



Pengaruh Kapasitas Industri, Aktivitas Pelaku UMKM Tenun, Diversifikasi Produk Dan Promosi Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Tenun Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa

Sisi Heriani¹, Edi Irawan²

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Ekonomi Pembangunan
Universitas Teknologi Sumbawa^{1,2}

*Email sisiheriani12@gmail.com; edi.irawan@uts.ac.id

Diterima: 25-12-2025 | Disetujui: 05-01-2026 | Diterbitkan: 07-01-2026

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine how industrial capacity, weaving MSME actors' activities, product diversification, and promotion affect weaved fabric MSME actors in Samri Hamlet, Poto Village, Moyo Hilir District, Sumbawa Regency. Weaving MSMEs are one of the leading sectors in the research area with 115 business actors spread across Samri Hamlet, but this cultural potential has not been able to be optimally converted into sustainable economic benefits. This study uses a quantitative descriptive method with a survey approach through the distribution of questionnaires to 54 respondents determined using the Slovin formula. The data were analyzed using multiple linear regression analysis with SPSS software, after first testing the validity and reliability of the instrument as well as classical assumption tests which included normality, multicollinearity, heteroskedasticity, and autocorrelation tests. The results showed that partially, industrial capacity (X1) did not have a significant effect on revenue (significance value $0.737 > 0.05$), the activities of weaving MSME actors (X2) did not have a significant effect on revenue (significance value $0.929 > 0.05$), product diversification (X3) did not have a significant effect on revenue (significance value $0.671 > 0.05$), and promotion (X4) did not have a significant effect on revenue (significance value $0.206 > 0.05$). Simultaneously, the results of the F test showed that the four independent variables had no significant effect on income (F calculated $0.481 < F$ table 2.561 with a significance of $0.750 > 0.05$). The value of the determination coefficient (R^2) of 0.038 or 3.8% indicates that independent variables are only able to explain 3.8% of income variations, while 96.2% are influenced by other factors such as access to training and mentoring, business networks, local wisdom, motivation of business actors, and demand and seasonality. This study concludes that weaving MSME actors in Samri Hamlet still rely on stable traditional production patterns with capacity building, activities, diversification, and promotion that are not optimal. The researcher is then advised to review the factors that determine the income of weaving MSMEs by considering the addition of more relevant variables according to the specific conditions of traditional weaving MSMEs in Samri Hamlet, Poto Village.

Keywords: Income, MSMEs, Woven Fabrics

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh kapasitas industri, aktivitas pelaku UMKM tenun, diversifikasi produk, dan promosi terhadap pendapatan pelaku UMKM kain tenun di Dusun Samri, Desa Poto, Kecamatan Moyo Hilir, Kabupaten Sumbawa. UMKM tenun merupakan salah satu sektor unggulan di wilayah penelitian dengan 115 pelaku usaha yang tersebar di Dusun Samri, namun potensi budaya ini belum mampu dikonversi secara optimal menjadi keuntungan ekonomi yang berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survei. Kuisioner dibagikan kepada 54 responden yang dipilih, dan data dianalisis menggunakan rumus Slovin. menggunakan program SPSS untuk melakukan analisis regresi linear berganda. Sebelumnya, instrumen diuji untuk validitas dan ketepatan serta untuk asumsi klasik, termasuk normalitas, heterokedastisitas, multikolinearitas, dan autokorelasi. Hasil studi menunjukkan bahwa secara parsial, kapasitas industri (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan (nilai signifikansi $0,737 > 0,05$), aktivitas pelaku UMKM tenun (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan (nilai signifikansi $0,929 > 0,05$), diversifikasi produk (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan (nilai signifikansi $0,671 > 0,05$), dan promosi (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan (nilai signifikansi $0,206 > 0,05$). Secara simultan, hasil uji F menunjukkan bahwa keempat variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan (F hitung $0,481 < F$ tabel $2,561$ dengan signifikansi $0,750 > 0,05$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,038$ atau $3,8\%$ menunjukkan bahwa variabel independen hanya mampu menjelaskan $3,8\%$ variasi pendapatan, sementara $96,2\%$ dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti akses terhadap pelatihan dan pendampingan, jaringan usaha, kearifan lokal, motivasi pelaku usaha, serta permintaan dan musiman. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelaku UMKM tenun di Dusun Samri masih mengandalkan pola produksi tradisional yang stabil dengan peningkatan kapasitas, aktivitas, diversifikasi, dan promosi yang belum optimal. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengkaji ulang faktor-faktor penentu pendapatan UMKM tenun dengan mempertimbangkan penambahan variabel yang lebih relevan sesuai kondisi spesifik UMKM tenun tradisional di Dusun Samri Desa Poto.

Kata Kunci : Pendapatan, UMKM , Kain Tenun

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Heriani, S., & Irawan, E. (2026). Pengaruh Kapasitas Industri, Aktivitas Pelaku UMKM Tenun, Diversifikasi Produk Dan Promosi Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Tenun Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. *Indonesia Economic Journal*, 2(1), 34-53. <https://doi.org/10.63822/rnkvn029>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat krusial sebagai pilar utama dalam menjaga stabilitas serta mendorong pertumbuhan ekonomi nasional di Indonesia. Berdasarkan data dari Kamar Dagang dan Industri (KADIN), pada tahun 2023 tercatat terdapat sekitar 66 juta unit UMKM di Indonesia. Sektor ini menyumbang sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, atau setara dengan Rp9.580 triliun, dan mampu menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja di Indonesia (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023; Badan Pusat Statistik [BPS], 2023). UMKM tidak hanya berperan sebagai pencipta lapangan kerja, tetapi juga menjadi fondasi utama perekonomian, baik di negara maju maupun negara berkembang seperti Indonesia. Selain itu, UMKM berkontribusi besar dalam proses pemulihan ekonomi pascakrisis moneter, menyediakan alternatif pekerjaan, serta meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat. Selain itu, UMKM turut berkontribusi terhadap pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, dan stabilitas perekonomian nasional. (Aftitah et al., 2025). Hal tersebut menunjukkan bahwa (UMKM) adalah salah satu sektor yang membentuk dasar ekonomi di Indonesia yang menyebabkan bertumbuhnya perekonomian negara. UMKM tidak hanya memberikan dampak dan kontribusi terhadap perekonomian saja, namun juga memberikan dampak sosial yang signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan taraf hidup masyarakat.

Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu contoh wilayah yang memperlihatkan dominasi UMKM dalam struktur perekonomiannya. Dinamika UMKM di NTB bahkan menjadi faktor penentu dalam distribusi pendapatan, penciptaan lapangan kerja, serta pelestarian budaya lokal yang khas. UMKM di NTB di berbagai sektor, seperti pertanian, perdagangan, industri olahan pangan, hingga kerajinan tradisioanl. Hal ini menegaskan bahwa keberadaan UMKM tidak hanya sebatas penopang kegiatan ekonomi, melainkan juga sebagai penggerak utama perekonomian NTB. Salah satu subsektor unggulan adalah kerajinan tenun tradisional, yang memiliki nilai selain keuntungan finansial budaya tinggi.

Kain tenun di Nusa Tenggara Barat kini semakin kokoh posisinya sebagai warisan budaya sekaligus aset ekonomi. Tidak sekadar diwariskan dari generasi ke generasi, kain tenun NTB juga mengalami perkembangan pesat, baik sebagai simbol budaya maupun sebagai komoditas ekonomi. Perkembangan tersebut terlihat dari adanya peningkatan inovasi, kapasitas produksi, serta perluasan akses ke pasar yang semakin signifikan. Contohnya, UMKM tenun *Lestary Tenun Lombok* berhasil menghasilkan ratusan juta rupiah setiap bulan dengan produk fesyen tenun khas NTB, dengan rentang harga dari Rp300 ribu sampai Rp12 juta tergantung bahan dan motif yang digunakan, menunjukkan bahwa produk tenun tidak lagi sebatas komoditas lokal biasa tetapi mulai menjadi produk premium dengan segmentasi pasar yang lebih luas (Nasir, 2023). Selain itu, muncul pula inovasi dalam pemanfaatan bahan baku alternatif; sejak tahun 2022, kelompok perempuan pelaku UMKM di Desa Sukarara, Lombok Tengah, telah menggunakan limbah plastik kresek sebagai bahan dasar pembuatan tenun. Mereka berhasil menciptakan berbagai produk, seperti dompet, taplak meja, dan sarung bantal, yang dipasarkan dengan harga berkisar antara Rp150 ribu hingga Rp175 ribu per item. Upaya ini menunjukkan kreativitas dalam penggunaan material serta diversifikasi produk yang berpotensi meningkatkan pendapatan (Awaludin, 2023). Di sisi kebijakan dan dukungan pemerintah daerah, Dekranasda NTB mendorong digitalisasi pemasaran produk tenun UMKM melalui platform online dan NTBMall, serta mendata produk lokal untuk meningkatkan visibilitas dan akses pasar luar desa, memperlihatkan bahwa promosi dan kanal pemasaran digital mulai dianggap sebagai bagian integral dari strategi pengembangan UMKM tenun (NTB, 2021).

