



The Impact of Social Media Usage, QRIS, and Capital on the Income Increase of MSMEs in Johan Pahlawan District, West Aceh Regency

T.M. Riyam¹, Rollis Juliansyah², Puput Arisna³

¹teukumuhammadriyan@gmail.com, ²rollisjuliansyah@utu.ac.id

³puputarisna@utu.ac.id

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teuku Umar

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of social media, QRIS, and business capital on the income growth of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Johan Pahlawan District, Aceh Barat Regency. Although some MSME entrepreneurs have begun to adopt digital technology, various challenges remain, particularly in the use of social media and the QRIS payment system, especially in Johan Pahlawan District. Data show a decline in the number of MSMEs from 3,042 units in 2020 to 2,500 units in 2024. Additionally, the digital divide, such as low digital literacy and limited business capital, further hinders the optimal development of MSMEs. Therefore, this study aims to further investigate the impact of social media and QRIS use on MSME income in the region, while also formulating strategic recommendations to enhance MSME efficiency and sustainability in adopting digital technology. The research adopts a quantitative approach with a sample of 88 MSME entrepreneurs operating in Johan Pahlawan District. The analytical method used is multiple linear regression. The results show that, partially, social media usage has a positive and significant effect on MSME income growth, QRIS has a positive but not significant effect on MSME income, while business capital has a positive and significant effect on MSME income growth. Simultaneously, social media, QRIS, and business capital significantly and positively influence the income growth of MSMEs in Johan Pahlawan District, Aceh Barat Regency.

Keywords: Social Media, QRIS, Capital, MSME Income

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam pembangunan ekonomi nasional, khususnya dalam hal penyerapan tenaga kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. UMKM menjadi pilar utama perekonomian Indonesia dengan kontribusi mencapai 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja di tingkat nasional. Di tingkat daerah, UMKM berfungsi sebagai penggerak ekonomi lokal sekaligus sebagai sumber penghidupan bagi masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah.

Memasuki era digital 5.0, persaingan usaha yang semakin ketat menuntut UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Digitalisasi, melalui pemanfaatan media sosial dan sistem pembayaran digital, menjadi strategi penting untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan. Media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan TikTok tidak hanya berperan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi alat pemasaran yang efektif dengan biaya relatif rendah. Selain itu, Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) hadir sebagai inovasi sistem pembayaran non-tunai yang mampu meningkatkan efisiensi, keamanan, dan kemudahan transaksi (Prasetyo & Fahimatul, 2020).



Namun, tantangan utama bagi UMKM saat ini adalah kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan teknologi digital, terutama dalam hal pemasaran dan transaksi keuangan. Media sosial kini telah berkembang dari sekadar platform komunikasi menjadi sarana promosi dan transaksi bisnis yang sangat potensial. Melalui media sosial, pelaku UMKM dapat menjangkau konsumen lebih luas, meningkatkan interaksi, dan membangun kesadaran merek (brand awareness) secara efisien (Putri & Hidayat, 2022).

Di Kabupaten Aceh Barat, UMKM memiliki peran yang sangat strategis dalam menyediakan sumber mata pencaharian bagi masyarakat. Meskipun pemerintah telah memberikan dukungan nyata bagi pengembangan UMKM, kontribusi optimal UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi daerah sangat bergantung pada produktivitas para pelaku usaha itu sendiri.

Tabel 1. Jumlah UMKM di Kabupaten Aceh Barat 2020-2024

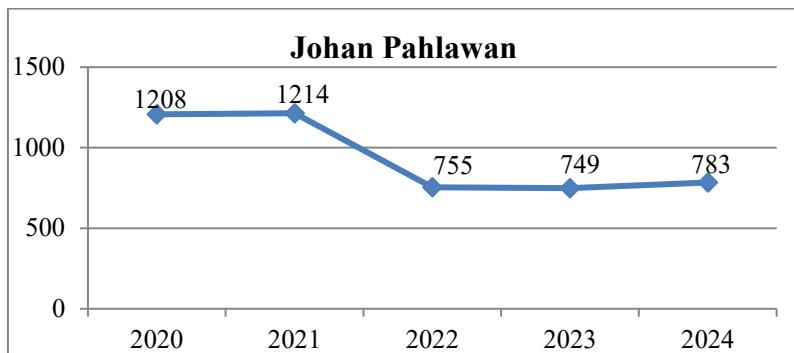
Kecamatan	2020	2021	2022	2023	2024	Jumlah
Johan Pahlawan	1208	1214	755	749	783	4709
Samatiga	454	449	543	457	462	2365
Bubon	96	96	84	84	86	446
Arongan Lambalek	175	176	155	163	163	832
Woyla	115	115	108	111	111	560
Woyla Barat	33	33	5	40	41	152
Woyla Timur	20	20	20	25	25	110
Kaway XVI	353	357	350	338	343	1741
Meureubo	475	484	523	391	397	2270
Pante Ceremen	37	37	33	16	16	139
Panton Reu	8	8	7	7	7	37
Sungai Mas	68	68	66	66	66	334
Jumlah	3042	3057	2649	2447	2500	13695

