

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
OMZET PADA USAHA KULINER DI CATURTUNGAL,
DEPOK
SKRIPSI**



Disusun Oleh:

Nama	: Dwi Meilina
Nomor Mahasiswa	: 22313057
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2026

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
OMZET PADA USAHA KULINER DI CATURTUNGAL,
DEPOK**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir

Guna memperoleh gelar sarjana jenjang strata 1

Program Studi Ekonomi Pembangunan

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama	: Dwi Meilina
Nomor Induk Mahasiswa	: 22313057
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2026**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertadatangan di bawah ini menyatakan pada skripsi telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak terdapat bagian yang merupakan penjiplakan penelitian orang lain seperti dimaksud dalam buku pedoman penyusunan Skripsi Program Ekonomi Pembangunan Fakultas bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Apabila dalam suatu hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya menerima segala bentuk hukuman/sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 14 Maret 2026



Dwi Meilina

PENGESAHAN

PENGESAHAN

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI OMZET PADA USAHA KULINER DI CATURTUNGAL, DEPOK

Diajukan Oleh:

Nama	: Dwi Meilina
Nomor Induk Mahasiswa	: 22313057
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan

Yogyakarta, 14 Maret 2026
Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing



Suharto, S.E., M.Si.

HALAMAN MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada TUHAN mu lah engkau berharap.”

(QS. Al-Insyirah, 6-8)

It will pass, everything you've gone through "it will pass" and time will heal

(Rachel Vennya)

BERITA UJIAN



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Universitas Islam Indonesia
Condong Catur Depok Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 885376
F. (0274) 882589
E. fbe@uii.ac.id
W. fbe.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Nomor: 027/Ka.ProdiEp/10/Prodi.Ep/UTA/V/2025

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Genap 2025/2026, hari Selasa, tanggal 05 Mei 2026, Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama : DWI MEILINA
NIM : 22313057
Judul Tugas Akhir : ANALISIS FAKTOR “FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
OMZET PADA USAHA KULINER DI CATURTUNGAL,
DEPOK
Dosen Pembimbing : Suharto, SE., M.Si.

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir (Skripsi) tersebut dinyatakan:

Lulus

Nilai : A
Referensi : Layak ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji:

Ketua Tim : Suharto, SE., M.Si.
Anggota Tim : Dr. Sahabudin Sidiq, M. A.

Yogyakarta, 05 Mei 2026

Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan,



Abdul Hakim, SE, M.Ec., Ph.D.
NIK. 963130101

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS FAKTOR “FAKTOR YANG MEMPENGARUHI OMZET PADA USAHA KULINER DI
CATURTUNGAL, DEPOK**

Disusun oleh : DWI MEILINA

Nomor Mahasiswa : 22313057

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Selasa, 05 Mei 2026

Penguji/Pembimbing Skripsi : Suharto, SE., M.Si.

Penguji : Dr. Sahabudin Sidiq, M. A.

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

KATA PENGANTAR

Assalamua'alaikum Warahmatulahi Wabarakatuh

Puji Syukur saya panjatkan kepada kehadiran Allah SWT atas seluruh Rahmat serta hidayah-Nya hingga saya berada pada titik ini. Shalawat serta salam kita hanturkan kepada Nabi kita Nabi Muhammad SAW, sehingga saya sebagai penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Omzet Pada Usaha Kuliner di Caturtunggal, Depok” ini dengan baik. Salah satu tujuan dari penulisan skripsi ini yaitu sebagai syarat tugas akhir dalam memperoleh gelar Sarjana Strata 1 atau program sarjana Ekonomi Pembangunan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis mengalami beberapa kendala dan juga rintangan, namun dengan adanya rahmat serta karunia dari Allah SWT serta berbagai bantuan, bimbingan, perhatian, arahan, dukungan serta saran dari berbagai pihak. Oleh karenanya, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas petunjuk, rahmat, hidayah, ketabahan, kesabaran, dan kekuatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Yth. Bapak Johan Arifin S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Islam Indonesia
3. Yth. Bapak Abdul Hakim S.E., Ph.D selaku Kepala Program Studi Ilmu Ekonomika, Universitas Islam Indonesia
4. Yth. Bapak Sahabuddin Sidiq S.E., MA. selaku Kepala Jurusan Ilmu Ekonomi , Universitas Islam Indonesia
5. Yth. Bapak Suharto, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya memberikan bimbingan, masukan, nasehat serta berbagai solusi selama proses penyusunan skripsi, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Yth. Bapak Jannahar Saddam Ash Shidiqie, SEI., MEK. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu membantu saya perihal masalah akademik, sehingga saya mencapai tahap akhir ini.

7. Segenap Dosen Progam Studi Ekonomi Pembangunan yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis, sehingga ilmu yang telah diberikan dapat bermanfaat dunia dan akhirat.
8. Kedua orang tua saya tercinta, Ayahanda dan Ibunda yang selalu melimpahkan kasih sayang, cinta dan doa tulus kepada penulis, serta memberikan motivasi dan dukungan materi demi kelancaran penulisan skripsi ini. Terima kasih atas dukungan, motivasi, doa, restu dan kasih sayangnya.
9. Kakak-kakak saya tersayang Tika Ayu Suryaningsih dan Sofyan Harto yang selalu menyemangati serta memotivasi saya dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
10. Adik-adik saya yang tersayang Dila Aprilia dan Eka Hani Oktavia yang telah memberikan dukungan dan doa tak henti-henti selama penulisan skripsi ini.
11. Sahabat saya Thalia yang menyemangati dan menemani penulis sedari SD, dan memotivasi penulis dalam berproses dan mengerjakan penulisan skripsi ini
12. Sahabat-sahabat saya Auliani, Nazira, Davina, dan Della yang kebersamaan penulis dari awal kuliah dan berjuang bersama sampai terselesaikannya skripsi.
13. Kepada seluruh teman-teman penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu atas dukungan serta motivasi hingga penulis dapat bertahan dan mampu menyelesaikan skripsi ini.
14. Kepada diri sendiri Dwi Meilina, terimakasih telah berjuang, tidak pernah menyerah, dan selalu berusaha dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik hingga berada di titik ini.

Dengan kerendahan hati, penulis memohon maaf kepada seluruh pihak atas segala kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan di hati, itu semata-mata kelalaian dan kekhilafan dari penulis sendiri. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak sekali kekurangan, kesalahan, dan keterbatasan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, dengan adanya segala kritik maupun saran akan sangat membantu penulis memperbaiki penelitian ini menjadi lebih baik. Semoga skripsi yang berjudul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Omzet Pada Usaha Kuliner di Caturtunggal,

Depok ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para peneliti selanjutnya yang meneliti serupa.
Atas perhatiannya penulis ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 14 Maret 2026

Dwi Meilina

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
BERITA UJIAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Teori Produksi.....	13
2.2.2 Teori Lokasi.....	13
2.2.3 Teori Digital Marketing.....	14
2.2.4 Omzet.....	14
2.2.5 Modal Usaha.....	15
2.2.6 Tenaga Kerja.....	16
2.2.7 Teori Lokasi Usaha.....	17
2.2.8 Teori Lama Usaha.....	19
2.2.9 Teori Penjualan Online	20

2.3	Kerangka Pemikiran	21
2.4	Hipotesis	22
3.1	Jenis dan Cara Pengumpulan Data.....	24
3.1.1	Jenis Data.....	24
3.1.2	Metode Pengumpulan Data.....	24
3.1.3	Populasi dan Sampel.....	25
3.2.1	Variabel Dependen	27
3.2.2	Variabel Independent.....	27
3.2	Metode atau Alat Analisis	28
3.3	Uji Asumsi Klasik	29
3.4.1.	Uji Heterokedastisitas.....	29
3.4.2.	Uji Multikolinearitas	30
3.4.3.	Uji Normalitas	31
3.4	Uji Signifikasi.....	31
3.5.1.	Koefisien Determinasi (R^2).....	31
3.5.2.	Uji F	31
3.5.3.	Uji T.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		33
4.1	Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	33
4.2	Karakteristik Responden.....	33
4.3	Analisis Deskriptif	37
4.3.1	Omzet Usaha Kuliner	37
4.3.2	Modal Usaha.....	39
4.3.3	Jumlah Tenaga Kerja.....	40
4.3.4	Lokasi Usaha.....	41
4.3.5	Lama Usaha	43
4.3.6	Penjualan Online.....	44
4.4	Analisis Regresi Linier Berganda	45
4.5	Uji Asumsi Klasik	46

4.5.1	Uji Normalitas	47
4.5.2	Multikolinearitas	49
4.5.3	Uji Heterokedasitas.....	50
4.6	Uji Hipotesis	52
4.6.1	Uji F	52
4.6.2	Uji T.....	53
4.6.3	Koefisien Determinasi.....	55
4.7	Intepretasi Hasil	56
4.8	Pembahasan	57
4.8.1	Pengaruh Modal Usaha terhadap Omzet pada Usaha Kuliner di Kecamatan Caturtuggal.....	57
4.8.2	Pengaruh Jumlah Tenaga Kerja terhadap Omzet pada Usaha Kuliner di Kecamatan Caturtuggal.....	58
4.8.3	Pengaruh Jarak Lokasi Usaha dengan Kampus terhadap Omzet pada Usaha Kuliner di Kecamatan Caturtuggal	59
4.8.4	Pengaruh Lama Usaha terhadap Omzet pada Usaha Kuliner di Kecamatan Caturtuggal.....	60
4.8.5	Pengaruh Pangsa Penjualan Online terhadap Omzet pada Usaha Kuliner di Kecamatan Caturtuggal.....	61
BAB V PENUTUP		62
5.1	Kesimpulan	62
5.2	Saran	62
DAFTAR PUSTAKA.....		64
LAMPIRAN		67

