

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LABA USAHA MIKRO BERBASIS EKONOMI KREATIF BIDANG FASHION DI KOTA DENPASAR

Elliezer Umbu Mila Ringu Langu
Universitas Udayana

Anak Agung Ketut Ayuningsasi
Universitas Udayana

Korespondensi penulis: elliezerumbumila@gmail.com

Abstract

Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) play a strategic role in driving economic growth, including in the city of Denpasar. However, in practice, many micro-businesses in the fashion sector face obstacles such as limited capital, low utilisation of information technology (IT), and unstable customer numbers. The purpose of this study is to analyse the simultaneous and partial effects of capital, IT utilisation, and customer numbers on the profits of creative economy-based micro businesses in the fashion industry in Denpasar. This study uses a quantitative approach with an associative method. Data collection was conducted through a questionnaire with 100 respondents using accidental sampling. The data analysis technique used is multiple linear regression preceded by validity, reliability, and classical assumption tests. The results of the study indicate that all variables in this study simultaneously have a significant influence on micro business profit. Partially, the variables of capital, IT utilisation, and number of customers have a positive and significant influence on micro business profit.

Keywords: capital, IT utilisation, number of customers, and micro-business profit.

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, termasuk di Kota Denpasar. Namun, dalam praktiknya, banyak pelaku usaha mikro di bidang *fashion* menghadapi kendala seperti keterbatasan modal, rendahnya pemanfaatan teknologi informasi (TI), dan jumlah pelanggan yang tidak stabil. Tujuan pada penelitian ini untuk menganalisis pengaruh modal, pemanfaatan TI, dan jumlah pelanggan secara simultan dan parsial terhadap laba usaha mikro berbasis ekonomi kreatif bidang *fashion* di Kota Denpasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 100 usaha dengan teknik *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda yang didahului oleh uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan seluruh variabel dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap laba usaha mikro. Secara parsial, variabel modal, pemanfaatan TI, dan jumlah pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap laba usaha mikro.

Kata Kunci : modal, pemanfaatan ti, jumlah pelanggan, dan laba usaha mikro.

LATAR BELAKANG

Krisis ekonomi yang melanda Indonesia tahun 1998 mengakibatkan pertumbuhan ekonomi menurun. Akibatnya banyak usaha di berbagai sektor termasuk sektor industri, perdagangan serta jasa mengalami stagnan bahkan berhenti. Pasca krisis ekonomi UMKM mampu bertahan dibandingkan dengan sektor ekonomi skala besar. Dalam perspektif global, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diakui atas kontribusi penting terhadap pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Selain itu dengan laba yang diperoleh, UMKM juga dapat terus tumbuh dan berkembang, menggunakan *power* lebih besar untuk memproduksi, mampu memberikan kepuasan yang lebih besar bagi konsumennya, serta dapat memperkuat posisi dan kondisi (Oktapia dkk, 2017).

Pertumbuhan ekonomi sebagai sebuah proses peningkatan *output* dari waktu ke waktu menjadi indikator penting untuk mengukur keberhasilan pembangunan suatu negara. Pertumbuhan ekonomi dan pembangunan ekonomi menjadi suatu hal sangat sentral sekali untuk dibicarakan karena hal tersebut berhadapan langsung dengan kesejahteraan masyarakat. Peningkatan kesejahteraan secara umum akan meningkatkan kualitas kehidupan bagi semua pihak untuk mampu berkontribusi terhadap perekonomian yang dibangun. Secara empiris juga terkait dengan semakin tingginya standar hidup dan kesejahteraan manusia secara keseluruhan (Abdullah & Dede, 2019:132).

Beberapa ekonom dunia berpendapat tentang pertumbuhan ekonomi, teori klasik pada pertumbuhan ekonomi ini sudah berkembang sejak abad ke-17. Teori ini dipelopori oleh beberapa konsep pemikiran tokoh di era klasik. Terdapat dua tokoh yang sangat berpengaruh pada pemikiran teori klasik ini, yaitu Adam Smith dan David Ricardo. Adam Smith (1776) dalam bukunya *An Inquiry Into The Wealth of Nations*, Adam Smith berpendapat bahwa pertumbuhan ekonomi terjadi karena adanya pembagian kerja dan spesialisasi yang memungkinkan produktivitas meningkat. Smith menekankan bahwa *invisible hand* (tangan tak terlihat) pasar akan mengarah pada efisiensi dan distribusi sumber daya secara optimal, yang mendukung pertumbuhan ekonomi secara alami. Adam Smith menganggap bahwa pertumbuhan ekonomi dapat dicapai melalui kebijakan pasar bebas dan peningkatan efisiensi dalam produksi. Adapun pendapat dari David Ricardo (1817) memikirkan pertumbuhan ekonomi yang sangat dikenal yaitu tentang *the law of diminishing return*. Pemikiran David Ricardo ini tentang pertumbuhan penduduk yang dapat mempengaruhi penurunan produk marginal dikarenakan terbatasnya pada jumlah tanah. Menurut David Ricardo, peningkatan produktivitas pada tenaga

