

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang bertujuan untuk menjawab masalah yang telah dijelaskan dalam Bab I, yaitu menganalisis pengaruh modal, jam operasional, dan promosi terhadap pendapatan penjualan SR12 Herbal Skincare di kemitraan Toko Maya Hasan Banjarmasin, baik secara keseluruhan maupun per variabel. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan bantuan program SPSS versi 26, yang mencakup uji validitas dan reliabilitas instrumen, penyajian profil responden, analisis deskriptif variabel, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis melalui uji-T, uji-F, dan koefisien determinasi.

Seperti yang telah dijelaskan di bab sebelumnya, data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner tersebut disebarakan kepada seluruh mitra SR12 yang memenuhi kriteria sebagai responden, dan dari proses ini, berhasil diperoleh 65 responden yang mengisi kuesioner secara lengkap. Pemilihan responden dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu metode pengambilan sampel yang didasarkan pada kriteria atau pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Semua kuesioner yang diterima telah terisi dengan lengkap dan memenuhi syarat untuk dianalisis. Setelah data terkumpul, dilakukan proses tabulasi. Kemudian, analisis

data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS versi 26 untuk Windows.

B. Analisis Data

Berikut ini adalah hasil pengujian validitas instrumen penelitian yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas item-item Variabel Modal (X1), Jam Operasional (X2), Promosi (X3), dan Pendapatan (Y)

Indikator	hasil	r-tabel	Keterangan
X1.1	0.506	0.244	VALID
X1.2	0.734	0.244	VALID
X1.3	0.647	0.244	VALID
X1.4	0.756	0.244	VALID
X2.1	0.842	0.244	VALID
X2.2	0.851	0.244	VALID
X2.3	0.598	0.244	VALID
X3.1	0.751	0.244	VALID
X3.2	0.756	0.244	VALID
X3.3	0.709	0.244	VALID
X3.4	0.708	0.244	VALID
X3.5	0.808	0.244	VALID
Y.1.1	0.559	0.244	VALID
Y.1.2	0.665	0.244	VALID
Y.1.3	0.784	0.244	VALID

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Dari Tabel 4.1 di atas, terlihat bahwa nilai $r_{xy} > 0,244$. Dengan demikian, semua pertanyaan dalam kuesioner untuk item-item variabel Modal, Jam Operasional, Promosi, dan Pendapatan Usaha dinyatakan valid.

Berikut adalah hasil uji reliabilitas instrumen untuk variabel Modal, Jam Operasional, Promosi, dan Pendapatan.

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Modal	0.613	$\geq 0,6$	Reliabel
Jam Operasional	0.646	$\geq 0,6$	Reliabel
Promosi	0.792	$\geq 0,6$	Reliabel
Pendapatan	0.631	$\geq 0,6$	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Dari Tabel 4.2 di atas, terlihat bahwa nilai koefisien Cronbach's Alpha > 0,60. Dengan demikian, semua pertanyaan dalam kuesioner untuk item-item variabel Modal, Jam Operasional, Promosi, dan Pendapatan dinyatakan reliabel.

C. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 65 responden, karakteristik responden dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini dikategorikan berdasarkan jenis kelamin, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3 Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Perempuan	65	100%
Total		65	100%

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Berdasarkan Tabel 4.3, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan, dengan total 65 responden. Ini

menunjukkan bahwa sebagian besar mitra SR12 Herbal Skincare di Toko Maya Hasan yang berhasil dijumpai selama penelitian adalah perempuan.

2. Usia

Berdasarkan usia, responden dalam penelitian ini dikategorikan dalam Tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4 Usia Responden

No	Umur	Jumlah	Presentase
1	17-20 th	6	9%
2	21-30 th	34	52%
3	31-35 th	15	23%
4	36-40th	10	15%
TOTAL		65	100%

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Berdasarkan Tabel 4.4, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan berusia 21-30 tahun, dengan jumlah 34 responden (52%). Ini menunjukkan bahwa sebagian besar mitra dari Toko Maya Hasan yang berhasil dijumpai selama penelitian adalah perempuan.

D. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, tanggapan para responden telah dirangkum dan dianalisis untuk mengevaluasi Modal, Jam Operasional, Promosi, dan Pendapatan. Proses analisis data ini dilakukan dalam dua tahap, yaitu analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Rata-rata nilai dari setiap responden dikelompokkan dalam lima kelas interval yang setara, sehingga dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Max} - \text{Nilai Min}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,80$$

Adapun kategori dari masing-masing interval adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5 Interval Skala

Interval	Kategori
1,00 s/d 1,79	Sangat Rendah
1,80 s/d 2,59	Rendah
2,60 s/d 3,39	Cukup Tinggi
3,40 s/d 4,19	Tinggi
4,20 s/d 5,00	Sangat Tinggi

1. Variabel Modal

Berikut ini penilaian responden terhadap modal:

Tabel 4.6 Penilaian Responden terhadap Modal

No	Item Variabel	Mean	Kategori
1	Saya memilih memulai usaha dengan modal sendiri karena tidak mau mengambil risiko	4.66	Sangat Tinggi
2	Modal yang dipergunakan sangat bermanfaat untuk mengembangkan usaha saya	4.58	Sangat Tinggi
3	Persyaratan yang diberikan oleh pihak pemberi pinjaman menjadi hambatan saya dalam mendapatkan modal tambahan	3.80	Tinggi
4	Setelah mendapatkan modal tambahan maka usaha saya akan lebih berkembang	4.09	Tinggi
Modal			

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Menurut Tabel 4.6, responden lebih cenderung memilih untuk memulai usaha dengan menggunakan modal sendiri karena mereka tidak

ingin menghadapi risiko. Modal yang digunakan sangat berperan dalam pengembangan usaha mereka. Namun, persyaratan yang ditetapkan oleh lembaga pemberi pinjaman menjadi hambatan bagi responden dalam mendapatkan modal tambahan. Setelah memperoleh modal tambahan, diharapkan usaha responden dapat berkembang dengan lebih baik.

2. Varibel Jam Operasional

Berikut ini penilaian responden terhadap jam operasional:

Tabel 4.7 Penilaian Responden terhadap Jam Operasional

No	Item Variabel	Mean	Kategori
1	Semakin lama jam operasional suatu usaha akan semakin meningkatkan intensitas pengunjung	4.18	Tinggi
2	Semakin lama jam operasional akan semakin meningkatkan pendapatan usaha saya	4.06	Tinggi
3	Semakin lama jam operasional akan semakin tinggi tuntutan dalam mengembangkan usaha saya	3.94	Tinggi
Jam Operasional			

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Berdasarkan Tabel 4.7, dapat disimpulkan bahwa semakin lama jam operasional suatu usaha, semakin tinggi pula intensitas pengunjung. Peningkatan jam operasional juga berpotensi meningkatkan pendapatan usaha responden. Selain itu, dengan bertambahnya jam operasional, tuntutan untuk mengembangkan usaha responden juga semakin meningkat.

3. Variabel Promosi

Berikut ini penilaian responden terhadap promosi:

Tabel 4.8 Penilaian Responden terhadap Promosi

No.	Item Variabel	Mean	Kategori
1	Seberapa percaya diri Anda saat menawarkan produk SR12 kepada calon	4.32	Sangat Tinggi

No.	Item Variabel	Mean	Kategori
	pembeli?		
2	Seberapa mudah menurut Anda menjelaskan manfaat produk SR12 kepada calon pembeli?	4.17	Tinggi
3	Apakah harga produk SR12 menurut Anda sudah sesuai dan menarik bagi calon pembeli?	4.06	Tinggi
4	Seberapa sering Anda mendapatkan pertanyaan dari calon pembeli tentang produk SR12?	4.06	Tinggi
5	Apakah Anda merasa dukungan dari tim SR12 sudah memadai untuk membantu Anda dalam menjual produk?	4.18	Tinggi
Promosi			

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa upaya promosi yang dilakukan oleh responden tergolong tinggi hingga sangat tinggi. Rasa percaya diri dalam menawarkan produk, kemampuan menjelaskan manfaat dengan baik, persepsi mengenai harga, tingkat pertanyaan dari calon pembeli, serta dukungan dari tim SR12, semuanya berperan penting dalam meningkatkan efektivitas promosi dan penjualan produk SR12.

