

Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Ritel Dikabupaten Karanganyar

Rowiyani¹, Terrensia Sekar Pamastutiningtyas², Alfin Muslikhun³ dan Mukhlidin⁴

^{1,3,4} Institut Teknologi Statistika dan Bisnis Muhammadiyah Semarang

² Universitas Muhammadiyah Karanganyar

Abstrak

This research aims to analyze the factors that influence the income of retail traders in Karanganyar Regency, namely analysis of business capital, marketing strategies, and entrepreneurial characteristics on the income of retail traders in Karanganyar Regency.. This research uses a quantitative approach with primary data collected through questionnaires. The research sample was selected using a purposive sampling technique, which includes various types of retail businesses in Karanganyar Regency. The data analysis methods used include instrument testing, classical assumption testing, and hypothesis testing using SPSS for Windows. The research results show that business capital, marketing strategies, and entrepreneurial characteristics have a significant positive effect on retail traders' income. The Adjusted R² value of 0.872 shows that the three independent variables are able to explain 87.2% of the variation in retail traders' income, while 12.8% is explained by other factors. Validity and reliability tests show that the instruments used meet the validity and reliability requirements. The classical assumption test also shows that the data used meets the assumptions of normality, there is no multicollinearity, heteroscedasticity and autocorrelation. Based on the results of the analysis, it is recommended that retail traders increase creativity and innovation in entrepreneurial characteristics, as well as optimize business capital and marketing strategies, especially in the use of technology digital. Future research is recommended to take a larger sample and add other independent variables that might influence retail traders' income to obtain more comprehensive results.

Keywords: Business Capital, Marketing Strategy, Entrepreneurial Characteristics, Retailer Income

Copyright (c) 2024 Rowiyani¹

✉ Corresponding author :

Email Address : rowiyani@itesa.ac.id

PENDAHULUAN

Ritel, atau dalam bahasa Inggris disebut Retail, adalah proses penjualan produk (barang dan jasa) langsung kepada konsumen akhir dalam jumlah yang relatif kecil untuk kebutuhan pribadi. Individu atau badan usaha yang menjalankan bisnis ritel ini biasanya disebut pedagang ritel, retailer, atau pedagang eceran. Dapat dikatakan pula bahwa setiap entitas

bisnis yang menjual barang ke pengguna akhir dan bukan untuk penggunaan bisnis atau bukan untuk dijual kembali ini pada dasarnya sudah terlibat dalam proses ritel.

Ritel merupakan bagian yang sangat penting dari saluran distribusi untuk suatu produk dalam menjangkau konsumen atau pelanggannya. Dalam sebuah saluran distribusi, Pedagang Ritel atau Pengecer merupakan mata rantai terakhir dalam penyaluran barang dan jasa. Pengecer pada umumnya menjual barang dagangannya dengan harga yang lebih tinggi dari harga yang didapatkan dari produsen atau pedagang besar agar bisa mendapatkan keuntungan. Contoh-contoh pedagang ritel di Indonesia yang sering kita jumpai adalah Minimarket, Supermarket, Toko-toko sembako maupun bangunan dan toko-toko pakaian dan lain sebagainya.

Pendapatan pedagang ritel merupakan salah satu indikator kunci untuk menilai kesehatan ekonomi suatu daerah. Di Kabupaten Karanganyar, sektor ritel memainkan peranan penting dalam menyediakan barang dan jasa serta menciptakan lapangan pekerjaan. Untuk meningkatkan pendapatan pedagang ritel, penting untuk memahami berbagai faktor yang mempengaruhi, termasuk modal usaha, strategi pemasaran, dan karakteristik wirausaha.

Modal usaha merupakan salah satu elemen fundamental yang menentukan kemampuan pedagang dalam mengembangkan usahanya. Modal yang memadai memungkinkan pedagang untuk mengelola inventaris dengan baik, memastikan ketersediaan stok barang yang sesuai dengan permintaan konsumen, serta mengurangi risiko kehabisan stok yang dapat berdampak pada kehilangan pendapatan (Susanto, 2022). Selain itu, modal juga memungkinkan pedagang untuk berinvestasi dalam teknologi dan infrastruktur, seperti sistem manajemen ritel dan e-commerce, yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Dengan tambahan modal, pedagang juga dapat melakukan diversifikasi produk dan layanan yang ditawarkan, menarik lebih banyak pelanggan, dan meningkatkan pendapatan (Susanto, 2022).

