

Pengaruh Efektifitas Penggunaan Sosial Media, Modal, dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan (Studi Kasus Durian Pj Sampang)

Laily Nur Aini^{1*}, Septian Eko Haryansyah², Zulviar Anas³

^{1,2} Kewirausahaan, Universitas Nazhatut Thullab, Indonesia
Surat-e: lely.cahaya77@gmail.com

³ Bisnis Digital, Universitas Nazhatut Thullab, Indonesia

ABSTRACT

Effect of Effectiveness The use of social media, capital and length of business to increase income is nothing new for business actors. However, many micro-scale culinary entrepreneurs are still hesitant to use social media to develop their business. There are also many of them who have used social media, but have not experienced progress in their business. This research discusses the effectiveness of the use of social media, capital and length of business to increase income carried out by Durian PJ. From the problems above, this research aims to find out how effective the use of social media is for business and capital on Durian PJ Business income. This research focuses on the durian business in Sampang. This research uses E-analysis with the help of Views 8 software. The results of this research show that social media variables and length of business have a positive and significant effect on income, while capital variables have no effect on Durian PJ's business income.

ABSTRAK

Pengaruh Efektivitas Penggunaan media social, modal dan lama usaha untuk meningkatkan pendapatan bukan hal yang baru bagi pelaku usaha. Walaupun demikian, pelaku usaha kuliner skala mikro masih banyak yang ragu memanfaatkan media sosial untuk mengembangkan usahanya. Banyak juga diantara mereka yang sudah menggunakan media sosial, tetapi tidak juga mengalami kemajuan dalam usahanya. Penelitian ini membahas bagaimana Efektivitas Penggunaan media social, modal dan lama usaha untuk meningkatkan pendapatan yang dilakukan oleh Durian PJ. Dari permasalahan diatas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Efektivitas Penggunaan media social lama usaha dan modal terhadap pendapatan Bisnis Durian PJ. Penelitian ini memfokuskan pada bisnis durian di Kota Sampang. Penelitian ini menggunakan analisis E- dengan bantuan software Views 8. Hasil dari penelitian ini menunjukkan variable media sosial dan lama usaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan, sedangkan variabel modal tidak berpengaruh terhadap pendapatan bisnis Durian PJ.

ARTICLE HISTORY

Received: 3 Oktober 2024

Accepted: 18 Oktper 2024

Published: 18 Oktober 2024

KEYWORDS

Social Media; capital, length of business; Increase Income; Durian PJ Sampang

KATA KUNCI

Sosial Media; Modal; Lama Usaha; Pendapatan Bisnis; Durian PJ Sampang

PENDAHULUAN

Kehidupan modern tidak dapat menghindari kemajuan teknologi, karena kemajuan ilmu pengetahuan mengikutinya. Setiap inovasi dibuat untuk menawarkan keuntungan, kemudahan, dan

metode baru untuk melakukan aktivitas bagi kehidupan manusia. Inovasi yang telah dibuat dalam sepuluh tahun terakhir ini, khususnya dalam bidang teknologi, telah memberi masyarakat banyak keuntungan. Bagi mereka yang tidak bisa lepas dari dunia internet, manfaat internet semakin terasa. Individu-individu seperti para internet marketer, narablog, blogger, dan juga toko online sekarang semakin dihormati oleh pelanggan yang mencari produk tertentu.

Internet telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari, bukan hanya untuk kepentingan bisnis, tetapi juga untuk urusan pribadi dan sosial budaya. Internet telah menjadi sebagian besar bagian dari kehidupan manusia. Tidak lagi dominan di kalangan kelas atas dan menengah, tetapi sekarang juga tumbuh di kalangan kelas bawah [1]. Menariknya, kelompok menengah bawah di Indonesia melihat peningkatan terbesar dalam penggunaan internet. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2018, sebagian besar pengguna internet di Indonesia berada di level ekonomi C, atau strata ekonomi sosial menengah bawah. Dari 143.26 juta orang, atau 54,68% dari seluruh populasi Indonesia, pengguna internet berada di level ekonomi C, dengan 74,62 persen di antaranya berada di level ekonomi C. Kemajuan ini disebabkan oleh era media sosial [2].

