sementara waktu, ataupun menganggur. Dari definisi ini dapat dikatakan bahwa penduduk bekerja ialah penduduk yang sudah memiliki pekerjaan yang terlihat dari banyaknya lapangan pekerjaan yang sudah terisi oleh penduduk bekerja pada berbagai sektor ekonomi.(Velastequí, 2019). Selain itu adapun pembagian tenaga kerja berdasarkan jumlah jam kerja menurut BPS yaitu :

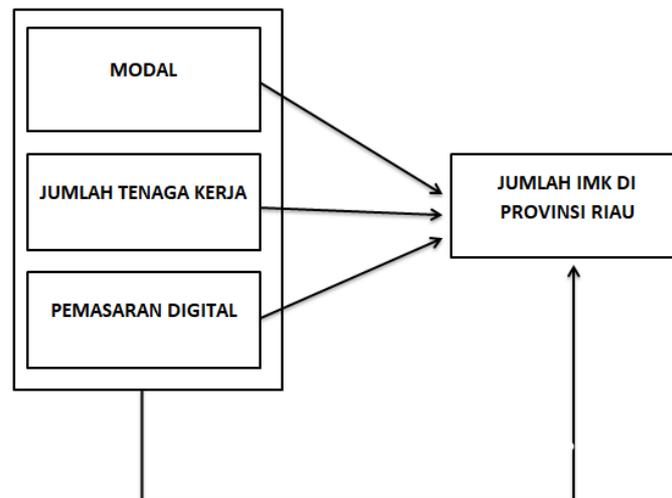
- a. Tenaga kerja yang Bekerja penuh (Full Employed), adalah tenaga kerja atau pekerja yang mempunyai jumlah jam kerja > 35 jam dalam seminggu dengan hasil tertentu sesuai dengan uraian tugas.
- b. Tenaga kerja yang Bekerja tidak penuh atau setengah pengangguran (under employed), adalah tenaga kerja dengan jam kerja < 35 jam dalam seminggu.
- c. Tenaga kerja yang belum bekerja atau sementara tidak bekerja (unemployed), adalah tenaga kerja dengan jam kerja 0/1 jam perminggu.

Digital Marketing

Digital Marketing di dalam dunia pemasaran dikenal sebagai salah satu cara periklanan yang dilakukan oleh pelaku usaha atau perusahaan dengan menggunakan media internet seperti media sosial. seiring dengan perkembangan teknologi informasi saat ini, Produk barang atau jasa yang diiklankan dalam sebuah website atau situs internet mencakup semua bentuk terbayar, presentasi non pribadi dan promosi ide, barang atau jasa dengan sponsor tertentu. Ada kecenderungan setiap perusahaan memasarkan produknya secara digital marketing karena biaya lebih murah daripada iklan melalui media cetak atau media elektronik seperti televisi, koran, majalah atau lainnya. Penjualan dipahami sebagai interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan bagi pihak lain.

Kerangka Berpikir

Adapun kerangka berpikir dari penelitian ini ialah sebagai berikut :



Gambar 4. Kerangka Berpikir

Sumber : Penulis (2025)

METODE

Metode penelitian data penelitian ini menggunakan pengumpulan data kuantitatif dengan data sekunder bersumber dari Badan Pusat Statistik, dan sumber-sumber lainnya yang dapat dipertanggungjawabkan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode

regresi data panel, yakni penggabungan data time series (data runtut waktu) dari tahun 2020-2022 dengan cross-section (data silang tempat) di seluruh Kabupaten/Kota di Provinsi Riau.

Dimana dalam penelitian ini menggunakan variabel dependennya jumlah UMKM kemudian variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Modal, didalam penelitian ini ialah jumlah IMK yang menggunakan modal pribadi untuk mendirikan dan menjalankan usahanya.
2. Jumlah tenaga kerja, yaitu jumlah dari tenaga kerja yang ada di provinsi Riau
3. Pemasaran digital, yaitu jumlah dari IMK yang melakukan Pemasaran seara digital .