Strategi pemasaran yang efektif adalah kunci untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Di era persaingan yang semakin ketat, pedagang ritel di Kabupaten Karanganyar perlu mengadopsi berbagai strategi pemasaran untuk meningkatkan pendapatan, seperti pemasaran digital melalui platform media sosial dan e-commerce untuk mempromosikan produk dan menarik pelanggan baru. Ini sangat relevan mengingat peningkatan pengguna internet di Indonesia (Wibowo, 2021). Program loyalitas, seperti diskon khusus bagi pelanggan setia atau kartu anggota, dapat meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan frekuensi pembelian. Branding dan promosi yang kuat dan dilakukan secara berkala dapat meningkatkan visibility dan daya tarik toko ritel, sehingga menarik lebih banyak pelanggan (Wibowo, 2021).

Karakteristik wirausaha dari para pedagang juga berperan signifikan dalam menentukan kesuksesan usaha ritel. Beberapa karakteristik penting meliputi inovasi dan kreativitas dalam menciptakan produk atau layanan baru yang menarik bagi pelanggan. Pedagang yang inovatif cenderung lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan memiliki daya saing yang lebih tinggi (Ramdhani, 2023). Selain itu, keterampilan dalam manajemen risiko dan kemampuan mengambil keputusan yang tepat sangat penting dalam menghadapi tantangan bisnis. Pedagang yang mampu mengelola risiko dengan baik cenderung lebih stabil dan bertahan lama. Tingkat komitmen dan kegigihan dalam menjalankan usaha sangat

mempengaruhi keberhasilan. Wirausaha yang memiliki tekad kuat biasanya lebih berhasil dalam menghadapi hambatan dan mencapai tujuan usahanya (Ramdhani, 2023).

Namun, terdapat beberapa permasalahan yang sering dihadapi oleh pedagang ritel di Kabupaten Karanganyar. Salah satu masalah utama adalah keterbatasan akses terhadap modal usaha. Banyak pedagang kecil mengalami kesulitan mendapatkan kredit dari lembaga keuangan formal karena kurangnya jaminan dan catatan keuangan yang memadai (Badan Pusat Statistik, 2023). Selain itu, kurangnya pemahaman dan penerapan strategi pemasaran yang efektif, terutama dalam memanfaatkan teknologi digital, menjadi kendala tersendiri. Banyak pedagang yang masih bergantung pada metode pemasaran konvensional dan belum maksimal memanfaatkan platform online untuk memperluas pasar mereka (Wibowo, 2021).

Dalam konteks karakteristik wirausaha, banyak pedagang ritel masih kurang dalam hal inovasi dan manajemen risiko. Mereka cenderung mengikuti pola bisnis yang sudah ada tanpa melakukan pembaruan atau inovasi yang diperlukan untuk bersaing di pasar yang dinamis (Ramdhani, 2023). Selain itu, komitmen dan kegigihan dalam menghadapi tantangan bisnis sering kali terhalang oleh ketidakpastian ekonomi dan perubahan kebijakan yang tidak menentu.

Riset gap yang perlu diperhatikan adalah perlunya studi lebih mendalam tentang dampak spesifik dari berbagai bentuk modal (misalnya, modal finansial vs. modal intelektual) terhadap pendapatan pedagang ritel. Juga, terdapat kebutuhan untuk mengeksplorasi lebih lanjut bagaimana implementasi strategi pemasaran digital secara khusus dapat meningkatkan daya saing pedagang ritel di daerah semi-perkotaan seperti Kabupaten Karanganyar.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang ritel di Kabupaten Karanganyar ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas dan menjadi dasar bagi pengambilan kebijakan yang tepat guna meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat. Dengan pemahaman yang komprehensif mengenai modal usaha, strategi pemasaran, dan karakteristik wirausaha, diharapkan dapat dihasilkan kebijakan yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha ritel di Kabupaten Karanganyar.