Banyak jenis media sosial, termasuk jejaring sosial (seperti Facebook, Linked-In, WhatsApp, Line, Instagram), jejaring sosial pribadi (seperti Yammer, Social Cast, Jive), dan situs berbagi konten (seperti YouTube dan Flickr). 97,9% pengguna internet adalah pengguna media sosial. Media sosial membuat komunikasi lebih mudah bagi penggunanya selain memudahkan hubungan. Disukai karena menguntungkan ekonomi masyarakat [3]. Salah satu produk yang mengalami pertumbuhan pesat karena perkembangan teknologi internet adalah media sosial [4]. Pemakaian yang terus meningkat disebabkan oleh fasilitas media sosial yang menarik dan tingginya biaya internet [1]. Media sosial telah berkembang untuk kepentingan bisnis dan bukan hanya digunakan untuk hubungan sosial.

Media sosial sekarang memberi pengguna kesempatan untuk berbisnis. Yang paling dasar adalah menyediakan ruang promosi dalam media mereka, baik gratis maupun berbayar. Banyak bisnis memanfaatkan jaringan media sosial, yang menarik bagi pengusaha untuk dimanfaatkan untuk pemasaran [5]. Pengusaha dari semua ukuran, termasuk mikro, kecil, menengah, dan besar, berusaha memanfaatkan kesempatan ini untuk meningkatkan bisnis mereka. Bisnis mikro memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan bisnis mereka, seperti melalui promosi dan pengenalan produk hingga penjualan. Di era internet saat ini, sebagian besar perusahaan menggunakan platform media sosial untuk membangun hubungan lebih dekat dengan pelanggan. Ini mengubah cara bisnis konvensional, yang sebelumnya mengutamakan komunikasi langsung dengan pelanggan [7].

Media sosial memungkinkan orang berinteraksi satu sama lain tanpa bertemu secara langsung; ini termasuk membangun dan berbagi hubungan bisnis [4]. Media sosial jauh lebih menguntungkan

daripada metode tradisional untuk mempromosikan produk kepada pengguna aktif. Pengamatan di lapangan menunjukkan bahwa banyak bisnis mikro sudah menggunakan media sosial untuk mempromosikan bisnis mereka. Saat ini, hampir semua bidang usaha mikro menggunakan media sosial. Meskipun belum ada penelitian yang secara khusus membahas seberapa efektif penggunaan media sosial dalam meningkatkan bisnis, namun ada beberapa usaha mikro yang berhasil karena menggunakannya. Banyak bisnis mikro hanya mencoba menggunakan media sosial untuk mengembangkan bisnis mereka. Hal ini sesuai dengan penelitian dari Susanto [8] menyatakan bahwa pengaruh social media berpengaruh secara signifikan terhadap omset penjualan pada UKM Dapur Juie Depok. Penelitian lain dari Pratiwi [9] menemukan bahwa temuan utama penelitian menunjukkan bahwa media social sangat berperan dalam meningkatkan pendapatan online pada masa Covid-19. Sejalan dengan penelitian dari Mursito [10], Hasil dari penelitian ini adalah 1) terdapat pengaruh sosial media terhadap peningkatan penjualan, 2) terdapat kontribusi penggunaan sosial media sebesar 19 % dalam meningkatkan penjualan.

Durian PJ awalnya hanya berjualan di pinggir jalan di deretan jalan Wijaya Kusuma Sampang. Pada tahun 2020, Durian PJ menyewa ruko di Jalan KH Hasyim Asyari untuk mempermudah konsumen dan nyaman jika dimakan di tempat. Promosi melalui jaringan media sosial untuk membuat banyak orang tahu dan akhirnya menjadi pelanggan. Meskipun sebagian besar dari mereka menggunakan media sosial, mereka masih gagal mengembangkan usahanya. Namun, beberapa orang berhasil mengembangkan usahanya dengan menggunakan media sosial, dan mereka menjadi dikenal oleh banyak orang di kota mereka. Masyarakat modern biasanya mencari produk melalui media sosial atau internet (Albors, Ramos, & Hervas, 2008), termasuk produk makanan. Oleh karena itu, media sosial dapat membantu pertumbuhan usaha mikro dalam industri makanan.