4. Variabel Pendapatan

Tabel 4.9 Penilaian Responden Terhadap Pendapatan

No	Item Variabel	Mean	Kategori
1	Saya terus berusaha dengan kemampuan yang saya miliki untuk meningkatkan pendapatan usaha yang sedang saya jalankan	4.40	Sangat Tinggi
2	Pendapatan usaha sudah sesuai dengan apa yang saya harapkan	3.88	Tinggi
3	Saya meyakini ke depan usaha yang saya jalankan akan terus berkembang dalam kondisi pasar apapun	4.22	Sangat Tinggi
Pendapatan			

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Berdasarkan Tabel 4.9, dapat disimpulkan bahwa responden terus berusaha memanfaatkan keterampilan yang dimiliki untuk meningkatkan pendapatan usaha yang sedang dijalankan. Pendapatan yang diperoleh telah memenuhi harapan responden, dan mereka meyakini bahwa usaha yang dijalankan akan terus berkembang, meskipun kondisi pasar saat ini.

E. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Model regresi yang baik seharusnya memiliki data yang terdistribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2016). Untuk melakukan uji normalitas, analisis dapat dilakukan dengan memeriksa nilai probabilitas. Keputusan diambil berdasarkan kriteria bahwa jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov Test sebagai berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov Test

Variabel	Sig.	<i>Level of Significant</i>	Keterangan
Residual	0.200	0.05	Normal

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan kolmogorov smirnov Test di atas terlihat bahwa nilai probabilitas $0.200 > 0.05$, maka regresi memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merujuk pada kondisi di mana satu atau lebih variabel independen dapat dinyatakan sebagai kombinasi linier dari variabel independen lainnya. Salah satu asumsi dalam regresi linier klasik adalah tidak adanya multikolinearitas sempurna (no perfect multikolinearitas). Sebuah model regresi dianggap mengalami multikolinearitas jika terdapat korelasi linier yang sempurna di antara beberapa atau semua variabel independen. Hal ini menyulitkan dalam mengidentifikasi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016).

Dalam penelitian ini, deteksi multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan metode VIF.

Kriteria pengujian :

Jika $VIF > 10$, maka H_0 ditolak

Jika $VIF < 10$, maka H_0 diterima

Hasil uji multikolinearitas dengan metode VIF sebagai berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas dengan Metode VIF

Variabel	VIF	Nilai Kritis	Keterangan
Modal	1.124	10	Tidak ada multikolinearitas
Jam Operasional	1.117	10	Tidak ada multikolinearitas
Promosi	1.147	10	Tidak ada multikolinearitas

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas menggunakan metode VIF, nilai VIF yang diperoleh < 10 menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas di antara semua variabel bebas. Hal ini berarti bahwa interpretasi hasil analisis regresi tidak akan terdistorsi.

3) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah kondisi di mana varians (σ^2) dari faktor pengganggu atau disturbance term tetap konsisten untuk semua observasi X. Jika terjadi penyimpangan dari asumsi ini, maka disebut heteroskedastisitas, yang muncul ketika varians (σ^2) dari variabel dependen (Y_i) meningkat seiring dengan meningkatnya varians dari variabel independen (X_i), sehingga varians Y_i menjadi tidak seragam (Ghozali, 2016). Dalam penelitian ini, deteksi heteroskedastisitas dilakukan dengan metode Glejser, yaitu dengan memeriksa nilai probabilitas yang $> 0,05$ untuk memastikan tidak adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

Hasil uji heteroskedastisitas dengan Glejser sebagai berikut:

Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Glejser

Variabel	Sig.	Nilai Kritis	Keterangan
Modal	0.969	0.05	Bebas Heteroskedastisitas
Jam Operasional	0.668	0.05	Bebas Heteroskedastisitas
Promosi	0.864	0.05	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser, diperoleh nilai probabilitas $> 0,05$. Ini menunjukkan bahwa model yang diestimasi bebas dari masalah heteroskedastisitas.