Pengalaman di NTB memperlihatkan bahwa keberhasilan suatu program di Lombok atau wilayah perkotaan tidak bisa langsung diterapkan di Sumbawa tanpa penyesuaian, mengingat perbedaan geografis, budaya, serta karakteristik pasar di daerah tersebut. Salah satu studi mengenai Strategi Pengembangan Produk Ekonomi Kreatif berbasis Kain Tenun Kere' Alang untuk mendukung promosi pariwisata di Desa Poto mengungkapkan bahwa Kere' Alang memiliki nilai budaya dan filosofi lokal yang mendalam, namun pemanfaatannya dalam menarik minat wisatawan masih belum maksimal (Amar et al., 2022). Hasil penelitian mengenai strategi pemasaran kain tenun di rumah produksi yang berlokasi di Kelurahan Pringgasele Selatan, Kabupaten Lombok Timur, mengungkapkan bahwa para pengrajin di wilayah Pringgasele menghadapi berbagai tantangan dalam memasarkan produk mereka. Namun, dengan memanfaatkan analisis SWOT serta menerapkan pemasaran digital, para pengrajin tersebut berhasil meningkatkan jangkauan dan visibilitas produk tenun baik di tingkat lokal maupun regional (Muttalib & Sibawi, 2020). Barang-barang tersebut tidak sekadar diperdagangkan sebagai komoditas, melainkan juga mencerminkan nilai-nilai budaya yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Keberadaan UMKM tenun di NTB menjadi sangat strategis, karena mampu menghubungkan dua kepentingan sekaligus, yakni pelestarian budaya lokal dan peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat melalui aktivitas produksi dan pemasaran.

Wilayah Kabupaten Sumbawa di Nusa Tenggara Barat memiliki warisan kain tenun tradisional yang telah berkembang selama berabad-abad dan terus diwariskan dari generasi ke generasi. Produk tekstil tradisional ini dikenal dengan nama Kre Sesekek. Dengan mengandalkan teknologi tenun khas Sumbawa berupa alat tenun gedog/gedogan, pengrajin lokal menghasilkan Kre Sesekek dalam dua variasi utama: Kre Alang (yang mirip dengan kain songket tenun) dan Kre Abat (yang menyerupai kain ikat tradisional). Kedua jenis kain ini memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat Sumbawa, baik sebagai pakaian untuk kebutuhan sehari-hari maupun untuk menghiasi momen-momen istimewa seperti upacara perkawinan, acara sunat, festival keagamaan, dan perayaan lainnya. Di masa lalu, kegiatan menenun merupakan pekerjaan sampingan bagi kaum perempuan Sumbawa yang mereka lakukan untuk memanfaatkan waktu senggang di antara tugas-tugas pokok mereka sebagai penggarap lahan. Aktivitas menenun biasanya dilaksanakan ketika periode pertanian berakhir, baik setelah selesai masa tanam maupun usai panen padi. Lokasi kerja mereka adalah loteng atau area bawah rumah bertingkat tradisional Sumbawa (rumah panggung). Praktik menenun di loteng ataupun bawah rumah panggung masih tetap bisa dijumpai hingga hari ini di beberapa pemukiman di Kabupaten Sumbawa. Namun, seiring dengan dinamika transformasi sosial dan budaya yang terus berkembang, keahlian menenun kini telah berevolusi menjadi profesi utama dan kerap dikerjakan secara kolaboratif dalam satu fasilitas bersama. Hal ini dapat diamati pada komunitas penenun yang berada di Desa Moyo Mekar Kecamatan Moyo Hilir. (Abdurrozaq & Deni, 2022).

Selain kain tenun yang berasal dari Desa Moyo Mekar di Kecamatan Moyo Hilir, Kabupaten Sumbawa juga memiliki kekayaan budaya lain yang menonjol, yaitu kerajinan tradisional kain tenun. Salah satu sentra kerajinan ini terletak di Dusun Samri, Desa Poto, Kecamatan Moyo Hilir. Desa Poto sendiri merupakan salah satu dari sepuluh desa yang ada di Kecamatan Moyo Hilir, yang merupakan satu dari 24 kecamatan di Kabupaten Sumbawa. Kecamatan ini terdiri atas 45 dusun. Desa Poto dikenal memiliki potensi sumber daya alam di bidang pertanian, perikanan, serta kerajinan tangan. Selain itu, sektor UMKM juga menjadi salah satu pilar utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat.

Dusun Samri merupakan daerah yang mempunyai potensi budaya yang tergolong kuat, salah satu yang menjadi ciri khas dari Dusun Samri yaitu tenun. Di Dusun Samri, kegiatan menenun telah menjadi tradisi yang diwariskan turun-temurun dan memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Tenun tidak sekadar menjadi aktivitas domestik, melainkan juga berfungsi sebagai penanda identitas budaya komunitas setempat. Meskipun tenun memiliki potensi ekonomi yang cukup besar di Dusun Samri, masih terdapat permasalahan mendasar terkait kontribusinya terhadap peningkatan pendapatan pengrajin. Potensi budaya ini seringkali belum mampu dikonversi secara optimal menjadi keuntungan ekonomi yang berkelanjutan.

Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan kajian pada empat faktor kunci yang berpengaruh terhadap pendapatan pelaku UMKM tenun, yaitu Kapasitas Industri, aktivitas pelaku UMKM tenun, diversifikasi produk, dan promosi. Faktor utama yang memengaruhi adalah kapasitas industri, sebab kemampuan para pelaku UMKM dalam mengatur proses produksi, mengasah keterampilan, serta mengaplikasikan pengetahuan bisnis terbukti sangat berkontribusi terhadap peningkatan kinerja dan pendapatan pelaku UMKM. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Antara et al., 2017) membahas bahwa peningkatan kapasitas pelaku usaha, baik melalui pelatihan, pengalaman, maupun penguatan kompetensi teknis dan manajerial, mampu mendorong peningkatan produktivitas dan pendapatan pelaku UMKM Tenun. Aktivitas Pelaku UMKM tenun juga berpengaruh signifikan terhadap pendapatan karena kapasitas produksi, kualitas manajemen, serta keterlibatan dalam pelatihan menjadi penentu daya saing, hal ini dibuktikan oleh Masniadi et al. (2019) yang menunjukkan bahwa keterbatasan produksi manual menyebabkan rendahnya rata-rata pendapatan pengrajin Kre Alang. Penelitian yang dilakukan oleh Deni (2023) menegaskan pentingnya diversifikasi produk dengan mendesain turunan berbasis tenun tradisional, seperti tas, dompet, topi, dan ikat pinggang, agar lebih menarik bagi konsumen dan sesuai selera masyarakat masa kini. Hal ini menunjukkan bahwa konsep diversifikasi produk berbasis tenun telah mulai berkembang di Sumbawa, meskipun masih terbatas pada aspek desain aksesoris, sehingga membuka peluang bagi penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh diversifikasi produk terhadap peningkatan pendapatan UMKM tenun. Selanjutnya, promosi juga terbukti berperan terhadap pendapatan UMKM, di mana keterbatasan promosi tradisional menghambat pertumbuhan usaha tenun Kre Alang (Hermanto et al., 2022). Sementara penerapan promosi dengan digital marketing terbukti meningkatkan penjualan dan pendapatan UMKM secara signifikan (Mariani Sarah Colson et al., 2024). Karena belum ada studi empiris terbaru yang menguji pengaruh simultan kapasitas industri, aktivitas pelaku UMKM, diversifikasi produk, dan promosi digital terhadap pendapatan pengrajin tenun di Dusun Samri Desa Poto, dengan menggunakan survei kuantitatif dan analisis regresi berganda, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut. Hasil diharapkan memberikan rekomendasi kebijakan operasional bagi pemerintah desa, Dekranasda, dan kelompok pengrajin. Dengan demikian, pelaksanaan penelitian ini menjadi signifikan, baik secara parsial guna menganalisis dampak masing-masing variabel secara terpisah, maupun secara simultan untuk mendapatkan pemahaman menyeluruh mengenai kontribusi keempat variabel tersebut terhadap pendapatan UMKM tenun yang berada di Dusun Samri, Desa Poto, Kecamatan Moyo Hilir, Kabupaten Sumbawa.