Jumlah pembeli yang mengunjungi Durian PJ menunjukkan kesuksesan dalam penelitian ini. Keadaan yang berkembang di media sosial ini menarik untuk dipelajari lebih jauh. Secara teoritis, peningkatan jumlah pengguna media sosial seharusnya berdampak positif pada pertumbuhan bisnis. Untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial berdampak pada keberhasilan usaha mikro dalam industri makanan, persepsi mereka harus dibandingkan dengan fakta yang terjadi. Sebelum sampai pada kesimpulan, informasi akan dikumpulkan dari pakar media sosial yang berbeda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Dalam pengambilan data akan dilakukan wawancara kepada pemilik usaha durian PJ dan penyebaran kuesioner secara offline dan online kepada customer Durian PJ.

Populasi yang diambil dalam penelitian adalah pemilik dan customer durian PJ di Kota Sampang. Penentuan sampel dilakukan dengan Probability Sampling. Jumlah sampel yang diambil adalah 10% dari total populasi. Gay [11] Metode analisis yang digunakan dalam menjawab penelitian ini adalah menggunakan metode sebagai alat mengolah data menggunakan Eviews 8, Dengan persamaan sebagai berikut:

$$YPdt = \alpha + \beta MS + \beta M + \beta LM + e$$

Keterangan:

Pdt : Pendapatan
MS : Media Sosial
M : Modal
LM : Lama Modal

Dimana α merupakan konstanta, β angka arah atau koefisien regresi yang akan menunjukkan kenaikan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Jika nilai β adalah positif maka terjadi kenaikan, dan jika nilai β negatif, maka terjadi penurunan. Kemudian X1 merupakan variabel dependen Media Sosial, X2 Modal dan X3 Lama Usaha, dan e adalah error atau variabel lain selain yang ada dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil penelitian

Tabel 2. Hasil Pengujian Multikolinearitas

	Sosial Media	Modal	Lama Usaha
Sosial Media	1	0,0087	-0,2355
Modal	0,10962	1	-0,1756
Lama Usaha	-0,1665	-0,1276	1

Sumber: Hasil Output Data

Dari hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa nilai *variance inflation factor (VIF)* pada setiap variabel independen < 10 . Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam penelitian ini.

Tabel 3. Hasil Estimasi Deteksi Heterokedastisitas

Variable	Coefficient	Prob
Sosial Media	-1,106809	0,7634
Modal	0,042887	0,2212
Lama Usaha	0,006321	0,5741

Dari hasil olah data di atas, dapat dilihat bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas karena nilai signifikansi (Sig.) lebih dari $> 0,05$.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil estimasi pada koefisien – koefisien variabel persamaan regresi ini dilakukan dengan menggunakan *Software Eviews 8*. Hasil olahan variable social media, Modal, dan lama usaha terhadap Pendapatan di Durian PJ terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Regresi

	Common Effect Model		Fixed Effect Model		Random Effect Model	
	Koefisien	Probabilitas	Koefisien	Probabilitas	Koefisien	Probabilitas
X1 (SM)	0,445836	0,0060	0,052448	0,4112	0,036605	0,7286
X2 (M)	0,345722	0,1500	-0,022855	0,2370	0,032715	0,2000
X3 (LM)	0,244116	0,0000	0,055971	0,0053	0,086949	0,0102
R-squared	0,761672		0,872721		0,463410	

Dari hasil uji regresi maka diperoleh F-statistik sebesar 468,1431 dengan probabilitas F-statistik sebesar 0,000000 artinya bahwa analisis ini signifikan dengan tingkat signifikansi kurang dari (0,05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil uji tersebut maka variabel tingkat Sosial Media dan Lama Usaha secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan, namun Variabel Modal tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan..