kerja lebih membutuhkan kemajuan teknologi dan akumulasi modal yang sangat cukup. Dengan begitu, pertumbuhan ekonomi akan tercapai (Mulyaningsih, 2019).

Pertumbuhan ekonomi yang kedua yaitu mazhab teori neoklasik. Pada teori neoklasik tentang pertumbuhan ekonomi, ada dua tokoh yang sangat dikenal yaitu Joseph Alois Schumpeter dan Robert Solow. Joseph Alois Schumpeter pada bukunya yang ditulis berjudul *The Theory of Economic Development* memberikan konsep membahas tentang peran pengusaha dalam pembangunan. Schumpeter mendefinisikan bahwa pada dasarnya proses pertumbuhan ekonomi yaitu suatu proses inovasi yang dilakukan pada para inovator dan wirausahawan. Adapun menurut Robert Solow memiliki pendapat tentang pertumbuhan ekonomi dengan melihat beberapa faktor yang merupakan sebuah rangkaian kegiatan, yaitu rangkaian kegiatan bersumber pada empat faktor utama yaitu manusia, akumulasi modal, teknologi modern, dan hasil (*output*) (Mulyaningsih, 2019).

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu faktor yang penting bagi suatu daerah. Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator keberhasilan pembangunan ekonomi. Suatu wilayah atau daerah yang mempunyai pertumbuhan ekonomi yang bagus merupakan suatu daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Suatu wilayah dikatakan memiliki pertumbuhan ekonomi yang baik jika terdapat pertambahan *output* yang dihasilkan oleh kegiatan ekonomi wilayah tersebut setiap tahunnya. Pertumbuhan ekonomi suatu wilayah memiliki hubungan yang erat dengan pembangunan ekonomi. Pembangunan ekonomi merupakan proses perubahan yang terjadi secara terus menerus pada struktur produksi serta alokasi penggunaan *input* pada berbagai sektor ekonomi. Pembangunan ekonomi yang baik dapat mendorong terjadinya pertumbuhan ekonomi, pertumbuhan ekonomi yang bagus dapat memperlancar pembangunan ekonomi, sehingga dapat dikatakan bahwa pertumbuhan ekonomi dan pembangunan ekonomi memiliki hubungan yang saling bergantung satu sama lain. Pembangunan ekonomi pada suatu wilayah merupakan suatu proses perpaduan antara pertambahan penduduk dengan kemajuan teknologi yang ada di wilayah tersebut (Rochdianingrum & Setyabudi, 2019).

Secara keseluruhan, teknologi informasi (TI) berperan penting dalam meningkatkan efisiensi, produktivitas, serta daya saing ekonomi di era digital. Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat juga turut serta memberikan pengaruh kepada usaha mikro, sehingga membuat para pelaku usaha mikro mencoba berbagai teknologi informasi yang ada (Akhmad dan Purnomo, 2021). Dengan adanya pemanfaatan teknologi informasi dapat memainkan peran yang vital di dalam proses peningkatan laba usaha mikro.

Salah satu faktor penting dalam peningkatan laba usaha mikro adalah jumlah pelanggan. Dalam pandangan tradisional, pelanggan suatu perusahaan adalah

orang yang membeli dan menggunakan produk yang diproduksi oleh perusahaan. Pelanggan tersebut merupakan orang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses menghasilkan produk (Tjiptono & Diana, 2003:25). Semakin lama pedagang menjalani usahanya, maka semakin banyak jumlah pelanggan yang dimiliki. Peningkatan jumlah pelanggan, baik yang berbelanja langsung ke toko ataupun yang berbelanja lewat media *online* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan yang diperoleh (Marantiani dan Budhi, 2017).