Sehubungan dengan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang mengangkat masalah tersebut dalam sebuah judul yaitu: “Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Ritel Di Kabupaten Karanganyar”.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian kegiatan pemasaran untuk mencapai tujuan organisasi. Menurut (Armstrong, 2017), manajemen pemasaran melibatkan analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang bermanfaat dengan target pasar untuk mencapai tujuan organisasi. Kegiatan pemasaran mencakup berbagai fungsi seperti penelitian pasar, pengembangan produk, penetapan harga, distribusi, dan promosi.

Bauran pemasaran atau marketing mix adalah kombinasi dari empat variabel utama yang dikenal sebagai 4P: Product (produk), Price (harga), Place (tempat), dan Promotion (promosi). Produk meliputi desain, fitur, kualitas, merek, dan layanan yang menyertai produk tersebut (Keller, 2016). Harga merupakan nilai yang harus dibayar pelanggan untuk mendapatkan produk dan harus mempertimbangkan biaya produksi, harga kompetitor, dan

persepsi nilai pelanggan . Tempat mencakup saluran distribusi, lokasi, dan logistik untuk menyediakan produk pada tempat dan waktu yang tepat (Kotler, 2018). Promosi mengomunikasikan manfaat dan nilai produk kepada pelanggan melalui periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan penjualan langsung (Belch, 2007).

Pengaruh Modal Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Ritel

Modal usaha merupakan faktor kunci yang mempengaruhi pendapatan pedagang ritel, memungkinkan mereka mengelola inventaris dengan baik, berinvestasi dalam teknologi, dan melakukan diversifikasi produk (Susanto, 2022). Modal yang cukup juga memberikan fleksibilitas untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, seperti peralihan ke platform online selama pandemi COVID-19 (Ramdhani, 2023). Namun, banyak pedagang ritel menghadapi kesulitan mengakses modal dari lembaga keuangan formal karena kurangnya jaminan dan catatan keuangan yang memadai (Badan Pusat Statistik, 2023). Dukungan kebijakan dari pemerintah dan lembaga keuangan sangat penting untuk memfasilitasi akses modal dan meningkatkan pendapatan pedagang ritel. Maka dari itu, penelitian ini mencoba merumuskan sebuah hipotesis antara lain:

H1 : Modal usaha Berpengaruh Terhadap Pendapatan Pedagang Ritel

Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Pedagang Ritel

Strategi pemasaran yang efektif memiliki dampak signifikan terhadap pendapatan pedagang ritel di Kabupaten Karanganyar. Penggunaan strategi pemasaran yang tepat, seperti pemasaran digital melalui media sosial dan e-commerce, dapat meningkatkan jangkauan pasar dan menarik pelanggan baru (Wibowo, 2021). Selain itu, program loyalitas dan promosi yang tepat dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan frekuensi pembelian dan pendapatan (Keller, 2016). Penetapan posisi yang jelas di pasar juga membantu pedagang ritel membedakan diri dari pesaing, menciptakan persepsi positif di benak pelanggan (Al Ries, 2001). Namun, banyak pedagang di Karanganyar masih mengandalkan metode pemasaran konvensional dan belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital, yang membatasi potensi peningkatan pendapatan mereka (Wibowo, 2021). Maka dari itu, penelitian ini mencoba merumuskan sebuah hipotesis antara lain:

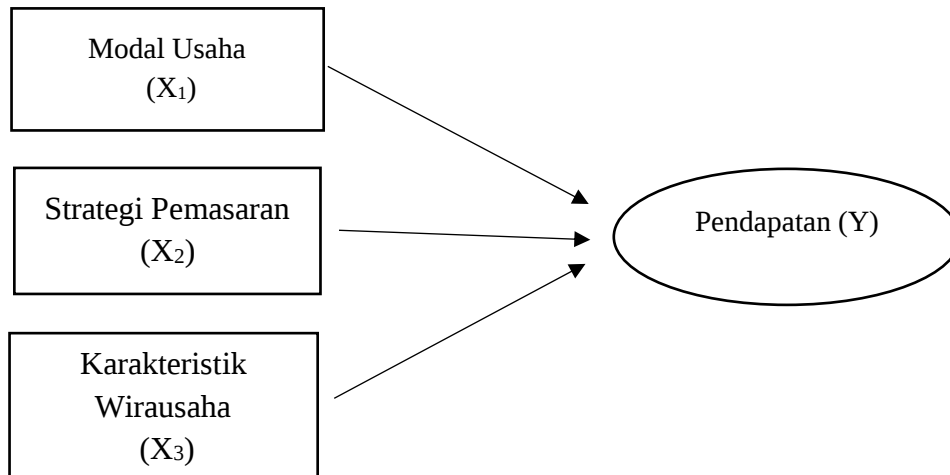
H2 : Strategi Pemasaran Berpengaruh Terhadap Pendapatan Pedagang Ritel

Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Pendapatan Pedagang Ritel

Karakteristik wirausaha, seperti inovasi, keberanian mengambil risiko, dan kemampuan manajerial, sangat mempengaruhi pendapatan pedagang ritel di Kabupaten Karanganyar. Wirausaha yang inovatif cenderung menciptakan produk dan layanan yang unik, menarik lebih banyak pelanggan, dan meningkatkan pendapatan (Santoso, 2018). Keberanian mengambil risiko memungkinkan wirausaha untuk mengeksplorasi peluang pasar baru dan beradaptasi dengan perubahan pasar, yang esensial dalam mempertahankan dan meningkatkan pendapatan (Suryani, 2016). Selain itu, kemampuan manajerial yang baik dalam mengelola sumber daya, operasional, dan strategi pemasaran sangat menentukan efisiensi bisnis dan, pada akhirnya, profitabilitas (Adhim, 2019). Namun, banyak pedagang ritel di Karanganyar belum sepenuhnya mengembangkan karakteristik ini, yang menghambat potensi peningkatan pendapatan mereka (Santoso, 2018). Maka dari itu, penelitian ini mencoba merumuskan sebuah hipotesis antara lain:

H3 : Pengembangan Karir Berpengaruh Terhadap Kinerja Pegawai

Kerangka Penelitian



Sumber: penelitian yang dikembangkan, 2024

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kuantitatif. Data yang digunakan merupakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Data yang dikumpulkan diolah menggunakan alat analisis *SPSS for Windows* untuk menghasilkan hasil pengujian hipotesis yang telah ditentukan.

Jumlah pedagang ritel di Kabupaten Karanganyar terus mengalami pertumbuhan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Karanganyar, pada tahun 2024 tercatat ada sekitar 2.500 pedagang ritel yang tersebar di berbagai kecamatan di kabupaten tersebut. Data ini mencakup berbagai jenis usaha ritel, termasuk toko kelontong, mini market, dan kios tradisional (Badan Pusat Statistik, 2023). Sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Dalam hal ini, kriteria yang digunakan mencakup jenis usaha, lokasi usaha, dan lama usaha.

Metode analisis data yang digunakan mencakup uji instrumen, yang meliputi uji validitas dan reliabilitas. Selain itu, dilakukan juga uji asumsi klasik, yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Autokorelasi, dan Uji Heteroskedastisitas. Untuk pengujian hipotesis, metode yang digunakan meliputi Analisis Linier Berganda, Uji t, Uji F, dan Koefisien Determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Berdasarkan data responden pedagang ritel di Kabupaten Karanganyar, mayoritas responden berusia antara 26 hingga 38 tahun (44%) dan 39 hingga 50 tahun (46%), yang menunjukkan dominasi kelompok usia produktif dalam sektor ritel. Sebanyak 7% responden berusia di bawah 25 tahun, dan 3% berusia di atas 50 tahun. Data ini menggambarkan bahwa mayoritas

pedagang ritel berada dalam rentang usia produktif, yang dapat mempengaruhi dinamika dan perkembangan usaha ritel di daerah tersebut.