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 4. 1 Alamat	33
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4. 3 Umur.....	35
Tabel 4. 4 Pendidikan	35
Tabel 4. 5 Mulai Usaha	36
Tabel 4. 6 Omzet Perbulan Usaha Kuliner di Caturtunggal	38
Tabel 4. 7 Modal Awal Usaha Kuliner di Caturtunggal.....	39
Tabel 4. 8 Jumlah Tenaga Kerja Pada Usaha Kuliner di Caturtunggal.....	40
Tabel 4. 9 Jarak Lokasi Usaha Kuliner dengan Kampus di Caturtunggal.....	42
Tabel 4. 10 Lama Usaha Kuliner Berdiri di Caturtunggal	43
Tabel 4. 11 Pangsa Penjualan Online Pada Usaha Kuliner di Caturtunggal.....	44
Tabel 4. 12 Analisis regresi Linier Berganda	45
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>One-Sample KS</i>	47
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heterokedasitas Park Gleiser	51
Tabel 4. 16 Hasil Uji F.....	52
Tabel 4. 17 Hasil Uji T.....	54
Tabel 4. 18 Hasil Uji R ²	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4. 1 Histogram Hasil Uji Normalitas	48
Gambar 4. 2 P-Plot Hasil Uji Normalitas.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	67
Lampiran 2. Data Responden Berdasarkan Alamat	73
Lampiran 3. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Lampiran 4. Data Responden Berdasarkan Umur	73
Lampiran 5. Data Responden Berdasarkan Pendidikan	74
Lampiran 6. Data Responden Berdasarkan Mulai Usaha	74
Lampiran 7. Rekapitulasi Jawaban Responden	76
Lampiran 8. Hasil Uji Normalitas	80
Lampiran 9. Hasil Uji Multikolinearitas	80
Lampiran 10. Hasil Uji Heterokedastisitas	81
Lampiran 11. Hasil Uji F (Simultan).....	81
Lampiran 12. Hasil Uji t (Parsial)	82
Lampiran 13. Koefisien Determinasi (R^2).....	82

ABSTRAK

Catutunggal dikenal sebagai pusat kuliner yang sedang berkembang pesat karena Kawasan mahasiswa. Aktivitas usaha makanan di sini terus tumbuh seiring permintaan pasar. Faktor seperti modal dan tenaga kerja jadi penentu utama. Namun, tidak semua faktor menjamin kesuksesan omzet. Penelitian ini fokus menganalisis pengaruhnya terhadap omzet secara empiris. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh modal, jumlah tenaga kerja, jarak lokasi usaha dengan kampus, lama usaha, dan pangsa penjualan online terhadap omzet pada usaha kuliner di Catutunggal, Depok. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan menggunakan data primer yang berupa wawancara dengan kuesioner berbentuk pertanyaan faktor-faktor yang mempengaruhi omzet usaha yang diolah menggunakan SPSS 29. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal, jumlah tenaga kerja, dan lama usaha berpengaruh positif dan secara signifikan terhadap omzet usaha kuliner, sedangkan jarak lokasi usaha dengan kampus dan pangsa penjualan online tidak berpengaruh secara signifikan terhadap omzet usaha kuliner di Catutunggal, Depok.

Kata Kunci : Catutunggal, Omzet, Modal, Jumlah Tenaga Kerja, Lama Usaha.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha kuliner merupakan salah satu sektor bisnis yang memainkan peran penting dalam bidang ekonomi, terutama di wilayah perkotaan yang padat penduduk dan memiliki mobilitas tinggi seperti Caturtunggal, Sleman. Usaha kuliner saat ini menjadi sektor bisnis yang sangat menjanjikan, sehingga menarik banyak pengusaha untuk membuka berbagai jenis usaha kuliner. Gaya hidup modern yang semakin menghargai keanekaragaman kuliner juga mendorong pertumbuhan bisnis ini di berbagai daerah. Makanan telah menjadi lebih dari sekedar kebutuhan pokok, namun kini telah menjadi bagian dari trend dan gaya hidup, terbukti dengan banyaknya bisnis kuliner baru yang bermunculan Sholeh, (2024). Usaha kuliner ini bentuk usaha yang bergerak dalam transaksi penjualan produk makanan dan minuman. Bidang ini dinilai sangat menguntungkan karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar yang selalu dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Keberadaan usaha ini terus relevan dan tidak akan pernah hilang, mengingat setiap orang membutuhkan makanan dan minuman setiap hari. Jenis usaha kuliner meliputi restoran atau rumah makan, usaha kue dan makanan ringan, layanan katering, serta usaha minuman. Menurut Fajri, (2022) tingkat persaingan pada sektor kuliner semakin meningkat seiring dengan bertambahnya pelaku usaha yang baru masuk ke pasar.

Usaha kuliner memiliki peran penting sebagai penopang perekonomian. Menurut Kamali, (2021) usaha merupakan aktivitas yang melibatkan tenaga, pikiran, dan kemampuan fisik untuk mencapai tujuan yang telah dirancang sesuai dengan harapan. Di era modern seperti saat ini, memperoleh pekerjaan bukanlah hal yang mudah, karena diperlukan keterampilan, pengalaman, serta identitas yang dapat memperkuat kemampuan seseorang dalam kompetisi untuk mendapatkan pekerjaan yang layak dan berpenghasilan memadai. Melalui kegiatan kewirausahaan, sektor ini dapat membantu menekan tingkat pengangguran dengan menciptakan peluang kerja bagi masyarakat yang belum bekerja maupun yang sedang mencari pekerjaan baru. Dengan demikian,

usaha kuliner berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mengurangi kemiskinan, serta membentuk karakter bangsa yang lebih mandiri dan produktif.

Menurut Sontosudanno, (1991) Desa Caturtunggal adalah salah satu wilayah administratif yang termasuk dalam Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasinya Yogyakarta–Surakarta serta Yogyakarta–Kaliurang. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Depok tepatnya di Kelurahan Cartunggal. Karena posisinya yang berada di kawasan pinggiran kota, dinamika kehidupan masyarakat di desa ini sangat dipengaruhi oleh pola kehidupan perkotaan. Caturtunggal juga dikenal sebagai kawasan dengan konsentrasi perguruan tinggi yang cukup besar, hal ini menyebabkan tingginya kebutuhan masyarakat akan produk makanan dan minuman, baik bagi penduduk lokal maupun mahasiswa. Oleh karena itu, usaha kuliner di daerah ini tumbuh dengan pesat dan menjadi alternatif terbaik untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Usaha kuliner di kawasan ini berkembang pesat karena tingginya permintaan akan produk makanan cepat saji, praktis, serta memiliki cita rasa khas. Selain itu, perubahan pola konsumsi akibat perkembangan teknologi dan media digital turut mempengaruhi perilaku konsumen. Masyarakat kini banyak memanfaatkan layanan pesan antar secara *online* untuk menentukan pilihan kulinernya. Menurut Nasution, (2021), keberhasilan bisnis kuliner sangat bergantung pada kemampuan pengusaha dalam mengelola aktivitas pemasaran yang efektif, salah satunya dengan berinovasi dan menyesuaikan diri terhadap tren pasar serta preferensi konsumen yang cepat berubah.

Penelitian terdahulu (Putri & Wildana, 2024) mengenai faktor-faktor yang memengaruhi omzet UMKM di Kota Malang kuliner menunjukkan memiliki peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, baik melalui peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) maupun penciptaan lapangan pekerjaan bagi Masyarakat. Perkembangan sektor UMKM didorong oleh sejumlah faktor pendukung seperti ketersediaan modal, jumlah tenaga kerja, lama menjalankan usaha, durasi jam operasional, serta pemanfaatan teknologi dalam kegiatan bisnis. *Quick Response Code Indonesia Standart (QRIS)* yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia hadir sebagai inovasi sistem pembayaran

digital guna meningkatkan efisiensi transaksi non-tunai. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh penggunaan QRIS, modal, tenaga kerja, lama usaha, dan jam kerja terhadap omzet pelaku usaha kuliner di Kota Malang. Data yang digunakan berupa data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 75 responden pelaku UMKM kuliner. Metode analisis yang diterapkan yakni regresi linier berganda untuk menguji hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel QRIS, lama usaha, dan jam kerja tidak memberikan pengaruh signifikan. Secara simultan, seluruh variabel independen terbukti memengaruhi tingkat omzet usaha kuliner di Kota Malang.

Dalam konteks usaha kuliner, omzet merupakan ukuran utama yang mencerminkan kinerja bisnis. Omzet tidak hanya menunjukkan total pendapatan, tetapi juga menjadi indikator seberapa efektif pelaku usaha dalam mengelola faktor internal maupun eksternal. Selain itu, omzet juga mencerminkan respons pasar terhadap produk yang ditawarkan, sehingga dapat digunakan sebagai dasar evaluasi untuk perbaikan kualitas dan inovasi menu. Omzet yang dimaksud dalam penelitian ini adalah omzet penjualan yang berhasil diperoleh usaha kuliner itu sendiri perbulan. Kesuksesan bisnis kuliner ditentukan oleh aktivitas pemasarannya, yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dan keuntungan, serta memilih pangsa pasar Nasution et al., (2021).