2. Pembahasan

Hubungan Penggunaan sosial media dan pendapatan

Variabel penggunaan sosial media memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan BISNIS. Fakta di lapangan menyebutkan bahwa dengan menerapkan sosial media melalui content di instagram dan whatsapp bisnis dalam usahanya mampu membantu BISNIS meluaskan jangkauan bisnis, selain itu dapat membantu BISNIS dalam pemasaran serta distribusi produk sehingga biaya produksi bisa berkurang. Selain dampak positif ada pula dampak negative yang dirasakan yakni pendapatan memang naik, itu pun hanya berlangsung sebentar, dan sisanya pendapatan akan semakin turun. Responden Durian PJ menyayangkan mengenai pembagian patokan harga yang diberikan oleh pihak sosial media, responden Durian PJ juga menambahkan bahwa sebenarnya harga yang tertera dalam social media bukan harga yang ada di list harga Durian PJ. Patokan harga yang ditawarkan oleh Durian PJ dan akan ditambah sejumlah 20-40% dari harga asli oleh penyedia jasa sosial media.

Hal ini menjadi permasalahan yang menyebabkan BISNIS lebih mengandalkan pembeli yang datang langsung. Hipotesis di atas juga menguatkan penelitian yang dilakukan oleh Tiandra yang mana menyatakan bahwa sosial media tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja BISNIS.

Penelitian tersebut juga menyebutkan bahwa hal ini akibatnya karena belum optimalnya penggunaan sosial media dalam kegiatan usaha. Meskipun BISNIS memiliki kesempatan yang sama untuk menggunakan social media sebagai salah satu alternative untuk memaksimalkan kinerja. Namun, tidak semua memiliki kapabilitas dalam menggunakan dan memanfaatkan sosial media secara maksimal. Didukung juga oleh penelitian yang dilakukan oleh Hardilawati [12] menyatakan bahwa transaksi online (sosial media) memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja BISNIS. Dalam penelitian milik Hardilawati ini menunjukkan masih kurangnya pengetahuan mengenai sosial media. Selain itu juga karena penelitian dilakukan pada tahun 2020 awal terjadinya pergeseran pola perilaku masyarakat menyebabkan penggunaan social media performanya masih belum maksimal. Pendapat ini juga menolak penelitian yang dilakukan oleh Setyorini [13] yang menyatakan bahwa penggunaan sosial media memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan BISNIS.

Hubungan antar Variabel Lama Usaha dan Pendapatan

Variabel lama usaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan BISNIS. Namun hal ini bertentangan dengan penelitian dari Tiandra, yang menyatakan bahwa hubungan antara variabel lama usaha terhadap pendapatan BISNIS memiliki pengaruh yang tidak signifikan. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa pedagang kedai kopi usahanya masih terbilang baru, dan sebagian dari mereka memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pedagang yang lama, sehingga mampu memberikan inovasi-inovasi yang baru untuk meningkatkan usahanya. Namun penelitian dari Firdausa [14] bertentangan dengan penelitian milik Tiandra yang menyatakan bahwa lama usaha tidak berpengaruh terhadap pendapatan BISNIS.

Dalam penelitian milik Firdausa menyatakan bahwa lama usaha berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan Pedagang Kiosdi Pasar Bintoro Demak. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin lama usaha berdiri, maka pelaku BISNIS memiliki pengalaman dan pengetahuan yang lebih banyak mengenai usaha yang dijalankan. Juga sejalan dengan penelitian milik Magfirah [15] yang berjudul pengaruh modal, jam kerja, dan lama usaha terhadap pendapatan pedagang di Pasar Ikan Hias Ina Restu Purwokerto Utara yang menyatakan lama usaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan. Penelitian yang dilakukan oleh Vijayanti [16] mengatakan bahwa pengalaman lama berdagang sangat dibutuhkan untuk melakukan strategi yang tepat dan mengetahui perilaku konsumen.

Fakta yang ditemukan, BISNIS yang telah berdiri lama dan menggunakan social media semakin lama, rupanya memiliki pendapatan yang stabil dan cenderung naik. Hal ini dikarenakan pembeli lebih percaya dengan BISNIS yang sudah berdiri lama daripada BISNIS yang masih merintis apalagi

dalam bidang makanan minuman yang terbilang untuk segala kalangan. Semakin lama pelaku BISNIS bisa tetap bertahan, maka akan semakin meningkat pula pendapatan usahanya. Selain itu dengan menerapkan sistem sosial media, BISNIS diharapkan mampu bertahan dalam situasi apapun, sehingga pengalaman usaha serta pengalaman pemanfaatan sosial media akan semakin meningkat dan mampu memberikan ide-ide baru sesuai dengan pengalaman selama mengelola usaha.