METODE PENELITIAN

Rancangan dan Desain Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif deskriptif guna menguraikan kapasitas industri, aktivitas para pelaku UMKM tenun, variasi produk, serta upaya promosi, dan bagaimana faktor-faktor tersebut berkaitan dengan pendapatan pelaku UMKM tenun di Dusun Samri, Desa Poto, Kecamatan Moyo Hilir, Kabupaten Sumbawa.

Sumber dan Jenis Data

1. Data Primer

Pengumpulan data primer dilakukan secara langsung dari responden melalui metode wawancara serta penyebaran kuesioner. Data yang diperoleh, termasuk data primer, kemudian diolah kembali untuk keperluan penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui survei menggunakan kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada para pelaku UMKM Kain Tenun.

2. Data Sekunder

Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan adalah data mengenai jumlah pelaku UMKM tenun yang telah didapatkan dari lembaga resmi, yaitu kantor Desa Poto.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini merujuk pada seluruh subjek atau kumpulan data yang memiliki karakteristik serupa, yaitu para pelaku UMKM tenun yang berlokasi di Desa Poto, khususnya di Dusun Samri. Dusun Samri sendiri memiliki jumlah pelaku usaha tenun terbanyak, yakni mencapai 115 orang. Fakta ini menegaskan bahwa Dusun Samri menjadi pusat utama aktivitas usaha tenun di

Peneliti menggunakan metode Slovin, atau rumus untuk menghitung jumlah sampel. Menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan metode menghitung dengan menggunakan rumus. Jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 0,1 (10%) :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dengan $N = 115$ dan $e = 0,1$:

Berikut keterangan masing-masing unsur dalam rumus Slovin:

n = jumlah sampel yang harus diambil (hasil yang dicari).

N = jumlah populasi (total individu atau elemen yang diteliti).

e = tingkat kesalahan pengambilan sampel (margin of error), biasanya dinyatakan dalam persen (%).

$(1 + N(e)^2)$ = penyebut untuk menyesuaikan ukuran populasi dengan margin kesalahan, agar ukuran sampel tidak terlalu kecil maupun terlalu besar.

$$n = \frac{115}{1 + 115(0,1)^2} = \frac{115}{2,15} = 53,5$$

Hasil perhitungan dibulatkan menjadi 54 responden.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan alat analisis data regresi linear berganda. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan persamaan berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + e$$

Keterangan :

- Y = Pendapatan Pelaku UMKM Tenun
- α = nilai konstanta
- $\beta_1 - \beta_4$ = koefisien regresi
- X1 = Kapasitas Industri
- X2 = Aktivitas Pelaku UMKM Tenun
- X3 = Diversifikasi Produk
- X4 = Promosi
- e = kesalahan residual (error)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian regresi linear berganda bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana suatu variabel independen dapat memengaruhi variabel dependen. Di bawah ini disajikan hasil analisis dari regresi linear berganda yang telah dilakukan:

Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2.213	.300		7.368	.000
X1	.034	.100	.052	.338	.737
X2	-,011	.118	-.014	-.089	.929
X3	.031	.072	.061	.428	.671
X4	-.164	.128	-.204	-1.281	.206

a. Dependent Variable : Pendapatan Pelaku UMKM Tenun

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2025)

Persamaan regresi berikut ditemukan berdasarkan tabel 9:

$$Y = 2.213 + 0.034 X_1 - 0.011 X_2 + 0.031 X_3 - 0.164 X_4 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat diindikasikan bahwa :

Pengaruh Kapasitas Industri, Aktivitas Pelaku UMKM Tenun, Diversifikasi Produk Dan Promosi Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Tenun Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa
(Heriani, et al.)

- Nilai konstanta sebesar 2.213 menunjukkan bahwa ketika nilai menunjukkan nilai variabel independent yaitu Kapasitas Industri (X1), Aktivitas Pelaku UMKM Tenun (X2), Diversifikasi Produk (X3) dan Promosi (X4) digabungkan maka diperkirakan bahwa tidak ada perubahan maka pendapatan (Y) akan bertambah sebesar 2.213.
- Hasil perhitungan koefisien regresi untuk variabel Kapasitas Industri (X1) memperoleh nilai sebesar 0,034. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada Kapasitas Industri (X1) akan menyebabkan peningkatan pendapatan (Y) sebesar 0,034, dengan catatan variabel-variabel lainnya berada dalam kondisi tetap atau tidak berubah.
- Koefisien regresi untuk variabel Aktivitas Pelaku UMKM Tenun (X2) memiliki nilai sebesar -0,011. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap penurunan satu satuan pada variabel Aktivitas Pelaku UMKM Tenun (X2) akan menyebabkan Pendapatan (Y) berkurang sebesar 0,011, dengan catatan variabel-variabel lainnya berada dalam kondisi tetap atau tidak berubah.
- Koefisien regresi untuk variabel diversifikasi produk (X3) tercatat sebesar 0,031. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel diversifikasi produk (X3) akan menyebabkan pendapatan (Y) bertambah sebesar 0,031, dengan catatan variabel-variabel lainnya berada dalam kondisi tetap atau tidak berubah.
- Koefisien regresi pada variabel promosi (X4) tercatat sebesar -0,164. Artinya, jika variabel promosi (X4) berkurang satu satuan, maka pendapatan (Y) juga akan turun sebesar 0,164, dengan catatan bahwa variabel-variabel lainnya berada dalam kondisi konstan atau tidak berubah.

Uji T Hipotesis

Uji t digunakan untuk menilai apakah masing-masing variabel independen (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dalam proses pengambilan keputusan statistik, terdapat beberapa kriteria yang digunakan, yaitu:

- Jika nilai signifikansi $>$ dari 0,05 dan nilai t-hitung $<$ t-tabel, maka H_0 diterima sedangkan H_a ditolak.
- Sebaliknya, jika nilai signifikansi $<$ 0,05 dan nilai t-hitung $>$ t-tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 1 Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2.213	.300		7.368	.000
X1	.034	.100	.052	.338	.737
X2	-.011	.118	-.014	-.089	.929
X3	.031	.072	.061	0.428	.671
X4	-.164	.128	-.204	-1.281	.206

a. Dependen Variabel : Pendapatan Pelaku UMKM Tenun

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan hasil pengujian statistik t pada tabel diatas, pengujian yang dilakukan antara setiap variabel independent dengan variabel dependen dapat diketahui bahwa :

