

PENGARUH LOKASI USAHA, LAMA USAHA, DAN TINGKAT PENJUALAN TERHADAP PROFITABILITAS UMKM PASCA REVITALISASI DI PASAR SENI SUKAWATI

Kadek Dwi Dianasari¹, I Nyoman Putra Yasa²

Jurusan Ekonomi dan Akuntansi
Universitas Pendidikan Ganesha
Singaraja, Indonesia

e-mail: dwi.dianasari@undiksha.ac.id, putrayasainym@undiksha.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha, lama usaha, dan tingkat penjualan terhadap profitabilitas UMKM *pasca revitalisasi* di Pasar Seni Sukawati. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan korelasional yang bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan variabel yang terkait dalam suatu objek atau subjek yang diteliti. Teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* dan penentuan jumlah responden menggunakan perhitungan rumus *Isaac & Michael*. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 861 dan sampel sebanyak 270 responden. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebar secara *online* melalui *google form* dan secara *offline* sesuai dengan kriteria yang telah tercantum dalam penelitian ini. Data yang diperoleh selanjutnya diuji dan dianalisis melalui SPSS dengan metode uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Variabel lokasi usaha berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas UMKM hal ini dilihat dari nilai signifikansi dan t_{hitung} . (2) Variabel lama usaha berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas UMKM hal ini dilihat dari nilai signifikansi dan t_{hitung} . (3) Variabel tingkat penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas UMKM hal ini dilihat dari nilai signifikansi dan t_{hitung} . (4) Variabel lokasi usaha, lama usaha, dan tingkat penjualan menunjukkan bahwa $sig. < \alpha = 0,000 < 0,05$, dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel} = 86,348 > 2,638$ sehingga lokasi usaha, lama usaha, dan tingkat penjualan berpengaruh secara simultan terhadap profitabilitas UMKM di Pasar Seni Sukawati.

Kata kunci: lokasi usaha, lama usaha, tingkat penjualan, profitabilitas

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of business location, length of business, and level of sales on the profitability of UMKM after the revitalization of the Sukawati Art Market. This study uses quantitative methods and correlational study that aims to determine whether there is a relationship between the variables involved in an object or subject under study. The technique of determining the sample using purposive sampling and determining the number of respondents using the calculation of the Isaac & Michael formula. The population in this study was 861 and the sample was 270 respondents. Data were obtained through questionnaires distributed online via google form and offline with the criteria listed in this study. The data obtained were then tested and analyzed through SPSS with data quality test methods, classical assumption tests, and multiple linear regression tests. The results showed that: (1) The business location variable had a significant positive effect on the profitability of UMKM, this was seen from the significance value and t_{count} . (2) The variable length of business has a significant positive effect on the profitability of UMKM, this can be seen from the significance value and t_{count} . (3) The sales level variable has a significant positive effect on the profitability of UMKM, this can be seen from the significance value and t_{count} . (4) The variables of business location, length of business, and level of sales show that $sig. < = 0.000 < 0.05$, and the value of $F_{count} > F_{table} = 86,348 > 2,638$ so that the business location, length of business, and level of sales simultaneously affect the profitability of UMKM.

Keywords : location of business, duration of business, level of sales, profitability.

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman yang pesat, kemajuan dalam sektor perekonomian semakin meningkat dan penuh persaingan membuat dunia bisnis wisata perdagangan pada saat ini dituntut untuk melakukan langkah strategis agar dapat bersaing khususnya pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Marfuah & Hartiyah, 2019). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai lingkungan bisnis yang sangat dinamis dan penuh ketidakpastian seperti *supplier*, *customer*, dan pesaing (Prasetyo dan Wijaya 2019). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mendapat perhatian dan keistimewaan lebih seperti dilindungi oleh Undang-Undang, mendapat bantuan kredit usaha dengan bunga rendah, kemudahan persyaratan izin usaha, bantuan pengembangan usaha dari lembaga pemerintah, serta beberapa kemudahan lainnya (Sundari, 2017). Kabupaten Gianyar sebagai salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Bali memiliki potensi tinggi pada sektor pariwisata, perdagangan dan industri pengolahan serta memiliki prospek yang baik dalam jangka panjang (Anggraini, 2019). Jumlah penduduk provinsi Bali terus bertambah pesat karena memiliki daya tarik pariwisata yang sangat kuat (Marheni, 2019). Hasil produksi dari industri kecil pada bidang kerajinan di Kabupaten Gianyar sebagian besar terserap dan ditampung di pasar seni tradisional dan pasar oleh-oleh modern (*art shop*). Oleh karena itu, Gianyar terkenal dengan basis cenderamata (Muliani & Suresmiathi, 2015). Hal ini memberikan peluang bagi

sektor industri kecil di bidang kerajinan untuk mengembangkan sektor pariwisata dengan meningkatkan ekspor industri sehingga dapat meningkatkan pendapatan pengerajin. Salah satu tempat yang menampung segala jenis kerajinan yang terdapat pada Kabupaten Gianyar adalah Pasar Seni Sukawati yang terletak di Kecamatan Sukawati.

