MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 7 Tahun 2026

ANALISIS PENGARUH MODAL, QRIS, DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN OMSET UMKM DI KOTA SURAKARTA

Ayu Sekar Melati[1], Dianing Widya Kusumastuti[2], Dika Puspitaningrum[3]
Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Sukoharjo.
E-mail: ayusekarmelati001@gmail.com, dianingwk@gmail.com, dipuspita.98@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana penggunaan media sosial, modal usaha, dan penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) berdampak pada peningkatan penjualan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Surakarta. Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif digunakan bersama dengan survei. Penelitian ini memfokuskan pada UMKM di kota Surakarta, dan sampel 100 responden dipilih dengan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda menggunakan IBM SPSS setelah dikumpulkan melalui kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal kerja memiliki efek positif dan signifikan pada peningkatan pendapatan usaha kecil dan menengah (UMKM). (β = 0,431 ; sig = 0,000), penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan omset UMKM (β = 0,411 ; sig = 0,000), serta media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan omset UMKM (β = 0,273 ; sig = 0,012). Secara simultan, modal usaha, penggunaan QRIS, dan media sosial berpengaruh signifikan terhadap peningkatan omset UMKM (F = 63,045 ; sig = 0,000). Koefisien determinasi (R^3) sebesar 0,653 menunjukkan bahwa tiga variabel independen dapat menyumbang 65,3% dari variasi peningkatan penjualan bisnis mikro, kecil, dan menengah, sedangkan 34,7% dipengaruhi oleh variabel di luar model penelitian. Penemuan ini menunjukkan bahwa penguatan modal usaha, optimalisasi penggunaan QRIS, dan pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran dapat mendukung peningkatan omset UMKM di Kota Surakarta.

Kata Kunci : Modal, QRIS, Sosial Media, dan Omset

Abstract

This study aims to investigate the influence of social media use, working capital, and the implementation of the Indonesian Standard Quick Response Code (QRIS) on increasing MSMEs' sales in Surakarta City. Along with a survey, a quantitative technique was utilized in this investigation. Using a purposive sampling approach, this study chose 100 respondents from MSMEs in Surakarta City. Following the collection of data via a survey, multiple linear regression analysis was performed using IBM SPSS. It was found that there was a positive and considerable influence of working capital on raising the income of micro, small, and medium businesses (MSMEs). The utilization of QRIS (β = 0.431; sig = 0.000) significantly increased MSME turnover, while social media (β = 0.411; sig = 0.000) had a positive and significant effect on MSME turnover (β = 0.273; sig = 0.012). At the same time, the increase in MSME turnover is significantly impacted by business capital, QRIS use, and social media (F = 63.045; sig = 0.000). The coefficient of determination (R^3) value of 0.653 signifies that the three independent variables can explain 65.3% of the variability in sales growth for small,

Article history
Received: Juli 2026
Reviewed: Juli 2026
Published: Juli 2026

Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

medium, and micro firms, while variables not included in the research model account for 34.7% of the variability. These findings show that strengthening corporate capital, optimizing QRIS use, and employing social media as a marketing medium may help raise MSME sales in Surakarta City.

Keywords : *Capital, QRIS, Social Media, and Turnover*

LATAR BELAKANG

Usaha kecil dan menengah (UMKM) adalah pilar utama ekonomi Indonesia karena berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan umum Ilmi et al., (2021). Peran tersebut menjadikan UMKM sebagai sektor yang mampu bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi sekaligus menjadi penggerak aktivitas ekonomi daerah. Seiring dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya persaingan bisnis, pelaku UMKM dituntut untuk mampu meningkatkan daya saing usahanya melalui pengelolaan sumber daya yang efektif, pemanfaatan teknologi digital, serta strategi pemasaran yang lebih inovatif.

Modal usaha yang memadai adalah kunci keberhasilan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Modal adalah sumber daya terpenting untuk membiayai operasional sehari-hari, pengadaan bahan mentah, pembelian peralatan, dan pengembangan usaha. Dengan modal yang cukup, UMKM dapat meningkatkan kapasitas produksi mereka, memasuki pasar baru, dan membuat produk mereka lebih baik, yang pada gilirannya meningkatkan penjualan Aura Nur Safira et al (2024). Selain modal, dengan kemajuan teknologi digital, UMKM bisa meningkatkan hasil bisnis mereka dengan memakai media sosial sebagai sarana promosi dan QRIS sebagai sistem pembayaran digital. Media sosial memungkinkan UMKM menjangkau basis pelanggan yang lebih besar dengan biaya iklan yang lebih kecil, sementara QRIS memastikan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam proses transaksi, yang meningkatkan efisiensi operasional Nadhifa et al., (2025).