- Berdasarkan hasil uji t pada variabel Kapasitas Industri (X1) terhadap pendapatan (Y) diperoleh nilai $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ sebesar $0.338 < 1.676$ serta nilai signifikansi variabel kapasitas industri (X1) lebih besar dari 0,05 ($0.737 > 0.05$) sehingga, H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kpasitas Industri (X1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan (Y).
- Berdasarkan hasil uji t pada variabel aktivitas pelaku UMKM tenun (X2) terhadap pendapatan (Y), diperoleh bahwa nilai $t\text{-hitung}$ lebih kecil daripada $t\text{-tabel}$ ($-0,089 < 1,676$). Selain itu, nilai signifikansi untuk variabel aktivitas pelaku UMKM tenun (X2) tercatat lebih besar dari 0,05 ($0,929 > 0,05$). Dengan demikian, H_0 diterima dan H_2 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas pelaku UMKM tenun (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan (Y).
- Berdasarkan hasil uji t pada variabel diversifikasi produk (X3) terhadap pendapatan (Y), diperoleh bahwa nilai $t\text{-hitung}$ sebesar 0,428 lebih kecil dibandingkan $t\text{-tabel}$ sebesar 1,676 ($0,428 < 1,676$). Selain itu, nilai signifikansi untuk variabel diversifikasi produk (X3) tercatat sebesar 0,671, yang melebihi batas signifikansi 0,05 ($0,671 > 0,05$). Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_3) ditolak. Dengan kata lain, diversifikasi produk (X3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan (Y).
- Hasil uji t pada variabel promosi (X4) terhadap pendapatan (Y) menunjukkan bahwa nilai $t\text{-hitung}$ lebih kecil daripada $t\text{-tabel}$ ($-1,281 < 1,676$). Selain itu, nilai signifikansi untuk variabel promosi (X4) tercatat lebih besar dari 0,05 ($0,206 > 0,05$). Berdasarkan hasil tersebut, H_0 diterima dan H_4 ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa promosi (X4) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan (Y).

Uji F (Simultan)

Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan dianalisis menggunakan uji F melalui metode Analysis of Variance (ANOVA). Apabila nilai signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara simultan memiliki dampak terhadap variabel dependen, demikian pula sebaliknya. Hasil dari pengujian F (simultan) tersebut dapat dilihat pada tabel yang disajikan di bawah ini:

Tabel 2 Hasil Uji F (Simultan)
Anova

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0.249	4	.062	0.481	.750 ^b
	Residual	6.343	49	.129		
	Total	6.591	53			

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan hasil pengujian F yang tercantum pada tabel di atas, diperoleh nilai Fhitung sebesar 0,481 dengan signifikansi 0,750. Karena nilai Fhitung tersebut lebih rendah daripada Ftabel ($0,481 < 2,561$), maka H_0 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kapasitas industri (X1), aktivitas UMKM tenun (X2), diversifikasi produk (X3), serta promosi (X4) secara simultan tidak berpengaruh terhadap pendapatan (Y).

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) berfungsi untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel independen dalam menerangkan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Apabila nilai R² mendekati 0, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen hanya mampu menjelaskan variabel dependen dalam tingkat yang sangat rendah atau terbatas. Sebaliknya, jika nilai R² mendekati 1, maka variabel independen dinilai sangat efektif dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil analisis koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.194 ^a	.038	-.041	.35978

- Predictors : (Constant), X4, X3, X1, X2
- Dependen Variabel : Total Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi yang ditampilkan pada tabel di atas, diperoleh nilai R Square sebesar 0,038 atau setara dengan 3,8%. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel independen hanya mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 3,8%, sedangkan sisanya, yaitu 96,2% ($100\% - 3,8\%$), dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang digunakan dalam model penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Kapasitas Industri terhadap pendapatan pelaku UMKM tenun Dusun Samri, Desa Poto.

Berdasarkan hasil uji , diperoleh bahwa kapasitas industri tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM Tenun di Dusun Samri, Desa Poto. Nilai Thitung yang lebih kecil dari Ttabel ($0,338 < 1,676$) serta nilai signifikansi variabel kapasitas industri (X1) yang lebih besar dari 0,05 ($0,737 > 0,05$) menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kapasitas industri tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM Tenun di wilayah tersebut.

Berdasarkan hasil kuisioner yang terkumpul, ditemukan bahwa sebagian besar responden masih jarang melakukan aktivitas peningkatan kapasitas usaha dalam satu tahun terakhir. Mayoritas pelaku UMKM Tenun cenderung tidak melakukan penambahan modal kerja secara intensif, karena mereka mempertahankan pola produksi yang relatif tetap sesuai kemampuan, kebutuhan bahan baku, dan tingkat permintaan yang stabil. Pola yang serupa tampak pada aspek investasi atau perbaikan alat produksi, di mana

pembaruan peralatan belum menjadi fokus utama. Sebagian besar pelaku usaha lebih memilih memanfaatkan alat yang sudah tersedia, sehingga proses produksi berjalan dengan fasilitas yang ada tanpa adanya peningkatan kapasitas secara signifikan.

Dari sisi pengembangan keterampilan, frekuensi partisipasi dalam pelatihan teknis maupun pendampingan manajerial juga masih rendah. Pelaku UMKM lebih sering mengandalkan pengalaman kerja yang sudah dimiliki, sementara kebutuhan untuk mengikuti pelatihan tambahan dianggap belum mendesak atau tidak memberikan dampak langsung terhadap pendapatan dalam jangka pendek. Rendahnya intensitas peningkatan kapasitas pada berbagai aspek ini mengindikasikan bahwa pelaku UMKM Tenun lebih berorientasi pada keberlanjutan produksi sehari-hari daripada pengembangan usaha melalui peningkatan modal, peralatan, atau pembinaan teknis.

Kondisi tersebut menggambarkan alasan mengapa kapasitas industri tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM dalam penelitian ini. Hal ini terjadi karena berbagai aspek peningkatan kapasitas belum menunjukkan perkembangan yang substansial dan masih belum menjadi fokus utama dalam kegiatan usaha mereka. Hasil penelitian Fuadilla & Warsitasari (2022), menunjukkan bahwa modal usaha sebagai salah satu indikator utama kapasitas industri berpengaruh negatif terhadap pendapatan pelaku UMKM. Demikian pula, penelitian Rachmawati, (2018) menemukan bahwa pelatihan tidak berpengaruh signifikan terhadap produktivitas UMKM batik tulis di Surabaya, dengan nilai signifikansi uji t sebesar 0,331 ($>0,05$), sehingga hipotesis pengaruh pelatihan ditolak, penelitian tersebut menunjukkan bahwa meskipun program pelatihan telah dilaksanakan oleh pemerintah, tidak semua pelaku UMKM menerapkan keterampilan hasil pelatihan dalam kegiatan produktif sehari-hari. Akibatnya, pelatihan belum mampu meningkatkan produktivitas maupun pendapatan secara nyata. Fenomena ini serupa dengan kondisi pelaku UMKM tenun di Dusun Samri, di mana pelatihan dan pengembangan kapasitas belum memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan hasil usaha.

2. Pengaruh aktivitas pelaku UMKM tenun terhadap pendapatan pelaku UMKM tenun Dusun Samri, Desa Poto.

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh bahwa nilai Thitung lebih kecil dari Ttabel ($-0,089 < 1,676$), serta nilai signifikansi variabel aktivitas pelaku UMKM Tenun (X_2) lebih besar dari 0,05 ($0,929 > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_2 ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel aktivitas pelaku UMKM Tenun (X_2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM Tenun di Dusun Samri, Desa Poto (Y). Berdasarkan hasil kuesioner yang terkumpul, ditemukan bahwa aktivitas. Pelaku UMKM Tenun pada umumnya bekerja dengan pola yang sama, tanpa banyak perubahan dalam jumlah produksi yang mereka hasilkan. Meskipun ada kesempatan untuk memproduksi lebih banyak kain tenun, misalnya karena permintaan meningkat atau ada peluang pemasaran baru, mereka tidak menambah volume produksi.

Keadaan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu berbagai kendala yang dihadapi oleh para pelaku UMKM tenun. Mereka cenderung mempertahankan ritme produksi yang sudah biasa dilakukan sehingga peningkatan output tidak menjadi prioritas utama. Berarti bahwa penenun memilih untuk tetap bekerja sesuai kemampuan harian mereka, tanpa mengejar peningkatan jumlah produk yang dihasilkan. Bagi sebagian besar penenun, menjaga kenyamanan ritme kerja lebih penting daripada mengejar produksi yang lebih besar. Ditemukan alasan lainnya yaitu keterlibatan dalam kegiatan partisipasi

masyarakat yang masih terbatas. Beberapa pelaku UMKM jarang mengikuti kegiatan yang dapat memperluas jaringan usaha karena aktivitas tersebut dianggap tidak berpengaruh langsung terhadap penjualan harian mereka.