Pasar seni merupakan bentuk fenomena geografi sosial yang mencirikan adanya interaksi antar manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan hidup berbagai kepentingan sehingga terjadi kesepakatan harga (Putri, 2020). Pasar Seni Sukawati merupakan pasar tertua yang berdiri sejak tahun 1985 silam sebagai Pusat Perdagangan Rakyat, dan sebagai penunjang perekonomian di Kabupaten Gianyar bagian selatan. Keadaan Pasar Seni Sukawati yang sederhana dan masih bersifat tradisional menjadi kurang diminati sehingga pemerintah melakukan revitalisasi dengan tujuan menarik wisatawan lokal maupun domestik. Pada November tahun 2019 hingga Desember tahun 2020 Pasar Seni Sukawati mengalami *revitalisasi* pasar yang dilakukan oleh Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR). Selesaiannya revitalisasi pada Blok A dan Blok B diharapkan dapat meningkatkan fungsi pasar sebagai sarana perdagangan rakyat yang aman, nyaman, bersih, tertata, dan lebih estetis (tidak kumuh), serta menjadi pendorong percepatan pemulihan ekonomi lokal dampak pandemi (Hariyanto, 2021). Berikut penggolongan pedagang Pasar Seni Sukawati setelah adanya revitalisasi.

Tabel 1.
Pedagang Pasar Seni Sukawati

BLOK A / GEDUNG A	BLOK B / GEDUNG B
Basement / Tempat Parkir	Basement / Tempat Parkir
Lantai Dasar Jumlah Pedagang = 167 pedagang Jenis dagangan = lukisan dan souvenir	Lantai Dasar Khusus Kantor seperti LPD Sukawati, KUD Sukawati
Lantai I Jumlah Pedagang = 183 pedagang Jenis dagangan = Kain seperti pakaian khas Bali	Lantai I Jumlah Pedagang = 12 pedagang Jenis dagangan = Kain seperti pakaian khas Bali
Lantai II	Lantai II

BLOK A / GEDUNG A	BLOK B / GEDUNG B
Jumlah Pedagang = 211 pedagang Jenis dagangan = Kain seperti pakaian khas Bali	Jumlah Pedagang = 12 pedagang Jenis dagangan = Kain seperti pakaian khas Bali
Lantai III Jumlah Pedagang = 217 pedagang Jenis dagangan = Kain seperti pakaian khas Bali	Tidak ada
Kios di Luar Gedung = 59 pedagang	
JUMLAH PEDAGANG = 861 PEDAGANG	

Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh seorang pengusaha sebelum membuka bisnisnya. Hal ini terjadi karena pemilihan lokasi yang tepat sering kali menentukan tingkat penjualan suatu usaha (Marfuah & Hartiyah 2019). Lokasi usaha merupakan letak geografis atau kedudukan sebuah usaha. Profitabilitas merupakan salah satu jenis rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kinerja keuangan dengan mengukur tingkat laba yang diperoleh pada suatu periode (Jumriani, 2019). Faktor lama berusaha secara teoretis tidak ada yang membahas bahwa lama berusaha merupakan fungsi dari pendapatan (Lestari, 2020). Semakin berpengalamannya seorang pedagang maka semakin meningkatkan pendapatan usaha (Fadhilani & Husani, 2017). Lamanya seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi kemampuan profesionalnya. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan semakin meningkatkan inovasi dan peluang usaha yang ada. Keterampilan berdagang semakin bertambah dan semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil diambil (Widamurti, 2018). Tingkat penjualan setiap jenis produk menghasilkan keuntungan berbeda, pedagang harus mengetahui produk yang menghasilkan keuntungan maksimal sehingga dapat mengambil keputusan (Atun, 2016).

Apabila *Teori Market Area* dikaitkan dengan penelitian ini, dapat dikatakan bahwa pentingnya UMKM mengetahui serta mempertimbangkan hal-hal yang mempengaruhi kenaikan pendapatannya.

Teori Market Area mengatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Semakin jauh lokasi tempat penjual, maka konsumen makin enggan membeli sehingga disarankan agar lokasi produksi berada di pasar atau di dekat pasar. Pedagang Pasar Seni Sukawati diharapkan memilih lokasi yang strategis yang dekat dengan pintu masuk atau dekat dengan *elevator* hal ini didasari karena lokasi tersebut mudah dijangkau dan dilihat oleh konsumen. Pada bagian *market area* dan skala ekonomi pedagang diharapkan melakukan penambahan skala ekonomi dan menambah *output* per toko sehingga setiap toko tetap membutuhkan *market area* yang lebih luas. Hal ini berkaitan dengan variabel lama usaha, semakin lama seseorang dalam menekuni bisnisnya maka semakin banyak relasi serta pelanggan yang didapat. Selain itu semakin lama usaha seseorang maka lebih berpengalaman dan mampu memenuhi kebutuhan konsumennya. *Teori market area* mengatakan bahwa permintaan produk/*output* akan meningkat seiring meningkatnya permintaan per kapita. Jika *output* per toko tetap sementara permintaan per kapita bertambah, maka setiap toko memiliki *market area* yang lebih kecil dan berakibat pada bertambahnya jumlah toko. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang dapat disusun pada penelitian ini adalah :

H_1 : Lokasi Usaha Berpengaruh Positif Terhadap Profitabilitas UMKM Pasca Revitalisasi di Pasar Seni Sukawati.