Sumber: BPS, Tahun 2025

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam perekonomian daerah, termasuk di Kabupaten Aceh Barat. Data selama lima tahun terakhir (2020–2024) menunjukkan tren penurunan jumlah UMKM di wilayah ini, dari 3.042 unit pada tahun 2020 menjadi 2.500 unit pada tahun 2024. Penurunan paling signifikan terjadi pada tahun 2022, ketika jumlah UMKM tercatat hanya 2.649 unit. Kecamatan Johan Pahlawan menjadi wilayah dengan jumlah UMKM terbanyak, yakni 4.709 unit selama lima tahun, diikuti oleh Samatiga dan Meureubo. Di sisi lain, beberapa kecamatan seperti Panton Reu, Woyla Timur, dan Woyla Barat mencatat jumlah UMKM yang relatif rendah. Kondisi ini menggambarkan tantangan dalam pengembangan UMKM di Aceh Barat, sehingga diperlukan kajian lebih mendalam untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi pertumbuhan dan keberlangsungan UMKM di daerah ini.

Di Kecamatan Johan Pahlawan, UMKM menunjukkan pertumbuhan yang cukup positif dalam beberapa tahun terakhir. Namun, pemanfaatan media sosial dan QRIS oleh pelaku UMKM di wilayah ini belum merata. Sebagian UMKM telah menggunakan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan, sementara yang lain masih mengandalkan metode tradisional. Hal yang sama berlaku pada penggunaan QRIS, yang masih terbatas pada UMKM yang sudah memiliki literasi digital atau pernah mengikuti pelatihan teknologi. Data jumlah UMKM di Kecamatan Johan Pahlawan dapat dilihat pada gambar berikut:





Gambar 1. Jumlah UMKM di Kecamatan Johan Pahlawan tahun 2020-2024

Sumber: BPS Kabupaten Aceh Barat, 2025

Gambar di atas memperlihatkan perkembangan jumlah UMKM di Kecamatan Johan Pahlawan dari tahun 2020 hingga 2024. Pada tahun 2020, jumlah UMKM tercatat 1.208 unit dan meningkat sedikit menjadi 1.214 unit pada 2021. Namun, pada 2022 terjadi penurunan signifikan menjadi 755 unit, atau sekitar 38%, dan jumlah ini terus menurun menjadi 749 unit pada 2023, sebelum naik tipis menjadi 783 unit pada 2024. Secara umum, grafik ini menunjukkan bahwa setelah mencapai puncaknya pada 2021, jumlah UMKM di Kecamatan Johan Pahlawan mengalami penurunan tajam dan belum pulih sepenuhnya hingga 2024, yang kemungkinan dipengaruhi oleh faktor ekonomi, sosial, maupun dampak pandemi.

Pelaku UMKM kini dihadapkan pada tuntutan untuk beradaptasi dengan teknologi informasi dan sistem pembayaran digital. Media sosial seperti TikTok, Instagram, Facebook, dan WhatsApp tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga berkembang sebagai platform pemasaran dan penjualan yang efektif, terutama bagi UMKM dengan keterbatasan promosi konvensional. Di Kecamatan Johan Pahlawan, mulai terlihat peningkatan jumlah UMKM yang memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk mereka secara langsung, baik kepada konsumen lokal maupun luar daerah.

Selain itu, pemerintah melalui Bank Indonesia mendorong digitalisasi pembayaran melalui Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) untuk menciptakan ekosistem transaksi yang lebih efisien, aman, dan terintegrasi. Beberapa UMKM di wilayah ini telah mulai menggunakan QRIS, yang dianggap mampu mempercepat pembayaran, mengurangi risiko kehilangan uang tunai, dan mempermudah pencatatan keuangan.