Pelanggan diperlukan suatu usaha untuk berkembang dan bertahan dikarenakan banyak sedikitnya jumlah pelanggan yang ada akan mempengaruhi pendapatan yang diterima oleh suatu usaha. Dalam pengembangan usaha suatu perusahaan jumlah pelanggan merupakan salah satu faktor penting dalam peningkatan pendapatan. Dalam pandangan tradisional, pelanggan suatu perusahaan adalah orang yang membeli dan menggunakan produk yang diproduksi oleh perusahaan (Putra & Mustika, 2016). Pelanggan tersebut merupakan orang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses menghasilkan produk (Tjiptono & Diana, 2003:100). Semakin lama pedagang menjalani usahanya, maka semakin banyak jumlah pelanggan yang dimiliki. Peningkatan jumlah pelanggan, baik yang berbelanja langsung ke toko ataupun yang berbelanja lewat media *online* merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan pendapatan yang diperoleh (Putra & Mustika, 2016).

Begitu pun berdasarkan laporan tahunan *First Media* yang menyatakan bahwa jumlah pelanggan akan berpengaruh positif terhadap pendapatan. Peningkatan jumlah pelanggan menjadi salah satu manfaat terbesar dari penggunaan *e-commerce*, tetapi selain meningkatkan jumlah pelanggan *e-commerce* juga dapat menaikkan omzet penjualan dari perusahaan yang memakainya (Pinatih dan Indrajaya, 2019).

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan panduan strategis bagi pelaku usaha mikro dalam menciptakan ekosistem yang kondusif untuk pertumbuhan usaha mikro berbasis ekonomi kreatif di terkhususnya pada bidang *fashion* di Kota Denpasar dan juga memainkan peran yang sangat penting dalam mendorong perkembangan sektor ekonomi kreatif dan juga peningkatan pada laba usaha mikro. Modal yang merupakan elemen penting dalam peningkatan laba usaha mikro karena menentukan kapasitas produksi, pemasaran, dan ekspansi usaha. Sebagai salah satu faktor utama, modal usaha sangat mendukung kapasitas operasional dan pengembangan usaha mikro. Usaha mikro ini, seperti yang terjadi di Kota Denpasar, juga memerlukan modal pada saat memulai dan melanjutkan usaha. Jika modal yang didapat sangat minim, tentu akan sulit untuk memikirkan pengembangan dan peningkatan produk untuk produksi.

Berikutnya penggunaan teknologi informasi (TI), dan khususnya *e-commerce* merupakan salah satu faktor kunci yang signifikan dalam meningkatkan daya saing

dan jangkauan pasar usaha mikro. Sejak globalisasi, invasi tradisional maupun pasar berbasis domestik usaha mikro di era digital ini, perkembangan teknologi informasi memberikan peluang besar bagi usaha mikro untuk memperluas jangkauan pasarnya, meningkatkan efisiensi operasional, dan pada akhirnya berkontribusi pada keberhasilan dan peningkatan laba usaha mikro. Dengan begitu jumlah pelanggan yang dimiliki oleh usaha mikro secara langsung dapat mempengaruhi tingkat keberhasilan dan keberlanjutan usaha. Semakin banyak pelanggan yang diperoleh, semakin besar potensi pendapatan yang dihasilkan oleh pelaku usaha mikro di Kota Denpasar.

Pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan usaha mikro berbasis ekonomi kreatif, terutama di kota seperti Denpasar. Usaha mikro yang berkembang dapat menciptakan lapangan kerja, mendorong inovasi, dan memperluas daya saing di pasar global, yang pada gilirannya berkontribusi pada pengurangan pengangguran dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, pertumbuhan ekonomi memungkinkan peningkatan keterampilan tenaga kerja dan mendorong perbaikan dalam infrastruktur dan akses terhadap permodalan, teknologi, serta peningkatan jumlah pelanggan bagi pelaku usaha mikro. Dengan begitu keberhasilan atau laba usaha mikro sektor ekonomi kreatif dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan daerah dan pengurangan ketimpangan sosial-ekonomi (Syafitri & Nisa, 2024; Suyanto, 2010:10).

Melalui latar belakang di atas, para pelaku usaha mikro terutama di bidang *fashion* harus memiliki berbagai siasat dan memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba usahanya. Penelitian tentang faktor-faktor yang memengaruhi laba usaha mikro berbasis ekonomi kreatif bidang *fashion* di Kota Denpasar penting dilakukan untuk memahami permodalan, pemanfaatan TI, dan jumlah pelanggan dalam mendukung daya saing usaha.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif, bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal, pemanfaatan teknologi informasi (TI), dan jumlah pelanggan terhadap laba usaha mikro bidang *fashion* di Kota Denpasar. Objek penelitian difokuskan pada pelaku usaha mikro ekonomi kreatif di bidang *fashion*, karena Denpasar merupakan pusat ekonomi, budaya, dan pariwisata di Bali yang memiliki potensi besar dalam pengembangan industri kreatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 6.769 unit usaha mikro, dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *proportional stratified random sampling* agar dapat merepresentasikan masing-masing kecamatan di Kota Denpasar secara proporsional (Sugiyono, 2019).