Omzet penjualan usaha kuliner menjadi indikator penting dalam mengukur keberhasilan dan keberlanjutan usaha kuliner. Semakin tinggi omzet yang diperoleh, semakin kuat pula posisi usaha tersebut dalam menghadapi persaingan pasar. Untuk meningkatkan omzet, seorang pengusaha perlu memperbesar kapasitas produksinya agar dapat menghasilkan output yang lebih tinggi. Pada dasarnya, setiap kegiatan usaha bertujuan untuk memperoleh keuntungannya. Oleh sebab itu, para pelaku usaha kuliner berupaya meningkatkan omzet melalui berbagai strategi. Salah satu langkah yang umum dilakukan adalah melakukan penyesuaian terhadap variabel-variabel yang berpengaruh, seperti modal usaha, tenaga kerja, lokasi usaha yang strategis dan dekat dengan kampus, lama waktu beroperasinya bisnis, serta penjualan secara online agar memudahkan pembeli untuk memesan produk, hal ini mengharuskan para pengusaha untuk berinovasi di pasar kuliner agar dapat bertahan. Dengan memahami fakto-faktor yang memengaruhi omzet,

pelaku usaha dapat mengambil keputusan yang lebih tepat dalam menghadapi persaingan dan perubahan tren konsumen.

Mengingat kompleksitas faktor-faktor tersebut, diperlukan analisis yang mendalam untuk memahami pengaruh masing-masing variabel terhadap omzet penjualan usaha kuliner di Caturtunggal. Hal ini penting agar pelaku usaha dan pemangku kebijakan dapat menentukan langkah strategi untuk meningkatkan produktifitas dan kemampuan bersaing usaha kuliner di kawasan tersebut. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan ide dan rekomendasi praktis dalam menunjang pengembangan usaha kuliner yang berkelanjutan. Umumnya upaya yang dilakukan adalah dengan melakukan penyesuaian pada variabel-variabel yang berpengaruh, seperti meningkatkan jumlah modal usaha karena modal usaha yang memadai memungkinkan pelaku usaha untuk membeli bahan baku yang berkualitas, memperluas kapasitas produksi, dan meningkatkan kualitas layanan, sehingga berdampak langsung pada peningkatan omzet. Selain itu, jumlah tenaga kerja yang cukup juga berkontribusi terhadap efisiensi operasional dan pelayanan yang lebih cepat, yang dapat menarik lebih banyak pelanggan guna mendorong peningkatan omzet penjualan.

Lokasi usaha yang strategis khususnya yang berdekatan dengan kampus juga berperan dalam memengaruhi besarnya omzet yang akan diperoleh pelaku usaha, karena posisi strategis tersebut diharapkan dapat meningkatkan jumlah konsumen, terutama dari kalangan mahasiswa dan tenaga akademik karena tingginya mobilitas yang menjadi target pasar potensial. Lama usaha juga merupakan indikator penting dalam menilai stabilitas dan pengalaman pelaku usaha kuliner. Semakin lama suatu usaha beroperasi, semakin besar kemungkinan pelaku usaha memiliki pemahaman yang mendalam tentang preferensi konsumen, strategi pemasaran yang efektif, serta efisiensi operasional. Pengalaman yang diperoleh selama menjalankan usahamemungkinkan pelaku untuk melakukan evaluasi dan inovasi secara berkelanjutan, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan omzet penjualan. Usaha yang telah lama berdiri juga cenderung memiliki basis pelanggan yang loyal, yang berkontribusi terhadap kestabilan pendapatan.

Sementara itu, penjualan online telah menjadi strategi yang sangat relevan di era digital, terutama dengan kehadiran platform layanan antar makanan seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood. Ketiga platform ini memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mengakses berbagai pilihan kuliner tanpa harus datang langsung ke lokasi usaha. Bagi pelaku usaha, kehadiran platform tersebut membuka peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan visibilitas produk, serta mempercepat proses transaksi. GoFood dan GrabFood yang terintegrasi dengan aplikasi transportasi online, memungkinkan konsumen memesan makanan dengan aplikasi transportasi online, memungkinkan konsumen memesan makanan dengan cepat dan efisien, sementara ShopeeFood menawarkan berbagai promo dan sistem pembayaran digital yang menarik bagi pengguna. Pemanfaatan platform ini tidak hanya meningkatkan volume penjualan, tetapi juga memberikan data yang berguna bagi pelaku usaha untuk menganalisis tren konsumen dan merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Dengan memaksimalkan penggunaan layanan digital ini, pelaku usaha kuliner di Caturtunggal dapat meningkatkan omzet secara signifikan dan bersaing secara signifikan dan bersaing secara lebih efektif di pasar yang semakin kompetitif.

Salah satu kendala yang dihadapi pelaku usaha kuliner adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM), sehingga pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya dan menghadapi persaingan dengan bisnis kuliner lainnya di sekitar kampus. Kekurangan tenaga kerja yang kompeten menyebabkan pelaku usaha mengalami hambatan dalam mengembangkan bisnisnya secara optimal. Kondisi ini berdampak pada kesulitan dalam memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat serta dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dengan usaha kuliner lainnya di lingkungan sekitar. Tanpa dukungan SDM yang memadai, pelaku usaha cenderung kesulitan dalam meningkatkan kualitas layanan, memperluas kapasitas produksi dan berinovasi untuk mempertahankan kapasitas produksi, dan berinovasi untuk mempertahankan daya saing.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin fokus menganalisis lebih dalam mengenai omzet usaha kuliner. Maka dari itu peneliti memberi judul penelitian ini : **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Omzet Penjualan Usaha Kuliner di**

Kelurahan Caturtunggal Kabupaten Depok” melalui pendekatan yang komprehensif dan sistematis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi usaha kuliner serta faktor-faktor kunci yang berkontribusi dalam pencapaian omzet yang optimal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi di awal, masalah-masalah yang hendak dikaji dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaruh modal usaha terhadap omzet usaha kuliner di Caturtunggal?
- 2) Bagaimana pengaruh jumlah tenaga kerja terhadap omzet usaha kuliner di Caturtunggal, Sleman ?
- 3) Bagaimana pengaruh jarak lokasi usaha dengan kampus terhadap omzet penjualan usaha kuliner di Caturtunggal, Sleman ?
- 4) Bagaimana pengaruh lama usaha terhadap omzet usaha kuliner di Caturtunggal, Sleman ?
- 5) Bagaimana pengaruh pangsa penjualan online dalam meningkatkan omzet usaha kuliner di Caturtunggal, Sleman ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh modal usaha terhadap omzet penjualan usaha kuliner di Caturtunggal
2. Untuk menganalisis pengaruh jumlah karyawan terhadap omzet penjualan usaha kuliner di Caturtunggal
3. Untuk menganalisis pengaruh jarak lokasi usaha dengan kampus terhadap omzet penjualan usaha kuliner di Caturtunggal
4. Untuk menganalisis pengaruh lama usaha terhadap omzet penjualan usaha kuliner di Caturtunggal
5. Untuk menganalisis pangsa pengaruh penjualan online terhadap omzet penjualan usaha kuliner di Caturtunggal

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dirancang untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan peneliti guna memperoleh manfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Pengusaha Kuliner

Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan penjualan secara efektif serta untuk mengidentifikasi tingkat pentingnya peluang peningkatan omzet yang terdapat di kawasan Caturtunggal.

2. Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman baru mengenai penerapan strategi peningkatan penjualan langsung, sehingga dapat mendorong perkembangan usaha para pedagang kaki lima di wilayah tersebut.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan manfaat berupa perluasan pemahaman ilmiah dalam penerapan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan secara tepat dan sesuai kaidah.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini disusun berdasarkan sistematika sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan terkait latar belakang, penelitian terdahulu, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan. Seluruh aspek tersebut dianalisis berdasarkan studi-studi sebelumnya maupun penelitian yang akan dilaksanakan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas kajian teori yang menjadi landasan bagi variabel independent maupun dependent dalam penelitian. Selain itu, bab ini juga memuat ringkasan dari penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dengan

penelitian yang akan dilakukan, serta dilengkapi dengan kerangka pemikiran dan rumusan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan secara rinci mengenai metode yang diterapkan dalam penelitian. Metode tersebut meliputi waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, data beserta sumbernya, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, serta teknik analisis data yang digunakan dalam proses pengolahan data penelitian.

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini memaparkan secara rinci proses penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, sehingga memperoleh hasil yang optimal. Temuan-temuan dalam bab ini diperoleh berdasarkan data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner atau wawancara langsung. Analisis terhadap data tersebut menghasilkan temuan baru yang didasarkan pada proporsi hasil yang telah diketahui.

BAB V PENUTUP DAN SARAN

Bab ini berisi uraian mengenai Kesimpulan dari pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya. Selain itu, bab ini juga menyajikan sejumlah saran yang bertujuan untuk mengkaji kekurangan penelitian yang telah dilakukan serta memberikan masukan untuk perbaikan di masa mendatang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka

Usaha kuliner memiliki peran strategis dalam meningkatkan omzet penjualan, terutama di wilayah dengan mobilitas tinggi seperti Caturtunggal, Depok. Omzet merupakan indikator utama yang mencerminkan keberhasilan bisnis kuliner dalam mengelola sumber daya dan merespons kebutuhan pasar. Faktor-faktor seperti modal, jumlah tenaga kerja, lokasi strategis, lama usaha serta penjualan online terbukti berkontribusi signifikan terhadap peningkatan omzet. Dengan strategi yang tepat, pelaku usaha kuliner dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat daya saing bisnisnya.