Lokasi diartikan letak kedudukan fisik sebuah usaha di dalam daerah tertentu (Levy & Weitz, 2007). Lokasi adalah

tempat bisnis dan merupakan suatu keputusan penting, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai (Rbayulia, 2013). Memilih lokasi usaha harus dipertimbangkan dengan hati-hati karena kemudahan untuk menjangkau tempat usaha sangat mempengaruhi kedatangan konsumen.

H₂ : Lama Usaha Berpengaruh Positif Terhadap Profitabilitas UMKM Pasca Revitalisasi di Pasar Seni Sukawati.

Lamanya seorang pelaku bisnis menekuni usahanya akan mempengaruhi kemampuan profesionalnya. Semakin lama menekuni usaha perdagangan akan semakin meningkatkan inovasi dan peluang usaha yang ada. Keterampilan berdagang semakin bertambah dan semakin banyak relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil diambil (Widamurti, 2018).

H₃ : Tingkat Penjualan Berpengaruh Positif Terhadap Profitabilitas UMKM Pasca Revitalisasi di Pasar Seni Sukawati.

Penjualan merupakan syarat mutlak keberlangsungan suatu usaha, karena dengan penjualan maka akan didapatkan keuntungan. Semakin tinggi penjualan maka keuntungan yang diperoleh semakin maksimal. Untuk mencapai tujuan ini, maka diperlukan strategi agar konsumen mempunyai daya tarik dan sifat loyal dalam berbelanja disuatu unit usaha. Tingkat penjualan setiap jenis produk menghasilkan keuntungan berbeda, pedagang harus mengetahui produk yang menghasilkan keuntungan maksimal sehingga dapat mengambil keputusan (Atun, 2016). Jenis produk yang dijual oleh pedagang Pasar Seni Sukawati hampir sama antara satu pedagang dengan lainnya, namun varian serta motifnya berbeda.

H₄ : Lokasi Usaha, Lama Usaha, dan Tingkat Penjualan Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Profitabilitas UMKM Pasca Revitalisasi di Pasar Seni Sukawati.

Permasalahan yang terjadi di Pasar Seni Sukawati. seperti lokasi usaha yang kurang strategis, lama usaha yang

berbeda menyebabkan adanya perbedaan pengalaman berwirausaha dan relasi, serta tingkat penjualan yang kurang optimal. *Teori Market Area* merupakan salah satu kelompok teori lokasi dalam analisa ekonomi regional. Ukuran *market area* ditentukan oleh beberapa faktor seperti biaya transportasi, permintaan per kapita, kepadatan penduduk, skala ekonomi dan pendapatan. Teori ini sangat penting diketahui serta diterapkan oleh pedagang Pasar Seni Sukawati sebagai strategi untuk meningkatkan profitabilitas usaha.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode pendekatan kuantitatif dengan cara mengumpulkan, mengolah, menyajikan, serta menganalisis data secara kuantitatif (angka-angka) agar dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai masalah yang diteliti. Penelitian ini dilakukan di Pasar Seni Sukawati pada Gedung A dan Gedung B, dengan kriteria usaha tersebut milik sendiri, lama usaha lebih dari lima tahun dengan responden berusia kurang dari 60 tahun. Pada penelitian ini pengambilan sampel sejumlah 270 responden. Data penelitian ini dikumpulkan secara *online* melalui *google form* dan secara *offline* dengan menyebarkan kuesioner secara langsung di Pasar Seni Sukawati yang kemudian diolah dengan menggunakan uji analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS versi 16.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil uji statistik deskriptif pada penelitian ini yaitu : (1) Variabel lokasi usaha memiliki range yang diperoleh sebesar 12. Nilai minimum 18 serta nilai maksimum 30. Hal ini dapat diartikan sebagai penilaian terendah jawaban responden terhadap lokasi usaha berjumlah 18 serta paling tinggi berjumlah 30. Rerata (*mean*) yang diperoleh 24,20. Jumlah item pernyataan variabel lokasi usaha sebanyak 6 pernyataan. Dari total rata-rata 24,20 dibagi dengan jumlah item pernyataan diperoleh nilai rata-rata item