Menurut penelitian sebelumnya modal, media sosial, dan QRIS meningkatkan kinerja UMKM. Aura Nur Safira et al. (2024) menemukan bahwa modal usaha berperan penting dalam membantu bisnis mikro, kecil, dan menengah untuk menghasilkan lebih banyak pendapatan, karena hal ini memungkinkan mereka untuk beroperasi dan berkembang. Hasil serupa juga dikemukakan oleh Sartika (2018) yang menyatakan bahwa peningkatan modal dapat meningkatkan omset pelaku UMKM di Kota Pekanbaru. Sementara itu, Pranata (2023) memberikan penjelasan tentang bagaimana penggunaan media sosial sebagai alat periklanan dapat meningkatkan jangkauan pasar, meningkatkan minat pelanggan, dan berdampak positif pada penjualan perusahaan.

Penelitian mengenai penggunaan QRIS juga menunjukkan hasil yang positif. Nadhifa Alifa et al. (2024) menyimpulkan bahwa dengan menggunakan QRIS, jumlah transaksi digital meningkat secara signifikan. Zalzabila (2025) juga menemukan bahwa QRIS mampu mempermudah pencatatan transaksi dan meningkatkan efisiensi operasional usaha. Selain itu, Poppy dan Bagus (2025) menunjukkan bahwa pendapatan UMKM kuliner Denpasar dipengaruhi oleh modal, QRIS, dan media sosial. Meskipun demikian, penelitian yang mengkaji pengaruh modal usaha, pemanfaatan media sosial, dan penggunaan QRIS secara bersamaan terhadap peningkatan omset UMKM di Kota Surakarta masih jarang. Maka dari itu, penelitian ini menawarkan cara baru dengan mengintegrasikan ketiga variabel tersebut dalam konteks UMKM di Kota Surakarta.

Penelitian ini penting dilakukan karena modal, media sosial, dan QRIS merupakan faktor yang berpotensi meningkatkan daya saing UMKM di era digital. Pengelolaan modal yang baik akan mendukung keberlangsungan operasional dan pengembangan usaha, sedangkan pemanfaatan media sosial dan QRIS dapat memperluas pasar, meningkatkan efektivitas promosi, mempermudah transaksi,

serta meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan demikian, penelitian ini dinantikan dapat memberi bukti empiris tentang pengaruh ketiga faktor tersebut pada peningkatan omset UMKM dan menjadi petunjuk bagi pelaku usaha maupun pemerintah dalam menyusun strategi pengembangan UMKM yang lebih efektif.

Penelitian ini juga menarik untuk dilakukan karena Kota Surakarta merupakan salah satu daerah yang aktif mendorong transformasi digital UMKM. Namun demikian, hasil kajian Badan Riset dan Inovasi Daerah (BRIDA) Kota Surakarta (2023) menunjukkan bahwa masih banyak bisnis kecil dan menengah (UMKM) yang belum menggunakan teknologi digital secara optimal, baik dalam penggunaan media sosial maupun sistem pembayaran digital. Selain itu, Antara News (2024) melaporkan bahwa Pemerintah Kota Surakarta bersama Bank Indonesia terus melakukan edukasi dan pendampingan penggunaan QRIS karena tingkat pemanfaatannya di kalangan UMKM masih belum merata. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM di Kota Surakarta masih menghadapi berbagai tantangan sehingga menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Secara empiris, berbagai permasalahan masih ditemukan pada UMKM di Kota Surakarta. Dari sisi permodalan, sebagian pelaku UMKM masih mencampurkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi sehingga pengelolaan modal dan perencanaan pengembangan usaha belum dilakukan secara optimal. Dari sisi pemasaran, meskipun sebagian besar pelaku UMKM telah memiliki akun media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business, pemanfaatannya masih sebatas sebagai media untuk menampilkan produk tanpa strategi promosi yang terencana maupun interaksi aktif dengan konsumen. Sementara itu, penggunaan QRIS juga belum dimanfaatkan secara maksimal karena sebagian pelaku usaha masih mengandalkan pembayaran tunai dan belum secara aktif mendorong konsumen menggunakan pembayaran digital. Kondisi tersebut menyebabkan peluang peningkatan efisiensi transaksi, perluasan pasar, dan peningkatan penjualan belum dapat dimanfaatkan secara optimal.

Fenomena ini menunjukkan perbedaan antara praktik digitalisasi UMKM dan potensinya. Namun demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh modal usaha, penggunaan media sosial, dan implementasi QRIS terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Surakarta, baik secara individual maupun kombinasi. Ini karena diasumsikan bahwa manajemen modal yang baik, penggunaan media sosial yang efektif untuk promosi, dan implementasi QRIS yang optimal akan meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan pendapatan usaha kecil dan menengah. Penelitian ini diharapkan dapat mendorong kemajuan di bidang ini dan membantu pemangku kepentingan sektor UMKM dan pemerintah daerah mengembangkan rencana untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