Uji Instrumen Data

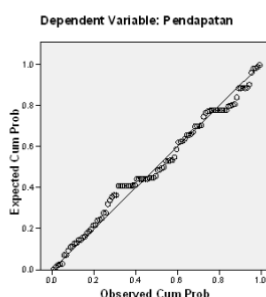
Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Hasil uji validitas menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$), dengan r_{tabel} sebesar 0,194 dalam penelitian ini. Ini menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan dari variabel modal usaha, strategi pemasaran, dan karakteristik wirausaha terbukti valid.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel modal usaha memiliki nilai *alpha Cronbach* sebesar 0,880, strategi pemasaran sebesar 0,921, karakteristik wirausaha sebesar 0,853, dan pendapatan sebesar 0,882, semuanya lebih besar dari 0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan memenuhi syarat reliabilitas.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil analisis, sebaran data menunjukkan pola yang cenderung mengikuti garis diagonal pada plot normalitas, yang mengindikasikan distribusi data berdistribusi normal. Ini berarti asumsi normalitas dalam uji statistik terpenuhi, sehingga validitas hasil analisis dapat lebih diandalkan untuk pengujian lebih lanjut.

Uji Multikolinearitas

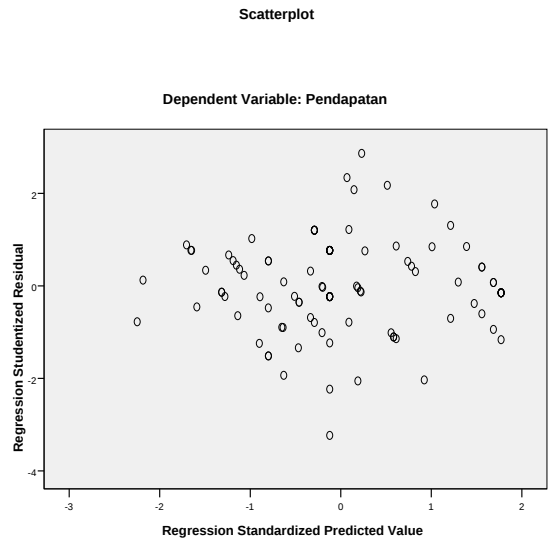
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-4,427	,930		-4,759	,000		
	Modal Usaha	,458	,080	,340	5,728	,000	,376	2,658
	Strategi Pemasaran	,220	,038	,297	5,714	,000	,492	2,032
	Karakteristik Wirausaha	,551	,083	,403	6,672	,000	,364	2,749

a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji Multikolinearitas, nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk setiap variabel independen lebih kecil dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas di antara variabel-variabel independen dalam model. Dengan demikian, asumsi tidak adanya multikolinearitas terpenuhi, sehingga hasil analisis regresi dapat dianggap valid dan reliabel.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan gambar di atas, data (titik-titik) menyebar di antara sumbu Y, baik di atas maupun di bawah, tanpa berkumpul di satu tempat atau membentuk pola tertentu. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi pada penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan dan memenuhi salah satu asumsi penting dalam analisis regresi linear.

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,934 ^a	,872	,868	1,008	1,286

- a. Predictors: (Constant), Karakteristik Wirausaha, Strategi Pemasaran , Modal Usaha
- b. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji autokorelasi, nilai Durbin-Watson sebesar 1,286 menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi dalam model regresi yang dihasilkan. Dengan demikian, asumsi autokorelasi terpenuhi, sehingga model regresi yang digunakan dapat dianggap valid dan hasil analisisnya dapat diandalkan.

Uji Hipotesis

Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-4,427	,930		-4,759	,000		
	Modal Usaha	,458	,080	,340	5,728	,000	,376	2,658
	Strategi Pemasaran	,220	,038	,297	5,714	,000	,492	2,032
	Karakteristik Wirausaha	,551	,083	,403	6,672	,000	,364	2,749

- a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Persamaan garis regresi tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

$a = -4,427$ Artinya apabila modal usaha, strategi pemasaran dan karakteristik wirausaha dianggap konstan maka pendapatan sebesar konstanta.

$\beta_1 = 0,458$ Artinya modal usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang ritel apabila modal usaha ditingkatkan maka pendapatan akan meningkat dengan asumsi strategi pemasaran dan karakteristik wirausaha konstan.

$\beta_2 = 0,220$ Artinya strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang ritel apabila strategi pemasaran ditingkatkan maka pendapatan akan meningkat dengan asumsi modal usaha dan karakteristik wirausaha konstan.