Digitalisasi pemasaran dan pembayaran terbukti berpotensi meningkatkan pendapatan UMKM. Penelitian Putra & Handayani (2021) menunjukkan bahwa media sosial dapat meningkatkan volume penjualan dengan menjangkau audiens lebih luas dan biaya yang lebih efisien dibandingkan metode tradisional. Sementara itu, penggunaan QRIS terbukti mempercepat transaksi dan meningkatkan kenyamanan pelanggan, yang berkontribusi pada peningkatan omset (Sari & Handayani, 2022).

Namun, adaptasi teknologi saja tidak cukup. Modal usaha tetap menjadi fondasi utama pengembangan UMKM. Tanpa modal yang memadai, pelaku usaha kesulitan melakukan inovasi, menambah stok, atau memperluas pasar. Penelitian Putra & Handayani (2021) juga menegaskan bahwa modal memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM, karena terkait dengan kapasitas produksi dan operasional usaha.

Meskipun berbagai teknologi dan dukungan pemerintah telah tersedia, banyak UMKM di Kecamatan Johan Pahlawan belum optimal dalam memanfaatkan media sosial, belum konsisten menggunakan QRIS, dan mengalami keterbatasan modal. Modal yang cukup memungkinkan pelaku UMKM mengelola usaha secara lebih profesional dan kompetitif.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini penting untuk meneliti pengaruh penggunaan media sosial dan QRIS secara simultan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Johan Pahlawan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran empiris dan rekomendasi strategis bagi pelaku UMKM maupun pemerintah daerah dalam membangun ekosistem digital yang mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Secara khusus, penelitian ini dirancang untuk menguji pengaruh penggunaan media sosial, penerapan QRIS, dan modal usaha terhadap pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pengumpulan data dilakukan secara cross-sectional, sehingga penelitian ini bersifat survei pada satu periode tertentu.

Populasi penelitian mencakup seluruh pelaku UMKM yang beroperasi di Kecamatan Johan Pahlawan, Kabupaten Aceh Barat, sebanyak 749 unit. Sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, antara lain: pelaku UMKM yang telah menjalankan usaha lebih dari dua tahun, berusia 20–50 tahun, dan berdomisili di Kecamatan Johan Pahlawan. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 88 responden, yang kemudian didistribusikan secara proporsional di setiap desa dalam wilayah penelitian.

Data penelitian terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada pelaku UMKM sebagai responden. Instrumen kuesioner berbentuk pernyataan tertutup dengan skala Likert lima poin untuk mengukur variabel media sosial, QRIS, modal usaha, dan pendapatan UMKM. Penyusunan instrumen didasarkan pada kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan, serta telah diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan kemampuan alat ukur dalam menilai variabel secara tepat dan konsisten. Data sekunder diperoleh dari dokumen resmi, laporan statistik, serta publikasi terkait UMKM dan digitalisasi ekonomi.

Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh media sosial, QRIS, dan modal usaha terhadap pendapatan UMKM. Model regresi yang digunakan dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Pendapatan UMKM
- α = Konstanta
- $\beta_{1,2}$ = Koefisien Regresi Variabel Bebas
- X₁ = Media Sosial
- X₂ = QRIS
- X₃ = Modal
- e = Standar *error*.

Sebelum dilakukan analisis regresi, data terlebih dahulu diuji melalui uji asumsi klasik, yang mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji parsial (uji t) untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen, serta uji simultan (uji F) untuk menilai pengaruh bersama variabel independen terhadap variabel dependen, dengan tingkat signifikansi 5%. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi pendapatan UMKM. Seluruh proses analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik.



HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Item Soal	Rhitung	Keterangan
Media Sosial (X₁)		
Item 1	0,664 > 0,1966	Valid
Item 2	0,814 > 0,1966	Valid
Item 3	0,762 > 0,1966	Valid
Item 4	0,697 > 0,1966	Valid
QRIS (X₂)		
Item 1	0,611 > 0,1966	Valid
Item 2	0,587 > 0,1966	Valid
Item 3	0,677 > 0,1966	Valid
Item 4	0,626 > 0,1966	Valid
Modal (X₃)		
Item 1	0,475 > 0,1966	Valid
Item 2	0,651 > 0,1966	Valid
Item 3	0,587 > 0,1966	Valid
Item 4	0,699 > 0,1966	Valid
Pendapatan UMKM (Y)		
Item 1	0,475 > 0,1966	Valid
Item 2	0,651 > 0,1966	Valid
Item 3	0,587 > 0,1966	Valid
Item 4	0,699 > 0,1966	Valid