KAJIAN TEORITIS

2. Landasan Teori

Penelitian ini menggunakan *Resource-Based View (RBV)* sebagai grand theory dan *Technology Acceptance Model (TAM)* sebagai teori pendukung. *Resource-Based View (RBV)* yang dikemukakan oleh Barney (1991) menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif suatu usaha ditentukan oleh kemampuan dalam mengelola sumber daya *(resources)* yang dimiliki secara efektif. Menurut Barney (1991), sumber daya yang berharga *(valuable)*, langka *(rare)*, unik *(inimitable)*, dan tak tergantikan *(non-substitutable)* dapat memberikan keunggulan jangka panjang dibandingkan dengan pesaing. Dalam konteks UMKM, sumber daya tersebut meliputi modal usaha sebagai sumber daya finansial dan media sosial selaku sumber daya pemasaran yang berfungsi dalam mendukung operasional, meningkatkan daya saing bisnis dan memperluas jangkauan pasar. Oleh karena itu, teori RBV berfungsi sebagai landasan utama untuk

menjelaskan bahwa pengelolaan modal usaha dan pemanfaatan media sosial yang optimal dapat meningkatkan kinerja usaha yang tercermin melalui peningkatan omset.

Selain RBV, penelitian ini juga menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Davis (1989) sebagai teori pendukung untuk menjelaskan penerimaan penggunaan teknologi, khususnya QRIS. Menurut TAM, dua faktor utama mempengaruhi penerimaan teknologi *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) yang dirasakan dan *perceived usefulness* (manfaat) yang dirasakan. Semakin mudah digunakan teknologi, semakin banyak manfaat yang dirasakan, maka semakin tinggi tingkat penerimaan teknologi tersebut Aprilyan et al., (2022).

1. Modal Usaha

   Modal usaha merupakan salah satu sumber daya strategis yang menentukan kemampuan suatu usaha dalam menjalankan kegiatan operasional dan menciptakan keunggulan bersaing. Modal dapat diartikan sebagai seluruh sumber daya ekonomi yang diterapkan oleh para pelaku dalam sektor ekonomi untuk mendukung kegiatan operasional, mulai dari proses pengadaan bahan mentah, proses produksi, hingga kegiatan pemasaran. Menurut Kasmir (2020), modal adalah dana yang digunakan untuk menyelesaikan seluruh aktivitas perusahaan agar kegiatan usaha dapat berjalan secara berkesinambungan.

   Dalam penelitian ini, modal usaha dipandang sebagai salah satu sumber daya finansial yang dimiliki UMKM. Sejalan dengan teori RBV, pengelolaan modal secara efektif memungkinkan pelaku usaha memenuhi kebutuhan operasional, meningkatkan kapasitas produksi, serta mengembangkan usahanya.

   Indikator modal usaha diadaptasi hari Hana Susana et al. (2024), yaitu :
   1. Kecukupan modal
   2. Sumber modal
   3. Pemanfaatan modal untuk produksi
   4. Penggunaan modal untuk pengembangan bisnis

2. QRIS

   Bank Indonesia membuat standar pembayaran digital nasional yang disebut *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) untuk menggabungkan berbagai metode pembayaran yang berbasis QR. QRIS memudahkan pelaku UMKM memperoleh pembayaran non tunai dari banyak aplikasi dompet digital maupun mobile banking hanya dengan satu kode QR, karenanya proses transaksi menjadi lebih praktis, cepat, aman, dan efisien. Penggunaan QRIS dalam penelitian ini dijelaskan melalui TAM yang menjelaskan bahwa kesediaan menggunakan teknologi akan mendorong individu untuk memanfaatkan teknologi tersebut dalam mendukung aktivitasnya. Dalam konteks UMKM, penerapan QRIS membantu meningkatkan efisiensi transaksi, mempermudah pengelolaan pembayaran, dan mendukung peningkatan kinerja usaha.

   Menurut Khairina et al. (2023), penggunaan QRIS mampu meningkatkan produktivitas UMKM karena memudahkan proses transaksi, mempercepat pembayaran dan membantu pencatatan transaksi secara otomatis.

Indikator QRIS dalam penelitian ini meliputi :

1. Kemudahan Transaksi
2. Kecepatan Pembayaran
3. Kenyamanan Konsumen
4. Pencatatan transaksi

3. Media Sosial

Media sosial adalah media yang berani yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan membangun jejaring secara cepat. Dalam konteks bisnis, Media sosial memungkinkan usaha kecil dan menengah untuk menjangkau audiens target yang besar dengan biaya yang terjangkau. Dalam penelitian ini, penggunaan media sosial dijelaskan melalui TAM mengemukakan bahwa penerimaan dan penggunaan suatu teknologi dipengaruhi oleh keyakinan pengguna bahwa teknologi tersebut mampu mendukung aktivitas yang dilakukan. Dalam konteks UMKM, media sosial dipandang teknologi pemasaran digital yang membantu pelaku usaha mempromosikan produk, memperbesar cakupan pasar, membangun interaksi dengan konsumen, serta meningkatkan efektivitas kegiatan pemasaran. Oleh karena itu, semakin tinggi pemanfaatan media sosial dalam aktivitas pemasaran, semakin besar peluang peningkatan penjualan yang pada akhirnya berdampak terhadap peningkatan omset UMKM.