soal variabel lokasi usaha sebesar 4,033. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden didominasi oleh jawaban setuju. Standar deviasi diperoleh sebesar 4,715 yang berarti besaran sebaran data terhadap variabel lokasi usaha 4,715 dari jumlah 270 responden. (2) Variabel lama usaha memiliki range yang diperoleh sebesar 12. Nilai minimum 18 serta nilai maksimum 30. Hal ini dapat diartikan sebagai penilaian terendah jawaban responden terhadap lama usaha berjumlah 18 serta paling tinggi berjumlah 30. Rerata (*mean*) yang diperoleh 25,58. Jumlah item pertanyaan variabel lama usaha sebanyak 6 pernyataan. Dari total rata-rata 25,58 dibagi dengan jumlah item pernyataan diperoleh nilai rata-rata item soal variabel lama usaha sebesar 4,263. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden didominasi oleh jawaban setuju. Standar deviasi diperoleh sebesar 3,607 yang berarti besaran sebaran data terhadap variabel lama usaha 3,067 dari jumlah 270 responden. (3) Variabel tingkat penjualan memiliki range yang diperoleh sebesar 17. Nilai minimum 13 serta nilai maksimum 30. Hal ini dapat diartikan sebagai penilaian terendah jawaban responden terhadap tingkat penjualan berjumlah 13 serta paling tinggi berjumlah 30. Rerata (*mean*) yang diperoleh 24,07.

Jumlah item pernyataan variabel tingkat penjualan sebanyak 6 pertanyaan. Dari total rata-rata 24,07 dibagi dengan jumlah item pernyataan diperoleh nilai rata-rata item soal variabel tingkat penjualan sebesar 4,011. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden didominasi oleh jawaban setuju. Standar deviasi diperoleh sebesar 3,218 yang berarti besaran sebaran data terhadap variabel tingkat penjualan 3,218 dari jumlah 270 responden. (4) Variabel profitabilitas usaha memiliki range yang diperoleh sebesar 10. Nilai minimum 25 serta nilai maksimum 35. Hal ini dapat diartikan sebagai penilaian terendah jawaban responden terhadap profitabilitas berjumlah 25 serta paling tinggi berjumlah 35. Rerata (*mean*) yang diperoleh 29,39. Jumlah item pernyataan variabel profitabilitas sebanyak 7 pertanyaan. Dari total rata-rata 29,39 dibagi dengan jumlah item pernyataan diperoleh nilai rata-rata item soal variabel profitabilitas sebesar 4,198. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden didominasi oleh jawaban setuju. Standar deviasi diperoleh sebesar 2,868 yang berarti besaran sebaran data terhadap variabel profitabilitas 2,868 dari jumlah 270 responden.

Tabel 2.
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	Range	Min	Max	Mean	Std. deviation
Lokasi Usaha (X_1)	12	18	30	24,20	4,715
Lama Usaha (X_2)	12	18	30	25,58	3,607
Tingkat Penjualan (X_3)	17	13	30	24,07	3,218
Profitabilitas Usaha (Y)	10	25	35	29,39	2,868

Uji yang dilakukan selanjutnya adalah uji validitas terhadap seluruh butir pernyataan pada setiap variabel. Suatu pernyataan dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau $sig < 0,05$. Uji validitas pada seluruh

pernyataan di penelitian ini memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang artinya semua pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid dan layak dijadikan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 3.
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Nilai Sig.	Alpha (α)	Keterangan
Lokasi Usaha (X_1)	X _{1.1}	0,985	0,119	0,000	0,005	Valid
	X _{1.2}	0,941	0,119	0,000	0,005	Valid
	X _{1.3}	0,956	0,119	0,000	0,005	Valid
	X _{1.4}	0,953	0,119	0,000	0,005	Valid
	X _{1.5}	0,927	0,119	0,000	0,005	Valid

Variabel	Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Nilai Sig.	Alpha (α)	Keterangan
	X1.6	0,950	0,119	0,000	0,005	Valid
Lama Usaha (X_2)	X2.1	0,796	0,119	0,000	0,005	Valid
	X2.2	0,898	0,119	0,000	0,005	Valid
	X2.3	0,868	0,119	0,000	0,005	Valid
	X2.4	0,875	0,119	0,000	0,005	Valid
	X2.5	0,878	0,119	0,000	0,005	Valid
	X2.6	0,887	0,119	0,000	0,005	Valid
Tingkat penjualan (X_3)	X3.1	0,794	0,119	0,000	0,005	Valid
	X3.2	0,328	0,119	0,000	0,005	Valid
	X3.3	0,834	0,119	0,000	0,005	Valid
	X3.4	0,850	0,119	0,000	0,005	Valid
	X3.5	0,916	0,119	0,000	0,005	Valid
	X3.6	0,893	0,119	0,000	0,005	Valid
Profitabilitas Usaha (Y)	Y.1	0,812	0,119	0,000	0,005	Valid
	Y.2	0,782	0,119	0,000	0,005	Valid
	Y.3	0,185	0,119	0,000	0,005	Valid
	Y.4	0,740	0,119	0,000	0,005	Valid
	Y.5	0,764	0,119	0,000	0,005	Valid
	Y.6	0,728	0,119	0,000	0,005	Valid
	Y.7	0,733	0,119	0,000	0,005	Valid

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi (stabil dari waktu ke waktu) jawaban dari seluruh responden. Apabila seluruh variabel memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka dikatakan

reliabel. Uji reliabilitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6, maka dapat dikatakan bahwa variabel yang digunakan dinyatakan reliabel.