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan hasil pengujian seluruh item pernyataan dalam kuesioner, diketahui bahwa setiap item memiliki nilai rhitung yang lebih besar dibandingkan r tabel (0,2096). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada instrumen penelitian telah memenuhi kriteria validitas, sehingga layak digunakan untuk mengukur variabel-variabel penelitian. Dengan demikian, kuesioner ini dapat dikatakan memiliki validitas yang baik, karena setiap item mampu merepresentasikan variabel yang diukur secara tepat dan konsisten.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Kehandalan
1.	Media Sosial (X ₁)	0,741	Reliabel
2.	QRIS (X ₂)	0,754	Reliabel
3.	Modal (X ₃)	0,682	Reliabel
4.	Pendapatan UMKM (Y)	0,730	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas, diketahui bahwa dari 88 responden, masing-masing nilai Cronbach's alpha untuk variabel media sosial, QRIS, modal usaha, dan pendapatan UMKM semuanya lebih besar dari 0,60. Menurut Ghozali (2018), sebuah variabel dikatakan reliabel jika nilai $\alpha > 0,60$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang terkait dengan media sosial, QRIS, modal, dan pendapatan UMKM dalam kuesioner telah memenuhi kriteria reliabilitas.



2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	88
Kolmogorov-Smirnov Z	,540
Asymp. Sig. (2-tailed)	,933

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov, nilai residual dari variabel dependen dan variabel independen pada sampel sebanyak 88 responden adalah 0,540. Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian terdistribusi secara normal, karena nilai signifikansi residual lebih besar dari 0,05 ($0,933 > 0,05$). Dengan demikian, model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

b. Uji Multikolonieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Toleransi	VIF	Keterangan
Media Sosial (X ₁)	0,732	1,366	Non Multikolinearitas
QRIS (X ₁)	0,732	1,366	Non Multikolinearitas
Modal (X ₂)	0,894	1,119	Non Multikolinearitas

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Dari tabel di atas dapat menunjukkan bahwa variabel media sosial (X₁), QRIS (X₂) dan modal (X₃) memiliki nilai *tolerance* $> 0,10$ berarti tidak terjadi multikolinearitas. Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama yaitu variabel X₁, X₂ dan X₃ memiliki nilai VIF < 10 . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel X₁, X₂, dan X₃ dalam model regresi yang digunakan pada penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	<i>Unstandardized Residual Sig. (2-tailed)</i>	Keterangan
Media Sosial (X ₁)	0,718	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
QRIS (X ₁)	0,858	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Modal (X ₂)	0,457	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Dalam uji *Spearman Rho* untuk uji heteroskedastisitas diperoleh hasil bahwa nilai signifikan variabel media sosial dilihat nilai *unstandardized residual* sebesar 0,718, nilai signifikan dari variabel QRIS sebesar 0,858 dan nilai signifikan dari variabel modal sebesar 0,457. Ketiga variabel independen memiliki nilai signifikan $> 0,05$ yang artinya data lolos uji heteroskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas).



3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 6. Hasil Uji T

Variabel Bebas	T _{hitung}	T _{tabel}	Nilai Signifikan
Media Sosial (X ₁)	4,414	1.988	0,000
QRIS (X ₁)	1,686	1.988	0,96
Modal (X ₂)	5,015	1.988	0,000

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan dari tabel tersebut di atas, maka dapat diketahui bahwa:

1) Pengaruh Media Sosial (X₁)

Pengujian secara parsial menunjukkan bahwa nilai thitung untuk variabel media sosial (X₁) sebesar 4,188 lebih besar daripada ttabel 1,988, dengan nilai signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, H₁ diterima, yang berarti media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Johan Pahlawan, Kabupaten Aceh Barat.

2) Pengaruh QRIS (X₂)

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa nilai thitung QRIS (X₂) sebesar 1,686 lebih kecil daripada ttabel 1,988, dengan nilai signifikansi 0,096 ($0,096 > 0,05$). Oleh karena itu, H₂ ditolak, sehingga QRIS memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Johan Pahlawan, Kabupaten Aceh Baratt.