$\beta_3 = 0,551$ Artinya karakteristik wirausaha berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang ritel apabila karakteristik wirausaha ditingkatkan maka pendapatan akan meningkat dengan asumsi modal usaha dan strategi pemasaran konstan.

Uji t

Model	Koefisien B	Sig	Hasil
(Constant)	-4,427	0,000	
Modal Usaha	0,458	0,000	H ₁ Terbukti
Strategi Pemasaran	0,220	0,000	H ₂ Terbukti
Karakteristik Wirausaha	0,551	0,000	H ₃ Terbukti

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel yang dipaparkan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai modal usaha t_{hitung} sebesar 0,458 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang ritel kabupaten Kranganyar. Hipotesis yang menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan terbukti kebenarannya.
2. Nilai strategi pemasaran t_{hitung} sebesar 0,220 dengan nilai $0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang ritel Kabupaten Karanganyar. Hipotesis yang menyatakan bahwa strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pendapatan terbukti kebenarannya.
3. Nilai karakteristik wirausaha t_{hitung} 0,551 dengan nilai $0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang ritel kabupaten Karanganyar. Hipotesis yang menyatakan bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan terbukti kebenarannya.

Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	667,186	3	222,395	218,830	,000 ^a
Residual	97,564	96	1,016		
Total	764,750	99			

a. Predictors: (Constant), Karakteristik Wirausaha, Strategi Pemasaran, Modal Usaha

b. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel hasil Uji F diketahui besar nilai $F = 218,830$ nilai signifikan $0,000$. Karena nilai signifikan lebih kecil dari $0,05$ sehingga dapat disimpulkan modal usaha, strategi pemasaran dan karakteristik wirausaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang ritel Kabupaten Karanganyar secara simultan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,934 ^a	,872	,868	1,008	1,286

a. Predictors: (Constant), Karakteristik Wirausaha, Strategi Pemasaran, Modal Usaha

b. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian diatas diketahui nilai *Adjusted R²* sebesar $0,872$ hal ini menunjukkan bahwa modal usaha, strategi pemasaran dan karakteristik wirausaha mampu menjelaskan pendapatan sebesar $87,2\%$ sedangkan sisannya sebesar $12,8\%$ dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel seperti citra merek, harga dan yang lainnya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang ritel di Kabupaten Karanganyar.
2. Strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang ritel di Kabupaten Karanganyar.
3. Karakteristik wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang ritel di Kabupaten Karanganyar .
4. Berdasarkan hasil pengujian diatas diketahui nilai *Adjusted R²* sebesar $0,872$ hal ini menunjukkan bahwa modal usaha, strategi pemasaran dan karakteristik wirausaha mampu menjelaskan pendapatan sebesar $87,2\%$ sedangkan sisannya sebesar $12,8\%$ dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel seperti citra merek, harga dan yang lainnya.

Reference:

- ADHIM, F. &. (2019). PERENCANAAN STRATEGI BERBASIS NILAI DI LEMBAGA PENDIDIKAN TINGGI. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM*, 4(2), 259-279.
- Al Ries, d. J. (2001). *Positioning: The Battle For Your Mind*. Jakarta: Salemba Empat.
- Armstrong, G. &. (2017). *Principles of Marketing*. New: 17th red.
- Badan Pusat Statistik, K. K. (2023). Retrieved from <https://karanganyarkab.bps.go.id/publication/2024/02/28/3a6e4e056b8467959c174645/kabupaten-karanganyar-dalam-angka-2024.html>
- Belch, G. E. (2007). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York : McGraw Hil.
- Keller, K. d. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. United States of America : Pearson Education.

Kotler, P. &. (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.

Ramdhani, A. (2023). Karakteristik Wirausaha dan Dampaknya terhadap Pendapatan Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Wirausaha dan Manajemen*.

Santoso, S. (2018). *Konsep Dasar dan aplikasi SEM dengan Amos 24*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Suryani, .. &. (2016). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Susanto, H. &. (2022). Pengaruh Modal Usaha terhadap Pendapatan Pedagang Ritel di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.

Wibowo, S. (2021). Strategi Pemasaran pada Usaha Ritel: Studi Kasus di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.