Kajian Pustaka merupakan bagian penting dalam penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi, menelaah, dan merangkum berbagai teori, konsep, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang dikaji. Melalui kajian ini, peneliti dapat memahami perkembangan ilmu terkait, menemukan celah penelitian, serta memperkuat landasan teoritis yang digunakan. Kajian Pustaka juga membantu dalam merumuskan kerangka berpikir dan memperjelas posisi penelitian dalam konteks akademik yang lebih luas. Tabel berikut menyajikan ringkasan beberapa sumber pustaka yang telah dianalisis, mencakup judul, penulis, tahun publikasi, fokus kajian, dan relevansinya terhadap penelitian ini.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

NO	Judul dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbandingan
			Persamaan & Perbedaan
1.	(Putri & Wildana, 2024) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Omzet UMK Kuliner di Kota Malang – Jurnal Metode: Asosiatif Kuantitatif, Analisis Regresi Berganda Variabel Independen: QRIS, Modal, Tenaga Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja Variabel Dependen: Omzet	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Peningkatan modal usaha dan jumlah tenaga kerja berpotensi meningkatkan omzet usaha kuliner, sedangkan pemanfaatan QRIS, lama usaha, dan jam kerja tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan omzet.	Persamaanya terletak pada metode pengambilan sampel dan lokasi studi dari sentra kuliner yang dekat dengan kampus. Perbedaannya pada variabelnya, penelitian malang menggunakan QRIS sebagai representasi pembayaran sedangkan penelitian ini dengan penjualan online.
2.	(Adhi Rohman Prasetyo, 2024) Pengaruh <i>On Delivery</i> dan Jam Kerja Operasional Terhadap Omzet Penjualan Usaha Kuliner di Dolopo Madiun – Skripsi Metode: Kuantitatif, Regresi Linier Berganda Variabel Independen: <i>On Delivery</i> dan jam kerja operasional Variabel Dependen: Omzet	Hasil dari uji regresi linier berganda pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh parsial <i>on delivery</i> dan jam kerja operasional terhadap omzet penjualan usaha kuliner.	Persamaannya pada pelaku usaha kuliner dan berfokus pada variabel yang memengaruhi omzet penjualan sebagai variabel dependen. Perbedaannya pada struktur variabel independent, Dimana skripsi dolopo hanya menggunakan dua variabel bebas sedangkan penelitian ini menggunakan lima variabel.

3.	(Linjanari, 2024) Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Pemasaran <i>Online</i> Melalui Grabfood terhadap Peningkatan Omzet Usaha Kuliner di Kabupaten Magetan Metode: Kuantitatif, Regresi Linier Berganda Variabel Independen: Etika Bisnis Islam, Pemasaran <i>Online</i> Grabfood Variabel Dependen: Omzet	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis islam dan pemasaran online melalui Grabfood memiliki nilai signifikan terhadap omzet artinya mempengaruhi peningkatan terhadap omzet.	Persamaannya pada pengumpulan data primer yang keduanya menggunakan kuesioner sebagai instrument utama untuk mengumpulkan data dari responden pelaku usaha kuliner. Perbedaannya pada variabel etika bisnis islam yang mengarah ke religius sedangkan penelitian ini fokus pada faktor ekonomi dan operasional usaha.
4.	(Nenengsih & Muslim, 2024) Peningkatan Omzet UMKM Makanan Ringan Pasca Sertifikasi Halal di Sumatera Barat Metode: Kuantitatif Variabel Independen: Jumlah Tenaga Kerja, Jam Kerja, Lama Berdiri UMKM, Modal Usaha, Sertifikasi Halal Variabel Dependen: Omzet	Hasil penelitian menunjukkan sertifikasi halal memiliki hubungan yang signifikan dengan peningkatan omzet UMKM makanan ringan di Sumatera Barat. Sedangkan jumlah tenaga kerja, jam kerja, lama berdiri UMKM, modal usaha, dan proses sertifikasi juga memiliki pengaruh yg signifikan terhadap peningkatan omzet pasca sertifikasi halal.	Persamaannya pada pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data primer melalui kuesioner atau regresi untuk menguji pengaruh variabel terhadap omzet UMKM. Perbedaannya pada penelitian terdahulu fokus variabel sertifikasi halal dan makanan ringan sedangkan penelitian ini tidak menjadi fokus dan lebih operasional dan ekonomi.
5.	(Arif, 2025) Pengaruh Delivery Order ShopeeFood, Harga dan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa delivery order	Persamaannya pada variabel digital dan penjualan online yang menunjukkan bahwa

Jumlah Order Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Pada Daerah Kabupaten Sleman – Jurnal Metode: Kuantitatif, Regresi Linier Berganda Variabel Independen: Delivery Order, Shopeefood, Harga, Jumlah Order Variabel Dependen: Omzet	Shopeefood berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet, sedangkan harga berpengaruh negative namun tidak signifikan. Sementara itu, jumlah order memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap omzet.	pemanfaatan platform digital terhadap omzet usaha kuliner. Perbedaannya pada ruang lingkup platform digital, jurnal terdahulu berfokus pada Shopeefood sedangkan penelitian ini mengkaji penjualan online secara kompleks.
--	--	---

Tabel 2.1 merupakan ringkasan dari studi terdahulu yang memiliki tema serupa dengan penelitian yang akan dilakukan. Namun, ada beberapa perbedaan yang akan dilakukan oleh peneliti, yakni mengenai objek penelitian yang akan dilakukan di Kelurahan Caturtunggal Kecamatan Depok, Sleman dan menggunakan alat analisis berupa model regresi linier berganda. Persamaan yang digunakan pada variabel independen mencakup modal usaha, jumlah tenaga kerja, lama usaha, lokasi usaha yang dekat dengan kampus, dan penjualan online serta metode yang akan digunakan juga menggunakan metode kuantitatif.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Produksi

Teori produksi menguraikan keterkaitan antara penggunaan berbagai faktor produksi dengan tingkat output yang dihasilkan dalam suatu kegiatan ekonomi. Menurut Mankiw, (2014), faktor-faktor seperti tenaga kerja, modal, serta pengalaman atau kemampuan manajerial pelaku usaha memiliki peran penting dalam menentukan besaran output. Dalam skala usaha kecil, termasuk sektor kuliner, output tidak hanya diartikan sebagai jumlah barang yang diproduksi, tetapi juga dapat dipresentasikan dalam bentuk omzet yang diperoleh dari kegiatan usaha tersebut.

Selain itu, dalam teori produksi juga dikenal konsep tambahan hasil produksi dari setiap penambahan input serta kecenderungan penurunan tambahan output. Ketika satu faktor produksi terus ditingkatkan sementara faktor lainnya tetap. Fenomena ini menunjukkan bahwa peningkatan faktor produksi perlu dikelola secara seimbang agar tetap berada pada tingkat efisiensi yang optimal. Dengan pengelolaan yang tepat, kombinasi antara modal, tenaga kerja, dan pengalaman usaha dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan omzet.

2.2.2 Teori Lokasi

Teori lokasi yang diperkenalkan oleh (Kotler & Keller, 20016) menekankan pentingnya pemilihan tempat usaha dalam mendukung efisiensi operasional. Inti dari teori ini adalah bahwa pelaku usaha akan cenderung memilih lokasi yang mampu menekan biaya seminimal mungkin, terutama yang berkaitan dengan distribusi dan tenaga kerja. Dengan demikian, lokasi menjadi salah satu pertimbangan strategis dalam upaya mencapai keuntungan yang maksimal.

Dalam praktiknya, khususnya pada usaha kuliner, lokasi yang mudah dijangkau dan berada di lingkungan dengan aktivitas tinggi memiliki peluang lebih besar untuk menarik konsumen. Kedekatan dengan pusat keramaian seperti area Pendidikan, perkantoran, atau permukiman padat dapat meningkatkan potensi penjualan. Oleh karena itu, pemilihan lokasi tidak hanya berkaitan dengan efisiensi biaya, tetapi juga berkaitan erat dengan peluang peningkatan omzet melalui kemudahan akses bagi konsumen.

2.2.3 Teori Digital Marketing

Kotler & Keller, (20016) menjelaskan bahwa digital marketing merupakan bentuk kegiatan pemasaran yang memanfaatkan perkembangan teknologi digital untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efektif. Pemanfaatan internet memungkinkan pelaku usaha untuk berinteraksi dengan konsumen tanpa batasan ruang dan waktu, sehingga proses pemasaran menjadi lebih fleksibel dibandingkan metode konvensional.

Dalam konteks usaha kuliner, penggunaan platform digital seperti aplikasi pemesanan makanan dan media sosial memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh informasi serta melakukan transaksi. Hal ini tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga meningkatkan visibilitas produk sekaligus mendorong pertumbuhan omzet secara lebih optimal.