Menurut Rifani (2020), aktivitas melalui media sosial sebagai sarana pemasaran UMKM dapat dinilai menggunakan sejumlah indikator tertentu, yaitu :

1. Intensitas Promosi
2. Interaksi dengan konsumen
3. Jangkauan Pasar
4. Kualitas konten promosi

4. Omset

Pendapatan adalah salah satu indikator kinerja yang paling penting untuk menilai kinerja keuangan suatu perusahaan, terutama usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pendapatan adalah jumlah total yang dihasilkan dari penjualan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu sebelum biaya operasional dikurangi Armiani, dikutip dalam Nurfitriani (2024). Omset tidak hanya mencerminkan hasil penjualan yang diperoleh suatu usaha, tetapi juga menjadi salah satu indikator kinerja yang menunjukkan kemampuan UMKM dalam mengelola sumber daya, menerapkan strategi pemasaran, dan mengembangkan usahanya secara berkelanjutan Lasar & Utami (2024). Oleh karena itu, omset digunakan dalam penelitian ini sebagai ukuran kinerja finansial UMKM yang menggambarkan keberhasilan usaha dalam menghasilkan pendapatan dari kegiatan penjualan selama periode waktu tertentu. Omset digunakan untuk mengevaluasi bagaimana variabel independen seperti modal, media sosial, dan penggunaan sistem pembayaran digital mempengaruhi kinerja penjualan UMKM.

2.1 Penelitian Terdahulu

2.1 Tabel penelitian terdahulu

Judul Penelitian	Author (Penulis) dan Tahun	Variable	Metodologi Penelitian	Hasil
Pengaruh Modal Terhadap Omset Pada Pelaku Umkm Di Seluruh Kecamatan Pekanbaru	Dewi Sartika (2018)	Modal (X), Omset (Y)	Regresi Linier Sederhana, Uji (t) dan Koefisien Determinasi (R^2).	Di seluruh kecamatan Pekanbaru, bisnis mikro, kecil, dan menengah menunjukkan korelasi positif antara modal dan pendapatan, menurut persamaan regresi linier. Menurut uji t, modal mempengaruhi pendapatan secara signifikan.
Analisis pengaruh biaya, modal, dan produksi terhadap pendapatan UMKM: Solusi untuk pertumbuhan ekonomi lokal	Aura Nur Safira *et al,. (2024)*	Biaya (X1), Modal (X2), Produksi (X3), Pendapatan Pelaku UMKM (Y)	Metode Deskriptif Kualitatif	Hasil analisis menunjukkan bahwa peningkatan modal dan pengelolaan biaya produksi yang efektif dapat secara signifikan meningkatkan pendapatan UMKM dan mendorong pertumbuhan ekonomi dengan memberikan kesetaraan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja baru.
Peranan Media Sosial Terhadap Peningkatan Omset (Studi Kasus Penjualan Pakaian Bekas di Pajak Melati TG. Anom)	Sungguh Poten Pranata (2023)	Media Sosial (X), Omset UMKM (Y)	Regresi Linier Sederhana menggunakan sampel random sampling	Hasil studi regresi linier sederhana menunjukkan bahwa tingkat signifikansi 0,000 kurang dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa variabel Penjualan (Y) dipengaruhi oleh variabel Media Sosial (X). Ada korelasi positif yang signifikan antara media sosial Facebook dan penjualan, dengan koefisien korelasi (R) sebesar 0,529 dan 52,9, masing-masing.

Pengaruh Media Sosial Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada UMKM Dapur Julie Depok	Danis Wahyu *et al*,. (2023)	Media Sosial Instagram (X), Omset Penjualan (Y)	Metode Penelitian Kuantitatif menggunakan sampel teknik insidental	Hasil uji determinasi menunjukkan bahwa R Square adalah 0,699, atau 69,9%, yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan sebesar 69,9% antara media sosial di Instagram dan penjualan Dapur Julie Depok. Faktor lain mempengaruhi 30,1% sisa.
Pengaruh Modal Usaha, Jam Kerja Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM Di Kecamatan Ngunut	Rizki Wulandari & Hari Subiyantoro (2023)	Modal Usaha (X1), Jam Kerja (X2), Laba Usaha (X3), Pendapatan Usaha (Y)	Metode Penelitian Kuantitatif menggunakan teknik simple random sampling	Menurut nilai t yang dihitung (5,539 ; 1,668), yang secara signifikan lebih besar dari nilai tabel dan memiliki tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$), modal usaha (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha (Y).
Analisis Penggunaan Qris Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM	Nadhifa Alifa *et al*,. (2024)	Variabel Independen : Penggunaan QRIS, Variabel Dependen : Pendapatan UMKM	Metode Penelitian Analisis Deskriptif Kualitatif	Hasil analisis dan diskusi menyeluruh menunjukkan bahwa peningkatan jumlah pengguna QRIS, serta volume dan nilai nominal transaksi per pedagang menguntungkan pendapatan bisnis mikro, kecil, dan menengah.
Analisis Perbedaan Omset Penjualan UMKM Sebelum dan Sesudah Menggunakan QRIS di Purwokerto	Windy Brigita *et al* (2022)	Variabel Independen : Penggunaan QRIS, Variabel Dependen : Omset UMKM	Metode Penelitian Deskriptif Komparatif dengan pendekatan Kuantitatif	Penelitian ini menemukan bahwa terdapat perbedaan signifikan terhadap pada tingkat omset UMKM di Purwokerto sebelum dan sesudah penggunaan QRIS.