Model regresi data panel pada penelitian ini digunakan untuk menguji ketiga variable bebas (independent) yaitu Produksi padi, Jumlah penduduk, Pengeluaran perkapita, maka model regresi data panel adalah sebagai berikut:

$$Jl_{it} = \beta_0 + \beta_1 M_{1it} + \beta_2 JTK_{2it} + \beta_3 PD_{3it} + e_{it}$$

Keterangan :

- JU_{it} : Jumlah IMK yang ada di Kabupaten/ Kota di provinsi Riau (variabel dependent)
 M_{1it} : Jumlah IMK yang menggunakan modal pribadi di di Kabupaten/Kota di Provinsi Riau
 JTK_{2it} : jumlah tenaga kerja yang ada di Kabupaten/ Kota di Provinsi Riau
 PD_{3it} : jumlah IMK yang melakukan Pemasaran Digital di Kabupaten/Kota di Provinsi Riau
 i : Cross Section (Kabupaten/Kota)
 t : Time Series (Tahun)
 β_0 : Konstanta
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3$: koefisien pada masing-masing variabel bebas (independent)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Model Regresi

Tabel 2. Hasil Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	0.515771	(11,9)	0.8507
Cross-section Chi-square	11.731619	11	0.3842

Sumber : Data olah Eviews 13 (2025)

Uji Chow Merupakan alat uji yang digunakan untuk memilih model terbaik antara *Common Effect Model* (CEM) atau *Fixed Effect Model* (FEM). Adapun kriteria penilaian jika nilai Prob. Chi-Square < 0,05 maka model yang dipilih di dalam penelitian ialah *Fixed Effect Model* (FEM). Namun jika nilai Prob. Chi-Square didapat >0,05 maka model yang di pilih *Common Effect Model* (CEM). Adapun hasil uji chow pada penelitian ini ialah didapat nilai Prob. Chi-Square didapat 0,8507 yang mana lebih besar dair 0,05 yang artinya model CEM lah yang terbaik untuk penelitian ini.

Langkah terakhir ialah membandingkan model *Common Effect Model* dengan *Random Effect Model* dengan menggunakan alat uji Lagrange Multiplier (LM) Test. Adapun kriteria penilaian dengan melihat nilai Prob. Breusch-Pagan yang mana jika nilai yang didapat < 0,05 maka disimpulkan bahwa model terbaik dalam penelitian ini ialah *Random Effect Model*. Namun jika nilainya didapat > 0,05 maka disimpulkan bahwa model terbaik dalam penelitian ini ialah *Common Effect Model*.

Tabel 3. Hasil Uji Lagrange Multiplier Test

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	1.710383 (0.1909)	0.953087 (0.3289)	2.663470 (0.1027)
Honda	-1.307816 (0.9045)	-0.976262 (0.8355)	-1.615087 (0.9469)

King-Wu	-1.307816 (0.9045)	-0.976262 (0.8355)	-1.312234 (0.9053)
Standardized Honda	-1.060180 (0.8555)	-0.654671 (0.7437)	-5.374002 (1.0000)
Standardized King-Wu	-1.060180 (0.8555)	-0.654671 (0.7437)	-4.213865 (1.0000)
Gourieroux, et al.	--	--	0.000000 (1.0000)

Sumber : Data olah Eviews 13 (2025)

Dari hasil uji ini didapat nilai Prob. Breusch-Pagan sebesar 0,1909 yang mana lebih Besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model terbaik yang digunakan di dalam penelitian ini ialah model *Common Effect Model* (CEM).

Hasil Uji Asumsi Klasik

Di dalam model regresi data panel, tidak semua uji asumsi klasik dipakai, hanya uji multikolinearitas dan heteroskedastisitas saja yang diperlukan dengan kriteria penilaian pada uji multikolinearitas < |0,80| dengan menggunakan metode Pair Wise Correlation dan pada uji heteroskedastisitas > 0,05 pada metode Glejser

1. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

	Modal	D(Tenaga_Kerja)	Pemasaran
Modal	1,000000	0,403625	0,735959
D(Tenaga_Kerja)	0,403625	1,000000	0,565680
Pemasaran	0,735959	0,565680	1,000000

Sumber : data olah Evoews 13 (2025)

Dari hasil uji ini, koefisien korelasi X1 dengan X2 sebesar |0,4036225| < 0,80, X1 dengan X3 sebesar |0,735959| < 0,80; dan X2 dengan X3 sebesar |0,565680| < 0,80. Dari hasil ini maka, dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini terbebas dari multikolinearitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	65.82226	45.15487	1.457700	0.1604
MODAL	0.030138	0.015184	1.984862	0.0610
D(TENAGA_KERJA)	0.016549	0.008611	1.921701	0.0690
PEMASARAN	-0.046363	0.038716	-1.197541	0.2451

Sumber : Data olah Eviews 13 (2025)

Uji asumsi klasik yang kedua adalah uji heterokedastisitas. Hasil menunjukkan bahwa nilai probabilitas setiap variabel independen > alpha 0.05, sehingga tidak terdapat masalah heterokedastisitas.