F. Analisis Regresi Berganda

1. Hasil Estimasi Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh Modal, Jam Operasional, dan Promosi Terhadap Pendapatan.

Berikut ini adalah Tabel 4.13 yang menunjukkan hasil regresi linier menggunakan metode OLS (*Ordinary Least Square*):

Tabel 4.13 Hasil Regresi Linier Berganda Metode OLS

Variabel	Koefisien <i>Standardized</i>	Koefisien <i>Unstandardized</i>	Probabilitas
Konstanta	-	3.848	0.012
Modal (X_1)	0.119	0.085	0.260
Jam Operasional (X_2)	0.250	0.187	0.020
Promosi(X_3)	0.468	0.236	0.000
R^2 : 0.406			
Adjusted R^2 : 0.377			
F-statistik : 13.902 , Sig. = 0.000			
N : 65			
Variabel Dependen (Y) : Pendapatan			

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS 26 for Windows, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 3,848 + 0,119 X_1 + 0,250 X_2 + 0,468 X_3$$

Dimana:

Y = Pendapatan (variabel dependen)

X_1 = Modal (variabel independen)

X_2 = Jam Operasional (variabel independen)

X_3 = Promosi (variabel independen)

Pada persamaan di atas ditunjukkan pengaruh Modal, dan Jam Operasional, dan Promosi Terhadap Pendapatan. Adapun arti dari koefisien regresi tersebut adalah:

a. Konstanta (3.848)

Jika semua variabel independen (modal usaha, jam operasional, dan promosi) bernilai nol, maka pendapatan usaha diperkirakan sebesar 3.848. Ini menunjukkan pendapatan dasar yang diperoleh tanpa adanya pengaruh dari variabel-variabel lainnya.

b. Koefisien Modal (0.119)

Setiap peningkatan 1 satuan dalam modal (X_1), pendapatan akan meningkat sebesar 0.119 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Namun, berdasarkan tabel regresi, probabilitasnya 0.260 (> 0.05), sehingga modal tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan.

c. Koefisien Jam Operasional (0.250)

Setiap peningkatan 1 satuan jam operasional (X_2), pendapatan akan meningkat sebesar 0.250 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Namun, nilai probabilitasnya 0.020 (< 0.05), sehingga jam operasional memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan.

d. Koefisien Promosi (0.468)

Setiap peningkatan 1 satuan dalam promosi (X_3), pendapatan akan meningkat sebesar 0.468 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Berdasarkan probabilitas 0.000 (< 0.05), promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan.

Maka interpretasi dalam Koefisien Regresi promosi memiliki pengaruh paling kuat dan signifikan terhadap pendapatan, modal dan jam operasional tidak berpengaruh signifikan, sehingga jika ingin meningkatkan pendapatan, fokus utama sebaiknya pada upaya meningkatkan promosi karena memiliki dampak yang signifikan.

2. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

a. Pengujian Pengaruh Modal (X_1) terhadap variable Pendapatan (Y)

- 1) H_2 : Modal berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan.
- 2) Dengan taraf nyata (α) = 5% atau 0,05 dari hasil regresi berganda diperoleh probabilitas t-hitung (sig.) = 0,260.
- 3) Karena sig. (0,260) $>$ 0,05 maka H_0 diterima dan H_2 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa Modal (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan (Y)

b. Pengujian Pengaruh Jam Operasional (X_2) terhadap variabel Pendapatan (Y)

- 1) H_3 : Jam Operasional berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan.
- 2) Dengan taraf nyata (α) = 5% atau 0,05 dari hasil regresi berganda diperoleh probabilitas t-hitung (sig.) = 0,020.