3) Pengaruh Modal (X₃)

Pengujian secara parsial menunjukkan bahwa nilai thitung modal (X₃) sebesar 5,015 lebih besar daripada ttabel 1,988, dengan nilai signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, H₃ diterima, yang berarti modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Johan Pahlawan, Kabupaten Aceh Barat.

b. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Tabel 7. Uji Anova

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	162,572	3	54,191	28,683
	Residual	158,701	84	1,889	
	Total	321,273	87		

a. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

b. Predictors: (Constant), Modal, QRIS, Media Sosial

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai Fhitung sebesar 28,683 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai ini lebih kecil daripada tingkat kesalahan yang ditoleransi sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H₄ diterima, yang berarti variabel bebas media sosial (X₁), QRIS (X₂), dan modal (X₃) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, yaitu pendapatan UMKM.



c. Koefisien Relasi (R) dan Determinasi

Tabel 8. Koefisien Relasi

Model	Unstandardized Coefficients		
	B	Std. Error	
1	(Constant)	5,838	1,323
	Media Sosial	,333	,080
	QRIS	,143	,085
	Modal	,313	,063

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Tabel di atas menunjukkan persamaan regresi ganda hasil analisis sebagai berikut:

$$Y = 5,838 + 0,333X_1 + 0,143X_2 + 0,313X_3 + \epsilon$$

Interpretasi dari persamaan regresi ini adalah:

- 1) Konstanta (5,838) menunjukkan bahwa apabila variabel penggunaan media sosial (X_1), penggunaan QRIS (X_2), dan modal (X_3) bernilai nol, maka pendapatan UMKM di Kecamatan Johan Pahlawan, Kabupaten Aceh Barat berada pada angka 5,838 satuan. Nilai ini menggambarkan tingkat pendapatan dasar tanpa pengaruh dari ketiga variabel independen.
- 2) Koefisien penggunaan media sosial (X_1) sebesar 0,333 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam pemanfaatan media sosial akan meningkatkan pendapatan UMKM sebesar 0,333 satuan, dengan asumsi variabel lainnya konstan. Hal ini menandakan bahwa media sosial memberikan pengaruh positif dan relatif kuat terhadap peningkatan pendapatan UMKM.
- 3) Koefisien penggunaan QRIS (X_2) sebesar 0,143 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam penggunaan QRIS akan meningkatkan pendapatan UMKM sebesar 0,143 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Artinya, penggunaan QRIS memberikan pengaruh positif terhadap pendapatan UMKM, meskipun tidak sebesar pengaruh media sosial dan modal.
- 4) Koefisien modal (X_3) sebesar 0,313 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan modal akan meningkatkan pendapatan UMKM sebesar 0,313 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan. Ini menunjukkan bahwa modal memiliki pengaruh positif yang signifikan dalam meningkatkan pendapatan UMKM.

Secara keseluruhan, ketiga variabel independen penggunaan media sosial, penggunaan QRIS, dan modal memberikan pengaruh positif terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Johan Pahlawan, Kabupaten Aceh Barat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pemanfaatan media sosial dan QRIS, serta semakin besar modal yang dimiliki, maka pendapatan UMKM cenderung semakin meningkat.

Tabel 9. Model Summary

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,711 ^a	,506	,488	1,375

a. Predictors: (Constant), Modal, QRIS, Media Sosial

b. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan output Model Summary dari analisis regresi linier berganda, diperoleh beberapa informasi sebagai berikut:

- 1) Nilai R sebesar 0,711 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen penggunaan media sosial, penggunaan QRIS, dan modal dengan variabel dependen, yaitu



pendapatan UMKM, termasuk kategori kuat. Artinya, ketiga variabel independen tersebut secara bersama-sama memiliki hubungan yang cukup kuat dengan peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Johan Pahlawan, Kabupaten Aceh Barat.

- 2) Nilai *R Square* sebesar 0,506 mengindikasikan bahwa 50,6% variasi perubahan pendapatan UMKM dapat dijelaskan oleh variabel penggunaan media sosial, penggunaan QRIS, dan modal. Dengan kata lain, model regresi ini mampu menjelaskan lebih dari setengah total variabilitas pendapatan UMKM, sementara sisanya sebesar 49,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.
- 3) *Adjusted R Square* sebesar 0,488 menunjukkan nilai koreksi dari *R Square* yang menyesuaikan jumlah variabel dalam model. Nilai ini tetap cukup tinggi, yaitu 48,8%, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan cukup baik dalam menjelaskan pengaruh ketiga variabel independen terhadap pendapatan UMKM.

Dengan demikian, penggunaan media sosial, penggunaan QRIS, dan modal memiliki peran penting dan memberikan pengaruh bersama yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM, meskipun masih ada faktor lain di luar model yang turut memengaruhi pendapatan pelaku usaha.