Fenomena serupa juga ditemukan dalam penelitian Suraeda et al., (2023) yang meneliti usaha kerajinan sarung tenun di Desa Towale, Kabupaten Donggala. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa aktivitas menenun sebagian besar dilakukan sebagai usaha sampingan, dengan volume produksi yang terbatas dan sangat bergantung pada adanya pesanan. Ketika permintaan tidak stabil, para penenun cenderung mengurangi bahkan menghentikan produksi, sehingga aktivitas usaha tidak berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan keluarga.

Selain itu, pemasaran luar daerah juga belum dimanfaatkan secara maksimal. Banyak pelaku UMKM yang tetap fokus pada pasar lokal dan belum memperluas jangkauan pemasaran ke wilayah lain akibat keterbatasan akses, informasi pasar, atau kemampuan memasarkan produk melalui media digital. Pola ini mengindikasikan bahwa aktivitas usaha yang dilakukan belum diarahkan pada upaya peningkatan skala pemasaran ataupun diversifikasi jaringan penjualan. Penelitian Suraeda et al., (2023) menegaskan bahwa ketergantungan pada pasar lokal dan sistem pesanan menyebabkan aktivitas produksi bersifat pasif dan tidak berkelanjutan, yang pada akhirnya membuat peningkatan aktivitas usaha tidak berpengaruh langsung pada peningkatan pendapatan. Dengan aktivitas yang belum berkembang secara signifikan, variabel aktivitas pelaku UMKM tidak menjadi faktor penentu dalam perubahan pendapatan.

Penelitian ini menjelaskan mengapa hasil menunjukkan bahwa aktivitas pelaku UMKM Tenun tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha di Dusun Samri Desa Poto. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa variabel aktivitas pelaku UMKM tenun. Selain itu, hasil tersebut juga tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Puspayanti & Suarmanayasa (2024), yang menyimpulkan bahwa aktivitas pelaku UMKM Tenun tidak memiliki pengaruh terhadap pendapatan UMKM tenun.

3. Pengaruh diversifikasi produk terhadap pendapatan pelaku UMKM tenun Dusun Samri, Desa Poto.

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh bahwa nilai Thitung lebih kecil dari Ttabel ($0.428 < 1.676$) serta nilai signifikansi variabel diversifikasi produk (X3) lebih besar dari 0.05 ($0.671 > 0.05$). Hal ini menunjukkan H_0 diterima dan H_3 ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel diversifikasi produk (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan (Y). Berdasarkan hasil kuesioner yang terkumpul, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM Tenun belum melakukan variasi produk secara optimal dalam kegiatan usahanya. Banyak responden masih berfokus pada jenis kain atau motif yang sudah lama mereka produksi, sehingga variasi produk baru tidak berkembang secara signifikan. Kebiasaan ini muncul karena pelaku usaha merasa lebih aman dan nyaman memproduksi jenis tenun yang sudah dikuasai, baik dari segi teknik maupun permintaan konsumen sehari-hari. Ditemukan alasan lainnya yaitu pola produksi yang bersifat tradisional dan cenderung mengikuti rutinitas. Pelaku UMKM menilai bahwa mengembangkan produk baru membutuhkan tambahan waktu, modal, dan keterampilan, sementara mereka lebih memilih mempertahankan pola kerja yang sudah pasti menghasilkan pemasukan meskipun tidak terlalu tinggi.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa upaya diversifikasi produk belum dianggap sebagai aspek utama dalam pengambilan keputusan pelaku UMKM di Dusun Samri, Desa Poto untuk meningkatkan pendapatan. Keterbatasan variasi produk menyebabkan pasar yang dituju juga tidak berkembang, sehingga perubahan pendapatan tidak menunjukkan perbedaan yang berarti. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan (2022), yang menyatakan bahwa diversifikasi produk tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan. Pendapatan pelaku UMKM sangat dipengaruhi oleh tingkat penjualan, mengingat sebagian besar pendapatan UMKM berasal dari aktivitas penjualan produk secara langsung.

4. Pengaruh promosi terhadap pendapatan pelaku UMKM tenun Dusun Samri, Desa Poto.

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa nilai t -hitung lebih kecil dari t -tabel ($-1.281 < 1.676$) serta nilai signifikansi variabel promosi (X_4) lebih besar dari 0.05 ($0.206 > 0.05$). Oleh karena itu, H_0 diterima dan H_4 ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa promosi (X_4) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan (Y). Berdasarkan hasil pengumpulan kuesioner, diketahui bahwa mayoritas pelaku UMKM Tenun di Dusun Samri masih mengandalkan metode promosi tradisional, khususnya promosi melalui komunikasi mulut ke mulut. Cara ini dipilih karena dianggap sederhana, tidak memerlukan biaya, serta sesuai dengan pola interaksi sosial masyarakat setempat yang erat. Para pelaku UMKM merasa bahwa rekomendasi langsung antarwarga memberikan efek yang cukup kuat dalam menarik pembeli, sehingga penggunaan media promosi lain belum memperoleh perhatian yang memadai.

Sementara itu, penggunaan promosi digital melalui media sosial maupun platform marketplace masih sangat terbatas. Beberapa responden, khususnya yang berusia lebih tua, menyatakan kurang memahami cara membuat konten promosi, tidak terbiasa menggunakan teknologi pemasaran online, atau merasa bahwa pelanggan mereka telah tetap sehingga promosi digital dianggap belum menjadi kebutuhan mendesak. Promosi secara langsung melalui kegiatan seperti pameran dan bazar juga jarang dilakukan, terutama karena kegiatan tersebut memerlukan biaya tambahan, waktu, serta kesiapan stok yang lebih besar dibandingkan aktivitas penjualan harian. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sartika, 2021) yang menyatakan bahwa promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan.

5. Pengaruh kapasitas industri, aktivitas pelaku UMKM tenun, diversifikasi produk, dan promosi terhadap pendapatan pelaku UMKM tenun Dusun Samri, Desa Poto.

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F), diperoleh nilai F -hitung sebesar 0.481 dengan tingkat signifikansi 0.750. Karena nilai F -hitung lebih kecil daripada nF -tabel ($0.481 < 2.561$), maka H_0 diterima. Kemudian dapat disimpulkan bahwa variabel kapasitas industri (X_1), aktivitas pelaku UMKM tenun (X_2), diversifikasi produk (X_3), dan promosi (X_4) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan (Y). Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa keempat variabel independen tersebut, hanya dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 3,8 %. Hal ini menandakan bahwa kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen tergolong rendah, sedangkan sisa 96.2% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain. Adapun faktor- faktor lain yang berpotensi memengaruhi pendapatan pelaku UMKM Tenun antara lain :

- a. Akses terhadap Pelatihan dan Pendampingan

Pendampingan dan pelatihan adalah komponen penting dalam upaya pengembangan kapasitas UMKM, khususnya dalam meningkatkan keterampilan teknis, kemampuan manajerial, dan strategi pemasaran. Namun, dalam konteks UMKM Tenun di Dusun Samri Desa Poto, akses terhadap pelatihan dan pendampingan masih terbatas dan belum dilakukan secara rutin oleh pemerintah maupun lembaga terkait. Keterbatasan tersebut berpengaruh langsung terhadap kemampuan UMKM Tenun untuk meningkatkan pendapatan, karena minimnya pengetahuan dan keterampilan baru membuat para pelaku usaha sulit beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen, perkembangan teknologi, maupun dinamika pasar. Padahal, pelatihan yang dilakukan secara berkesinambungan dapat menjadi sarana untuk mengembangkan kreativitas, memperbaiki proses produksi, dan meningkatkan daya saing produk tenun di pasar nasional dan lokal. Pendampingan yang berkelanjutan juga dapat membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) mengatasi masalah sehari-hari serta memberikan arahan yang tepat untuk berkembang. Di Dusun Samri Desa Poto, kebutuhan akan pelatihan yang lebih intensif menjadi sangat penting mengingat sebagian besar pelaku masih mengandalkan pengetahuan tradisional yang diwariskan antar generasi. Meskipun hal tersebut menjadi kekuatan budaya, keterampilan tambahan seperti manajemen usaha, strategi pemasaran, dan pengembangan produk tetap diperlukan untuk meningkatkan nilai jual dan pendapatan.

