

Pengaruh Modal Kerja Dan Transaksi Online (*E-Commerce*), Dan Labelisasi Halal Terhadap Pendapatan UMKM Muslim Di Kota Medan Dalam Konsep Mashlahah

¹Dinda Putri Hafira, ²Nur Ahmadi Bi Rahmani, ³Laylan Syafina

¹Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, dindahafira15@gmail.com

²Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, nurahmadi@uinsu.ac.id

³Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, laylansyafina@uinsu.ac.id

Abstract

This study aims to find out the effect of working capital and online transactions (e-commerce), and halal labeling on the income of Muslim umkm in Medan city in the concept of Mashlahah. This research uses quantitative methods, primary data collection techniques by distributing questionnaires which have a sample of 100 respondents consisting of all Muslim MSMEs in Medan City. This study uses the SPSS statistical tool. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of this study indicate that working capital has a positive and significant effect on income. This is evidenced by the tcount value for the Working Capital variable (2.434) which is greater than ttable (1.984) and the sig value 0.017 <0.05, Online/E-Commerce Transactions have a positive and significant effect on Income. This is evidenced by the tcount value for the Online/E-Commerce Transaction variable (4.514) which is greater than ttable (1.984) and a sig value of 0.000 <0.05, and Halal Labeling has a positive and significant effect on income. This is evidenced by the tcount value for the Halal Labeling variable (3.787) which is greater than ttable (1.984) and a sig value of 0.027 <0.05. And based on the F test Working Capital, Online/E-Commerce Transactions, and Halal Labeling have a simultaneous and significant positive effect on Revenue. This is evidenced by the Fcount value of (22.691) greater than Ftable (2.70) and a sig value of 0.000 <0.05. And from the results of testing the coefficient of determination shows that the value of R Square is 0.415. This shows that the independent variables, namely Working Capital, Online/E-Commerce Transactions, and Halal Labeling, are able to explain the dependent variable, namely Income of 41.5%, the remaining 58.5% is explained by other variables outside the regression model.

Keywords: Working Capital, Online/E-Commerce Transactions, Halal Labeling, Income, Muslim MSMEs.

Pendahuluan

Islam selaku agama Allah, menata kehidupan orang bagus kehidupan di bumi ataupun kehidupan alam baka. Perekonomian merupakan bagian dari kehidupan orang, hingga tentulah perihal ini terdapat pangkal yang telak, ialah al- Qur' an serta as-Sunnah, yang jadi bimbingan dalam menempuh kehidupan. Peran pangkal yang telak ini menghasilkan Islam selaku sesuatu agama yang eksklusif dibanding dengan agama yang lain alhasil dalam mangulas perspektif ekonomi Islam segalanya bermuara pada aqidah Islam bersumber pada al- Quran al Karim dan as- Sunnah nabawiyah (Huda, 2018).

Oleh sebab itu jual beli barang untuk mukmin bukan cuma hanya mendapatkan profit yang sebesar-besarnya. Namun dengan cara lurus bermaksud buat mendapatkan ridho Allah serta dengan cara mendatar bermaksud buat mendapatkan profit alhasil barang-barang yang diperjualbelikan hendak tetap dikembalikan pada aturan-aturan Allah. Barang-barang yang tabu diperjualbelikan bagi syara" tidak hendak diperjualbelikan, sebab tujuan jual beli bukan semata buat mendapatkan profit, namun pula mencari ridho Allah. (Rahman Ghazaly, 2016).

UMKM dalam perekonomian nasional mempunyai kedudukan yang berarti serta penting. Situasi itu amat membolehkan sebab keberadaan UMKM lumayan berkuasa dalam perekonomian Indonesia, dengan alibi jumlah pabrik yang besar serta ada dalam tiap zona ekonomi, kemampuan yang besar dalam absorpsi daya kegiatan, serta partisipasi UMKM dalam pembuatan Produk Dalam negeri Bruto (PDB) amat berkuasa. Alibi yang lain merupakan upaya mikro serta kecil yang mempunyai kelebihan dalam aspek yang menggunakan pangkal energi alam serta padat buatan, kuncinya pada zona pertanian, tumbuhan pangan, perkebunan, peternakan, perikanan, perdagangan, serta rumah makan atau restoran. Upaya menengah mempunyai kelebihan dalam invensi angka imbu di zona penginapan, finansial, rental, pelayanan industri serta kehutanan. Upaya besar mempunyai kelebihan dalam pabrik pengerjaan, listrik, gas, komunikasi, serta pertambangan. Hingga perihal ini meyakinkan kalau UMKM serta upaya besar silih memenuhi serta silih menginginkan, walaupun pada faktanya UMKM lebih berkuasa dalam absorpsi daya kegiatan sampai kontribusinya terhadap pendapatan nasional.

Faktor lain yang mempengaruhi pendapatan ialah labelisasi halal. Labelisasi halal adalah (Rossanty, 2016). Labelisasi halal merupakan rangkaian persyaratan yang seharusnya dipenuhi oleh pelaku usaha yang bergerak dibidang pengolahan makanan dan minuman atau disilahkan secara umum sebagai pangan (Kurnia dan Sudardjat, 2015). Sertifikat halal adalah surat keterangan yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pusat atau provinsi tentang halalnya suatu produk makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetika yang diproduksi oleh perusahaan setelah diteliti dan dinyatakan halal oleh LP-POM MUI. Pemegang otoritas menerbitkan sertifikasi produk halal adalah MUI yang secara teknis ditangani oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM).