3) Karena $\text{sig. (0,020)} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Jam Operasional (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan (Y).

c. Pengujian Pengaruh Promosi (X_3) terhadap variabel Pendapatan (Y)

- 1) H_4 : Promosi berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan.
- 2) Dengan taraf nyata (α) = 5% atau 0,05 dari hasil regresi berganda diperoleh probabilitas t-hitung (sig.) = 0,000.
- 3) Karena $\text{sig. (0,000)} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_4 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Promosi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan (Y).

3. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Pengujian Pengaruh Modal (X_1), Jam Operasional (X_2), dan Promosi (X_3) secara simultan terhadap Pendapatan (Y)

- a. H_1 : Modal Usaha, Jam Operasional, dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan.
- b. Dengan taraf nyata (α) = 5% (0,05) dan berdasarkan hasil regresi berganda diperoleh probabilitas F-hitung (sig.) = 0,000.
- c. Karena $\text{sig. (0,000)} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Modal (X_1), Jam Operasional (X_2), dan Promosi (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan (Y).

Meskipun dalam Uji t ditemukan bahwa Jam Operasional (X_2) dan Promosi (X_3) yang memiliki pengaruh signifikan secara individu terhadap Pendapatan, hasil Uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama, Modal, Jam Operasional, dan Promosi tetap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan. Artinya, kombinasi antara besarnya modal, jam operasional, dan promosi secara keseluruhan dapat meningkatkan.

4. Pengujian Koefisien

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel independen (Modal, Jam Operasional, dan Promosi) dapat menjelaskan variasi dari variabel dependen (Pendapatan).

Berdasarkan Hasil Tabel 4.13 :

Nilai $R^2 = 0,406$ berarti bahwa 40,6% variasi dalam Pendapatan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Modal (X_1), Jam Operasional (X_2), dan Promosi (X_3). Sisanya 59,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar model regresi ini, seperti kualitas produk, lokasi usaha, daya beli pelanggan, atau faktor eksternal lainnya.

5. Pembahasan

a. Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan Penjualan SR12 Herbal Skincare di Kemitraan Toko Maya Hasan

Berdasarkan analisis regresi linier berganda yang tertera di Tabel 4.13, variabel Modal Usaha (X_1) tidak menunjukkan pengaruh signifikan Terhadap Pendapatan, dengan nilai probabilitas t-hitung (Sig.) sebesar 0,260, > dari tingkat signifikansi 0,05. Ini menunjukkan bahwa meskipun modal meningkat, tambahan modal tersebut tidak secara signifikan meningkatkan pendapatan usaha dalam bisnis Penjualan SR12 Herbal Skincare di Kemitraan Toko Maya Hasan.

Karena produk sudah disediakan oleh Perusahaan induk (SR12 Herbal Skincare), Mitra hanya berfungsi sebagai reseller atau distributor, sehingga modal yang dikeluarkan lebih banyak untuk stok barang dalam jumlah terbatas, bukan untuk produksi atau pengembangan produk. Karena itu, tambahan modal tidak serta-merta meningkatkan pendapatan karena permintaan pasar dan strategi pemasaran lebih berperan.

Hasil penelitian ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Eva Fitriani (2020), Muhammad Retzhi Darmawan (2021), dan Budi Prihatminingtyas (2019), yang menunjukkan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Namun, dalam konteks model kemitraan seperti pada Toko Maya Hasan, peningkatan modal tidak menjadi faktor utama yang menentukan pendapatan usaha. Hal ini karena mitra hanya berperan sebagai distributor dengan kebutuhan modal yang terbatas, sehingga strategi promosi dan pemasaran lebih dominan dalam memengaruhi pendapatan.

Dalam bisnis skincare berbasis kemitraan, faktor lain seperti strategi pemasaran, promosi, loyalitas pelanggan, serta kualitas layanan lebih berperan dalam meningkatkan pendapatan dibandingkan hanya sekedar menambah modal usaha. Hasil regresi pada Tabel 4.13 menunjukkan bahwa variabel Promosi (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha (Sig. = 0,000), sehingga promosi yang efektif cenderung lebih berkontribusi terhadap peningkatan penjualan dibandingkan dengan penambahan modal usaha.

