

## ABSTRAK

**Aulia Sufiana.** 2026. Pengaruh Lokasi, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Banjarmasin Timur. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing (1) Muhammad Qamaruddin, ME. dan pembimbing (2) Lutpi Sahal, S.H.I M.S.I

**Kata Kunci:** UMKM, Lokasi, Promosi, Kualitas Produk, Peningkatan Pendapatan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh peran penting Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai penggerak perekonomian dan sumber pendapatan masyarakat di Kecamatan Banjarmasin Timur, khususnya sektor makanan dan minuman. Namun, tidak semua pelaku UMKM mampu meningkatkan pendapatan secara konsisten karena dipengaruhi oleh faktor lokasi usaha, promosi, dan kualitas produk yang belum optimal. Kondisi tersebut menyebabkan daya saing usaha relatif lemah di tengah persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lokasi, promosi, dan kualitas produk terhadap peningkatan pendapatan UMKM secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Sampel terdiri dari 90 pelaku UMKM yang tersebar di 9 kelurahan. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk menilai pengaruh lokasi, promosi dan kualitas produk terhadap peningkatan pendapatan, baik secara parsial maupun simultan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, lokasi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan dengan nilai  $t_{hitung} 2,134 > t_{tabel} 1,987$ , Promosi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan dengan nilai  $t_{hitung} 2,527 > t_{tabel} 1,987$ , dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan dengan nilai  $t_{hitung} 2,060 > t_{tabel} 1,987$ . Lokasi, promosi dan kualitas produk bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan dengan nilai  $F_{hitung} 8,149 > F_{tabel} 2,70$  dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,221. Hal ini menunjukkan bahwa 22,1% variasi peningkatan pendapatan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti modal usaha, kualitas pelayanan, harga, inovasi produk, maupun tingkat persaingan usaha,