Hubungan antar Variabel Modal dan Pendapatan BISNIS

Variabel modal tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan BISNIS. Modal secara langsung tidak dapat meningkatkan pendapatan. Hal ini karena, berdasarkan hasil jawaban responden dalam penelitian pendapatan tidak akan meningkat tanpa adanya permintaan dari konsumen. Meskipun modal bertambah, kalau permintaan dari konsumen tidak ada, maka pelaku BISNIS tidak akan meningkatkan produksinya, karena jika produk tidak laku ter-jual maka hanya akan menambah biaya produksi namun pendapatan tidak bertambah. Dari beberapa responden yang menjawab, mayoritas jawaban menyatakan bahwa modal tidak berpengaruh terhadap pendapatan.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu dari Wirawan [17] yang menyatakan bahwa modal kerja tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan BISNIS, berdasarkan hasil dalam penelitian volume produksi tidak akan meningkat tanpa adanya permintaan dari konsumen dan juga pasar, sehingga peran konsumen dalam hal pendapatan juga sangat penting. Penelitian lain dari Diandrino [18] yang menyatakan modal sangat berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan BISNIS, penelitian ini dilakukan sebelum pandemi mengatakan bahwa modal merupakan factor produksi yang penting dalam menentukan tinggi rendahnya pendapatan. Dan para pengusaha mengeluarkan modal dari uang mereka sendiri dari pengelolaan usahanya. Fitanto [19] menyatakan bahwa semakin tinggi jumlah modal awal dan keunggulan jaringan usaha yang dimiliki maka semakin tinggi pula omset usaha [3].

KESIMPULAN

Sesuai uraian pada pembahasan diatas, peneliti menyimpulkan variable media sosial dan lama usaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan, sedangkan variabel modal tidak berpengaruh terhadap pendapatan bisnis Durian PJ. Adanya sosial media mampu membantu beberapa bisnis kecil dengan sangat baik dalam meningkatkan pendapatan bisnis. Namun, adapula dampak negatif yang ditimbulkan dari penggunaan sosial media salah satunya adanya patokan harga yang diberikan oleh sosial media terhadap BISNIS untuk bergabung dalam sosial media. Kemudian, kesulitan bersaing oleh usaha baru untuk memasuki pangsa konsumen di sosial media diakibatkan oleh masuknya bisnis durian besar di Kota Sampang yang telah memiliki ulasan yang baik di sosial