3. Hasil Uji Regresi data panel

Tabel 6. Hasil Uji Regresi model *Common Effect Model*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	104.7771	88.39653	1.185308	0.2498
MODAL	1.082652	0.029724	36.42323	0.0000

D(TENAGA_KERJA)	0.016211	0.016858	0.961638	0.3477
PEMASARAN	-0.051720	0.075791	-0.682410	0.5028
R-squared	0.993053	Mean dependent var	3845.042	
Adjusted R-squared	0.992011	S.D. dependent var	1747.537	
S.E. of regression	156.1953	Akaike info criterion	13.09110	
Sum squared resid	487939.7	Schwarz criterion	13.28745	
Log likelihood	-153.0932	Hannan-Quinn criter.	13.14319	
F-statistic	953.0062	Durbin-Watson stat	2.543140	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber : Data Olah Eviews 13 (2025)

Dari hasil uji regresi ini didapat nilai R-Squared sebesar 0,993053 menunjukkan bahwa semua variabel independent dapat menjelaskan variabel dependent dengan rasio sebesar 99,30% dan sisanya sebesar 0,70% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian. Dengan begitu untuk model persamaannya dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = 104,7771 + 1,082652X_1 + 0,016211X_2 + (0,051720)X_3 + e$$

Pembahasan

Pengaruh Penggunaan Modal Pribadi Terhadap Jumlah IMK di Provinsi Riau

Dari hasil uji regresi data panel dengan menggunakan model CEM didapat bahwa variabel Penggunaan modal pribadi dengan nilai Probability 0,00000 yang mana lebih kecil dari nilai alpha 0,05 (5%) dan nilai koefisien sebesar 1,082652 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Modal (X_1) signifikan terhadap jumlah IMK di Provinsi Riau (Y) dan berpengaruh positif yang artinya jika diasumsikan variabel lain bernilai konstan atau 0 (nol) dan jika nilai dari variabel Modal sebesar 1 maka akan meningkatkan Jumlah IMK sebesar 1,082652.

Menurut teori ekonomi, modal merupakan salah satu faktor produksi utama yang memengaruhi keberlangsungan dan pertumbuhan usaha. UMK yang menggunakan modal pribadi menunjukkan adanya kemampuan finansial awal untuk mendirikan usaha tanpa tergantung pada sumber eksternal. Sehingga, dengan menggunakan modal pribadi, pemilik usaha mampu secara finansial untuk menambah atau membuka usaha lainnya di suatu daerah. Namun demikian, jika mayoritas UMK mengandalkan Modal Pribadi, jumlah UMK yang terbentuk cenderung lebih sedikit dikarenakan membutuhkan waktu untuk menabung yang dibandingkan jika mereka memiliki akses ke sumber pendanaan eksternal seperti kredit bank, investor atau pembiayaan pemerintah (Chaedar et al., 2023).

Pengaruh Tenaga Kerja Terhadap Jumlah IMK di Provinsi Riau

Dari hasil uji regresi data panel dengan menggunakan model CEM didapat bahwa variabel tenaga kerja dengan nilai Probability 0,3477 yang mana lebih besar dari nilai alpha 0,05 (5%) dan nilai koefisien sebesar 0,016211 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tenaga kerja (X_2) tidak signifikan terhadap jumlah IMK di Provinsi Riau (Y) dan berpengaruh positif yang artinya jika diasumsikan variabel lain bernilai konstan atau 0 (nol) dan nilai variabel tenaga kerja naik sebesar 1 maka akan meningkatkan Jumlah IMK sebesar 0,016211. Dalam ilmu ekonomi, ketersediaan tenaga kerja yang melimpah, berkompeten dan inovatif memiliki pengaruh baik terhadap jumlah IMK, namun ada beberapa faktor lainnya yang menghalangi variabel ini seperti akses modal, kebijakan pemerintah dan kondisi ekonomi di daerah tersebut.

Pengaruh Pemasaran Digital terhadap jumlah UMKM di Provinsi Riau

Dari hasil uji regresi data panel dengan menggunakan model CEM didapat bahwa variabel Pemasaran dengan nilai Probability sebesar 0,5028 yang mana lebih besar dari nilai alpha 0,05 (5%) dan nilai koefisien sebesar -0,051720 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Pemasaran (X_3) tidak signifikan terhadap jumlah IMK di Provinsi Riau (Y) dan berpengaruh

negative yang artinya jika diasumsikan variabel lain bernilai konstan atau 0 (nol) dan variabel pemasaran naik sebesar 1 maka akan menurunkan jumlah UMKM sebesar 0,051720.