Bagi konsumen, sertifikat halal memiliki beberapa fungsi. Pertama, terlindunginya konsumen muslim dari mengonsumsi pangan, obat-obatan dan kosmetika yang tidak halal. Kedua, secara kejiwaan perasaan hati dan batin konsumen akan tenang. Ketiga, mempertahankan jiwa dan raga dari keterpurukan akibat produk haram. Keempat, akan memberikan kepastian dan perlindungan hukum. Bagi produsen, sertifikat halal mempunyai beberapa peran penting. Pertama, sebagai pertanggungjawaban produsen kepada konsumen muslim, mengingat masalah halal merupakan bagian dari prinsip hidup muslim. Kedua, meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen. Ketiga, meningkatkan citra dan daya saing perusahaan. Keempat, sebagai alat pemasaran serta untuk memperluas area jaringan pemasaran. Kelima, memberi keuntungan pada produsen dengan meningkatkan daya saing dan omzet produksi penjualan.

Pada saat sekarang ini, ada beberapa permasalahan utama yang dialami oleh para UMKM Muslim yang ada di Kota Medan. Modal kerja yang terbatas dan manajemen organisasi yang belum matang, membuat usaha yang sedang berkembang ini terkadang mengalami beberapa kendala seperti pengelolaan modal kerja, produksi

barang yang tidak terorganisir, kurangnya tenaga ahli dan profesionalisme karyawan serta masalah pemasaran produk. Hal tersebut berimbas pada pendapatan usaha yang dijalankan. Beberapa masalah yang dialami oleh pelaku UMKM muslim di kota Medan dari hasil wawancara yaitu masih kurangnya modal awal usaha, pelaku UMKM yang mengalami kekurangan modal akan memungkinkan terjadinya perputaran modal yang melambat sehingga memungkinkan pendapatan UMKM berkurang. Serta para pelaku UMKM yang tidak mempunyai modal akan memungkinkan mereka akan meminjam kepada bank atau lembaga keuangan, dan juga sering terdapat kendala pada saat meminjam modal kepada lembaga keuangan, seperti dipersulit pada tahap administratif dan teknis yang diminta oleh bank atau lembaga keuangan tidak dapat dipenuhi oleh pelaku UMKM.

Internet yang menjadi salah satu perkembangan teknologi saat ini sudah menjadi kebutuhan pokok bagi kalangan masyarakat. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2019 mengemukakan bahwa penggunaan internet di Indonesia mencapai 171,17 juta jiwa dari total penduduk 264 juta orang. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat di Indonesia mengakses internet untuk mencari informasi yang di butuhkan.

Seiring dengan perkembangan teknologi dalam melakukan transaksi yang semakin berkembang ini, ternyata turut pula menimbulkan berbagai permasalahan. Beberapa permasalahan yang dapat muncul dalam *e-commerce*, kualitas barang yang dijual, hal ini dikarenakan pembeli tidak melihat secara langsung barang yang akan dibeli. Penjual hanya melihat tampilan gambar dari barang yang akan dijual. Potensi penipuan yang sangat tinggi, dimana ketika pembeli sudah melakukan pembayaran namun barang tidak kunjung diantar kepada pembeli. Potensi gagal bayar dari pembeli, dimana ketika penjual sudah mengirimkan barang kepada pembeli namun pembayaran tidak kunjung dilakukan oleh pembeli. *E-Commerce* merupakan salah satu faktor yang sangat penting menunjang keberhasilan pada proses bisnis UMKM.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kota Medan terus mengalami pertumbuhan yang signifikan. terlihat pada tabel di atas, menunjukkan pada usaha mikro berjumlah sekitar 891 usaha, sedangkan usaha kecil hanya 146 usaha, dan yang paling banyak terdapat pada usaha menengah sebesar 1.060 usaha.

Dampak dari pertumbuhan yang signifikan adalah sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah semakin meningkatkan pendapatan daerah, membuka lapangan kerja baru dan etrgalnya potensi-potensi daerah karena pada umumnya UMKM memberdayakan bahan baku lokal.

Salah satu kawasan yang pertumbuhan wirausahanya semakin berkembang adalah kawasan Jalan Halat Medan. Jalan Halat, kini tak lagi kawasan mati yang hanya dilewati oleh lalu lalang kendaraan. Tak lagi seseram di tahun 70-an di mana saat itu jalannya becek, terutama di sekitaran pekuburan. Semua itu sejak denyut nadi bisnis semakin bergairah sekurangnya dalam lima tahun terakhir. Dimulai dari simpang Jalan Halat hingga ke simpang Jalan A.R. Hakim, ramai berjejer ragam kuliner, distro, boutique, warnet, serta berbagai bisnis lainnya, membuat kecamatan Medan Area ini, tetap ramai terutama malam hari. Ratusan kendaraan ramai parkir di kiri dan kanan jalan. Terlebih pada akhir pekan.

Berdasarkan pra survey yang dilakukan peneliti kepada pemilik usaha kuliner yaitu Ibu Mar yang merupakan salah satu pemilik cafe disana bahwasanya kurang berkembangnya usaha kuliner yang dilakukan oleh wirausaha kuliner di Jalan Halat, karena kebanyakan dari mereka tidak memiliki cabang usaha di tempat lain serta faktor

ramai atau tidaknya jumlah kunjungan konsumen antara wirausaha yang satu dengan wirausaha lainnya. Selain itu, faktor pelayanan kepada pengunjung, faktor kenyamanan lokasi, fasilitas kepada pengunjung, ketersediaan lahan parkir, serta aneka sajian kuliner yang beragam merupakan faktor ramai atau tidaknya jumlah kunjungan konsumen terhadap UMKM muslim kota Medan.