Penelitian yang dilakukan oleh Cahyani & Soedjarwo, (2019) berjudul Pengaruh Hasil Pemberdayaan Program Pelatihan terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Kecil Pengrajin Tenun ATBM Desa Wedani Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik menunjukkan bahwa faktor pelatihan memiliki pengaruh terhadap pendapatan para pelaku UMKM.

b. Jaringan Usaha

Jaringan usaha merupakan kemampuan pelaku UMKM dalam membangun hubungan kerja sama dengan berbagai pihak seperti pemasok, pelanggan, pedagang perantara, komunitas UMKM, lembaga pemerintah, maupun pihak swasta yang relevan. Jaringan yang kuat berfungsi sebagai saluran untuk memperoleh informasi, peluang pasar, akses modal, hingga kerja sama pemasaran, sehingga berpengaruh langsung terhadap peningkatan omzet dan pendapatan.

Herman & Nohong, (2022) menyatakan bahwa jaringan usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan pelaku UMKM. UMKM yang memiliki hubungan kerja sama atau relasi yang luas cenderung lebih mudah memperluas pasar, meningkatkan volume penjualan, dan mempertahankan keberlanjutan usaha pelaku UMKM. Pelaku UMKM Tenun di Dusun Samri Desa Poto menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan penjualan langsung dan hubungan personal dengan pelanggan. Kerja sama dengan toko oleh-oleh, atau pelaku industri kreatif di luar daerah belum berkembang optimal. Akibatnya, produk tenun memiliki jangkauan pasar yang sempit, sehingga pendapatan naik-turun mengikuti kepadatan kunjungan wisata, acara adat, dan pesanan khusus. Padahal, jaringan usaha yang kuat dapat menjadi faktor utama dalam meningkatkan pendapatan. Ketika pelaku UMKM berhasil membangun kemitraan dengan perantara atau lembaga pemasaran, maka peluang penjualan meningkat secara signifikan.

c. Kearifan Lokal

Kearifan lokal merupakan faktor penting yang turut memengaruhi pendapatan pelaku UMKM tenun. Tenun Samawa memiliki karakteristik motif, teknik pengerjaan, dan nilai historis yang kuat sehingga menjadi identitas produk lokal yang berbeda dari daerah lain. Motif tradisional yang diwariskan secara

turun-temurun dan teknik menenun manual yang masih dipertahankan menjadikan setiap lembar kain tenun memiliki nilai artistik dan budaya yang tinggi. Keunikan tersebut tidak hanya memperkaya identitas budaya lokal, tetapi juga memberikan nilai ekonomi tambahan yang sangat potensial dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM. Penggunaan teknik pengerjaan tradisional, seperti alat tenun bukan mesin (ATBM) maupun *gedogan*, serta penerapan motif khas Samawa seperti motif geometris, flora, dan ornamen adat, membuat produk tenun memiliki diferensiasi yang kuat di pasar. Produk yang diproduksi secara manual biasanya lebih dihargai karena dianggap memiliki nilai eksklusif, kualitas lebih halus, serta memuat unsur budaya yang tidak dapat direplikasi oleh produk massal.

Menurut Devi & Ayuningsasi, (2024) menunjukkan bahwa kearifan lokal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM tenun ikat, karena nilai budaya yang terkandung dalam produk berfungsi sebagai *cultural added value* yang mendorong daya saing usaha. Produk yang mengedepankan kekhasan budaya lokal terbukti mampu menarik segmen pasar premium, meningkatkan harga jual, dan memperbesar peluang terjadinya pembelian ulang. Penelitian tersebut sangat relevan dengan kondisi Pelaku UMKM Tenun di Dusun Samri Desa Poto, yang hingga saat ini masih mempertahankan pola produksi tradisional dan motif asli daerah. Penguatan kearifan lokal tidak hanya memerlukan pelestarian teknik tradisional dan motif khas, tetapi juga diperlukan strategi pengemasan nilai budaya, peningkatan literasi pemasaran, dan perluasan jaringan distribusi. Apabila nilai-nilai lokal yang sudah kuat pada produk tenun di Dusun Samri Desa Poto berhasil diintegrasikan ke dalam strategi pemasaran modern, maka kontribusinya terhadap pendapatan pelaku UMKM akan jauh lebih optimal dan berkelanjutan.

d. Motivasi

Dalam konteks UMKM tenun di Dusun Samri Desa Poto, motivasi pelaku usaha tercermin dari kuatnya komitmen mereka dalam mempertahankan tradisi menenun sebagai warisan budaya Samawa. Kegiatan menenun tidak hanya dipandang sebagai pekerjaan, tetapi juga sebagai bentuk pelestarian nilai budaya yang diwariskan secara turun-temurun. Dorongan untuk menjaga keberlanjutan tradisi ini ialah salah satu yang mempengaruhi pelaku UMKM tetap konsisten memproduksi tenun meskipun menghadapi fluktuasi permintaan. Selain itu, motivasi ekonomi berupa keinginan untuk meningkatkan pendapatan keluarga menjadi pendorong utama bagi para pelaku UMKM Tenun di Dusun Samri Desa Poto untuk terus mengembangkan usaha mereka. Bagi sebagian besar pelaku UMKM Tenun di Desa Poto Dusun Samri, hasil dari penjualan kain tenun berkontribusi langsung terhadap kebutuhan rumah tangga, sehingga motivasi untuk memperoleh pendapatan yang lebih stabil mendorong mereka menghasilkan produk berkualitas tinggi dan tepat waktu. Penelitian Anggraeni, (2017) menunjukkan bahwa pelaku usaha dengan motivasi tinggi memiliki kecenderungan untuk terus mencari peluang pasar baru yang berdampak pada peningkatan pendapatan.

e. Permintaan dan Musiman

Muthiah et al., (2025) mengemukakan bahwa pola permintaan pada produk kerajinan tradisional cenderung berfluktuasi dan sangat dipengaruhi oleh momen-momen musiman. Sebagian besar pelaku UMKM Tenun di Dusun Samri Desa Poto hanya meningkatkan produksi ketika permintaan naik pada periode tertentu, seperti hari besar, acara budaya, atau pesanan khusus, sehingga pendapatan yang diterima pun mengalami ketidakstabilan dalam periode waktu tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa ketika pelaku UMKM tidak memiliki kemampuan memprediksi permintaan secara akurat, mereka tidak

mampu menjaga kesinambungan pendapatan di luar musim permintaan. Selain itu, pola produksi yang hanya berjalan aktif ketika ada permintaan membuat pelaku UMKM tidak tersedia persediaan barang jadi yang optimal untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, fluktuasi permintaan dan sifat musiman menjadi faktor penting yang mempengaruhi pendapatan pada UMKM tenun di Dusun Samri Desa Poto.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data serta pembahasan dari penelitian yang berjudul “Kapasitas Industri, Aktivitas Pelaku UMKM Tenun, Diversifikasi Produk dan Promosi terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Tenun Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa”, Beberapa hal dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil analisis data menunjukkan bahwa kapasitas industri tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM Tenun di Dusun Samri Desa Poto. Hal tersebut menjelaskan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum mampu mengoptimalkan indikator kapasitas industri, terutama terkait aspek pengelolaan sumber daya sehingga peningkatan kapasitas produksi tidak secara langsung berdampak pada pendapatan.
2. Hasil analisis data menunjukkan bahwa Aktivitas Pelaku UMKM Tenun tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM Tenun di Dusun Samri Desa Poto. penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun pelaku UMKM telah melaksanakan aktivitas usaha yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pelanggan, aktivitas tersebut belum mampu menghasilkan perbedaan pendapatan yang berarti karena masih terbatas dalam jangkauan pemasaran.
3. Hasil analisis data menunjukkan bahwa diversifikasi produk tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM Tenun di Dusun Samri, Desa Poto. Hal tersebut dikarenakan upaya diversifikasi yang dilakukan belum sepenuhnya mengacu pada inovasi desain, pengembangan varian produk, maupun efisiensi proses produksi. Dengan demikian, diversifikasi yang ada belum mampu memberikan nilai tambah yang cukup untuk meningkatkan pendapatan.
4. Hasil menunjukkan bahwa promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM Tenun di Dusun Samri, Desa Poto. Hal tersebut dikarenakan bahwa sebagian pelaku UMKM belum menerapkan penggunaan media digital, kemampuan branding, serta peningkatan literasi pemasaran. Akibatnya, kegiatan promosi yang dilakukan belum mampu menjangkau konsumen yang lebih luas dan belum berdampak pada pendapatan.
5. Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel kapasitas industri, aktivitas pelaku UMKM tenun, diversifikasi produk dan promosi tidak berpengaruh positif terhadap pendapatan pelaku UMKM Tenun di Dusun Samri desa Poto secara simultan. Fhitung sebesar 0.481 dengan tingkat signifikansi sebesar 2.561 Karena nilai Fhitung lebih kecil dibandingkan dengan nilai Ftabel ($0.481 < 2.561$) artinya H_0 diterima. Kemudian nilai R Square yaitu sebesar 3,8%. Sedangkan 96,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