Data dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang diperoleh melalui observasi, wawancara terstruktur, dan kuesioner, serta data sekunder dari instansi resmi seperti BPS dan Dinas Koperasi UMKM Kota Denpasar. Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari modal (X_1), pemanfaatan TI (X_2), dan jumlah pelanggan (X_3), sedangkan variabel terikatnya adalah laba usaha mikro (Y). Definisi operasional setiap variabel dijabarkan secara rinci, misalnya pemanfaatan TI diukur melalui lima indikator seperti digital marketing dan pengelolaan keuangan, sedangkan laba usaha diukur dalam satuan rupiah per bulan berdasarkan laba bersih setelah dikurangi beban operasional (Sugiyono, 2018; Ghozali, 2018).

Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh simultan dan parsial antar variabel. Sebelum pengujian regresi, dilakukan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas guna memastikan kelayakan model. Uji hipotesis dilakukan menggunakan uji F (simultan) dan uji t (parsial), serta dilengkapi dengan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas instrumen penelitian. Pengaruh masing-masing variabel diuji berdasarkan signifikansi statistik, dengan hasil yang diinterpretasikan melalui koefisien regresi dan nilai probabilitas (Ghozali, 2018; Suyana Utama, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data Penelitian

Pada bagian ini akan dipaparkan hasil analisis data yang diperoleh dari responden untuk mendukung tujuan penelitian ini. Hasil analisis yang akan dipaparkan yaitu hasil analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, hasil uji regresi linear berganda, hasil uji asumsi klasik, hasil uji F, dan hasil uji t.

Uji Validitas Instrumen Penelitian

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Pemanfaatan TI

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	TI.1	0,655	0,1966	Valid
2	TI.2	0,625	0,1966	Valid
3	TI.3	0,620	0,1966	Valid
4	TI.4	0,635	0,1966	Valid
5	TI.5	0,639	0,1966	Valid
6	TI.6	0,669	0,1966	Valid

Sumber : data terlampir pada skripsi penulis, 2025

Berdasarkan Tabel 1, bahwa variabel pemanfaatan TI memiliki kriteria valid, hal ini dapat dijelaskan dari semua hasil r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dimana r_{hitung} nya yaitu T1 sebesar 0,655, T2 sebesar 0,625, T3 sebesar 0,620, T4 sebesar 0,635, T5 sebesar 0,639, dan T6 sebesar 0,669 lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,1966 sehingga

dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam variabel pemanfaatan TI dapat dikatakan valid dan dapat digunakan dalam pengumpulan data penelitian.

Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang menggunakan kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan reliabel yaitu ketika jawaban seseorang selalau konsisten dalam setiap pertanyaan. Lalu data yang didapat selanjutnya dianalisis dengan teknis tertentu yaitu dengan *Cronbach Alpha*. Dasar dalam pengambilan keputusan dalam uji ini yaitu jika nilai *Cronbach Alpha* berada diatas 0,70 (Bahri, 2018:117).

Berdasarkan hasil pada lampiran empat menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* dari variabel pelatihan usaha yaitu sebesar 0,712. Dari hasil ini, maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari nilai signifikansi 0,70.

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

No	Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1	Laba Usaha	100	16650000	23500000	20386300,00	1432939,802
2	Modal	100	10000000	19000000	14830000,00	2974827,047
3	Pemanfaatan TI	100	18	30	25,34	3,082
4	Pelanggan	100	15	50	35,86	10,704

Sumber : data terlampir pada skripsi penulis, 2025

Berdasarkan Tabel 2 dapat dijelaskan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 sampel. Hasil analisis statistik deskriptif dapat dijelaskan sebagai berikut.