Dalam hal ini UMKM memerlukan adanya perubahan dalam memasarkan produknya, agar produk yang mereka jual dapat mengalami peningkatan nilai produksi dan mengetahui bahwa betapa pentingnya modal kerja dan strategi pemasaran yang baik menggunakan transaksi online *E-commerce*. Seiring dengan perkembangan jaman, pengguna internet di seluruh dunia kian makin bertambah, pemasaran dengan menggunakan transaksi online *E-commerce* diharapkan dapat membantu para pelaku usaha dalam meningkatkan usahanya.

Landasan Teori Ekonomi Islam

Menurut Muhammad Nejatullah Siddiqi yang dimaksud dengan ekonomi Islam adalah respon pemikir Islam (muslim) terhadap tantangan ekonomi pada masa tertentu, dibantu oleh Al-Quran dan as-Sunnah, akal dan ijtihad serta pengalaman (Rivai, 2011). Sedangkan menurut (Mannan Abdul, 2012), ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari perilaku muslim dalam kegiatan ekonomi yang mengikuti ajaran agama sesuai dengan Al-Quran, Hadits Nabi Muhammad SAW., *ijma'* dan *qiyas*.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. (Tambunan, 2009) Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut (Tambunan, 2009). Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut (Tambunan, 2009).

Pendapatan

Pendapatan ialah suatu unsur penting dalam perekonomian yang berperan meningkatkan derajat hidup orang banyak melalui kegiatan produksi barang dan jasa. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya. Pendapatan dapat diartikan juga balas jasa yang diterima oleh faktor-faktor produksi dalam jangka waktu tertentu. Balas jasa waktu tersebut dapat berupa sewa, upah/gaji, bunga ataupun laba. Pendapatan pribadi dapat diartikan sebagai semua jenis pendapatan, termasuk pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan sesuatu kegiatan apapun, yang diterima oleh penduduk suatu negara (Sukirno & Sadono, 2004).

Modal Kerja

Terdapat dua pengertian modal kerja suatu perusahaan, yaitu modal kerja bersih (*net working capital*) dan modal kerja bruto (*gross working capital*). Modal kerja bersih yaitu selisih antara aktiva lancar dengan kewajiban lancar. Sedangkan modal kerja bruto adalah keseluruhan modal yang tertanam dalam aktiva lancar (kas, dan setara kas, surat-surat berharga, piutang usaha/dagang dan persediaan) (Hasibuan, 2021). Modal kerja diperlukan untuk aktifitas operasional sehari-hari. Tanpa modal kerja, maka perusahaan tidak dapat menjalankan aktifitasnya. Aktifitas sehari-hari ditunjukkan oleh keperluan aset-aset lancar, misalnya pembiayaan piutang, persediaan dan lain-lain. Pembiayaan aset lancar ini diperoleh dari kewajiban jangka pendek. Dengan demikian modal kerja bersih adalah selisih aset lancar dikurangi dengan kewajiban jangka panjang (Rahmi, 2014).

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa modal kerja adalah selisih antara aktiva lancar dengan hutang lancar. Dengan demikian modal kerja merupakan investasi perusahaan jangka pendek dalam bentuk kas, persediaan dan piutang yang digunakan untuk memenuhi kegiatan operasi perusahaan.

Transaksi Online (*E-Commerce*)

Definisi *e-commerce* secara umum yaitu proses membeli, menjual, baik dalam bentuk barang, jasa ataupun informasi yang dilakukan melalui media internet (Haryanti, 2010).

Menurut Karmawan (Jauhari) *e-commerce* adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (*business to business*) dan konsumen langsung (*business to consumer*), melewati kendala ruang dan waktu yang selama ini merupakan hal-hal dominan (Mumtahana et al., 2017).

Label Halal

Labelisasi halal adalah (Rossanty, 2016). Labelisasi halal merupakan rangkaian persyaratan yang seharusnya dipenuhi oleh pelaku usaha yang bergerak dibidang pengolahan makanan dan minuman atau disilahkan secara umum sebagai pangan (Kurnia dan Sudardjat, 2015).

Konsep Masalah

Masalah merupakan salah satu metode analisa yang dipakai oleh ulama ushul dalam menetapkan hukum (*istinbat*) yang persoalannya tidak diatur secara eksplisit dalam al-Qur'an dan al-Hadis Hanya saja metode ini lebih menekankan pada aspek maslahat secara langsung (Sudiarti, 2018).

Metode Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan asosiatif karena pertanyaan dalam penelitian ini bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel, kemudian metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan jenis metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara obyektif terhadap fenomena sosial

Data yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau

perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Data ini diperoleh dengan cara memberikan daftar pertanyaan atau kuisioner yang nantinya akan diisi oleh responden yang terdiri dari para pelaku UMKM Muslim yang ada di Kota Medan.

Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM Muslim yang dibina Pemko Medan sebanyak 27.000 UMKM yang mana data terakhir didapatkan dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Pada metode ini sampel diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi digunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi

E = Persentasi kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan
Pengambilan sampel (10%)

Jadi jumlah sampel yang diambil adalah :

$$n = \frac{27.000}{1 + (27.000)(0,1)^2} = 99,63 = 100$$

Maka berdasarkan hasil diatas sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah sebanyak 100 UMKM.

Data Penelitian

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu jenis data yang diperoleh dari perusahaan berupa angka atau bilangan sebagai alat untuk menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui (Supriyanto, 2010).