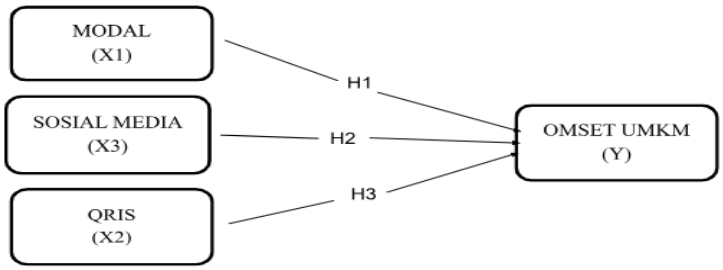
Berdasarkan penelitian terdahulu, sebagian besar penelitian sebelumnya hanya menganalisis pengaruh satu atau dua variabel terhadap pendapatan atau omset UMKM, sedangkan penelitian yang mengintegrasikan modal usaha, QRIS, dan media sosial dalam satu model penelitian masih relatif terbatas. Selain itu, studi ini baru karena meneliti secara bersamaan dampak modal usaha, penggunaan QRIS, dan penggunaan media sosial terhadap pendapatan UMKM di Surakarta. Ini karena sebagian besar studi dilakukan di berbagai tempat dengan karakteristik UMKM yang berbeda-beda, yang berarti hasilnya tidak dapat digeneralisasikan ke semua UMKM di Surakarta. Diharapkan penelitian ini akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang komponen yang mempengaruhi pendapatan di era modern.

2.2 Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran penelitian ini menggambarkan hubungan antara modal (X1)**,** QRIS (X2)**,** dan media sosial (X3) sebagai variabel independen terhadap peningkatan omset UMKM (Y) sebagai variabel dependen. Penelitian ini mengasumsikan bahwa modal yang memadai, pemanfaatan QRIS, dan

penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan omset UMKM.

2.1 Gambar Kerangka Pikir



2.3 Hipotesis

1. Pengaruh Modal Usaha terhadap peningkatan omset UMKM

Berdasarkan RBV, modal usaha merupakan salah satu sumber daya strategis yang menentukan kemampuan UMKM dalam menjalankan kegiatan operasional, meningkatkan kapasitas produksi, memperluas usaha, dan memenuhi kebutuhan pemasaran. Modal yang dikelola secara efektif akan meningkatkan produktivitas usaha sehingga berdampak pada peningkatan omset. Hasil penelitian Hana Susana et al. (2024) dan Aura Nur Safira et al. (2024) mendukung bahwa modal usaha berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan maupun omset UMKM. Oleh karena itu, dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut.

H1: Modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap omset UMKM di Surakarta.

2. Pengaruh QRIS terhadap peningkatan omset UMKM

Menurut TAM, penggunaan QRIS dipengaruhi oleh kemudahan dan manfaat yang dirasakan pengguna. QRIS mempercepat proses pembayaran, meningkatkan keamanan transaksi, dan memungkinkan perekaman transaksi secara otomatis. Penelitian Khairina et al. (2023) dan Nadhifa Alifa et al. (2024) menemukan bahwa penggunaan QRIS meningkatkan penjualan UMKM. Oleh karena itu, hipotesis kedua penelitian ini adalah sebagai berikut.

H2: Penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap omset UMKM di Surakarta.

3. Pengaruh Media Sosial terhadap peningkatan omset UMKM

Media sosial adalah salah satu sumber daya pemasaran digital yang membantu pelaku UMKM menjangkau konsumen yang lebih luas, membangun komunikasi dua arah, meningkatkan promosi produk, serta memperkuat citra usaha dengan biaya yang relatif rendah. Dalam perspektif RBV, sumber daya media sosial dapat memberikan keunggulan kompetitif apabila dimanfaatkan secara efektif. Penelitian Danis Wahyu et al. (2023) dan Sungguh Poten Pranata (2023) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan keuntungan bisnis mikro, kecil, dan menengah. Berdasarkan kajian teoritis dan hasil penelitian terdahulu tersebut, dirumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut.

H3: Pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap omset UMKM di Surakarta.