2.2.4 Omzet

Menurut Chaniago (1998) omzet penjualan sebagai jumlah total pendapatan yang diperoleh dari penjualan barang atau jasa dalam periode waktu tertentu. Sementara itu, menurut Swastha (1993), omzet penjualan merupakan hasil akumulasi dari seluruh aktivitas penjualan produk dan jasa yang dihitung secara keseluruhan dalam jangka waktu tertentu secara berkelanjutan atau dalam siklus akuntansi. Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa omzet penjualan adalah total nilai penjualan barang atau jasa selama periode waktu tertentu yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diterima Fitriana & Prawestri, (2021).

Menurut Kotler dan Hakim (2002 : 201) didalam jurnal (Tambunan & Sinaga, 2021) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat omzet penjualan, yaitu sebagai berikut:

a. Harga jual

Harga merupakan elemen penting yang berpengaruh terhadap volume penjualan suatu barang atau jasa. Penentuan harga perlu memperhatikan kemampuan daya beli konsumen sasaran agar produk yang ditawarkan dapat diterima pasar.

b. Produk

Produk menjadi faktor utama yang menentukan omzet penjualan karena menyangkut kesesuaian antara barang atau jasa yang ditawarkan dengan kebutuhan serta preferensi konsumen.

c. Promosi penjualan

Kegiatan promosi mencakup berbagai upaya perusahaan dalam memberikan informasi dan membujuk calon konsumen agar mengenal serta tertarik terhadap produk atau jasa yang dipasarkan.

d. Saluran distribusi

Distribusi merupakan proses Perusahaan dalam menyalurkan produk dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen, sehingga ketersediaan produk di pasar dapat terjamin.

e. Mutu

Kualitas produk berperan besar dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Produk dengan mutu yang baik cenderung meningkatkan kepercayaan dan pembelian ulang, sementara mutu yang rendah berpotensi membuat konsumen berpindah ke produk pesaing.

Menurut Kotler dan Keller (2016), omzet tidak hanya dipengaruhi oleh strategi penetapan harga, tetapi juga saluran distribusi serta ketersediaan produk bagi konsumen. Jika saluran distribusi diperluas melalui platform digital seperti ShopeeFood, GrabFood, dan GoFood maka peluang peningkatan omzet akan bertambah karena pasar dapat dijangkau lebih luas dan konsumen lebih mudah mengakses produk tersebut (Arif, 2025).

2.2.5 Modal Usaha

Menurut Riyanto (2010), modal diartikan sebagai kekuasaan untuk menggunakan barang modal yang secara akuntansi tercatat di sisi kredit neraca. Barang modal sendiri merupakan asset perusahaan yang belum digunakan dan dicatat pada sisi debit neraca. Sedangkan menurut Sawir (2009), modal kerja mencakup semua aktiva lancar yang dimiliki Perusahaan dan berperan sebagai dana yang diperlukan untuk membiayai aktivitas

operasional harian Perusahaan. Penghasilan, berdasarkan cara perolehannya dibagi menjadi dua kategori menurut Tohar (2008): pendapatan kotor, yakni penghasilan sebelum dikurangi biaya-biaya operasional, dan pendapatan bersih, yakni penghasilan setelah dikurang biaya-biaya tersebut (Sriyanto & Adelina, 2020).

Menurut Polandos et al., (2019) modal merupakan bentuk asset, baik berupa uang maupun barang, yang dijadikan landasan utama dalam menjalankan suatu aktivitas atau pekerjaan. Dalam bahasa Inggris, modal dikenal dengan istilah *capital*, yaitu suatu hasil produksi dari alam atau manusia yang dimanfaatkan untuk membantu proses penciptaan barang atau jasa lain guna memperoleh keuntungan. Modal memegang peranan sangat penting di dunia bisnis, sebab tanpa modal, baik Perusahaan besar maupun kecil tidak dapat beroperasi secara optimal. Modal tidak hanya berkaitan dengan dana atau uang, tetapi juga bisa berupa keahlian, kemauan, integritas, ketekunan, kecerdasan, maupun faktor personal lainnya yang memberi nilai tambah dalam mendukung jalannya usaha.

Menurut Kasmir (2009) dalam (Zakaria et al., 2024), modal dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis berdasarkan beberapa aspek. Pertama, berdasarkan bentuknya, modal dibagi menjadi modal konkret dan modal abstrak. Modal konkret meliputi benda-benda fisik seperti mesin, Gedung, kendaraan, dan peralatan, sedangkan modal abstrak mencakup hak merk dan nama baik Perusahaan. Kedua, berdasarkan kepemilikan, modal dapat berupa modal individu, seperti rumah pribadi yang disewakan, dan modal masyarakat, contohnya rumah sakit umum, jalan, dan jembatan. Ketiga, berdasarkan sifatnya, modal terbagi menjadi modal tetap, seperti bangunan dan mesin, serta modal lancar yang meliputi bahan-bahan baku yang digunakan dalam proses produksi.

2.2.6 Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah salah satu unsur produksi yang memiliki peranan sangat penting dalam menciptakan barang dan jasa seperti yang telah tercantum pada Undang-Undang Pokok Ketenagakerjaan No.13 Tahun 2003 yaitu setiap orang melakukan pekerjaan baik di dalam maupun di luar hubungan kerja guna menghasilkan jasa atau barang untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun Masyarakat. Namun, dalam mengelola tenaga kerja penting disadari bahwa manusia merupakan sumber daya yang

mendalam. Tenaga kerja menurut (Kartika et al., n.d.) dalam pelaksanaannya dapat dikategorikan menjadi beberapa kelompok, antara lain:

1. Tenaga kerja ahli yang berperan penting dalam koordinasi dan manajemen proyek.
2. Mandor yang memiliki pengetahuan teknis dan mengawasi pekerjaan bawahannya
3. Tenaga tukang yang ahli dalam bidang spesifik seperti besi, kayu, las, dan Listrik
4. Tenaga kasar yang bekerja pada pekerjaan fisik berat
4. Tenaga keamanan yang menjaga keamanan lokasi usaha.

Simanjuntak (1985) menjelaskan bahwa permintaan tenaga kerja oleh pengusaha bergantung pada permintaan masyarakat terhadap produk yang dihasilkan. Permintaan tenaga kerja yang bersifat demikian dikenal dengan sebutan *derived demand*. Dengan kata lain, semakin tinggi penjualan produk, maka kebutuhan tenaga kerja oleh pengusaha juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya, jika penjualan menurun maka kebutuhan tenaga kerja akan berkurang. Semarsono (2003) menambahkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi penyerapan tenaga kerja meliputi tingkat upah, nilai produksi, dan investasi. Perubahan pada faktor-faktor ini berpengaruh terhadap jumlah tenaga kerja yang diserap oleh suatu sektor usaha. Menurut Simanjuntak (1998), perbedaan kemampuan sektor-sektor dalam menyerap tenaga kerja berkaitan dengan variasi pertumbuhan yang dialami masing-masing sektor. Perbedaan laju pertumbuhan tersebut menyebabkan dua konsekuensi, yaitu pertama adanya laju peningkatan produktivitas kerja di tiap sektor, dan kedua perubahan sektoral yang berlangsung secara bertahap baik dalam penyerapan tenaga kerja (Fajar, 2017).

2.2.7 Teori Lokasi Usaha

Lokasi usaha dapat diartikan sebagai kombinasi berbagai peluang, kemudahan, serta fasilitas yang dimiliki suatu tempat untuk menjalankan aktivitas bisnis. Penentuan lokasi menjadi faktor penting baik bagi usaha yang baru berdiri maupun bagi usaha yang sedang berkembang, karena lokasi yang strategis memungkinkan kegiatan operasional berlangsung efisien dan mendukung pencapaian pendapatan yang optimal. Lokasi merupakan salah satu faktor situasional yang ikut memberikan dampak pada Keputusan pembelian. Pemilihan lokasi sering diidentikkan sebagai bagian dari saluran distribusi

Perusahaan karena lokasi berakitan langsung dengan pelanggan atau konsumen. Dengan kata lain, lokasi adalah tempat di mana produsen mendistribusikan produknya kepada konsumen serta merupakan bentuk komitmen pengelolaan sumber daya dalam jangka panjang. Keberadaan lokasi juga turut mempengaruhi perkembangan bisnis di masa mendatang. Area yang dipilih harus memiliki potensi pertumbuhan ekonomi sehingga dapat menjaga kelangsungan usaha, baik perdagangan, ritel, maupun jenis bisnis lainnya (Jamlean et al., 2022).

Menurut Handoko (2000:187) dalam penelitian (Yuniasih & Hikmah, n.d.) lokasi menggambarkan tempat dimana perusahaan melakukan kegiatan agar produk dapat dijangkau oleh konsumen. Dalam menentukan lokasi usaha, terdapat beberapa prinsip yang perlu diperhatikan, antara lain wilayah perdagangan yang potensial, aksesibilitas yang baik, prospek pertumbuhan, posisi dalam arus bisnis, daya tarik lingkungan, serta tingkat persaingan yang rendah. Sedangkan menurut Nelson (2001:86) kesalahan dalam memilih lokasi dapat berdampak signifikan terhadap keberlangsungan usaha (Husaini, 2017a). Beberapa hal penting yang diperlu dipertimbangkan secara seksama saat menentukan lokasi usaha menurut Sari, (2021) meliputi:

- a. Akses lokasi yang mudah dijangkau atau dilalui oleh transportasi umum yang memudahkan pelanggan untuk mencapai ke tempat usaha.
- b. Visibilitas lokasi yang jelas dan dapat dilihat dari tepi jalan untuk meningkatkan daya tarik dan memudahkan orang menemukannya.
- c. Lalu lintas di sekitar lokasi, Dimana keberadaan banyak orang yang melintas dapat meningkatkan peluang pembelian impulsive, tetapi kepadatan dan kemacetan juga harus diperhatikan sebagai hambatan layanan.
- d. Tersedianya tempat parkir yang luas dan aman, sangat penting untuk kenyamanan pelanggan serta mendukung aktivitas bisnis.
- e. Potensi ekspansi, yaitu ketersediaan ruang yang cukup untuk perluasan usaha di masa mendatang agar tetap berkelanjutan.
- f. Lingkungan sekitar, yang mendukung produk yang ditawarkan, misalnya usaha dekat dengan kampus atau kantor yang merupakan lingkungan kondusif.