Tabel 4.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Reliabilitas (r_i)	Keterangan
Lokasi Usaha (X_1)	0,977	0,60	Reliabel
Lama Usaha (X_2)	0,933	0,60	Reliabel
Tingkat Penjualan (X_3)	0,865	0,60	Reliabel
Profitabilitas Usaha (Y)	0,756	0,60	Reliabel

Kemudian dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yakni uji normalitas. Berdasarkan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* diketahui bahwa nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* bernilai

lebih dari 0,05. Maka, dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 5.
Hasil Uji Normalitas

		X1	X2	X3	Y
N		270	270	270	270
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	24.20	25.58	24.07	29.39
	<i>Std. Deviation</i>	4.715	3.607	3.218	2.868
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,202	0,179	0,135	0,215
	<i>Positive</i>	0,202	0,160	0,135	0,215
	<i>Negative</i>	-0,150	-0,179	-0,126	-0,149
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		3.317	2.935	2.213	3.534
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,102	0,136	0,112	0,153

Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai VIF dan tolerance. Uji multikolinearitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memiliki nilai

VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10. Maka disimpulkan bahwa seluruh variabel independen terbebas dari multikolinearitas.

Tabel 6.

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Lokasi Usaha	0,478	2,090	Bebas Multikolinearitas
Lama Usaha	0,398	2,513	Bebas Multikolinearitas
Tingkat Penjualan	0,427	2,342	Bebas Multikolinearitas

Selanjutnya uji heterokedastisitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai *sig. (2-tailed)* > 0,05. Dapat disimpulkan bahwa

tidak terjadi heterokedastisitas pada masing-masing variabel independent penelitian ini.

Tabel 7.

Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Lokasi Usaha	0,541	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Lama Usaha	0,502	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Tingkat Penjualan	0,531	Tidak Terjadi Heterokedastisitas

Dilanjutkan dengan uji regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam menjawab rumusan masalah mengenai ada atau tidaknya pengaruh

variabel bebas secara parsial terhadap variabel dependen maka perlu dilakukan uji regresi linear berganda. Berikut hasil uji regresi linear berganda pada penelitian ini :

Tabel 8.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.289	0,996		14.344	0,000
Lokasi Usaha (X ₁)	0,137	0,0338	0,225	3.567	0,000
Lama Usaha (X ₂)	0,204	0,055	0,256	3.706	0,000
Tingkat Penjualan (X ₃)	0,273	0,060	0,306	4.586	0,000

Melihat nilai *Unstandardized Coefficients Beta* tabel diatas, maka persamaan regresi linear bergandanya yaitu : $Y = 14.289 + 0,137X_1 + 0,204X_2 + 0,273X_3 + \epsilon$. Koefisien regresi variabel lokasi usaha sebesar 0,137 menunjukkan bahwa apabila terdapat penambahan lokasi usaha sebesar 1 satuan, maka profitabilitas UMKM Pasca Revitalisasi di Pasar Seni Sukawati akan meningkat sebesar 0,137. Koefisien regresi variabel lama usaha sebesar 0,204 menunjukkan bahwa apabila terdapat penambahan lama

usaha sebesar 1 satuan, maka profitabilitas UMKM Pasca Revitalisasi di Pasar Seni Sukawati akan meningkat sebesar 0,204 satuan. Koefisien regresi variabel tingkat penjualan sebesar 0,273 menunjukkan bahwa apabila terdapat penambahan peningkatan penjualan sebesar 1 satuan, maka profitabilitas UMKM di Pasar Seni Sukawati akan meningkat sebesar 0,273 satuan. Nilai signifikansi pada variabel lokasi usaha sebesar 0,000 menunjukkan bahwa $sig. < \alpha = 0,000 < 0,05$, dan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$

yakni $3,567 > 1,969$, maka dapat disimpulkan bahwa X_1 memiliki kontribusi terhadap Y . Sehingga hal ini dapat dikatakan bahwa **H_1 diterima** yaitu lokasi usaha berpengaruh positif terhadap profitabilitas UMKM *pasca revitalisasi* di Pasar Seni Sukawati. Nilai signifikansi variabel lama usaha sebesar 0,000 menunjukkan bahwa $\text{sig.} < \alpha = 0,000 < 0,05$, dan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yakni $3,706 > 1,969$ maka dapat disimpulkan bahwa X_2 memiliki kontribusi terhadap Y . Sehingga hal ini dapat dikatakan bahwa **H_2 diterima** yaitu lama usaha berpengaruh positif

terhadap profitabilitas UMKM *pasca revitalisasi* di Pasar Seni Sukawati. Nilai signifikansi variabel tingkat penjualan sebesar 0,000 menunjukkan bahwa $\text{sig.} < \alpha = 0,000 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yakni $4,586 > 1,969$. Nilai t positif sebesar 4.586 menunjukkan bahwa variabel X_3 memiliki hubungan yang searah dengan variabel Y . Sehingga hal ini dapat dikatakan bahwa **H_3 diterima** yaitu tingkat penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas UMKM *pasca revitalisasi* di Pasar Seni Sukawati.