1. Sumber Data

Adapun sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisioner yang biasa dilakukan oleh peneliti (Umar, 2008). Data ini diperoleh dengan cara memberikan daftar pertanyaan atau kuisioner yang nantinya akan diisi oleh responden yang terdiri dari para pelaku UMKM Muslim yang ada di Kota Medan.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data secara objektif, terperinci, dan baik sesuai dengan kejadian dan permasalahan yang ada, maka metode atau teknik dalam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket atau kuisioner. Angket atau kuisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Supriyanto, 2010). Tujuannya adalah untuk

mendapatkan informasi yang lebih akurat dari responden. Kuisisioner diambil dari hasil penelitian terdahulu yang telah diuji oleh peneliti (Sulianto, 2006). Dan dimodifikasi kuisisionernya dari peneliti yang dilakukan oleh Tesa Nurul Safrianti (2020).

Pengukuran variabel-variabel dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* dimana responden menyatakan pendapatnya terhadap pernyataan. Setiap pertanyaan tersebut disertai 5 alternatif jawaban yang harus dipilih responden dan setiap jawaban tersebut dinilai dengan angka sebagai berikut :

1. Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor : 5
2. Jawaban Setuju (S) diberi skor : 4
3. Jawaban Netral (N) diberi skor : 3
4. Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor : 2
5. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor : 1

Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan adalah analisis regresi berganda, karena membahas tentang tiga buah variabel independen, satu buah variabel dependen. Untuk mendukung hasil dan akurasi penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan program SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) Versi 23.0, kemudian dijelaskan secara deskriptif.

Uji Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan model penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya. Dengan analisis deskriptif, dimungkinkan untuk melakukan hubungan antar variabel, menguji hipotesis, mengembangkan generalisasi, dan mengembangkan teori yang memiliki validitas universal (Ikhsan, 2014). Penelitian ini menjabarkan nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata, dan standar deviasi dari setiap variabel.

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Validitas merupakan produk dari validasi. Validasi adalah suatu proses yang dilakukan oleh penyusun atau pengguna instrumen untuk mengumpulkan data secara empiris guna mendukung kesimpulan yang dihasilkan oleh skor instrumen. Sedangkan validitas adalah kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur sasaran ukurnya. Dalam mengukur validitas perhatian ditujukan pada isi dan kegunaan instrumen. Validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu item dikatakan jika pernyataan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Agar data yang diperoleh bisa relevan/sesuai dengan tujuan uji validitas yang digunakan adalah dengan cara menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan skor setiap konstruksinya. Metode yang digunakan adalah dengan membandingkan antara nilai korelasi atau r_{hitung} dari variabel penelitian dengan nilai r_{tabel} . Data dikatakan valid apabila korelasi antar skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor setiap konstruksinya signifikan pada 0,05 atau 0,01 maka pertanyaan tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2017).

Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebagai alat ukur yang berkenan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data yang dihasilkan dari proses pengumpulan data dengan menggunakan

instrumen (Sinulingga, 2015) Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur seberapa besar suatu pengukuran mengukur dengan stabil atau konsisten. Instrumen dipercaya jika jawaban dari responden atas pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji ini dilakukan dengan menggunakan koefisien *cronbach alpha*. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 (Siregar, 2016).

Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik adalah uji statistik untuk mengukur sejauh mana sebuah model regresi dapat disebut sebagai model yang baik. Model regresi disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi-asumsi klasik yaitu multikolinieritas, autokorelasi, heteroskedastisitas, dan normalitas (Bi Rahmani, 2016). Uji Asumsi Klasik dilakukan untuk mengetahui apakah model estimasi telah memenuhi kriteria ekonometrika, dalam arti tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam metode *Ordinary Lest Square* (OLS). Setidaknya terdapat empat uji asumsi yang harus dilakukan.

Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Alat uji yang digunakan adalah dengan analisis grafik histogram, grafik *normal probability plot* serta uji statistik dengan *Kolmogorov-Smirnov (1-sample K-S)* (Ghozali, 2017). Dasar pengambilan keputusan dengan analisis grafik *normal probability plot* adalah :

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi syarat normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Dasar pengambilan keputusan uji statistik dengan *Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample K-S)* adalah :

1. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ atau 5% maka data terdistribusi secara normal.
2. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ atau 5% maka data tidak terdistribusi normal (Ghozali, 2017).

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi yang kuat diantara variabel-variabel independen yang diikutsertakan dalam pembentukan model. Dasar pengambilan keputusan model regresi yang baik atau Untuk mendeteksi apakah model regresi linear mengalami multikolinearitas dapat diperiksa menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance Value*. Batas dari *Tolerance Value* adalah $> 0,10$ dari *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 (Rizwanto, 2016).

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heterokedastisitas

atau tidak terjadi heterokedastisitas. Metode yang digunakan untuk mengkaji ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai variabel dependen (ZPRED) dengan nilai residual (SRESID). Dasar analisis ini adalah Titik-titik tersebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0 dan data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebur kemudian menyempit dan melebur kembali dan Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja (Bi Rahmani, 2016).

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda untuk mengetahui Pengaruh Modal Kerja Dan Transaksi Online (*E-Commerce*), Dan Labelisasi Halal Terhadap Pendapatan Umkm Muslim Di Kota Medan Dalam Konsep Mashlahah. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio (Bi Rahmani, 2016). Rumus persamaan regresi yang digunakan adalah :

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

a	= Konstanta
X_1	= Modal Kerja
X_2	= Transaksi Online (<i>E-Commerce</i>)
X_3	= Labelisasi Halal
Y	= Pendapatan
b_1, b_2, b_3	= Koefisien regresi untuk X_1, X_2 , dan X_3
e	= Faktor Gangguan

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan tersebut (Syafina, 2018). Tujuan dari uji hipotesis adalah untuk menetapkan suatu dasar sehingga dapat mengumpulkan bukti yang berupa data-data dalam menentukan keputusan apakah menolak atau menerima kebenaran dari pernyataan atau asumsi yang telah dibuat (Syafina, 2018). Uji hipotesis terdiri dari beberapa uji yaitu sebagai berikut :

1. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien Determinan (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinan adalah diantara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas (Syafina, 2018).