2.2.8 Teori Lama Usaha

Teori lama usaha yang dikemukakan oleh Husaini, (2017b) adalah durasi waktu seorang pelaku bisnis menjalankan kegiatan perdagangannya saat ini. Semakin lama usaha tersebut berlangsung, maka pengalaman yang diperoleh dalam menjalankan usaha juga akan semakin bertambah. Pengalaman ini dapat mempengaruhi tingkat pengamatan dan perilaku seseorang dalam berbisnis. Dengan kata lain, semakin lama waktu yang dihabiskan oleh pelaku usaha untuk menekuni bidang perdagang, semakin luas pula pengetahuan yang dimilikinya tentang perilaku konsumen serta dinamika pasar, yang pada akhirnya membantu meningkatkan kemampuan dan strategi bisnisnya.

Lama menjalankan usaha memiliki dampak terhadap tingkat omzet yang diperoleh pelaku usaha, karena semakin lama pengalaman dalam bidang tersebut, produktivitas yang dimiliki juga cenderung meningkat, sehingga dapat mendorong efisiensi dalam biaya produksi. Hubungan positif antara pengalaman berusaha dengan peningkatan omzet penjualan telah dibuktikan melalui penelitian oleh Tjiptoroso (1993) dan Swasono (1998) dalam (Prasetyan et al., 2022). Indikator lama usaha antara lain masa kerja, ukuran wawasan dan kreativitas, penempatan terhadap pekerjaan dan peralatan.

Menurut Sudaryono (2015:96) dalam penelitian, terdapat tiga strategi utama dalam mempertahankan pelanggan. Pertama adalah menjaga atau memelihara tingkat kepuasan konsumen dengan cara memberikan layanan yang berkualitas dan perhatian khusus kepada pelanggan, misalnya membantu membawa barang belanjaan yang berat, melayani dengan sopan, serta menyediakan produk dengan kualitas yang baik. Strategi kedua adalah menyederhanakan proses pembelian, yang berarti memberikan kemudahan seperti penggantian barang rusak agar pelanggan merasa nyaman dan tidak kesulitan saat berbelanja. Selanjutnya, strategi ketiga berfokus pada peningkatan daya tarik produk dengan menawarkan harga yang lebih kompetitif dan menambah variasi barang dagangan yang tersedia, sehingga pelanggan memiliki lebih banyak pilihan dan merasa mendapatkan nilai lebih dari produk yang ditawarkan. Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut, Perusahaan dapat membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan dan

meningkatkan probabilitas pelanggan untuk tetap bertransaksi dan loyal terhadap bisnis yang dijalankan.

2.2.9 Teori Penjualan Online

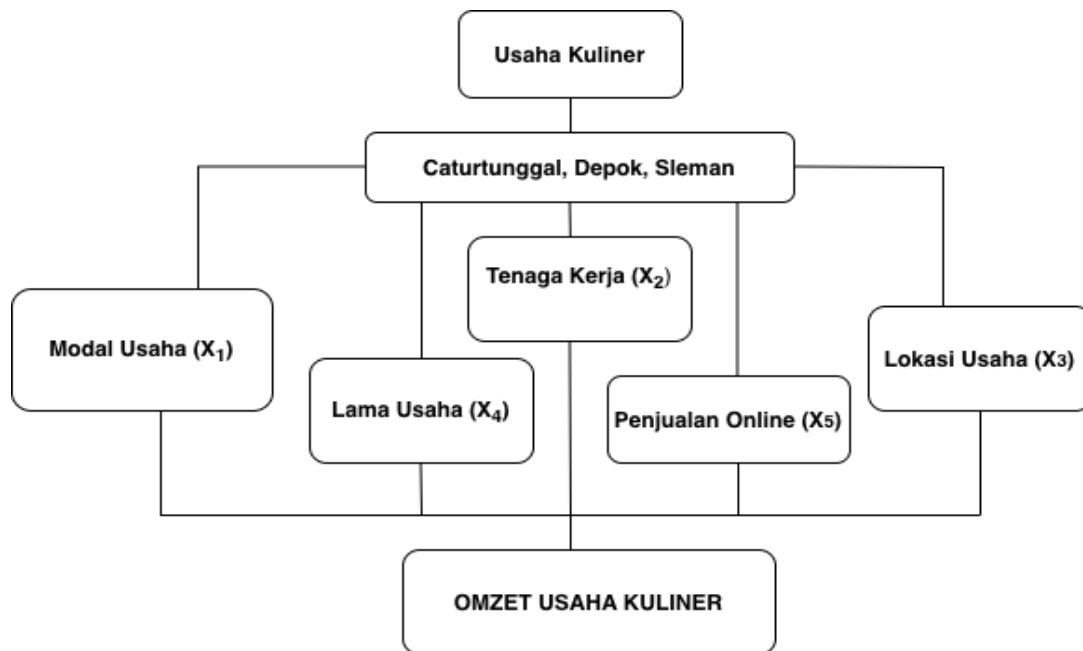
Menurut (Nafisa, 2021) penjualan online adalah proses perdagangan atau mekanisme jual beli yang berlangsung melalui internet, Dimana pembeli dan penjual bertemu dalam dunia digital. Para ahli mendefinisikan penjualan online sebagai metode berbelanja atau berdagang secara daring (online) atau melalui direct selling yang memanfaatkan internet, Dimana ada situs web yang menyediakan layanan pengambilan dan pengiriman produk. Penjualan online membawa sejumlah manfaat bagi organisasi, perusahaan, dan masyarakat sebagai berikut :

1. Manfaat untuk organisasi pemilik penjualan online:
 - a. Memperluas pasar hingga tingkat nasional dan internasional.
 - b. Dengan modal yang relative kecil, Perusahaan dapat menjangkau pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis yang lebih luas dan sesuai dari berbagai belahan dunia.
 - c. Mengurangi biaya produksi, pemrosesan, distribusi, penyimpanan, dan pencarian informasi yang biasanya menggunakan kertas.
 - d. Mempercepat waktu antara pengeluaran modal dan penerimaan produk ataupun jasa.
2. Manfaat untuk konsumen:
 - a. Pelanggan dapat berbelanja atau bertransaksi selama 24jam sehari sepanjang tahun dan berbagai lokasi.
 - b. Memberikan lebih banyak pilihan produk dari berbagai penjual.
 - c. Menyediakan produk dan jasa dengan harga yang lebih terjangkau dengan memudahkan pelanggan untuk melakukan perbandingan cepat di berbagai tempat.
 - d. Informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh secara rinci dalam hitungan detik, bukan dalam waktu lama.
3. Manfaat untuk masyarakat umum:

- a. Memberikan kesempatan bekerja dari rumah dan menghilangkan keharusan pergi keluar hanya untuk berbelanja
- b. Membantu masyarakat di negara berkembang dan wilayah terpencil memperoleh berbagai produk dan jasa yang sulit mereka dapatkan tanpa transaksi online.

Delivery Order merupakan bagian dari sistem distribusi tidak langsung, Dimana konsumen mendapatkan produk tanpa datang ke tempat usaha. Dengan bantuan platform digital seperti ShopeeFood, GrabFood, dan GoFood pelaku usaha dapat menjual produk secara daring dan dikirimkan oleh mitra kurir. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016), distribusi digital adalah bentuk modernisasi dari strategi tradisional yang mampu meningkatkan efisiensi dan aksesibilitas pasar. Kotler dan Armstrong (2018) menyatakan bahwa distribusi berbasis digital memungkinkan bisnis menjangkau pelanggan secara lebih luas, fleksibel dan real time (Arif, 2025)

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Dari gambar kerangka penelitian tersebut terlihat di mana faktor-faktor kunci yang diperkirakan mampu mempengaruhi omzet pada usaha kuliner di wilayah Kecamatan Caturtunggal Kabupaten Depok. Variabel yang dianalisis terdiri dari modal usaha, tenaga kerja, lokasi usaha, lama usaha, serta penjualan online. Keseluruhan faktor tersebut diasumsikan saling berkontribusi dan berinteraksi dalam menentukan seberapa besar omzet yang dihasilkan oleh masing-masing pelaku usaha kuliner. Besar kecilnya modal awal dan tambahan modal kerja akan memengaruhi kapasitas produksi, inovasi produk, serta keberlanjutan operasional bisnis kuliner. Jumlah serta kompetensi pekerja dapat menentukan kecepatan, kualitas layanan, dan efisiensi dalam pengelolaan bisnis, sehingga berdampak pada volume penjualan. Letak atau aksesibilitas usaha kuliner berkaitan erat dengan potensi jumlah konsumen yang dapat dijangkau, terutama di wilayah strategis seperti dekat dengan kampus atau pemukiman padat. Pengalaman serta adaptasi bisnis telah berlangsung lama umumnya memberikan keuntungan berupa relasi pelanggan yang lebih luas dan stabilitas operasional. Pemanfaatan platform digital dan aplikasi pemesanan makanan saat ini juga menjadi elemen penting dalam menjangkau konsumen secara lebih luas dan memaksimalkan potensi pemasukan. Semua faktor tersebut saling terhubung melalui konteks lokasi penelitian di Kecamatan Caturtunggal Kabupaten Depok yang merupakan daerah dengan kepadatan aktivitas mahasiswa dan Masyarakat perkotaan. Pada akhirnya, kelima variabel tersebut diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai faktor utama penentu omzet usaha kuliner di Kawasan penelitian.