SARAN

Berdasarkan rangkuman dan hasil penelitian yang telah dijelaskan diatas, serta dengan harapan bahwa penelitian selanjutnya akan menghasilkan temuan yang lebih baik, maka peneliti memberikan beberapa rekomendasi bagi para pembaca dan masukan kepada para pembaca serba berbagai pihak, antara sebagai berikut :

1. Bagi Pelaku UMKM Tenun

- a. Pelaku UMKM Tenun disarankan untuk melakukan diversifikasi produk yang lebih inovatif dengan memperhatikan perkembangan tren pasar, desain, dan variasi produk. Penguatan inovasi pada desain dan pengembangan produk turunan berbasis tenun diharapkan mampu memberikan nilai tambah sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan.
- b. Pelaku UMKM Tenun disarankan untuk meningkatkan kemampuan promosi secara bertahap sesuai keterampilan yang dimiliki. Karena sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan promosi secara tradisional, pendekatan ini dapat diperkuat melalui pelayanan yang baik dan kualitas produk yang konsisten. Selain itu, kerja sama dengan toko oleh-oleh dan pemasaran kolektif melalui kelompok pengrajin perlu ditingkatkan. Pelaku UMKM tenun yang mampu menggunakan handphone dapat ditunjuk untuk mengelola promosi digital dengan pendampingan pihak desa atau dinas terkait, sehingga efektivitas promosi dapat meningkat dan berkontribusi pada pendapatan.

2. Bagi Pemerintah

- a. Pemerintah daerah perlu menyediakan pelatihan berkelanjutan terkait manajemen usaha, inovasi produk, untuk membantu pelaku UMKM tenun meningkatkan kapasitas usaha dan memahami strategi pemasaran modern. Pendampingan yang terstruktur diharapkan dapat membantu pelaku UMKM tenun menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar dan meningkatkan daya saing produk tenun secara bertahap.
- b. Pemerintah dapat memfasilitasi promosi produk tenun melalui kegiatan pameran, festival daerah, serta kolaborasi dengan toko oleh-oleh dan pusat kerajinan. Dukungan ini penting mengingat jangkauan pemasaran pelaku UMKM masih terbatas.
- c. Pemerintah desa atau dinas terkait dapat memfasilitasi pembentukan kelompok usaha bersama untuk memperkuat pemasaran kolektif, meningkatkan daya tawar, serta mempermudah koordinasi promosi dan pelatihan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti berikutnya disarankan untuk mengkaji ulang faktor-faktor yang digunakan dalam mengukur pendapatan pelaku UMKM Tenun, mengingat hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kapasitas industri, aktivitas pelaku UMKM Tenun, diversifikasi produk, dan promosi tidak memberikan pengaruh signifikan. Untuk memastikan bahwa variabel yang dianalisis benar-benar mencerminkan kondisi usaha tenun secara lebih akurat. Penelitian mendatang dapat mempertimbangkan penambahan faktor lain yang lebih relevan. Dengan pemilihan variabel yang lebih sesuai dengan kondisi pelaku UMKM Tenun di Dusun Samri Desa Poto.
- b. Peneliti selanjutnya dapat menyempurnakan indikator variabel agar lebih sesuai dengan kondisi UMKM tenun tradisional di Dusun Samri Desa Poto yang memiliki karakteristik berbeda dibanding UMKM modern.

- c. Karena hasil penelitian menunjukkan variabel-variabel yang diteliti tidak signifikan, penelitian kualitatif dapat digunakan untuk menelusuri lebih dalam berbagai aspek sosial, budaya, dan perilaku yang memengaruhi pendapatan UMKM Tenun.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrozaq, & Deni, G. R. (2022). Perancangan Branding Kre Sesek Sentra Tenun “Karya Mandiri” Sumbawa melalui Media Desain Komunikasi Visual. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(1), 1821–1831. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i1.2638>
- Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Aftitah, F. N., Labana, J. K., Hasanah, K., & Lailatul, N. H. F. . (2025). Pengaruh UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia Pada Tahun 2023. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 3(1), 32–43.
- Amar, S., Suyasa, I. M., & Mahsun, M. (2022). Strategi Pengembangan Produk Ekonomi Kreatif Kain Tenun Kere’ Alang Sebagai Daya Tarik Wisata Di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir. *Journal Of Responsible Tourism*, 2(2), 431–442. <https://doi.org/10.47492/jrt.v2i2.2178>
- Amat, L., & Yusuf, H. (2024). Analisis Perspektif Hukum Dagang Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Indonesia. *Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, 1(2), 1249–1264. <https://jicnusanantara.com/index.php/jicn>
- Anggraeni, N. M. D. (2017). Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha kecil dan menengah pada pengrajin tenun songket di desa jinengdalem kecamatan buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 158–166. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/download/20000/11949>
- Antara, G. E. D., Utama, M. S., & Marhaeni, A. A. I. N. (2017). ANALISIS PENGARUH KAPASITAS INDUSTRI, PEMBERDAYAAN DAN TEKNOLOGI TERHADAP PRODUKTIVITAS SERTA KESEJAHTERAAN PELAKU USAHA INDUSTRI KAIN TENUN IKAT DI KABUPATEN KLUNGKUNG. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(6), 2223–2256.
- Awaludin. (2023). *UMKM wanita di NTB binaan Pertamina produksi tenun dari sampah plastik kresek*. ANTARA Megapolitan. https://megapolitan.antaranews.com/berita/247368/umkm-wanita-di-ntb-binaan-pertamina-produksi-tenun-dari-sampah-plastik-kresek?utm_source
- Azhar, M. T. (2024). Pengaruh Modal Kerja, Motivasi, dan Promosi terhadap Pendapatan dengan Lama Usaha sebagai Variabel Moderasi: Studi Kasus UMKM Dodol Pasar Bengkel Serdang Berdagai. *Economic Reviews Journal*, 3(1), 105–118. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i1.118>
- Cahyani, L. N., & Soedjarwo, D. (2019). PENGARUH HASIL PEMBERDAYAAN PROGRAM PELATIHAN TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN USAHA KECIL PENGRAJIN TENUN DESA WEDANI KECAMATAN CERME KABUPATEN GRESIK. *Jurnal Pendidikan Untuk Semua*. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-pendidikan-luar-sekolah/article/view/29025/2657>
- Deni, G. R. (2023). Perancangan Perlengkapan Busana Berbahan Dasar Tenun Tradisional Sumbawa. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 7(1), 819–832. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4595>
- Devi, D. P. M., & Ayuningsasi, A. A. K. (2024). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN IKM. *E-JURNAL EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS UDAYANA*, 13(9), 1864–1872. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/index>
- Fahmi, M., Pratiwi, R., & Haryono, A. T. (2022). Analisis Orientasi Kewirausahaan Dan Diversifikasi