Modal tetap merupakan elemen penting dalam menjalankan usaha, terutama untuk penyediaan stok barang dan operasional bisnis. Namun, dalam konteks penjualan produk SR12 Herbal Skincare, penggunaan modal yang tidak disertai dengan strategi pemasaran yang baik tidak akan berdampak signifikan pada pendapatan. Oleh karena itu, dalam model kemitraan ini, fokus utama untuk meningkatkan pendapatan sebaiknya lebih diarahkan pada strategi promosi, pelayanan pelanggan, serta pemanfaatan media digital untuk pemasaran produk.

Adapun peneliti menggabungkan hasil wawancara mengenai pengaruh modal terhadap pendapatan usaha dalam kemitraan SR12 Herbal Skincare di Toko Maya Hasan.

Tabel 4.14 Wawancara bersama Ibu Tika Agen dari Toko Maya Hasan

“ Saya rasa modal memang penting untuk menambah stok barang, tetapi kalau hanya menambah modal tanpa strategi pemasaran yang baik, barang bisa saja tidak laku. Saya lebih banyak mengandalkan promosi di media sosial, seperti WhatsApp dan Instagram, untuk meningkatkan penjualan.

Yang paling berpengaruh itu promosi dan jaringan pelanggan. Kalau sudah punya banyak pelanggan loyal, mereka akan terus membeli produk meskipun stok saya terbatas. Jadi, menambah modal tanpa adanya peningkatan strategi pemasaran tidak akan berdampak banyak pada pendapatan”

(Ibu Tika, 27 Tahun , Mitra SR12, Wawancara , 2025)

Tabel 4.14 Wawancara bersama Ibu Siti Agen dari Toko Maya Hasan

“Saya pernah menambah modal cukup besar, tapi kalau saya tidak aktif memasarkan produk, penjualan tetap stagnan. Di bisnis ini, kepercayaan pelanggan dan testimoni lebih berperan daripada jumlah modal. Saya sering membagikan testimoni pelanggan dan melakukan live selling di media sosial. Dengan cara ini, orang lebih percaya dan tertarik untuk membeli. Jadi, penjualan saya lebih meningkat bukan karena modal besar, tetapi karena cara saya memasarkan produk lebih efektif”

(Ibu siti 30 Tahun , Mitra SR12, Wawancara , 2025)

Oleh karena itu, dalam model kemitraan ini, mitra sebaiknya lebih fokus pada strategi pemasaran, promosi, dan membangun relasi dengan pelanggan dibandingkan sekadar meningkatkan modal usaha. Dengan pemanfaatan digital marketing yang lebih optimal, seperti media sosial, testimoni pelanggan, dan live selling, mitra dapat meningkatkan pendapatan usaha secara lebih signifikan.

b. Pengaruh Jam Operasional Terhadap Pendapatan Penjualan SR12 Herbal Skincare di Kemitraan Toko Maya Hasan

Hasil analisis regresi linear pada Tabel 4.13 menunjukkan bahwa variabel Jam Operasional (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Penjualan SR12 Herbal Skincare di Kemitraan Toko Maya Hasan, dengan nilai probabilitas (Sig.) sebesar $0,020 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan jam operasional berdampak positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan penjualan. Semakin lama waktu operasional yang digunakan dalam menjalankan usaha, maka semakin besar peluang untuk menarik lebih banyak konsumen dan melakukan transaksi penjualan, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan secara keseluruhan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa studi sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Priyandika (2015), Ernawati et al. (2019), dan Wike Anggraini (2019), yang juga menemukan bahwa jam kerja atau jam operasional memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa efisiensi waktu operasional merupakan salah satu faktor penting dalam menunjang keberhasilan penjualan, termasuk dalam konteks kemitraan seperti yang diterapkan di Toko Maya Hasan.