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Nenengsih & Muslim, 2024) .

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian, maka dapat dibuat dugaan sementara yaitu sebagai berikut:

- a. Diduga modal usaha berpengaruh signifikan dan positif terhadap peningkatan omzet usaha kuliner di Kecamatan Caturtunggal.
- b. Diduga tenaga kerja berpengaruh signifikan dan positif terhadap peningkatan omzet usaha kuliner di Kecamatan Caturtunggal.
- c. Diduga jarak lokasi usaha dengan kampus berpengaruh signifikan dan positif terhadap peningkatan omzet usaha kuliner di Kecamatan Caturtunggal.
- d. Diduga lama usaha berpengaruh signifikan dan positif terhadap peningkatan omzet usaha kuliner di Kecamatan Caturtunggal.
- e. Diduga pangsa penjualan online berpengaruh signifikan dan positif terhadap peningkatan omzet usaha kuliner di Kecamatan Caturtunggal.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Cara Pengumpulan Data

3.1.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari subjek atau objek yang diteliti, sehingga informasi yang diperoleh bersifat asli dan belum pernah diolah pihak sebelumnya. Data primer tersebut dihimpun langsung dari para pelaku usaha kuliner sebagai responden penelitian melalui penyebaran angket atau kuesioner terstruktur, serta dapat dilengkapi dengan wawancara untuk memperdalam informasi. Penggunaan data primer ini diharapkan menghasilkan data yang lebih spesifik, akurat, dan sesuai dengan konteks empiris usaha kuliner di lapangan, sehingga analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi omzet dapat dilakukan secara lebih tepat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3.1.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan salah satu aspek yang penting dalam keberhasilan penelitian. Dalam penelitian ini, metode pengumplan data yang digunakan adalah angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan tertulis kepada responden agar mereka dapat menjawabnya. Teknik ini sangat efektif digunakan Ketika peneliti telah mengetahui dengan jelas variabel apa saja yang akan diukur serta telah memahami jenis jawaban yang diharapkan dari para responden (Sugiyono, 2019) Pemelitian ini menggunakan angket atau kuesioner, daftar pertanyaan dibuat secara berstruktur dengan bentuk pertanyaan terbuka. Metode ini digunakan untuk memperoleh data mengenai berbagai faktor yang berperan dalam menentukan omzet usaha kuliner.

3.1.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang meliputi objek atau subjek dengan generalisasi yang meliputi objek atau subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dikaji dan dianalisis guna diambil kesimpulan (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini terdiri dari seluruh usaha kuliner yang berlokasi di Kecamatan Caturtunggal yang merupakan wilayah dengan tingkat produktif tinggi. Pemilihan populasi ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh mewakili kondisi nyata dari objek penelitian sehingga dapat dianalisis secara komprehensif sesuai tujuan penelitian.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki jumlah dan karakteristik serupa dengan populasi tersebut. Dalam kondisi Dimana populasi terlalu besar sehingga tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mempelajari keseluruhan anggota populasi, baik karena keterbatasan dana, tenaga, maupun waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel sebagai representasi dari populasi untuk dianalisis lebih lanjut (Sugiyono, 2019).

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 40 unit usaha kuliner yang berada di Kecamatan Caturtunggal. Pengambilan sampel dilakukan dengan rumus *Lameshow* yang diperuntukkan bagi populasi yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya. Rumus Lameshow dinyatakan sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \cdot p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

Z : Nilai Z pada tingkat kepercayaan 95% = 1,96

p : Maksimum estimasi

d : Tingkat kesalahan (*margin of error*)

Dari rumusan tersebut diatas maka penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Lameshow dengan maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan atau *margin of error* 15% .

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,15^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,15^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,15^2}$$

$$n = 42,68$$

Berdasarkan dari perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang didapatkan 42 responden. Namun, dalam pelaksanaannya jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 responden yang dianggap telah mewakili populasi dan memenuhi kriteria minimal dalam analisis statistik. Penggunaan nilai p sebesar 0,5 bertujuan untuk menghasilkan ukuran sampel yang maksimal, sedangkan *margin of error* 15% dipilih dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu, tenaga, serta kondisi di lapangan.

Selanjutnya, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*, yaitu yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan kebetulan, Dimana siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel apabila orang tersebut dianggap memenuhi kriteria sebagai sumber data. Dalam metode ini, sampel dipilih tanpa adanya prosedur atau persyaratan khusus yang telah ditetapkan sebelumnya, sehingga pengambilan sampel bersifat spontan dan tidak direncanakan secara sistematis (Jilhadi et al., 2022).

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel utama, yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependen*). Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi modal, jumlah tenaga kerja, lokasi usaha, lama usaha, dan penjualan online. Sementara itu, variabel terikat yang menjadi fokus adalah omzet usaha kuliner. Variabel-variabel tersebut digunakan untuk menganalisis faktor-faktor

yang memengaruhi omzet dalam usaha kuliner di Kecamatan Caturtunggal. Untuk menghindari terjadinya interpretasi yang berbeda terkait variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, maka dilakukan penjelasan mengenai definisi operasional dari setiap variabel tersebut. Definisi operasional akan menjadi acuan dalam pengukuran dan analisis data sehingga memastikan konsistensi dan kejelasan dalam pemahaman variabel penelitian.

3.2.1 Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat yang merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019). Omzet (Y) dalam penelitian ini dikatakan sebagai jumlah hasil penjualan atau total penjualan produk dari usaha-usaha kuliner di Kecamatan Caturtunggal. Satuan yang digunakan adalah rupiah.

3.2.2 Variabel Independent

Menurut (Sugiyono, 2019) variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Penelitian ini mengidentifikasi variabel independent meliputi modal usaha, lama usaha, tenaga kerja, lokasi usaha, dan penjualan online.

a. Modal Usaha (X1)

Modal usaha dalam penelitian ini diartikan sebagai jumlah modal awal yang dikeluarkan oleh pengusaha untuk mendirikan usaha kuliner. Besaran modal tersebut diukur menggunakan satuan rupiah sebagai nilai moneter standar yang digunakan dalam analisis penelitian

b. Lama Usaha (X2)

Lama usaha dalam penelitian ini merujuk pada durasi waktu beroperasinya usaha kuliner, yang dihitung dari tahun pendirian hingga tahun 2025. Satuan

dalam pengukuran yang digunakan adalah tahun, yang menunjukkan berapa lama usaha tersebut telah berjalan secara aktif hingga saat pengumpulan data.

c. Tenaga Kerja (X3)

Tenaga kerja dalam penelitian ini didefinisikan sebagai jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan atau diperkerjakan oleh pengusaha kuliner di Kecamatan Caturtunggal, Depok. Variabel ini menggambarkan permintaan tenaga kerja dalam usaha tersebut dan diukur dalam satuan orang.

d. Lokasi Usaha (X4)

Lokasi usaha dalam penelitian ini didefinisikan sebagai tempat usaha Dimana seluruh aktivitas usaha berlangsung, mulai dari pengadaan bahan baku hingga proses distribusi dan penjualan produk kepada konsumen. Lokasi dalam penelitian ini adalah pada area kampus yang merupakan wilayah tingkat produktif tinggi. Satuan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kilometer/meter yang menunjukkan seberapa dekat jarak lokasi usaha dengan kampus sekitar.

e. Penjualan Online (X5)

Penjualan online pada penelitian ini merujuk pada platform yang menyerupai pasar Dimana individu dapat menjual maupun membeli produk. Variabel ini merujuk pada sebesar besar penjualan online dibandingkan dengan penjualan offline atau langsung. Besaran yang digunakan adalah persen.

3.2 Metode atau Alat Analisis

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Model persamaan regresi linier berganda yang diterapkan dalam studi ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \mu$$

Model ini dapat ditransformasikan menjadi bentuk algoritma. Regresi linier berganda memudahkan analisis dengan memungkinkan penggunaan lebih dari satu

variabel independen secara bersamaan. Persamaan regresi yang diterapkan kemudian dikonversi dalam bentuk logaritma sebagai berikut:

$$\text{Log}Y = \beta_0 + \beta_1\text{Log}X_1 + \beta_2\text{Log}X_2 + \beta_3\text{Log}X_3 + \beta_4\text{Log}X_4 + \beta_5\text{Log}X_5 + \mu$$

Dimana :

β_0	= Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$	= Intersept
Y	= Omzet
X_1	= Modal Usaha
X_2	= Lama Usaha
X_3	= Tenaga Kerja
X_4	= Lokasi Usaha
X_5	= Penjualan Online
μ	= Faktor Pengganggu

3.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan serangkaian ketentuan statistic yang wajib dipenuhi agar analisis regresi linier berganda yang menggunakan metode Ordinary Least Square (OLS) dapat menghasilkan model yang valid dan dapat diandalkan. Menurut Aghna et al., (2024) Pemenuhan uji ini memastikan bahwa estimasi parameter regresi tidak bias dan memiliki efisiensi maksimal dalam memprediksi hubungan antar variabel. Uji asumsi klasik yang paling umum digunakan meliputi pengujian multikolinearitas, heteroskedastisitas, normalitas, serta autokorelasi. Setiap uji tersebut memiliki fungsi untuk memastikan bahwa model regresi linier berganda yang dibuat memenuhi syarat statistik agar hasil analisis dapat dipercaya dan valid.