- Produk Pada Keberhasilan Usaha Melalui Proses Perkembangan Usaha (Studi Kasus UMKM Shahah Kabupaten Demak). *Journal Management, Business, and Accounting*, 21(3), 360–376.
- Fuadilla, A. A., & Warsitasari, W. D. (2022). PENGARUH MODAL USAHA , JAM KERJA DAN LAMA USAHA TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH. *Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis Islam (SOSEBI)*, 2(2), 202–219. <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/soseb>
- Gustiana, L., & Islamuddin, I. (2022). Analisis Pengaruh Promotion, Distribution, Production Dan Raw Material Supply Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm Kota Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 3(2), 166–176. <https://doi.org/10.61567/jmmib.v3i2.114>
- Halawa3, A., Indra, B., Yupiter mendrofa1, A. F. . N., Putra, Telaumbanua6, J., Zebua5, I. S. M., Lase4, N., , Sri Naomi Zendrato8, S. H., Telaumbanua7, S., & Telaumbanua9. (2025). Peran Media Sosial dalam Mempromosikan Produk UMKM. *Jurnal Visi Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(02), 146–159.
- Hananto, D., Sudraman, D., & Wijayanti, H. (2024). Diversifikasi sebagai strategi bagi pelaku umkm dalam memepertahankan usaha pada umkm ppmt tangsel. *Prosiding Seminar Nasional LPPM UMJ, November 2024*. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaska>
- Herman, B., & Nohong, M. (2022). *Pengaruh Jaringan Usaha , Inovasi Produk , dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. 19(I), 1–19. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i1.18575>
- Hermanto, K., Altarisi, S., & Utami, S. F. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Tenun Kre Alang Menggunakan Analisis Swot Dan Bauran Pemasaran. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(1), 38–50. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v5i1.985>
- Jasri, Arfan, N., Hasanuddin, & Ali Hasan, H. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 6(2), 212–224. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v6i2.1452>
- Khusnul Hasiah, Askari Zakariah, & Novita Novita. (2023). Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Bisnis Digital. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(1), 23–34. <https://doi.org/10.59841/jureksi.v2i1.676>
- Mamonto1, F. W., Tumbuan2, W. J. F. ., & Rogi3, M. H. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR BAURAN PEMASARAN (4P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN PODOMORO POIGAR DI ERA NORMAL BARU. *Jurnal EMBA*, 9(2), 110–121.
- Mariani Sarah Colson, Mbadhi Tani, Pipiet Niken Aurelia, & Herdi, H. (2024). Pengaruh Penerapan Digital Marketing terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Tenun Ikat di Kabupaten Sikka. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(4), 97–116. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i4.2543>
- Masniadi, R., Asmini, & Asri, Y. (2019). Analisis Pendapatan Usaha Home Industri Kain Tenun (Kre Alang) di Dusun Sameri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa Tahun 2019. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 7(2), 171–181. <http://www.e-journalppmunsa.ac.id/index.php/jeb/article/view/533>
- Masujam. (2025). Desa Poto Jadi Magnet Wisata Budaya, APDISA bersama Perguruan Tinggi Berkolaborasi Gelar Pelatihan Bahasa Inggris untuk Penenun. *Berita Desa*. <https://desa-poto.sumbawakab.go.id/artikel/2025/5/25/desa-poto-jadi-magnet-wisata-budaya-apdisa-bersama-perguruan-tinggi-berkolaborasi-gelar-pelatihan-bahasa-inggris-untuk-penenun#:~:text=Poto%2C%20Mei%2025%20Desa%20Poto%2C,seni%20tutor%20Sumbawa%20seperti%20Sakec>
- Meilani, A. N., Abdillah Nugraha, H., Pane, S. N., Maulidia, I., & Tambunan, A. K. (2025). Peran UMKM Jasa dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 2672–2678. <https://doi.org/10.62710/w5v66g38>
- Muthiah, H., Hamidah, N. K., & Aryani, F. (2025). STRATEGI PENINGKATAN EKONOMI KREATIF

- MELALUI PREDIKSI PERMINTAAN PRODUK UMKM KERAJINAN. *Jurnal PenKoMi: Kajian Pendidikan & Ekonomi*, 8(2), 345–348. <https://doi.org/https://doi.org/10.33627/pk.v8i2.3481>
- Muttalib, A., & Sibawi, A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Kain Tenun Pada Rumah Produksi Kain Tenun Kelurahan Pringgasela Selatan Kabupaten Lombok Timur. *Econetica*, 2(2), 1–11.
- Nafisatur, M. (2024). Metode Pengumpulan Data Penelitian. *Metode Pengumpulan Data Penelitian*, 3(5), 5423–5443.
- Nasir, M. (2023). *Bisnis Fesyen Tenun NTB Ini Raup Omzet Hingga Ratusan Juta per Bulan*. IDN Times. https://ntb.idntimes.com/news/ntb/bisnis-fesyen-tenun-ntb-ini-raup-omzet-hingga-ratusan-juta-per-bulan-00-ldn3d-3yqnn1?utm_source
- Nengsih, R., Ikhbar, S., Mukhdasir, Khairuna, & Ahyar, M. (2025). Inovasi dan Diversifikasi Produk Gerabah sebagai Katalisator Pertumbuhan Laba pada UMKM Sektor Kerajinan. *Jurnal Serambi Engineering (JSE)*, 10(3), 13814–13824.
- NTB, D. K. (2021). *Dekranasda NTB Dorong Produk UMKM Dipasarkan Melalui Digitalisasi*. Diskominfo NTB. https://ntbprov.go.id/post/program-unggulan/dekranasda-ntb-dorong-produk-umkm-dipasarkan-melalui-digitalisasi?utm_source
- Nurhaswinda, N., Zulkifli, A., Gusniati, J., Zulefni, M. S., Afendi, R. A., Asni, W., & Fitriani, Y. (2025). Tutorial uji normalitas dan uji homogenitas dengan menggunakan aplikasi SPSS. *Jurnal Cahaya Nusantara*, 1(2), 55–68. <https://jurnal.cahayapublikasi.com/index.php/jcn/article/view/25>
- Ogi, C. A. W. I. T. I. (2024). Kondisi Kerja, Perubahan Organisasi, Perilaku Kerja di PT. Pos Indonesia Kcu Manado. *Jurnal EMBA*, 12(1), 1096–1105.
- Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 1(3), 27–41. <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v1i3.83>
- Putra, R. A., & Devy, T. (2024). Pengaruh Pelatihan Peningkatan Kapasitas Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Bukittinggi. *Jurnal Ekonomi Sakti*, 13(April 2024), 1–13. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36272/jes.v13i1.318>
- Rachmawati, N. (2018). PENGARUH PELATIHAN DAN MOTIVASI TERHADAP PRODUKTIVITAS UMKM. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(8). <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/1510/1524>
- Sartika, B. (2021). *Pengaruh promosi dan lokasi usaha terhadap pendapatan pelaku usaha kue tradisional di kota tanjungpinang*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan.
- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., & Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Suraeda, S., Wulandari, R., & Nurhajrah, A. (2023). Analisis Usaha Kerajinan Sarung Tenun dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga di Desa Towale Kabupaten Donggala. *JURNAL KOLABORATIF SAINS*, 6(12), 2099–2112. <https://doi.org/10.56338/jks.v6i12.1210>
- Syarifuddin, & Ibnu, A. S. (2022). *METODE RISET PRAKTIS REGRESI BERGANDA MENGGUNAKAN SPSS* (S. Al Saudi (ed.)). Bobby Digital Center. [http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/4022/1/BUKU METODE RISET PRAKTIS.pdf](http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/4022/1/BUKU%20METODE%20RISET%20PRAKTIS.pdf)
- Warahmah, M., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Pendekatan Dan Tahapan Penelitian Dalam Kajian Pendidikan Anak Usia Dini. *Jurnal DZURRIYAT Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 1(2), 72–81. <https://doi.org/10.61104/jd.v1i2.32>
- Zahra, S. A., Della, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berpikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166. <https://doi.org/https://doi.org/10.1342/tarbiyah.v2i1.25>