- 1) Laba usaha pada usaha mikro bidang *fashion* di Kota Denpasar memiliki nilai minimum sebesar Rp. 16.650.000 per bulan dan nilai maksimum Rp. 23.500.000 transaksi per bulan sehingga menghasilkan rata-rata sebesar Rp. 20.386.300. Hal ini mencerminkan potensi ekonomi yang signifikan dari usaha mikro di bidang *fashion*, serta menunjukkan adanya permintaan pasar yang konsisten terhadap produk-produk *fashion* lokal di Kota Denpasar. Dengan margin laba yang relatif besar, usaha mikro di sektor ini berpotensi untuk berkembang lebih lanjut dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah (Sulistyowati & Putra, 2022)
- 2) Modal pada usaha mikro bidang *fashion* di Kota Denpasar memiliki nilai minimum sebesar Rp. 10.000.000 per bulan dan nilai maksimum Rp. 19.000.000 per bulan sehingga menghasilkan rata-rata sebesar Rp. 14.830.000. Hal ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha mikro memiliki kapasitas modal yang cukup untuk mendukung kegiatan operasional. Rentang modal tersebut mencerminkan bahwa sebagian besar usah memulai dengan dana moderat atau cukup untuk

beroperasi, namun terbatas untuk ekspansi besar (Ningsih & Purbadharmaja, 2022)

- 3) Pemanfaatan TI pada usaha mikro bidang *fashion* di Kota Denpasar memiliki nilai minimum sebesar 18 per bulan dan nilai maksimum 30 per bulan sehingga menghasilkan rata-rata sebesar 25,34. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha mikro bida *fashion* sangat aktif dalam menggunakan atau memanfaatkan TI, seperti media sosial, *e-commerce*, aplikasi digital dan komunikasi dengan via *WhatsApp* secara rutin hampir setiap hari. Tingginya frekuensi penggunaan ini mencerminkan kesadaran akan pentingnya TI dalam meningkatkan visibilitas produk, memperluas akses pasar mempercepat transaksi, serta meningkatkan efisiensi operasional (Sari, 2025)
- 4) Jumlah pelanggan pada usaha mikro bidang *fashion* di Kota Denpasar memiliki nilai minimum sebesar 15 orang per bulan dan nilai maksimum 50 orang per bulan sehingga menghasilkan rata-rata sebesar 35,86. Hal ini bahwa usaha yang diteliti rata-rata melayani sekitar 36 setiap hari perbedaan antara nilai minimum dan maksimum mengidentifikasi bahwa ada usaha yang lebih kecil dengan sekitar 15 pelanggan dan ada usaha yang lebih besar dengan 50 pelanggan, tetapi secara umum, jumlah pelanggan cukup stabil. Angka-angka tersebut mempresentasikan permintaan pasar secara konsisten, dan menjadi indikator potensial untuk pertumbuhan lebih lanjut jika didukung strategi pemasaran, pelayanan, dan inovasi produk yang tepat (Fauzi & Mandala, 2019).

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

No	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std.Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	9732051,682	714601,054		13,619	0,000
2	Modal	0,307	0,025	0,637	12,454	0,000
3	Pemanfaatan TI	175000,817	23482,310	0,376	7,452	0,000
4	Jumlah Pelanggan	46569,863	6848,062	0,348	6,800	0,000

Sumber : data terlampir pada skripsi penulis, 2025

Tabel 3 menunjukkan persamaan regresi yaitu pengaruh antara modal (X_1), pemanfaatan TI (X_2), dan jumlah pelanggan (X_3) terhadap variabel terikat yaitu (Y) laba usaha mikro bidang *fashion* di Kota Denpasar, adapun persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \mu$$

$$\begin{aligned}\hat{Y} &= 9.732.051,682 + 0,307 + 175.000,817 + 46.569,863 \\ Se &= (714.601,054) (0,025) (23.482,310) (6.848,062) \\ t &= (13,619) (12,454) (7,452) (6,800) \\ sig &= (0,000) (0,000) (0,000) (0,000) \\ F &= (100,179) \\ R^2 &= (0,758)\end{aligned}$$

Hasil Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel *independent* dan variabel *dependent* mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi data, dapat dilakukan dengan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov. Data populasi dikatakan normal apabila koefisien Asymp.Sig (2-tailed) lebih besar dari $\alpha = 0,05$.

Berdasarkan pada lampiran lima menunjukkan bahwa nilai signifikansi residual dari variabel *dependent* dan *independent* pada jumlah sampel sebesar 100 adalah 0,200. Dengan demikian, data dari penelitian ini terdistribusi secara normal karena nilai residualnya lebih besar dari signifikansi 0,05 atau $0,200 > 0,05$ sehingga model regresi dapat digunakan untuk pengujian hipotesis.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui tidak ada korelasi antar variabel *independent* dalam model regresi. Dalam regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang kuat diantara variabel bebas. Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat *Tolerance value* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Apabila nilai VIF lebih kecil dari pada 10 dan nilai *Tolerance* lebih besar daripada 0,1 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Modal (X1)	0,964	1,037	Bebas multikolinearitas
2	Pemanfaatan TI (X2)	0,989	1,012	Bebas multikolinearitas
3	Jumlah Pelanggan (X3)	0,964	1,038	Bebas multikolinearitas