2. Uji t (Uji Parsial)

Uji t atau lebih dikenal dengan sebutan uji parsial adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual atau parsial dapat menerangkan variasi variabel terikat (Syafina, 2018). Adapun langkah-langkah dalam pengambilan keputusan untuk uji t adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai t hitung $> t$ tabel dan nilai Sig. $t < \alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai t hitung $< t$ tabel dan nilai Sig. $t > \alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

3. Uji F (Uji Simultan)

Uji F atau lebih dikenal dengan uji simultan adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Syafina, 2018). Langkah-langkah dalam pengambilan keputusan untuk uji F adalah :

1. Jika F dihitung $> F$ tabel dan nilai Sig. $F < \alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika F hitung $< F$ tabel dan nilai Sig. $F > \alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Rumus F Tabel : (Sahid Raharjo, 2018)

$$F_{\text{tabel}} = F(k : n-k)$$

Hasil Dan Pembahasan

Deskripsi Data Penelitian

Karakteristik Responden

Karakteristik responden diperoleh melalui hasil kuesioner yang telah diisi oleh 100 responden. Karakteristik responden merupakan gambaran dari keberadaan responden di tempat penelitian. Karakteristik tersebut dilihat berdasarkan jenis kelamin, usia, penghasilan per bulan, dan pendidikan terakhir

Berdasarkan data menunjukkan bahwa dari 100 orang responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 44 responden (44%), diikuti responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 56 responden (56%).

Berdasarkan data menunjukkan bahwa dari 100 orang responden yang berusia 26-30 tahun yaitu sebanyak 41 responden (41%), diikuti responden berusia 31-35 tahun sebanyak 18 responden (18%), responden yang berusia 36-40 tahun sebanyak 24 responden (24%), serta responden yang berusia 41-45 tahun sebanyak 17 responden (17%).

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 100 orang responden yang memiliki penghasilan sebesar 500.000-1.000.000 sebanyak 26 responden (26%), responden yang memiliki penghasilan sebesar 2.000.000-3.000.000 sebanyak 49 responden (49%), responden yang memiliki penghasilan sebesar 4.000.000-5.000.000 sebanyak 22 responden (22%), serta responden yang memiliki penghasilan sebesar 6.000.000-7.000.000 sebanyak 3 responden (3%).

Berdasarkan data menunjukkan bahwa dari 100 Orang responden yang berpendidikan terakhir SD yaitu sebanyak 13 responden (13%), responden yang berpendidikan terakhir SMP yaitu sebanyak 18 responden (18%), responden yang berpendidikan terakhir SMA/SMK/MA yaitu sebanyak 37 responden (37%), responden

yang berpendidikan terakhir Strata 1 (S1) yaitu sebanyak 27 responden (27%), dan responden yang berpendidikan terakhir Strata 2 (S2) yaitu sebanyak 5 responden (5%).

Uji Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan model penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya. Dengan analisis deskriptif, dimungkinkan untuk melakukan hubungan antar variabel, menguji hipotesis, mengembangkan generalisasi, dan mengembangkan teori yang memiliki validitas universal. Penelitian ini menjabarkan nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata, dan standar deviasi dari setiap variabel sebagai berikut.

Berdasarkan data di atas terdapat beberapa item pertanyaan di setiap variabel dengan jumlah responden berjumlah 100 orang. Variabel Modal Kerja (X1) memiliki nilai minimum 26 dan nilai maksimum 44. Nilai rata-rata Modal Kerja masing-masing responden sebesar 36,75 dengan simpangan baku atau penyebaran rata-rata sebesar 3,688.

Variabel Transaksi Online/*E-Commerce* (X2) memiliki nilai minimum 15 dan nilai maksimum 30. Nilai rata-rata Transaksi Online/*E-Commerce* masing-masing responden sebesar 25,03 dengan simpangan baku atau penyebaran rata-rata sebesar 2,996.

Variabel Labelisasi Halal (X3) memiliki nilai minimum 25 dan nilai maksimum 45. Nilai rata-rata Labelisasi Halal masing-masing responden sebesar 35,69 dengan simpangan baku atau penyebaran rata-rata sebesar 9,649.

Variabel Pendapatan (Y) memiliki nilai minimum 22 dan nilai maksimum 35. Nilai rata-rata Pendapatan masing-masing responden sebesar 30,04 dengan simpangan baku atau penyebaran rata-rata sebesar 2,909.

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan sebagai alat pengumpul data. Untuk uji validitas kuisisioner dilakukan dengan membandingkan r hitung atau nilai *Pearson Correlation* dengan membandingkan nilai r tabel. Apabila nilai r hitung $>$ r tabel (dengan sig. 0,05), maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Jadi apabila nilai r hitung atau nilai *Pearson Correlation* lebih kecil dari nilai r tabel maka butir pertanyaan dalam kuisisioner untuk variabel tersebut tidak valid atau jika r hitung $<$ r tabel (dengan sig. 0,05), maka kuisisioner tersebut tidak valid.

Kuisisioner penelitian ini diuji kepada 88 responden. Nilai r tabel untuk diuji dua sisi pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$. Karena jumlah data (n) 100 atau df (*degree of freedom*) = 100. Df (*degree of freedom*) diperoleh dari jumlah responden 100. Maka diperoleh r tabel sebesar 0,195. Hasil pengolahan uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Berdasarkan pada data di atas, dapat dilihat bahwasanya seluruh nilai r hitung dari setiap variabel X1, X2, X3, dan Y lebih besar daripada r tabel dengan taraf signifikansi 5% sehingga dikatakan bahwa seluruh item pertanyaan dari seluruh variabel valid dan dapat digunakan memenuhi syarat validitas.