Tabel 9
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1091.317	3	363.772	86.348	0,000 ^b
Residual	1120.624	266	4.213		
Total	2211,941	269			

Selanjutnya dilanjutkan dengan uji F atau uji pengaruh simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Taraf signifikansi (α) yang digunakan yakni 5% (0,05). Nilai signifikansinya sebesar 0,000 menunjukkan bahwa $\text{sig.} < \alpha = 0,000 < 0,05$, dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel} = 86,348 > 2,638$ yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh lokasi usaha, lama usaha, dan tingkat penjualan secara simultan terhadap profitabilitas UMKM. Sehingga, dapat dikatakan bahwa **H_4 diterima** yaitu lokasi usaha, lama usaha, dan tingkat penjualan berpengaruh secara simultan

terhadap profitabilitas UMKM Pasar Seni Sukawati.

Dilanjutkan dengan uji koefisien determinasi untuk menggambarkan keberagaman variabel terikat. Berdasarkan tabel 10, dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,488. Hal ini menunjukkan bahwa variasi variabel lokasi usaha, lama usaha dan tingkat penjualan hanya mampu menjelaskan 48,8% variasi variabel profitabilitas UMKM *pasca revitalisasi* di Pasar Seni Sukawati. Sisanya, 51,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain di luar penelitian ini yang dapat mempengaruhi profitabilitas UMKM *pasca revitalisasi* di Pasar Seni Sukawati. Hasil uji koefisien determinasi dilihat pada tabel 4 dibawah :

Tabel 10.
Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,702	0,493	0,488	2.503

Pembahasan

Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Profitabilitas UMKM Pasca Revitalisasi di Pasar Seni Sukawati

Hipotesis pertama (H_1) dalam penelitian ini menyatakan bahwa lokasi usaha berpengaruh terhadap profitabilitas UMKM di Pasar Seni Sukawati. Berdasarkan hasil perhitungan nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan

bahwa $\text{sig.} < \alpha = 0,000 < 0,05$, dan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yakni $3,567 > 1,969$, Hal ini dapat diartikan bahwa variabel lokasi usaha mempunyai arah positif serta signifikan. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa lokasi usaha berpengaruh pada profitabilitas UMKM di Pasar Seni Sukawati. Hal ini menunjukkan bahwa semakin strategis lokasi usaha dalam artian lokasi tersebut mudah dijangkau

kendaraan serta dilalui oleh banyak konsumen maka semakin besar pula profitabilitas yang diperoleh oleh pedagang di Pasar Seni Sukawati. Secara umum, lokasi artinya kedudukan fisik sebuah usaha di dalam daerah tertentu (Levy & Weitz, 2007). Lokasi adalah tempat untuk setiap bisnis dan merupakan suatu keputusan penting karena lokasi yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai (Rbayulia, 2013). Memilih lokasi usaha harus benar-benar dipertimbangkan dengan hati-hati karena kemudahan untuk menjangkau tempat usaha sangat mempengaruhi kedatangan konsumen.

Pedagang Pasar Seni Sukawati lebih baik memilih lokasi yang strategis seperti dekat dengan pintu masuk, lokasi yang mudah dijangkau oleh transportasi maupun lokasi yang mudah dilihat. Hal ini bertujuan agar pedagang mendapat konsumen lebih maksimal. Setelah revitalisasi pada Pasar Seni Sukawati keadaan Pasar Seni Sukawati jauh lebih bersih, nyaman, tertata, dan estetik.

Namun, lahan yang disediakan setiap pedagang hanya 1,5 meter persegi dengan jarak yang berdekatan antar pedagang lainnya. Pedagang yang dekat dengan pintu masuk maupun eskalator lebih maksimal dalam berjualan karena mereka dapat menggapai konsumen yang lewat. Hal inilah yang menyebabkan pedagang dengan jarak yang jauh dari pintu masuk sulit mendapatkan konsumen.