Sumber : data terlampir pada skripsi penulis, 2025

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai toleransi pada variabel modal sebesar 0,964 atau nilai VIF sebesar 1,037, pemanfaatan TI sebesar 0,989

atau nilai VIF sebesar 1,012, pelanggan sebesar 0,964 atau nilai VIF sebesar 1,038. Dari ketiga variabel tersebut telah memenuhi kriteria dari pengujian multikolinearitas yaitu nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF di bawah 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas dalam model regresi dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji terjadinya ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Dalam penelitian ini menggunakan metode Glejser dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel bebas. Jika tidak ada satu pun variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (nilai absolut residual), maka tidak ada heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dengan uji Glesjer dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

No	Variabel	Signifikansi	Standar	Keterangan
1	Modal (X ₁)	0,779	> 0,05	Bebas heteroskedastisitas
2	Pemanfaatan TI (X ₂)	0,482	> 0,05	Bebas heteroskedastisitas
3	Pelanggan (X ₃)	0,873	> 0,05	Bebas heteroskedastisitas

Sumber : data terlampir pada skripsi penulis, 2025

Berdasarkan Tabel 5 dengan melakukan uji Glesjer, maka hasil dari signifikansi pengujian pada variabel modal sebesar 0,779, pemanfaatan TI sebesar 0,482, dan pelanggan sebesar 0,873. Dari ketiga variabel tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas karena signifikansi semua variabel di atas lebih besar dari nilai signifikansi yaitu 0,05.

Hasil Uji F

Uji F merupakan suatu pengujian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel *independent* secara bersamaan (simultan) terhadap variabel *dependent*. Sebelum melakukan uji F untuk mengetahui variabel *independent* secara bersama-sama terhadap variabel tergantung *dependent*, maka harus menentukan nilai F tabel yaitu dengan $\alpha = 5$ persen dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel *independent*). Hasil uji F dapat dilihat pada Output ANOVA.

Berdasarkan pada lampiran eman hasil uji statistik F menunjukkan bahwa nilai dari F_{hitung} sebesar 100,179 dengan signifikansi 0,000. Dengan ketentuan nilai F_{tabel} yaitu pada tingkat 5 persen, maka F_{tabel} dapat ditentukan dengan $F_{tabel} = F_{\alpha}(k)$,

$(n-k)$ sehingga $F_{\text{tabel}} = F_{\{3, (97)\}}$ didapatkan F_{tabel} yaitu sebesar 2,70. Dari hasil ini dapat ditunjukkan bahwa $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}} = 100,179$ sehingga H_0 ditolak. Maka dapat disimpulkan jika variabel modal, pemanfaatan TI, dan jumlah pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba usaha usaha mikro bidang *fashion* di Kota Denpasar. Besarnya determinasi (R^2) yakni 0,758 yang berarti variasi laba usaha usaha mikro bidang *fashion* di Kota Denpasar dipengaruhi secara signifikan oleh variabel modal, pemanfaatan TI, dan jumlah pelanggan sebesar 75,8 persen, sedangkan sisanya sebesar 24,2 persen dijelaskan oleh faktor yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Hasil Uji t

Uji t merupakan suatu pengujian yang bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh dari masing-masing variabel *independent* terhadap variabel *dependent* dengan anggapan variabel bebas lainnya tetap.

Berdasarkan pada lampiran enam hasil uji t, maka dapat dijelaskan pengaruh masing-masing variabel sebagai berikut:

- 1) Variabel modal memiliki nilai t_{hitung} sebesar 12,454 dan memiliki nilai t_{tabel} sebesar $t_{\{\alpha (n-k)\}} = t_{\{0,05 (96)\}} = 1,98498$. Dari kedua nilai tersebut maka jika dibandingkan nilai $t_{\text{hitung}} = 12,454 > 1,98498$ dan nilai signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba usaha mikro bidang *fashion* di Kota Denpasar. Dengan kata lain, setiap peningkatan satu rupiah modal maka laba usaha mikro bidang *fashion* di Kota Denpasar akan meningkat sebesar Rp 0,307 dengan anggapan variabel lainnya tetap.
- 2) Variabel pemanfaatan TI memiliki nilai t_{hitung} sebesar 7,452 dan memiliki nilai t_{tabel} sebesar $t_{\{\alpha (n-k)\}} = t_{\{0,05 (96)\}} = 1,98498$. Dari kedua nilai tersebut maka jika dibandingkan nilai $t_{\text{hitung}} = 7,452 > 1,98498$ dan nilai signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pemanfaatan TI berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba usaha mikro bidang *fashion* di Kota Denpasar. Dengan kata lain, setiap kenaikan satu poin pada pemanfaatan TI maka laba usaha mikro bidang *fashion* di Kota Denpasar akan meningkat sebesar Rp 175.000,817 dengan anggapan variabel lainnya tetap.
- 3) Variabel jumlah pelanggan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 6,800 dan memiliki nilai t_{tabel} sebesar $t_{\{\alpha (n-k)\}} = t_{\{0,05 (96)\}} = 1,98498$. Dari kedua nilai tersebut maka jika dibandingkan nilai $t_{\text{hitung}} = 6,800 > 1,98498$ dan nilai signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel jumlah pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba usaha mikro bidang *fashion* di Kota Denpasar. Dengan kata lain, setiap kenaikan satu jumlah pelanggan maka laba usaha mikro bidang *fashion* di Kota Denpasar akan meningkat sebesar Rp 46.569,863 dengan anggapan variabel lainnya tetap.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Modal Terhadap Laba Usaha Mikro Bidang *Fashion* di Kota Denpasar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba usaha mikro bidang *fashion* di Kota Denpasar. Hal ini dapat dilihat dengan membandingkan t_{hitung} sebesar 12.454 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,98498 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Modal usaha mencakup seluruh sumber daya finansial yang digunakan pada tahap permulaan usaha untuk memulai berbagai kegiatan operasional, seperti pengadaan bahan baku, peralatan produksi, perlengkapan penunjang, serta biaya sewa tempat dan tenaga kerja. Ketersediaan modal awal yang memadai memungkinkan pelaku usaha mikro untuk menjalankan usahanya dengan lancar dan efektif sejak awal, sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara konsisten dan menjaga kelangsungan usaha. Semakin besar modal yang dimiliki di tahap awal, semakin besar pula kapasitas pelaku usaha untuk mengoptimalkan operasional dan memaksimalkan pendapatan. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Cobb-Douglas yang menyatakan bahwa modal berpengaruh pada output produksi. Semakin tinggi modal maka output yang dapat dijual akan meningkat sehingga pada akhirnya akan meningkatkan laba usaha. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian dari Antara dan Wenagama (2023) dan Wirawan dan Indraja (2019) yang mengemukakan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba usaha mikro. Penelitian oleh Pratiwi dan Ayuningsasi (2024) juga mengemukakan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba usaha.

Pengaruh Pemanfaatan TI Terhadap Laba Usaha Mikro Bidang *Fashion* di Kota Denpasar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan TI secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba usaha mikro bidang *fashion* di Kota Denpasar. Hal ini dapat dilihat dengan membandingkan t_{hitung} sebesar 7,452 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,98498 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000.

Pemanfaatan TI merupakan salah satu faktor penting dalam mendukung perkembangan usaha mikro, termasuk dalam bidang *fashion* teknologi informasi mencakup penggunaan perangkat digital seperti komputer, *smartphone*, aplikasi keuangan, serta jaringan internet yang digunakan untuk mempercepat dan mempermudah proses bisnis. Dalam konteks usaha mikro bidang *fashion* di Kota Denpasar, pemanfaatan TI terlihat melalui kegiatan pemasaran digital menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, maupun Tik Tok, yang mampu meningkatkan visibilitas produk *fashion* lokal seperti pakaian adat Bali, batik, maupun kain tenun endek. Selain itu banyak pelaku usaha yang memanfaatkan *platform e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia untuk memperluas jangkauan penjualan keluar daerah, bahkan nasional.

Namun, dalam kenyataannya banyak pelaku usaha mikro yang belum menggunakan ataupun memaksimalkan teknologi informasi untuk mengolah usahanya, itu dikarenakan minimnya pengetahuan dari pelaku usaha mikro terhadap teknologi informasi dan juga dikarenakan beberapa pelaku usaha mikro ini yang sudah nyaman terhadap pengolahan usaha dengan cara manual. Namun cara manual dianggap tidak efektif untuk digunakan dikarenakan akan dapat menghambat pekerjaan yang lainnya, tetapi dengan TI pekerjaan akan menjadi lebih efektif dan juga laba usaha yang didapat juga akan meningkat. TI juga digunakan dalam keseharian seperti pencatatan transaksi dan juga membantu pelaku usaha dalam pencatatan laporan keuangan agar lebih akurat dan cepat, dengan adanya TI, pelaku usaha mikro dapat meningkatkan efisiensi operasional, menjangkau pasar lebih luas, serta meningkatkan daya saing dan laba usaha secara keseluruhan. Oleh karena itu, pemanfaatan TI menjadi faktor penting dalam peningkatan laba usaha bagi pelaku usaha mikro sehingga mampu berkontribusi lebih optimal terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Antara dan Diatmika (2022) dan Alfulailah dan Soehari (2020) juga mengemukakan bahwa pemanfaatan TI berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba usaha.