Sebaliknya, hasil ini berbeda dengan temuan beberapa penelitian lain seperti Eva Fitriani (2020), Emi Rokhayati (2020), dan Liswatin (2022), yang menunjukkan bahwa jam kerja atau jam

operasional tidak selalu memberikan pengaruh signifikan terhadap pendapatan, tergantung pada konteks bisnis dan strategi penjualannya. Perbedaan hasil ini menegaskan bahwa pengaruh jam operasional bersifat kontekstual.

Dalam kasus kemitraan SR12 di Toko Maya Hasan, meskipun jam operasional terbukti berpengaruh signifikan terhadap pendapatan penjualan, namun karakteristik operasionalnya memiliki kekhasan tersendiri. Sebagian besar transaksi dilakukan secara daring melalui media sosial dan sistem pre-order. Oleh karena itu, jam operasional toko fisik tetap memiliki peran dalam menunjang aktivitas usaha, tetapi bukan satu-satunya faktor utama.

Jam operasional dalam bisnis kemitraan ini adalah jumlah waktu yang digunakan untuk membuka usaha dan melayani pelanggan setiap hari. Peningkatan jam operasional dapat memberi peluang lebih besar untuk menanggapi permintaan pelanggan secara cepat, memperluas jangkauan layanan, dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Namun, dalam konteks kemitraan berbasis digital seperti SR12, faktor lain seperti strategi pemasaran digital, kepercayaan pelanggan, dan efektivitas promosi sering kali memberikan pengaruh yang lebih dominan terhadap peningkatan pendapatan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa pengaruh jam operasional terhadap pendapatan sangat dipengaruhi oleh model bisnis yang dijalankan dan strategi yang

diterapkan. Oleh karena itu, meskipun jam operasional penting, mitra juga disarankan untuk fokus pada penguatan strategi pemasaran digital, promosi aktif di media sosial, serta membangun jaringan pelanggan yang loyal untuk meningkatkan volume penjualan secara lebih efektif.

c. Pengaruh Promosi (X3) Terhadap Pendapatan Penjualan SR12 Herbal Skincare di Kemitraan Toko Maya Hasan

Hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 4.13 menunjukkan bahwa Promosi (X3) berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Penjualan SR12 Herbal Skincare di Kemitraan Toko Maya Hasan, dengan nilai probabilitas t-hitung (Sig.) sebesar 0,000, < signifikansi 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin efektif strategi promosi yang diterapkan, maka semakin tinggi pula pendapatan yang diperoleh oleh mitra SR12. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya.

Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putri Yani et al. (2024) yang menyatakan bahwa promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha toko pakaian di Pasar Baru Panyabungan. Dalam penelitiannya, promosi melalui media sosial, diskon, dan penjualan personal terbukti dapat meningkatkan pendapatan secara signifikan dengan koefisien regresi sebesar 0,484. Selain itu, hasil ini juga didukung oleh temuan Leonik et al. (2024) dalam penelitiannya di Dafashion Butik Jambi, yang

menunjukkan bahwa meskipun secara parsial promosi tidak berpengaruh signifikan, namun secara simultan promosi bersama dengan variabel harga dan distribusi berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan penjualan. Ini menunjukkan bahwa promosi tetap menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran, terutama jika dikombinasikan dengan strategi lainnya.

Promosi yang efektif dalam bisnis ini mencakup:

1. Pemanfaatan Media Sosial – Mitra SR12 di Toko Maya Hasan banyak mengandalkan media sosial sebagai sarana utama untuk menjangkau pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Pemilik Toko Maya Hasan mengelola media sosialnya dengan baik dan saat ini memiliki lebih dari 21,8 ribu pengikut di Instagram, dan memiliki 29,7 ribu pengikut di shopee dengan tingkat penilaian bintang 4,9. Hal ini memberikan keuntungan besar dalam pemasaran, karena produk yang dijual dapat dipromosikan secara langsung kepada target penjualan yang lebih luas, yang sudah memiliki kepercayaan terhadap rekomendasi dari pemilik toko.
2. Pemberian Diskon dan Penawaran Khusus, Penawaran promo seperti diskon, cashback, dan paket bundling terbukti efektif dalam meningkatkan daya tarik pembelian produk. Dengan memberikan insentif tersebut, pelanggan merasa lebih termotivasi untuk melakukan pembelian, karena mereka dapat memperoleh

nilai lebih dari transaksi yang dilakukan. Selain itu, penawaran khusus ini juga dapat menarik perhatian calon pelanggan yang sebelumnya ragu untuk membeli, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