Uji Reliabilitas

Selanjutnya terdapat uji reliabilitas. Suatu kuisisioner dinyatakan reliabel jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu. Pengujian reliabilitas untuk variabel-variabel dalam penelitian ini menggunakan

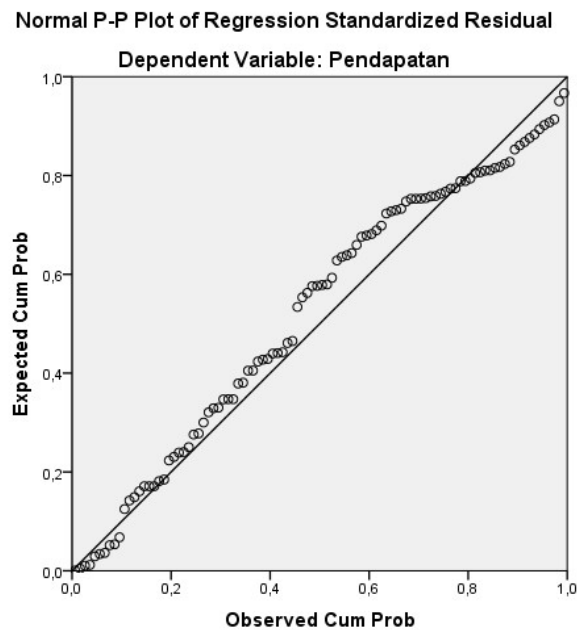
CronbachAlpha. Variabel-variabel dalam penelitian ini dapat dikategorikan reliabel apabila nilai *CronbachAlpha* lebih besar dari 0,60.

Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dan pernyataan pada semua variabel penelitian dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *cronbach'salpha* yang lebih besar dari 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada grafik normal P-P *Plot of Regression Standardized Residual*.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas dengan P-Plot

Berdasarkan gambar 1 menunjukkan bahwa titik-titik atau pola menyebar di sekitar diagonal dan mengikuti diagonal tersebut sehingga data penelitian telah terdistribusi normal dan juga telah memenuhi model regresi yang baik. Berikut ini hasil uji normalitas dengan menggunakan Histogram.

Ujnormalitas dengan histogram dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel berdistribusi normal karena kurva histogram di atas berbentuk parabola dan bukan garis linear. Berikut ini hasil uji normalitas dengan menggunakan *KolmogrovSmirnov* dan *p-value*.

Ujnormalitas seluruh variabel menggunakan perhitungan *Kolmogrov-Smirnov* nilai *asymptoticsignificant(2-tailed)* atau *P-Value* nilainya sebesar $0,270 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data variabel telah berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Dengan melihat nilai VIF (*VarianceInflationFactors*) Jika nilai VIF < 10,00 maka tidak terjadi multikolonieritas. Jika nilai VIF > 10,00 maka terjadi multikolonieritas. Dengan melihat nilai *tolerance* Jika nilai *tolerance* > 0,10 artinya tidak terjadi multikolonieritas. Dan jika nilai *tolerance* < 0,10 artinya terjadi multikolinieritas.

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS di atas menunjukkan bahwa :

1. Variabel Modal Kerja (X1) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,620 di mana nilai tersebut lebih besar dari 0,10 dan memiliki nilai VIF sebesar 1,612 di mana nilai tersebut lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Modal Kerja (X1) terbebas dari masalah Multikolinearitas.
2. Variabel Transaksi Online/*E-Commerce* (X2) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,618 di mana nilai tersebut lebih besar dari 0,10 dan memiliki nilai VIF sebesar 1,617 di mana nilai tersebut lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Transaksi Online/*E-Commerce* (X2) terbebas dari masalah Multikolinearitas.
3. Variabel Labelisasi Halal (X3) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,917 di mana nilai tersebut lebih besar dari 0,10 dan memiliki nilai VIF sebesar 1,090 di mana nilai tersebut lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Labelisasi Halal (X3) terbebas dari masalah Multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu ke pengamat lain. Regresi yang baik harusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika *varians* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Jika titik-titik *scatter plot* membentuk pola-pola tertentu, maka mengindikasikan adanya heteroskedastisitas. Namun jika titik-titik menyebar di atas dan maka titik terdapat heteroskedastisitas.

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan pola titik-titik pada grafik *scatter plot* tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah titik nol pada sumbu Y. Hal ini berarti pada model regresi penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi Pendapatan.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Dari nilai-nilai koefisien di atas, dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 13,722 + 0,190X_1 + 0,435X_2 + 0,144X_3 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Nilai *constant* (a) = 13,722 artinya apabila skor variabel Modal Kerja, Transaksi Online, dan Labelisasi Halal sama dengan nol, maka Pendapatan (Y) meningkat sebesar 13,722.
2. Koefisien regresi Modal Kerja (X1) sebesar 0,190. Hal ini mengandung arti bahwa tambahan satu poin pada Modal Kerja (X1) akan meningkatkan Pendapatan (Y) sebesar 0,190 kali.

3. Koefisien regresi Transaksi Online/*E-Commerce* (X_2) sebesar 0,435. Hal ini mengandung arti bahwa tambahan satu poin pada Transaksi Online/*E-Commerce* (X_2) akan meningkatkan Pendapatan (Y) sebesar 0,435 kali.
4. Koefisien regresi Labelisasi Halal (X_3) sebesar 0,144. Hal ini mengandung arti bahwa tambahan satu poin pada Labelisasi Halal (X_3) akan meningkatkan Pendapatan (Y) sebesar 0,144 kali.

Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji setiap variabel bebas (X). Apakah Modal Kerja (X_1), Transaksi Online/*E-Commerce*, dan Labelisasi Halal (X_3) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat Pendapatan (Y).

Nilai t_{tabel} untuk diuji pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$, tabel distribusi t dicari pada $0,05 : 2 = 0,025$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $100-3-1 = 96$ (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian dua sisi (signifikansi = 0,025) hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,984.

Variabel Modal Kerja (X_1) dapat diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 2,434 dengan signifikansi sebesar 5%. Karena t_{hitung} untuk variabel X_1 (2,434) lebih besar dari t tabel (1,984) dengan nilai signifikansi sebesar $0,017 < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa variabel Modal Kerja (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan (Y), sehingga membuktikan bahwa H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak.

Variabel Transaksi Online/*E-Commerce* (X_2) dapat diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 4,514 dengan signifikansi sebesar 5%. Karena t_{hitung} untuk variabel X_2 (4,514) lebih besar dari t tabel (1,984) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa variabel Transaksi Online/*E-Commerce* (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan (Y), sehingga membuktikan bahwa H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak.

Variabel Labelisasi Halal (X_3) dapat diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 3,787 dengan signifikansi sebesar 5%. Karena t_{hitung} untuk variabel X_3 (3,787) lebih besar dari t tabel (1,984) dengan nilai signifikansi sebesar $0,027 < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa variabel Labelisasi Halal (X_3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan (Y), sehingga membuktikan bahwa H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak.

Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F atau uji simultan merupakan kelayakan model/uji statistik untuk menunjukkan apakah secara bersama-sama atau keseluruhan dari koefisien regresi variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Dengan tingkat simultan signifikan sebesar 5% atau 0,05.

Nilai F tabel untuk diuji pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$. Dan cara menentukan F tabel yaitu $df (n_1) = k-1$ atau $4-1 = 3$. Dan $df (n_2) = n-k$ atau $100-4 = 96$. Maka dapat diperoleh F_{tabel} sebesar 2,70.

Dari hasil perhitungan dapat dilihat bahwa nilai signifikan adalah sebesar 0,000 dan nilai F_{hitung} sebesar 22,691. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($Sig < 0,05$) maka kesimpulannya adalah signifikan. Terlihat pada

tabel di atas diperoleh nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05. Maka keputusannya adalah signifikan. Artinya H_{a4} diterima dan H_{o4} ditolak yang menunjukkan secara bersama-sama (simultan) seluruh variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Untuk nilai F_{hitung} dalam persamaan ini sebesar 22,691 adapun untuk nilai F_{tabel} sebesar 2,70 maka F_{hitung} (22,691) lebih besar daripada F_{tabel} (2,70) sehingga keputusan H_{a4} diterima dan H_{o4} ditolak, yang artinya seluruh variabel bebas yang terdiri dari variabel Modal Kerja, Transaksi Online/*E-Commerce*, dan Labelisasi Halal berpengaruh positif secara simultan dan signifikan terhadap variabel terikat, yaitu Pendapatan.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berganda digunakan untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai *RSquare* sebesar 0,415. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu Modal Kerja, Transaksi Online/*E-Commerce*, dan Labelisasi Halal mampu menerangkan variabel terikat yaitu Pendapatan sebesar 41,5% sisanya 58,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar model regresi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pembahasan sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Modal Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM Mulim Kota Medan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} untuk variabel Modal Kerja (2,434) lebih besar dari t_{tabel} (1,984) dan nilai sig $0,017 < 0,05$ maka keputusannya H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak.
2. Transaksi Online/*E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM Mulim Kota Medan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} untuk variabel Transaksi Online/*E-Commerce* (4,514) lebih besar dari t_{tabel} (1,984) dan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka keputusannya H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak.
3. Labelisasi Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM Mulim Kota Medan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} untuk variabel Labelisasi Halal (3,787) lebih besar dari t_{tabel} (1,984) dan nilai sig $0,027 < 0,05$ maka keputusannya H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak.
4. Modal Kerja, Transaksi Online/*E-Commerce*, dan Labelisasi Halal berpengaruh positif secara simultan dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM Muslim Kota Medan. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar (22,691) lebih besar dari F_{tabel} (2,70) dan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka keputusannya H_{a4} diterima dan H_{o4} ditolak.

Daftar Pustaka

- Ali, Z. (2008). *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Arif, M., & Hardiyanti, H. (2020). Pengaruh Pembiayaan Mikro Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm). *Tansiq: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Syariah*, 3(2).
- Bi Rahmani, N. A. (2016). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: Febi Press Uinsu.
- Daud Ali, M. (1988). *Sistem Ekonomi Islam Zakat Dan Wakaf*. Jakarta: Uii Pres.