media. Untuk meningkatkan pendapatan BISNIS variabel lain yang bisa berpengaruh adalah lama usaha. Semakin lama usaha berdiri, dengan pengalaman yang semakin bervariasi maka pendapatan juga ikut naik. Untuk variabel modal, jika tidak ada permintaan dari konsumen, penambahan modal justru akan merugikan Durian PJ. Kendala yang dihadapi oleh Durian PJ terkait dengan pen erapan sosial media ini adalah kurangnya kemampuan pemilik Durian PJ dalam pengelolaan sosial media menjadi penghambat perkembangan usaha. Banyak pemilik BISNIS yakni pengguna sosial media yang masih belum paham mengenai cara untuk inovasi produk mau pun inovasi pemasaran produk di sosial media.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang terlibat karena telah membantu dalam proses pengambilan data. kedua penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak institusi Universitas Nazhatut Thullab Al-Muafa Sampang yang telah mendukung penelitian ini serta rekan-rekan kerja yang terlibat dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Morrisan, M. A. (2015). Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu, Edisi Pertama, Cetakan ke-4. Jakarta: Grup Prenadamedia.
- [2] Siswanto, T. (2013). Optimalisasi sosial media sebagai media pemasaran usaha kecil menengah. *Liquidity: Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen*, 2(1), 80-86.
- [3] , A. (2011). Pemanfaatan Internet Marketing Dalam Pemasaran Produk Unggulan Pertanian Provinsi Gorontalo the Use of Internet as Marketing Media of Agriculture Prominent of Gorontalo Province. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 249-257.
- [4] Constantinides, E. (2014). Foundations of social media marketing. *Procedia-Social and behavioral sciences*, 148, 40-57.
- [5] Priambada, S. (2015). Manfaat penggunaan media sosial pada usaha kecil menengah (UKM). *SESINDO 2015*, 2015.
- [6] Faisol, F., Haryadi, B., Musyarofah, S., & Iswahyudi, A. P. 2023. Effectiveness of the Internal Control System Against Fraud Tendencies “Meta-Analysis Study”. *Asia Pacific Fraud Journal*, 8 (2), 327-339. <https://doi.org/10.21532/apfjournal.v8i2.308>
- [7] Faisol, H. B. & Musyarofah, S. 2024. Analyzing Fraudulent Practices in Community Group Regional Grant Funding. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 19 (1), 96-115.
- [8] Susanto, D. W., Faridah, F., & Amirul, A. (2023). Pengaruh media sosial dalam meningkatkan omzet penjualan pada UKM Dapur Julie Depok. *Warta Dharmawangsa*, 17(1), 182-197.
- [9] Asteriou, D., Pilbeam, K., & Pratiwi, C. E. (2021). Public debt and economic growth: panel data evidence for Asian countries. *Journal of Economics and Finance*, 45(2), 270-287.
- [10] Lena, E. M., Mursito, B., & Hartono, S. (2021). KEPUASAN PELANGGAN DITINJAU DARI KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PELAYANAN PADA OUTLET 3 SECOND SURAKARTA (Consumer Purchase Interest Assessed From The Atmosphere Store, Location, And Word Of Mouth Case Study On Solo Boutique). *Jurnal Ekbis*, 22(1), 55-68.
- [11] Monterrubio, C. (2021). The significance of gay tourism spaces for local gay men: empirical evidence from Mexico. *Gay tourism. New perspectives*, 34-51.

- [12] Yolanda, R., Hardilawati, W. L., & Hinggo, H. T. (2021). Pengaruh Perceived Quality, Customer Relationship Marketing Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen. *ECOUNTBIS: Economics, Accounting and Business Journal*, 1(1), 146-156.
- [13] Setyorini, I. D., & Wulandari, S. S. (2021). Pengaruh Media Pembelajaran, Fasilitas dan Lingkungan Belajar Terhadap Hasil Belajar Selama Pandemi Covid-19. *JURNAL PROFIT: Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 8(1), 19-29.
- [14] Firdaus, I., & Rohdiyarti, M. P. (2021). Pengaruh Harga Saham, Debt To Equity Ratio, Return on Assets, Dan Sales Growth Terhadap Price Book Value (Studi Pada Sektor Pertanian Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2018). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(1), 35-51.
- [15] Putera, W., Alimuddin, A., Yahya, I. L., & Magfirah, M. (2021). Factors that Affect Employee Welfare in Improving Employee Performance at Pt. Semen Indonesia (SIG) Persero TBK. *Asian Journal of Social Science and Management Technology*, 3, 1-92.
- [16] Masruroh, U., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2021). Pengaruh Pemahaman Akuntansi, Latar Belakang Pendidikan, Lamanya Usaha Terhadap Penerapan Sak Etap Dalam Pencatatan Akuntansi Umkm Di Desa Palrejo Kabupaten Jombang. *e_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 10(05).
- [17] Wirawan, G. B. S., & Januraga, P. P. (2021). Correlation of demographics, healthcare availability, and COVID-19 outcome: Indonesian ecological study. *Frontiers in public health*, 9, 605290.
- [18] Dinar, L., Widayaningsih, N., Gunawan, D. S., & Yaramai, J. Y. (2021). Factors Affecting Business Income of Empal Gentong in Cirebon City. *Eko-Regional: Jurnal Pembangunan Ekonomi Wilayah*, 16(2).
- [19] Mayasari, C., & Prasetyia, F. (2021). Competitiveness E-Commerce: An Empirical Study on MSMEs Producing Tempe Sanan Chips in Malang City. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 9(2), 10-16.