3. Testimoni dan Review Pelanggan, Ulasan positif dari pelanggan berperan besar dalam membangun kepercayaan dan menarik calon pembeli baru. Ketika pelanggan berbagi pengalaman mereka yang memuaskan, hal ini tidak hanya memberikan bukti sosial yang kuat, tetapi juga menciptakan rasa koneksi dan komunitas di antara calon pembeli. Ulasan yang baik dapat meningkatkan kredibilitas bisnis dan mempengaruhi keputusan pembelian orang lain, sehingga semakin banyak testimoni positif yang didapat, semakin besar peluang untuk menarik pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada.
4. Endorsement dan Influencer Marketing, Beberapa mitra memanfaatkan jasa influencer, brand ambassador, maupun reseller aktif untuk meningkatkan jangkauan pemasaran produk SR12. Dengan bekerja sama dengan influencer atau brand ambassador yang memiliki pengikut setia dan relevan, mitra dapat menjangkau audiens yang lebih luas serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen. Mereka dapat memberikan rekomendasi yang autentik, membangun kepercayaan, dan

menarik perhatian audiens secara lebih personal, sehingga produk SR12 menjadi lebih dikenal dan diminati.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa promosi adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap pendapatan penjualan SR12 Herbal Skincare di Kemitraan Toko Maya Hasan. Oleh karena itu, mitra yang ingin meningkatkan pendapatan disarankan untuk memfokuskan upaya pada penguatan strategi promosi, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta memanfaatkan platform digital secara optimal untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

d. Pengaruh Modal, Jam Operasional, dan Promosi Terhadap Pendapatan Penjualan SR12 Herbal Skincare di Kemitraan Toko Maya Hasan secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menentukan apakah secara bersamaan variabel independen, yaitu Modal (X1), Jam Operasional (X2), dan Promosi (X3), memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, yaitu Pendapatan Penjualan (Y). Berdasarkan hasil output SPSS dalam tabel ANOVA atau Uji F, diperoleh hasil sebagai berikut:

- **Nilai F hitung = 12,240**
- **Nilai signifikansi (Sig.) = 0,000**

Nilai signifikansi yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 (Sig. 0,000 < 0,05) menunjukkan bahwa secara simultan, ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap pendapatan penjualan. Ini berarti bahwa

model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah layak dan valid untuk menjelaskan hubungan antara modal, jam operasional, dan promosi terhadap pendapatan penjualan di Hasan Banjarmasin.

Dengan demikian, (H1) yang menyatakan bahwa “Modal, Jam Operasional, dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan penjualan” dapat diterima. Hasil ini mengindikasikan bahwa cara peningkatan secara bersamaan dalam aspek modal, jam operasional, dan promosi akan memberikan kontribusi terhadap meningkatnya pendapatan penjualan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Afriyadi dkk (2024) dan Mahendra (2023), yang menunjukkan bahwa kombinasi beberapa variabel usaha seperti promosi, modal, dan waktu operasional memberikan dampak signifikan terhadap pendapatan.

Dengan pengaruh simultan yang signifikan ini, maka penting bagi pemilik usaha dan mitra SR12 untuk tidak hanya fokus pada satu aspek, tetapi juga mengoptimalkan ketiga faktor tersebut secara bersamaan untuk mencapai target pendapatan yang maksimal. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa semua rumusan masalah dalam penelitian ini telah terjawab. Modal, jam operasional, dan promosi secara bersamaan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan. Namun, secara individu, hanya promosi yang menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pendapatan penjualan. Temuan ini

memberikan landasan yang kuat untuk menarik kesimpulan dan merumuskan saran-saran yang akan disajikan di Bab V.