Pembahasan

Pengaruh Media Sosial terhadap Pendapatan UMKM

Pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} sebesar 4,188 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,988 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Temuan ini menegaskan bahwa semakin intens dan efektif pemanfaatan media sosial, semakin besar potensi peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Johan Pahlawan, Kabupaten Aceh Barat. Media sosial berperan sebagai sarana pemasaran, promosi, dan komunikasi langsung dengan pelanggan, sehingga memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dengan cepat dan biaya relatif rendah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Aprila et al. (2025), yang menyatakan bahwa media sosial merupakan faktor signifikan dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Kecamatan Tugumulyo. Media sosial memudahkan pelaku UMKM untuk mempromosikan produk secara kreatif tanpa harus mengeluarkan biaya besar seperti media konvensional, serta mempercepat penyebaran informasi yang memperkuat daya saing UMKM di tingkat lokal maupun nasional.

Penelitian Wahyuni et al. (2024) juga menegaskan bahwa media sosial berperan penting dalam meningkatkan pendapatan UMKM melalui perluasan pasar dan peningkatan visibilitas produk. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan penyajian konten visual yang menarik, sehingga memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam konteks UMKM Aceh Barat, pemanfaatan konten kreatif sangat relevan karena masyarakat semakin aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi dan referensi belanja.

Selain itu, Putri (2022) menunjukkan bahwa media sosial secara signifikan meningkatkan omzet penjualan UMKM kuliner di Riau. Peningkatan ini terjadi karena pelanggan dapat melihat ulasan, foto produk, dan interaksi positif di media sosial, yang meningkatkan kepercayaan terhadap UMKM. Temuan ini memperkuat bukti bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana membangun citra usaha yang kredibel. Seiring dengan perkembangan digital di Indonesia, meningkatnya penetrasi internet dan jumlah pengguna media sosial semakin memperkuat dampak positif bagi UMKM, termasuk di Aceh Barat. Banyak pelaku UMKM mulai memanfaatkan fitur seperti marketplace di Facebook, live selling, dan iklan berbayar untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, penggunaan media sosial sebagai strategi pemasaran



digital terbukti relevan dan efektif dalam meningkatkan pendapatan UMKM di era digital saat ini.

Pengaruh QRIS terhadap Pendapatan UMKM

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel QRIS memiliki pengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap pendapatan UMKM, ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} 1,686 yang lebih kecil dari t_{tabel} 1,988 dan signifikansi $0,096 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun arah pengaruh QRIS positif, penggunaannya belum memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Kecamatan Johan Pahlawan, Kabupaten Aceh Barat. Hal tersebut kemungkinan disebabkan oleh keterbatasan literasi digital, kebiasaan konsumen yang masih menggunakan uang tunai, dan belum meratanya pemanfaatan QRIS di kalangan UMKM.

Penelitian Hutagalung et al. (2021) juga menemukan bahwa adopsi QRIS pada UMKM di Pematangsiantar menunjukkan perbedaan hasil sebelum dan sesudah penggunaan QRIS, namun tidak semua pelaku UMKM merasakan dampak langsung pada peningkatan pendapatan. Faktor yang memengaruhi antara lain rendahnya literasi digital, kebiasaan konsumen dalam menggunakan uang tunai, serta kurangnya promosi penggunaan QRIS di kalangan UMKM.

Meski demikian, sejumlah penelitian terbaru seperti Alifia et al. (2024) dan Magdalena (2024) menunjukkan bahwa QRIS pada dasarnya berpotensi meningkatkan efisiensi transaksi dan memperluas pilihan pembayaran konsumen. Dengan demikian, meskipun tidak signifikan dalam penelitian ini, QRIS tetap memiliki peran positif dan dapat berkontribusi terhadap pendapatan UMKM apabila tingkat pemanfaatan dan literasi digital meningkat.

Kondisi di Aceh Barat menunjukkan bahwa adopsi teknologi pembayaran digital masih berkembang dan belum merata di semua sektor UMKM. Beberapa konsumen juga masih terbiasa menggunakan pembayaran tunai sehingga penggunaan QRIS belum optimal. Oleh karena itu, meskipun pengaruhnya positif, dampak QRIS belum signifikan secara statistik, menggambarkan bahwa peningkatan literasi digital dan dukungan pemerintah diperlukan agar adopsi QRIS dapat memberikan kontribusi nyata bagi pendapatan UMKM.