Pengaruh Lama Usaha Terhadap Profitabilitas UMKM Pasca Revitalisasi di Pasar Seni Sukawati

Hipotesis kedua (H_2) dalam penelitian ini menyatakan bahwa lama usaha berpengaruh terhadap profitabilitas UMKM di Pasar Seni Sukawati. Berdasarkan hasil perhitungan nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan bahwa $\text{sig.} < \alpha = 0,000 < 0,05$, dan nilai $T_{\text{hitung}} > T_{\text{tabel}}$ yakni $3,706 > 1,969$. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel lama usaha mempunyai arah positif serta signifikan. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa lama usaha berpengaruh pada

profitabilitas UMKM di Pasar Seni Sukawati. Hal ini menunjukkan bahwa semakin lama usaha seseorang pengalaman dan relasinya akan semakin bertambah sehingga profitabilitas yang diperoleh oleh pedagang di Pasar Seni Sukawati semakin meningkat pula. Lama seseorang dalam menjalankan usahanya diduga dapat memberikan pengaruh terhadap pendapatan yang akan diperoleh oleh para pedagang (Rusmusi & Maghfira, 2018). Semakin lama usaha berjalan maka pedagang dapat mengetahui peluang yang ada untuk meningkatkan pendapatan. Lamanya seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi kemampuan profesionalnya. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan semakin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen (Wicaksono, 2011).

Pengaruh Tingkat Penjualan Terhadap Profitabilitas UMKM Pasca Revitalisasi di Pasar Seni Sukawati.

Hipotesis ketiga (H_3) dalam penelitian ini menyatakan bahwa tingkat penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas UMKM di Pasar Seni Sukawati. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan bahwa $\text{sig.} < \alpha = 0,000 < 0,05$ dan nilai $T_{\text{hitung}} > T_{\text{tabel}}$ yakni $4,586 > 1,969$. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel tingkat penjualan mempunyai arah positif serta signifikan. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa tingkat penjualan berpengaruh pada profitabilitas UMKM di Pasar Seni Sukawati. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat tingkat penjualan dari waktu ke waktu maka semakin bertambah profitabilitas yang diperoleh oleh pedagang di Pasar Seni Sukawati.

Penjualan merupakan syarat mutlak keberlangsungan suatu usaha, karena dengan penjualan maka akan didapatkan keuntungan. Semakin tinggi penjualan maka keuntungan yang akan didapatpun akan semakin maksimal. Untuk mencapai tujuan ini maka sangat diperlukan usaha-usaha agar konsumen mempunyai daya tarik dan sifat loyal dalam berbelanja disuatu unit usaha. Tingkat penjualan

setiap jenis produk menghasilkan keuntungan berbeda, pedagang harus mengetahui produk yang menghasilkan keuntungan maksimal sehingga dapat mengambil keputusan (Atun, 2016). Jenis produk yang dijual oleh pedagang Pasar Seni Sukawati hampir sama antara satu pedagang dengan lainnya, namun varian serta motifnya berbeda. Seperti halnya pakaian barong, hampir setiap pedagang menjual pakaian tersebut namun setiap pedagang memiliki varian yang berbeda seperti pakaian barong dengan lengan panjang maupun pendek, perbedaan warna, perbedaan ketebalan kain, perbedaan size dan lain sebagainya. Pedagang Pasar Seni Sukawati harus mengetahui jenis varian yang paling banyak diminati oleh konsumen karena tingkat penjualan setiap produk berbeda sehingga keuntungan yang diperoleh pun berbeda.

Pengaruh Lokasi Usaha, Lama Usaha, dan Tingkat Penjualan secara simultan terhadap Profitabilitas UMKM Pasca Revitalisasi di pasar Seni Sukawati

Hipotesis keempat (H_4) dalam penelitian ini menyatakan bahwa lokasi usaha, lama usaha dan tingkat penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas UMKM di Pasar Seni Sukawati. Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel} = 86,348 > 2,638$. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel lokasi usaha, lama usaha, dan tingkat penjualan secara simultan mempunyai arah positif serta signifikan. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa lokasi usaha, lama usaha, dan tingkat penjualan berpengaruh secara simultan terhadap profitabilitas UMKM di Pasar Seni Sukawati. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan lokasi usaha, lama usaha dan tingkat penjualan secara bersamaan maka semakin meningkatkan profitabilitas yang diperoleh oleh pedagang di Pasar Seni Sukawati.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis memperlihatkan nilai koefisien regresi