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei kuantitatif untuk melihat bagaimana variabel independen yaitu modal usaha, pemanfaatan QRIS , dan media sosial berdampak pada variabel dependen peningkatan omset UMKM di Surakarta. Untuk mengumpulkan data, kuesioner dibagikan kepada UMKM yang berpartisipasi.

3.2 Populasi dan Sampel penelitian

Populasi yang menjadi fokus dalam penelitian ini mencakup seluruh 13.203 usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berada di Surakarta. Proses pemilihan sampel dilakukan dengan cara memilih UMKM secara khusus, berdasarkan kriteria bahwa mereka masih beroperasi, menggunakan QRIS sebagai cara pembayaran, dan memanfaatkan media sosial untuk keperluan iklan. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan toleransi kesalahan sebesar 10%, yang menghasilkan 100 responden (Sugiyono, 2020).

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel Modal, Penggunaan QRIS, Media Sosial, dan Omset UMKM. Untuk setiap variabel, instrumen penelitian dibuat dengan skala Likert lima poin, di mana satu adalah sangat tidak setuju (STS) dan lima adalah sangat setuju (SS). Dengan responden yang memenuhi kriteria penelitian, data dikumpulkan secara online melalui Google Forms. Penyusunan butir pernyataan mengacu pada indikator masing-masing variabel yang telah diuraikan pada teori kajian, yaitu Modal Usaha mengacu pada Hana Susana dkk. (2024), Penggunaan QRIS mengacu pada Khairina et al. (2023), Media Sosial mengacu pada Rifani (2020) dan Omset UMKM diukur melalui indikator omset saat ini, tren kenaikan omset, pengaruh QRIS terhadap omset, pengaruh media sosial terhadap omset, dan kepuasan terhadap perkembangan omset berdasarkan Bajrei (2023).

3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS versi 25 untuk regresi linier berganda. Uji asumsi klasik dilakukan sebelum pengujian hipotesis untuk mengevaluasi heteroskedastisitas, normalitas, dan multikolinearitas. Uji Kolmogorov-Smirnov (tingkat signifikansi > 0,05) digunakan untuk menguji normalitas. Multikolinearitas dinilai dengan nilai toleransi lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10. Heteroskedastisitas diuji dengan uji Glejser (tingkat signifikansi > 0,05).

Pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis regresi linier berganda dengan persamaan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Y = Omset
α = Konstanta
β1, β2, β3 = Koefisien besarnya regresi/ pengaruh
X1, = Modal
X2, = QRIS
X3 = Sosial Media
Sumber: (Sugiyono 2020)

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t untuk mengevaluasi pengaruh parsial dari masing-masing variabel independen, uji F untuk mengevaluasi pengaruh simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen, dan koefisien determinasi (R^3) untuk mengevaluasi kemampuan model untuk menjelaskan variasi dalam penjualan bisnis kecil, menengah, dan mikro.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan penjelasan tentang variabel yang digunakan dalam penelitian atau analisis serta untuk menyampaikan data secara mudah dipahami. Variabel dependen pendapatan UMKM (Y), variabel independen modal usaha (X1), dan penggunaan QRIS (X2), dan media sosial (X3).

4.1 Deskriptif Variabel Penelitian

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TOTAL M	100	7	20	17.19	2.034
TOTAL Q	100	5	20	17.47	2.120
TOTAL MS	100	7	20	17.27	2.004
TOTAL PO	100	6	25	21.48	2.488
Valid N (listwise)	100				

4.1 menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai rata-rata yang relatif tinggi. Variabel QRIS memiliki nilai rata-rata tertinggi, 17,47, dan variabel Kenaikan Penjualan memiliki nilai rata-rata tertinggi, 21,48. Nilai rata-rata ini berada di atas simpangan baku dari masing-masing variabel, menunjukkan bahwa data responden tersebar cukup luas.

Uji Instrumen Data dan Asumsi Klasik

a. Uji Validitas

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas

HASIL UJI VALIDITAS				
VARIABEL PENELITIAN	**ITEM PERTANYAAN**	**NILAI R HITUNG**	**NILAI R TABEL**	**KETERANGAN**
Modal (X1)	X1.1	0,578	0,197	Valid
	X1.2	0,520		
	X1.3	0,259		
	X1.4	0,484		
QRIS (X2)	X2.1	0,462		
	X2.2	0,475		
	X2.3	0,400		

	X2.4	0,479		
Media Sosial (X3)	X3.1	0,413		
	X3.2	0,467		
	X3.3	0,464		
	X3.4	0,385		
Peningkatan Omset (Y)	Y.1	0,411		
	Y.2	0,508		
	Y.3	0,447		
	Y.4	0,505		
	Y.5	0,507		

Semua instrumen penelitian dianggap valid setelah membandingkan nilai r yang dihitung dengan nilai tabel dalam kasus ini, nilai tabel adalah 0,197 (df = 98; α = 0,05).