Pengaruh Modal terhadap Pendapatan UMKM

Uji parsial menunjukkan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM, dengan t_{hitung} 5,015 $>$ t_{tabel} 1,988 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar modal yang dimiliki UMKM, semakin tinggi kemampuan mereka dalam meningkatkan kapasitas produksi, kualitas produk, dan strategi pemasaran, yang berdampak pada peningkatan pendapatan. Modal menjadi faktor utama dalam keberlanjutan dan pengembangan UMKM, terutama di sektor perdagangan dan kuliner di Aceh Barat.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Riantika & Ayuningsasi (2024) yang menyatakan bahwa modal memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kota Denpasar. Modal memberikan fleksibilitas kepada pelaku usaha untuk membeli bahan baku berkualitas, memperbarui peralatan, serta meningkatkan kapasitas produksi sehingga permintaan pasar dapat terpenuhi dengan baik. Penelitian Aprila et al. (2025) juga mendukung hasil ini, di mana modal menjadi faktor penting yang memengaruhi peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Tugumulyo. UMKM yang memiliki modal cukup dapat melakukan inovasi, memperluas usaha, dan melakukan diversifikasi produk. Hal tersebut pada akhirnya meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang semakin kompetitif.

Dalam konteks UMKM di Indonesia secara umum, modal usaha sering menjadi kendala utama yang menghambat perkembangan. Oleh karena itu, berbagai program pemerintah seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), pendanaan UMKM berbasis syariah, dan



bantuan modal usaha dirancang untuk memperkuat struktur permodalan UMKM. Ketika akses modal membaik, maka peluang peningkatan pendapatan semakin besar, sebagaimana tercermin pada hasil penelitian ini.

Di wilayah Aceh Barat, UMKM yang memiliki modal lebih besar cenderung lebih stabil dalam operasional dan mampu beradaptasi terhadap perubahan pasar. Ketersediaan modal juga memungkinkan mereka menerapkan strategi pemasaran digital, mengikuti pelatihan usaha, serta memperbaiki manajemen keuangan. Oleh karena itu, modal terbukti menjadi faktor penentu keberhasilan UMKM dalam meningkatkan pendapatan, yang selaras dengan hasil uji statistik pada penelitian ini.

Pengaruh Media Sosial, QRIS dan Modal terhadap Pendapatan UMKM

Berdasarkan uji F, diperoleh nilai F_{hitung} 28,683 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, QRIS, dan modal secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Johan Pahlawan. Hal ini menegaskan bahwa ketiga variabel tersebut saling melengkapi dalam mendorong peningkatan pendapatan UMKM.

Temuan ini sejalan dengan penelitian-penelitian terdahulu di Indonesia, seperti Magdalena & Andhaniwati (2024) yang menunjukkan bahwa kombinasi *e-commerce*, QRIS, dan modal secara bersama-sama meningkatkan pendapatan UMKM di Surabaya, serta Ferliansyah & Wijaya (2024) yang menemukan bahwa media sosial, *financial technology*, dan modal secara simultan berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Padang. Temuan ini memberikan dasar yang kuat bagi pembuat kebijakan dan lembaga pendukung UMKM untuk merancang program pemberdayaan yang menggabungkan digitalisasi usaha dan akses permodalan agar pendapatan UMKM dapat meningkat secara signifikan.

Penerimaan hipotesis alternatif (H4) ini menegaskan bahwa penggunaan media sosial, penerapan QRIS, serta ketersediaan modal memiliki peran penting dan saling melengkapi dalam mendorong perkembangan dan peningkatan pendapatan UMKM. Kombinasi ketiga faktor tersebut memberikan kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan variasi pendapatan UMKM, sehingga strategi pengembangan UMKM harus mempertimbangkan ketiganya secara terintegrasi. Secara praktis, hasil ini menyarankan agar pelaku UMKM tidak hanya fokus pada satu aspek saja, seperti hanya meningkatkan modal atau sekadar menggunakan media sosial, tetapi juga mengintegrasikan penggunaan teknologi pembayaran digital seperti QRIS agar pengelolaan transaksi lebih efisien dan mampu memperluas akses pasar. Pendekatan holistik ini dapat memperkuat posisi UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin dinamis dan digital.