0,137 serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Pratiwi (2016); Marfuah (2019); Fadhlani (2017); Priyandika (2015); Atun (2016); Sundari (2017); yang menyatakan bahwa lokasi usaha berpengaruh positif terhadap profitabilitas usaha. Hasil uji hipotesis kedua memperlihatkan nilai koefisien regresi 0,204 serta nilai signifikansi $0,023 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Herman (2020); Marfuah (2019); Vijayanti (2016); Priyandika (2015); Magfira (2018); yang menyatakan bahwa variabel lama usaha berpengaruh positif terhadap profitabilitas usaha. Hasil uji hipotesis ketiga memperlihatkan nilai koefisien regresi 0,273 serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Atun (2016); Silvana (2014); Gusrizaldi (2016) sepakat menyatakan bahwa variabel tingkat penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas usaha. Lokasi usaha, lama usaha, dan tingkat penjualan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas UMKM pasca revitalisasi di Pasar Seni Sukawati. Nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan bahwa $\text{sig.} < \alpha = 0,000 < 0,05$, dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel} = 86,348 > 2,638$ yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh lokasi usaha, lama usaha, dan tingkat penjualan secara simultan terhadap profitabilitas UMKM.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan diatas, adapun saran yang dapat diberikan pada penelitian ini, yaitu: (1) Pedagang Pasar Seni Sukawati harus mempertimbangkan lokasi sebelum menjalankan usaha. Hal ini dikarenakan sering kali lokasi yang strategis, mudah dilihat konsumen maupun mudah dijangkau sarana transportasi mendatang profitabilitas yang maksimal karena dengan lokasi yang strategis lebih mudah untuk menarik konsumen. Selain pemilihan lokasi, memperbanyak relasi dan pelanggan sangat penting diperhatikan oleh pedagang. Menumbuhkan rasa kepercayaan kepada pelanggan akan menghasilkan keuntungan yang meningkat. Mengetahui

jenis produk yang memiliki tingkat penjualan yang tinggi penting diperhatikan agar keuntungan dapat tercapai dengan maksimal. (2) Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini lebih lanjut serta mempertimbangkan variabel yang belum diuji dalam penelitian ini. Misalnya jam kerja, jenis dagangan, modal usaha, dan penggunaan teknologi yang bisa mempengaruhi profitabilitas UMKM. Peneliti selanjutnya juga bisa melakukan penelitian dengan membandingkan data pada keadaan sebelum adanya revitalisasi dan sesudah terjadi revitalisasi pasar.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggraini, W. (2019). Pengaruh Faktor Modal, Jam Kerja, dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus Pedagang Pasar Pagi Perumdam II Sriwijaya Kota Bengkulu). Dalam *Skripsi*.
- Atun, N. I. (2016). Pengaruh Modal, Lokasi, dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman. *Skripsi*.
- Fadhilani, A., & Husani. (2017). Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Monza di Pasar Simalingkar Medan. *Jurnal Visioner dan Strategis*, 6(September), 111–120.
- Gusrizaldi, R., & Komalasari, E. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan di Indrako Swalayan Teluk Kuantan. *Jurnal Valuta*, 2(2), 286–303.
- Hariyanto. (2021). *Revitalisasi Rampung, Pasar Sukawati di Kabupaten Gianyar Siap Diresmikan*. <https://www.industry.co.id/read/80665/revitalisasi-rampung-pasar-sukawati-di-kabupaten-gianyar-siap-diresmikan>
- Herman. (2020). Omzet Penjualan Pedagang Kios di Pasar Tradisional Tarawang Kabupaten Jeneponto. *Jurnal Penelitian Ekonomi (JPE)*, 1(1), 1–10.
- Lestari, D. A. (2020). Pengaruh Kredit Usaha Rakyat (Kur), Modal Sendiri, Lama Usaha Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Umkm Di Kabupaten Tegal. Dalam *Skripsi*. Universitas Pancasakti Tegal.
- Levy, M., & Weitz, A. B. (2007). *Retailing Management 6th edition*. Mc. Graw Hill.
- Marfuah, S. T., & Hartiyah, S. (2019). Pengaruh Modal Sendiri, Krdit Usaha Rakyat (KUR), Teknologi, Lama Usaha dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha (Studi Kasus pada UMKM Kabupaten Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering*, 1(1), 183–195.
- Marheni, Kadek Devi & Nyoman Putra Yasa. (2019). Pengaruh Kreatifitas Inovasi, Penetapan Harga Jual, Dan Kualitas Laporan Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Property Kecamatan Buleleng. *Jurnal Akuntansi profesi*, 10(2), 110-120.
- Muliani, N. M. S., & Suresmiathi, A. . A. (2015). Pengaruh Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Pengrajin Untuk Menunjang Pendapatan Pengrajin Ukiran Kayu. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 5(5), 614–630.
- Prasetyo, A., & Wijaya, A. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM pada Bidang Kuliner di Pasar Lama Tangerang. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 1(3), 383–393.
- Putri, Pratiwi & Nyoman Putra Yasa. Mengungkap Dampak Akuisisi Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 11 (3). 527-537.

- Rbayulia. (2013). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Tingkat Penjualan Pada Usaha Jasa Mikro Kecil (Studi Kasus: Sekitar Kampus UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)* [Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://rbayulias.wordpress.com/>
- Rusmusi, & Maghfira, A. N. (2018). Pengaruh Modal, Jam Kerja, dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Ikan Hias Mina Restu Purwekerto Utara. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 20(04).
- Sundari. (2017). Pengaruh Lokasi Usaha dan Jam Kerja Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Ikatan Pedagang Bandar Lampung). *Skripsi*, 1–140.
- Widamurti, M. I. (2018). *Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, Jam Kerja, dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pelaku Industri Genteng di Kabupaten Kebumen*. 1–18