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Modal (X1)	0,673	0,60	Reliabel
QRIS (X2)	0,672		
Media Sosial (X3)	0,651		
Peningkatan Omset (Y)	0,718		

Dapat disimpulkan, baik variabel independen maupun dependen dalam penelitian ini dianggap reliabel, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 4.3, karena setiap variabel yang diteliti memiliki nilai alpha Cronbach diatas 0,60, yang berarti bahwa data tersebut dianggap reliabel.

a. Uji Normalitas

Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov Test)

	Unstandardized Residual	Standar	Keterangan
N	100		
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200		Normal

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov untuk satu sampel (SPSS 25) ditunjukkan dalam Tabel 4.4. Asimp sig memiliki nilai signifikansi 0,200, lebih tinggi dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinearitas (Coefficient)

Variable	Tolerance	Standar	VIF	Standar	Keterangan
Modal (X1)	0,500	>0,1	2,000	<10	Tidak terjadi Multikolinearitas
QRIS (X2)	0,428	>0,1	2,334		
Media Sosial (X3)	0,472	>0,1	2,117		

Sebagai bukti bahwa tidak ada tanda-tanda multikolinearitas dalam model regresi, Tabel 4.5 menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai toleransi di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel Bebas	Nilai Signifikan	Nilai Kritis	Keterangan
Modal (X1)	0,1	0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
QRIS (X2)	0,1		
Media Sosial (X3)	0,1		

Menurut Tabel 4.6, tidak ada bukti heteroskedastisitas dalam model regresi, karena semua variabel independen memiliki nilai signifikansi < 0,05.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	B	T	Sig
(Constan)	2,188	1,537	0,128
Modal (X1)	0,431	4,206	0,000
QRIS (X2)	0,411	3,868	0,000
Media Sosial (X3)	0,273	2,548	0,012

Persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

Semua variabel independen memiliki koefisien regresi positif dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05, menurut Tabel 4.7. Y = 2,188 + 0,431X1 + 0,411X2 + 0,273X3 + e. Hal ini menunjukkan bahwa QRIS, media sosial, dan modal memiliki efek positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.

Uji Simultan dan Koefisien Determinasi (R^3)

Tabel 4.8. Hasil Uji Simultan dan Koefisien Determinasi (R^3)

Pengujian	Nilai
F hitung	63,045

Sig. F	0,000
R	0.814
R Square	0,663
Adjusted R Square	0,653

Berdasarkan Tabel 4.8, nilai uji F sebesar 0,000 menunjukkan bahwa modal, QRIS, dan media sosial secara bersamaan memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan pendapatan UKM. Dengan koefisien determinasi (R^3) yang disesuaikan sebesar 0,653, peningkatan pendapatan sebesar 65,3% dapat disebabkan oleh ketiga variabel independen tersebut, sedangkan sisa 34,7% disebabkan oleh faktor-faktor yang tidak termasuk dalam model penelitian.

2. Pembahasan

1. Pengaruh Modal terhadap Peningkatan Omset

Sebagai bukti bahwa variabel modal mempunyai pengaruh yang positif dan nyata terhadap peningkatan pendapatan UMKM, variabel ini memiliki koefisien regresi 0,431 dan nilai signifikansi 0,000, menurut Tabel 4.7. Hasil ini menunjukkan bahwa bisnis dengan tingkat modal yang lebih besar lebih mampu meningkatkan kapasitas produksi dan memperluas kegiatan operasionalnya. Kasmir (2020) mendukung temuan penelitian ini, yang menemukan bahwa modal adalah sumber utama pembiayaan untuk operasional dan pengembangan bisnis, yang meningkatkan produktivitas dan pendapatan. Penemuan ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa modal menguntungkan kinerja dan pendapatan UMKM. .

2. Pengaruh QRIS terhadap Peningkatan Omset

Dengan tingkat signifikansi 0,000 dan koefisien regresi 0,411, variabel QRIS memiliki nilai tertinggi dibandingkan dengan variabel lain, menurut Tabel 4.7. Hasil ini menunjukkan bahwa QRIS adalah metode yang paling efektif untuk meningkatkan pendapatan UKM. Kesimpulan ini didukung oleh teori TAM, yang menyatakan bahwa teknologi diterima hanya jika mudah digunakan dan menawarkan keuntungan (Davis, 1989). Selanjutnya, Bank Indonesia (2022) menemukan bahwa QRIS membantu digitalisasi UMKM dan meningkatkan efisiensi transaksi. Temuan ini sejalan dengan Nadhifa Alifa dkk. (2024), yang menemukan bahwa penggunaan QRIS memiliki efek positif pada pendapatan UMKM.

3. Pengaruh Media Sosial terhadap Peningkatan Omset

Variabel Media Sosial memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM, seperti yang ditunjukkan di Tabel 4.7, dengan tingkat signifikansi 0,012 dan koefisien regresi 0,273. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran memiliki potensi untuk meningkatkan interaksi pelanggan dan meningkatkan jangkauan pasar. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rifani et al. (2024), media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk pemasaran UMKM karena dapat meningkatkan jumlah iklan, penjualan, dan keuntungan.