Pemasaran digital memiliki dampak besar terhadap usaha termasuk Industri Mikro kecil, meskipun pemasaran digital umumnya dianggap sebagai alat yang memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi, dalam beberapa kasus ia juga dapat memiliki pengaruh negative terhadap jumlah IMK seperti tingginya persaingan di Platform digital. Dalam pemasaran digital, merek besar dengan anggaran besar memiliki keuntungan yang signifikan dalam menarik perhatian konsumen melalui iklan yang lebih mencolok dan berulang. Ini menciptakan efek "Winner-takes-all" yang mana hanya segelintir pemain besar yang mendominasi pasar, sementara IMK yang tidak dapat bersaing dikarenakan modal yang kecil serta platform yang relatif kecil juga akan mengalami penurunan pendapatan sehingga akan menurunkan jumlah IMK. (Marien, 2014).

SIMPULAN

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable modal pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah IMK di provinsi Riau. Hal menyimpulkan bahwa semakin tingginya IMK yang menggunakan modal pribadi maka Jumlah IMK di Provinsi Riau juga akan meningkat. Variable tenaga kerja tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap Jumlah IMK. Namun yang menarik dari penelitian ini ialah pada variabel Pemasaran digital (X_3) yang mana tidak berpengaruh signifikan dan negative terhadap jumlah IMK di provinsi Riau. Hal ini dapat artikan bahwa naiknya nilai dari Jumlah IMK yang melakukan pemasaran digital maka akan menurunkan jumlah IMK. Hal ini tidak sesuai dengan ilmu ekonomi yang mana tujuan dari pemasaran itu ialah menaikkan pendapatan IMK dan dengan naiknya pendapatan akan menaikkan jumlah IMK di provinsi Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaedar, R. S. Al, Blongkod, H., & Taruh, V. (2023). Pengaruh Modal Sendiri Dan Modal Pinjaman Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Dungi Kota Gorontalo. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 345–355. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/4830>
- Dina Arfianti Siregar, C. N. (2019). *Pengaruh Entrepreneurial Skill Dan Marketing Mix Strategy Terhadap Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Pada Industri Kreatif Di Kota Medan)*. April. <https://lontar.ui.ac.id/detail?id=20488396>
- Ferawati, F., Pardila, & Kasirul Fadli. (2020). Analisis Pengaruh Modal Dan Utang Terhadap Profitabilitas (Studi Kasus Pt. Maulana Mitra Media). *Jurnal Cafeteria*, 1(1), 49–62. <https://doi.org/10.51742/akuntansi.v1i1.55>
- Firmansyah, A. A., & Muchlisoh, S. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pendapatan Industri Mikro Kecil di Indonesia Tahun 2017-2019. *Seminar Nasional Official Statistics, 2021*(1), 684–694. <https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2021i1.1001>
- Habriyanto, H., Kurniawan, B., & Firmansyah, D. (2021). Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja terhadap Pendapatan UMKM Kerupuk Ikan SPN Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(2), 853. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i2.1572>
- Hamid, E. S., & Susilo, Y. S. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 12(1), 45. <https://doi.org/10.23917/jep.v12i1.204>
- Hartono, H., & Hartomo, D. D. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Umkm Di Surakarta. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 15. <https://doi.org/10.20961/jbm.v14i1.2678>
- Marien, M. (2014). Book Review: The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies. *World Futures Review*, 6(2), 189–193. <https://doi.org/10.1177/1946756714541404>
- Rajindra, Burhanuddin, Wahba, Guasmin, & Febrianti, D. (2018). Pengaruh Modal Kerja dan Kemampuan Produksi Terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Jurnal Sinar Manajemen*, 5(1), 9–23.

- Rosmadi, M. L. (2019). Analisis Faktor-faktor Penunjang Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *SNEB : Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Dewantara*, 1(1), 41–48. <https://doi.org/10.26533/sneb.v1i1.410>
- Thalia, D., Aliya, S., Gunarto, M., & Helmi, S. (2024). The Influence of Employee Engagement and Work Environment on Employee Performance at PT. Agronusa Alam Perkasa. *Jurnal Ekonomi*, 13(1), 2278–2290. <https://doi.org/10.54209/ekonomi.v13i01>
- Velastequí, M. R. (2019). Analisis Penduduk Bekerja Di Kota Banjarmasin. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 2(2), 244. <https://doi.org/10.20527/jiep.v2i2.1170>
- Wida Rahmayani, M., Hernita, N., Gumilang, A., & Riyadi, W. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan Desa Cibodas. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1), 131–140. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.1428>
- Widiarningtias, E. Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Jumlah Umkm Di Kota Magelang. *Paradigma Multidisipliner*, Vol 2(3), hal 1-8.
- Yuliadi, Y., Br Purba, N. M., & Natalia, E. Y. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pada Pelaku Usaha Mikro Di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 8(2), 143–151. <https://doi.org/10.33884/jab.v8i2.8747>
- Yunus, Y. A. (2021). Pengaruh Modal Sendiri dan Modal Pinjaman Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *YUME : Journal of Management*, 4(1), 231–238. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.655>