Selain itu, hasil ini juga memberikan dasar yang kuat bagi para pembuat kebijakan dan pemangku kepentingan untuk mendukung program-program pemberdayaan UMKM yang menggabungkan pelatihan pemanfaatan media sosial, fasilitasi penggunaan QRIS, serta penyediaan akses modal. Intervensi yang menyeluruh akan lebih efektif dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi UMKM dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal di Kecamatan Johan Pahlawan. Dengan demikian, penelitian ini menguatkan bukti empiris bahwa ketiga variabel tersebut merupakan faktor kunci yang harus diperhatikan secara simultan dalam upaya meningkatkan pendapatan UMKM, serta menegaskan pentingnya sinergi antara teknologi digital dan modal usaha dalam pengembangan UMKM di Indonesia saat ini.



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Media Sosial (X_1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat. Artinya, semakin optimal pemanfaatan media sosial, semakin meningkat pendapatan UMKM.
2. QRIS (X_2) memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap pendapatan UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan QRIS saja belum cukup untuk meningkatkan pendapatan secara signifikan tanpa dukungan faktor lain.
3. Modal (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Dengan kata lain, ketersediaan modal sangat berperan dalam meningkatkan kapasitas usaha dan pendapatan UMKM.
4. Secara simultan media sosial (X_1), QRIS (X_2), dan modal (X_3) berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Hal ini menegaskan bahwa kombinasi pemanfaatan media sosial, sistem pembayaran digital, dan modal sangat penting untuk meningkatkan pendapatan UMKM, serta menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM harus dilakukan secara holistik, tidak hanya fokus pada satu variabel saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifiyah, P. D., & Purwanti, L. (2024). Pengaruh Penggunaan Marketplace Dan Qris Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 3(3), 836-851.
- Aprila, L., Suwarno, S., & Andrinaldo, A. (2025). Analisis Penggunaan Qris, Permodalan Dan Sosial Media Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kecamatan Tugumulyo. *ESCAF*, 513-516.
- Ferliansyah, F. (2024). *Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Financial Technology, Media Sosial Dan Modal Terhadap Pendapatan UMKM Kota Padang (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Kota Tangah)* (Doctoral dissertation, Universitas Dharma Andalas).
- Hutagalung, R. A., Nainggolan, P., & Panjaitan, P. D. (2021). Analisis Perbandingan Keberhasilan UMKM Sebelum Dan Saat Menggunakan Quick Response Indonesia Standard (QRIS) Di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Ekuilnomi*, 3(2), 94-103.
- Magdalena, M. (2024). Pengaruh Penggunaan E-Commerce, QRIS, Dan Pinjaman Modal Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM (Studi Kasus UMKM Sentra Kuliner Kota Surabaya). *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*. Volume 7 Nomor 5 Tahun 2024
- Prasetyo, D., & Fahimatul, U. (2020). Pengenalan Google My Business untuk Pemanfaatan Digital marketing pada Pengenalan Google My Business untuk Pemanfaatan Digital marketing J. Pengabdian Balerang, 2(1), 20–24. <https://doi.org/10.33884/jpb.v2i01.1625.CITATIONS>
- Putra, D. R., & Handayani, R. (2021). *Modal Usaha sebagai Faktor Penentu Peningkatan Pendapatan UMKM*. *Jurnal Bisnis dan Pemberdayaan Ekonomi*, 3(3), 88–96.
- Putri, A. O. (2022). Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Penigkatan Omset Penjualan



Umkm (Studi Kasus Pedagang Kuliner Umkm Dikecamatan Ujungbatu): The Influence Of Facebook Social Media On Increasing Msme Sales Turnover (Case Study Of Msme Culinary Traders Ujungbatu District). *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 568-578.

Putri, M., & Hidayat, A. (2022). Strategi Pemasaran Digital melalui Media Sosial pada UMKM. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 6(3), 112–120.

Riantika, N. K., & Ayuningsasi, A. A. K. (2024). Pengaruh Modal, Penggunaan Qris, Dan Media Sosial Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Bidang Fashion Di Kota Denpasar. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(3), 10263-10274.

Sari, Y., & Handayani, T. (2022). Pengaruh Implementasi QRIS terhadap Peningkatan Transaksi Usaha Mikro. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Digital*, 3(1), 33–42.

Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). implementasi sistem pembayaran quick response Indonesia standard bagi perkembangan UMKM di Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 287-297.

Wahyuni, S., Armiani, A., Setiawati, E., & Pirdaus, I. (2024). Pengaruh Financial Technology, Media Sosial, E-Commerce, dan Google My Business terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(4), 731-745.