KESIMPULAN

Studi ini melihat bagaimana pertumbuhan pendapatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Surakarta dipengaruhi oleh modal usaha, penggunaan QRIS, dan media sosial. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan QRIS, media sosial, dan modal usaha masing-masing memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM. Selain itu, hasil menunjukkan bahwa ketiga variabel ini memengaruhi pendapatan UMKM secara bersamaan.

Ada beberapa keterbatasan di studi ini. Untuk alasan pertama, penelitian ini tidak dilakukan secara ekstensif pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Surakarta. Akibatnya, hasilnya tidak dapat digeneralisasikan ke area lain yang memiliki karakteristik yang berbeda. Kedua,

hanya tiga variabel independen modal usaha, penggunaan QRIS, dan media sosial yang dipertimbangkan. Oleh karena itu, analisis faktor-faktor tambahan yang mungkin mempengaruhi pertumbuhan pendapatan UMKM tidak dilakukan.

Karena keterbatasan ini, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memperluas cakupan penelitian. Dengan demikian, hasil dapat digeneralisasi dengan lebih baik. Peneliti lain juga dapat memasukkan faktor tambahan yang dapat meningkatkan pendapatan bisnis mikro, kecil, dan menengah. Faktor-faktor seperti literasi keuangan, orientasi kewirausahaan, inovasi produk, kualitas layanan, dan kemampuan digital. Studi ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi bagi UMKM tentang cara mengoptimalkan manajemen modal, meningkatkan penggunaan QRIS, dan menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran yang lebih efisien. Selain itu, untuk meningkatkan daya saing UMKM, pemerintah daerah, Bank Indonesia, dan lembaga terkait diminta untuk meningkatkan program pelatihan, pendampingan, dan pengembangan profesional di bidang manajemen bisnis, digitalisasi pembayaran, dan pemasaran digital.

DAFTAR PUSTAKA

Alifia, Nadhifa et al. 2024. "Analisis Penggunaan Qris Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM." *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis* 25(1): 61–68. doi:10.29103/e-mabis.v25i1.1273.

Aura Nur Safira, Hana Susana, Sri Yuliani Nursari, Nur laela, Ravel Anwar, Zakiyatul Amaliah. 2024. "ANALISIS PENGARUH BIAYA, MODAL, DAN PRODUKSI TERHADAP PENDAPATAN UMKM: SOLUSI UNTUK PERTUMBUHAN EKONOMI LOKAL." 1(6): 213–22.

Danis Wahyu Susanto, Faridah, Amirul. 2023. "PENGARUH MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA UKM DAPUR JULIE DEPOK." 17: 182–97.

Kasmir. 2021. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 12. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.

Marcellina Rifani , Fikri Amalia Rosyada, Sifa Uchtiat Suhita. 2025. "Pengaruh Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Produk Pada UMKM." *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital* 2(4): 356–65. doi:10.61132/jumabedi.v2i4.1029.

MOH FAUZI MAHFUD K. BAJREI. 2023. "FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI OMSET USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI PADA PEDAGANG KAKI LIMA DI KECAMATAN AMPIBABO)." 2: 306–12.

Natsir, Khairina et al. 2023. "Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas Umkm." *Jurnal Serina Abdimas* 1(3): 1154–63. doi:10.24912/jsa.v1i3.26208.

Ni Kadek Poppy Keristina, Anak Agung Bagus Putu Widanta. 2025. "Analisis Penggunaan Transaksi QRIS , Permodalan Dan Literasi Digital Dalam Memengaruhi Pendapatan UMKM Kuliner Di Kota Denpasar Negara Yang Maju . Salah Satu Upaya Yang Perlu Dilakukan Untuk Mencapai Tujuan Tersebut Menengah (UMKM), Pengertian UMKM Usah." *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi, dan Manajemen* 4(1): 01–25. https://doi.org/10.30640/inisiatif.v4i1.3276.

Pranata.S.Pd.,M.M, Sungguh Ponten. 2023. "Peranan Media Sosial Terhadap Peningkatan Omset Umkm (Studi Kasus Penjualan Pakaian Bekas Di Pajak Melati Tg.Anom)." *Jurnal Mahkota Bisnis (Makbis)* 2(1). doi:10.59929/mm.v2i1.17.

Sartika, Dewi. 2018. "Pengaruh Modal Terhadap Omset Pada Pelaku Umkm Di Seluruh Kecamatan Pekanbaru." *Jurnal Daya Saing* 4(2): 234–39. doi:10.35446/dayasaing.v4i2.240.

Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

Zalzabila, Nabila. 2025. "Pengaruh Pemanfaatan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Di Era Ekonomi Digital Terhadap Pelaporan Keuangan UMKM Pembayaran ." 32(November).