- Depdikbud, K. B. B. I., & Kedua, C. (1990). *Balai Pustaka*. Jakarta.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss Jakarta: Salemba Empat*.
- Gonibala, N., Masinambow, V. A. J., & Maramis, M. T. B. (2019). Analisis Pengaruh Modal Dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan Umkm Di Kota Kotamobagu. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(01).
- H Timotius, C. (2017). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Harahap, R. D., Harahap, M. I., Syari, M. E., & Medan, J. W. I. P. V. (2019). Pengaruh Dau Dan Pad Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Dengan Belanja Daerah Sebagai Variabel Intervening. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 5, 247–260.
- Haryanti, S. (2010). Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Mode Kudus. *Speed-Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*, 3(1).
- Hasibuan, A. K. (2021). *Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Pt Jasa Marga Tbk Sebelum Dan Sesudah Akuisisi*. Iain Padangsidempuan.
- Helmalia, H., & Afrinawati, A. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Jebi (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237–246.
- Huda, N. (2018). *Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoritis*. Prenada Media.
- Ikhsan, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. Citapustaka Media.
- Imsar, I. (2021). Strategi Home Industri Konveksi Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Masyarakat Kota Binjai (Studi Kasus Abu Bakar Konveksi Mencirim Binjai Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan (Jimk)*, 1(2), 48–59.
- Indonesia, K. A. R. (2019). *Al-Qur'an Terjemah Tafsir Bil Hadis*. Bandung: Cordoba.
- Isa Beekum, R. (2004). *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustakar Pelajar.
- Kamilah, K., & Nst, A. I. L. (2019). Peran Industri Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Mengatasi Masalah Kesenjangan Dan Distribusi Pendapatan Di Kota Medan. *Human Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(6).
- Kasmir, K. (2018). *Pengantar Manajemen Keuangan Edisi Kedua*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Labara, M. D. (2017). *Pengaruh Modal Kerja Dan Jenis Usaha Terhadap Pendapatan Bersih Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pedagang Kaki Lima Di Pasar Way Halim Bandar Lampung Tahun 2017)*. Uin Raden Intan Lampung.
- Lubis K, S. (2004). *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Mannan Abdul, M. (2012). *Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Marliyah, M., & Sari, P. A. (2022). Analysis Of The Effectiveness Of Distribution Of Zakat Funds At Baznas Of North Sumatra Province. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(3), 921–928.
- Monica, L. (2016). Pengelolaan Modal Kerja. *Bina Ekonomi*, 3(2).
- Mumtahana, H. A., Nita, S., & Tito, A. W. (2017). Pemanfaatan Web E-Commerce Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran. *Khazanah Informatika: Jurnal Ilmu Komputer Dan Informatika*, 3(1), 6–15.
- Nasution, J., & Nasution, M. I. (2021). Pemanfaatan Digital Fundraising Dalam

- Meningkatkan Penghimpunan Zakat Di Masa Pandemi Covid-19. *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam*, 5(1), 55–74.
- Nisa, K., & Hasibuan, R. R. A. (2022). Analisis Efektivitas Penyaluran Dana Zakat Pada Laznas Inisiatif Zakat Indonesia Sumatera Utara. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 232–241.
- Nurbiaty, N., Putro, T. S., & Mayes, A. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penyaluran Pembiayaan Berbasis Bagi Hasil Pada Bank Syariah Mandiri Indonesia Periode 2003-2015*. Riau University.
- Purba, Y. A. B., Yafiz, M., & Irham, M. (2021). Pengaruh Modal Kerja Dan Penggunaan Aplikasi E-Commerce (Shoptimize) Terhadap Pendapatan Umkm Di Kota Medan. *Islamic Circle*, 2(2), 76–86.
- Rahman Ghazaly, A. (2016). *Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Rahmi, I. (2014). *Pengaruh Modal Kerja Terhadap Pendapatan Umkm Kelompok Usaha Bersama (Kube) Melati I Di Kabupaten Bantaeng*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Rianto Al- Arif, M. N. (2017). *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktek*. Bandung: Cv Pustaka Setia.
- Ridha, A. (2014). *Pintar Mengelola Keuangan Keluarga Sakinah. Cetakan Ke-1. Solo: Tayiba Media*.
- Rivai, V. (2011). *Islamic Transaction Low In Business*. Pt. Bumi Aksara.
- Rizwanto, N. (2016). Analisis Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Pengelolaan Keuangan Daerah Terhadap Kinerja Pemerintah Daerah Kabupaten Jember Analysis. *Artikel Ilmiah Mahasiswa*.
- Rosadi, E. (2019). *Pengaruh Modal Dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Bersih Perusahaan Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada Home Industri Krupuk Kemplang Skip Rahayu Kec. Bumi Waras Teluk Betung Kota Bandar Lampung)*. Uin Raden Intan Lampung.
- S. Praja, J. (2012). *Ekonomi Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sinulingga, S. (2015). *Metodologi Penelitian*. Medan: Usu Press.
- Siregar, S. (2016). *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sitio, A. (2001). *Koperasi: Teori Dan Praktek*. Erlangga.
- Sudiarti, S. (2018). *Fiqh Muamalah Kontemporer*.
- Sukirno, S. (2005). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar (Edisi Ketu)*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, & Sadono. (2004). *Pengantar Teori Makro Ekonomi. Edisi Ketiga*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sulianto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Cv. Andi Offset.
- Suma Amin, M. (2008). *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi Dan Keuangan Islam*. Jakarta: Kholam Publishing.
- Supriadi, D. (2017). *Ekonomi Mikro Islam/Sukarno Wibowo*.
- Supriyanto, A. S. (2010). *Metodologi Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Uin-Maliki Press.
- Syafina, L. (2018). *Panduan Penelitian Kuantitatif Akuntansi*. Medan: Febi Press.
- Syahbudi, M., & Ma, S. E. I. (2021). *Ekonomi Kreatif Indonesia: Strategi Daya Saing Umkm Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset Dengan Model Pentahelix)*. Merdeka
-

Kreasi Group.

Tambunan, T. T. . (2009). *Umkm Di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Umar, H. (2008). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada.

Undang-Undang Nomor Tahun 2008 Tentang Umkm, Bab Iv Pasal 6. (N.D.).

Yafiz, M., Arif, M., & Naser Daulay, A. (2016). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Medan: Febi Press UINSU.