Pengaruh Jumlah Pelanggan Terhadap Laba Usaha Mikro Bidang *Fashion* di Kota Denpasar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba usaha mikro bidang *fashion* di Kota Denpasar. Hal ini dapat dilihat dengan membandingkan t_{hitung} sebesar 6,800 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,98498 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Pelanggan merupakan salah satu faktor kunci yang sangat berpengaruh terhadap laba usaha, khususnya dalam sektor usaha mikro bidang *fashion*. Semakin banyak jumlah pelanggan yang dimiliki oleh suatu usaha, maka semakin besar pula potensi penjualan yang dicapai, yang pada akhirnya berdampak langsung terhadap peningkatan laba usaha. Dalam konteks usaha mikro di Kota Denpasar, jumlah pelanggan yang loyal dan aktif berbelanja terutama pada produk lokal seperti batik, pakaian adat, dan tenun endek, menjadi indikator penting dalam menjaga keberlanjutan usaha. Selain dari segi kuantitas, kualitas hubungan dengan pelanggan seperti kepuasan terhadap produk, pelayanan, serta kepercayaan terhadap merek juga berkontribusi dalam mendorong pembelian ulang dan promosi dari mulut ke mulut. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu membangun strategi pemasaran yang efektif, menjaga kualitas produk, serta memberikan pelayanan terbaik agar mampu mempertahankan dan mempertambah jumlah pelanggan. Dengan meningkatnya jumlah pelanggan, maka pendapatan usaha pun turut meningkat dan berdampak positif terhadap pertumbuhan laba usaha secara keseluruhan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yulianingsih

(2021) dan Pinatih & Indrajaya (2023) juga mengemukakan bahwa jumlah pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

- 1) Modal, pemanfaatan TI, dan jumlah pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba usaha mikro bidang *fashion* di Kota Denpasar.
- 2) Modal, pemanfaatan TI, dan jumlah pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba usaha mikro bidang *fashion* di Kota Denpasar.

DAFTAR REFERENSI

- Abbas, D. (2018). Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UKM Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, Vol. 5, No, 95–111.
- Arifin, Z. (2025). Kontribusi Subsektor Fesyen, Kuliner, dan Kriya terhadap Peningkatan Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Nasional. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 3(01), hal. 45–54. <https://doi.org/10.58812/jekws.v3i01.1921>
- Kariyani, N. N. Y., & Meitriana, M. A. (2022). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Modal dan Teknologi Terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Sawan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(1), hal. 2-4. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v14i1.36385>
- Syahfara, A. D., & Yuniarinto, A. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Fesyen Berkelanjutan Di Indonesia. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 2(4), 1128–1130. <https://doi.org/10.21776/jki.2023.02.4.16>
- Putra, I. G. A. D., & Lestari, N. P. Y. (2020). Pengaruh Modal Usaha dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 115-117.
- Dega, A. (2025). Apa itu UMKM? Mengenal Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Beserta Contohnya. https://aryadega.com/apa-itu-umkm-mengenal-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-beserta-contohnya/?utm_source=.com
- Sulistyowati, E. & Putra, I. M. A. (2022). Analisis Laba Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Sektor Industri Kreatif Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(02), hal. 105-107.
- Ningsih, N. P. R. D. & Purbadharmaja, I. B. P. (2022). Pengaruh Modal Dan Lama Usaha Terhadap Produktivitas Serta Pendapatan Usaha Mikro Bidang Fashion Di Kota Denpasar. *E-Jurnal EP Unud*, 13(10), hal. 743-745
- Sari, K. (2025). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Pengembangan UMKM Fashion di Era Digital. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 11(03), hal. 1608
- Fauzi, M. R. & Mandala, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, 8(11), hal. 6749-6751

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.S. (2023). Disparity of Income Distribution Between Regencies/Cities in Bali Province of Indonesia. *International Journal of Professional Business Review: Int. J. Prof. Bus. Rev.*, 8(7), 16.