3.4.1. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah varians residual dalam model regresi bersifat konstan atau berbeda pada setiap tingkat pengamatan. Dalam penelitian ini, deteksi heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji Park

Glejser, yaitu dengan mengorelasikan nilai residual absolut dengan masing-masing variabel independent di dalam regresi (Sembiring, 2020). Menurut Suharjo, (2008) dalam penelitian (Ahmad & Badri, 2022) model regresi yang baik ditandai dengan kondisi komokedasititas, yaitu ketika varians residual bersifat konstan sehingga tidak terjadi masalah heterokedasititas. Dengan kata lain, agar model regresi layak digunakan, seharusnya tidak ditemukan gejala heterokedasititas. Adapun kriteria penilaiannya Adalah sebagai berikut :

1. Apabila pola titik pada grafik menunjukkan bentuk tertentu yang teratur, misalnya bergelombang melebar lalu menyempit, maka dapat disimpulkan adanya heterokedasititas.
2. Apabila sebaran titik tidak membentuk pola yang jelas dan melebar secara acak di atas serta di bawah garis nol pada sumbu Y, maka kondisi tersebut mengindikasikan terpenuhinya asumsi homokedasititas.

3.4.2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah kondisi ketika terdapat hubungan linear yang kuat antara dua atau lebih variabel independent dalam model regresi, sehingga koefisien regresi menjadi tidak stabil dan interpretasi hasil menjadi kurang valid. Salah satu indikasi adanya multikolinearitas dapat dilihat jika nilai korelasi antara dua variabel independent mendekati 1 yang artinya kedua variabel sangat berhubungan secara linear. Selain itu, yang mendekati nol, menandakan sisa korelasi setelah memperhitungkan variabel lain menjadi sangat lemah.

Menurut Ghozali (2016) dalam penelitian (Martaningtyas et al., 2024), pengujian multikolinearitas mengindikasikan adanya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi yang menyebabkan standar error koefisien meningkat, sehingga nilai t-hitung menjadi lebih kecil dibanding t-tabel, menandakan tidak adanya hubungan linear yang signifikan antara variabel independent dan dependen. Untuk mengidentifikasi multikolinearitas, digunakan nilai toleransi dan Variance Inflation Factor (VIF), yang Dimana nilai toleransi mengukur variabilitas variabel bebas yang tidak dijelaskan oleh variabel lain, sedangkan VIF merupakan invers dari toleransi. Nilai VIF lebih dari 10

ata u toleransi kurang dari 0,10 menunjukkan adanya tingkat multikolinearitas yang tinggi dalam model regresi.

3.4.3. Uji Normalitas

Asumsi normalitas merupakan prasyarat penting yang harus dipenuhi agar uji validitas pengaruh variabel independent, baik secara parsial (uji t) maupun bersama-sama dapat dilakukan dengan tepat. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode Jarque-Bera, yang bertujuan untuk memastikan bahwa distribusi residual mengikuti pola distribusi normal, sehingga hasil uji regresi menjadi dapat dipercaya.

3.4 Uji Signifikasi

3.5.1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien korelasi berfungsi untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen dan mengindikasikan seberapa baik garis regresi sampel sesuai dengan data yang ada. Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0 sampai 1, dimana nilai yang mendekati nol menunjukkan kemampuan model yang sangat terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati satu, hal ini menandakan bahwa variabel independent memiliki kontribusi yang kuat terhadap variabel dependen.

3.5.2. Uji F

Uji kelayakan model atau uji statistic F dalam regresi digunakan untuk mengevaluasi signifikansi secara simultan dari variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga menentukan apakah model regresi layak dipakai dalam analisis penelitian (Pamungkas & Sugiyono, 2020). Adapun kriteria pengujiannya sebagai berikut:

Jika $p\text{-value} < 0,05$ maka model regresi layak karena variabel bebas secara simultan memengaruhi variabel terikat secara signifikan.

Jika $\text{-valur} > 0,05$ maka model tidak layak karena tidak ada pengaruh simultan yang signifikan dari variabel bebas

3.5.3. Uji T

Uji ini dalam analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui sejauh mana masing-masing variabel independent secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah setiap variabel bebas secara individu memiliki kontribusi yang nyata dalam menjelaskan perubahan pada variabel terikat.

H0 : Faktor-faktor usaha tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap tingkat omzet pada usaha kuliner.

H1 : Faktor-faktor usaha memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap tingkat omzet pada usaha kuliner.

Pengambilan keputusan dari hasil uji t didasarkan pada perbandingan antara nilai t-hitung dengan t-tabel pada tingkat signifikansi tertentu, dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Jika $t\text{-hitung} \geq t\text{-tabel}$, maka faktor-faktor usaha berpengaruh terhadap omzet usaha kuliner.

Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka faktor-faktor usaha tidak berpengaruh terhadap omzet usaha kuliner.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini adalah Caturtunggal, Kecamatan Depok Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta dengan kepadatan penduduk tinggi akibat banyaknya fasilitas Pendidikan. Kawasan ini didominasi fungsi permukiman, Pendidikan, dan ekonomi mikro, termasuk usaha kuliner yang berkembang pesat di sekitar area kampus dan kost mahasiswa.

Penelitian ini difokuskan pada analisis faktor-faktor yang mempengaruhi omzet pada daerah Caturtunggal, dengan total responden 40 usaha kuliner. Responden penelitian ini terdiri dari pemilik atau pengelola usaha kuliner skala mikro, kecil dan menengah. Distribusi responden mencakup berbagai jenis usaha kuliner.

4.2 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini yang menjadi responden atau sampel adalah pengusaha kuliner di Caturtunggal yang terletak pada Kecamatan Depok Kabupaten Sleman. Berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara yang dikumpulkan dari 40 sampel pengusaha kuliner, diperoleh karakteristik responden yang digambarkan sebagai berikut

a. Alamat

Total responden berdasarkan alamat pada penelitian terbagi menjadi enam daerah, yaitu Tambakbayan, Kledokan, Seturan, Nologaten, Tempel, dan Janti. Berikut merupakan total responden berdasarkan alamat pada penelitian :

Tabel 4. 1 Alamat

Alamat					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tambakbayan	8	20.0	20.0	20.0
	Kledokan	12	30.0	30.0	50.0
	Seturan	8	20.0	20.0	70.0

	Nologaten	7	17.5	17.5	87.5
	Tempel	4	10.0	10.0	97.5
	Janti	1	2.5	2.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Sumber; Pengolahan Data Primer SPSS, 2026

Dari tabel 4.1 di atas diketahui bahwa sebagian besar responden dalam kuesioner dan wawancara ini beralamat di Kledokan yaitu sebesar 12 pengusaha kuliner dengan presentase 30%, kemudian 8 pengusaha kuliner beralamat Tambakbayan dengan presentase 20%, 8 pengusaha kuliner beralamat Seturan dengan presentase 20%, 7 pengusaha beralamat Nologaten dengan presentase 17.5%, 4 pengusaha beralamat Tempel dengan presentase 10%, dan 1 pengusaha beralamat Janti dengan presentase 2.5%.

b. Jenis Kelamin

Total responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu responden berjenis kelamin laki-laki dan Perempuan. Berikut merupakan total responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini:

Tabel 4. 2 Jenis Kelamin

JenisKelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	17	42.5	42.5	42.5
	Laki-Laki	23	57.5	57.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Sumber; Pengolahan Data Primer SPSS, 2026

Dari tabel 4.2 di atas diketahui bahwa sebagian besar responden dalam kuesioner dan wawancara ini berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 23 orang dengan presentase 57.5% dan selebihnya berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 17 orang dengan presentase 42.5%.

c. Umur

Berdasarkan umur, responden pada penelitian berusia 24 tahun sampai dengan 55 tahun dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Umur

Umur					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	24 - 30 Tahun	10	25.0	25.0	25.0
	31 - 40 Tahun	17	42.5	42.5	67.5
	41 - 50 Tahun	12	30.0	30.0	97.5
	> 50 Tahun	1	2.5	2.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Sumber; Pengolahan Data Primer SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, dapat diketahui bahwa responden pada penelitian ini berkisar diantara 24-55 tahun. Pada penelitian ini terdapat 10 orang yang berumur 24 tahun sampai dengan 30 tahun dengan presentase 25%, 17 orang berumur 31 tahun sampai dengan 40 tahun, 12 orang berumur 41 tahun sampai dengan 50 tahun, dan 1 orang berumur lebih dari 50 tahun.

d. Pendidikan

Berdasarkan Pendidikan, responden dibagi menjadi 4 kategori, yaitu :

Tabel 4. 4 Pendidikan

Pendidikan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	5	12.5	12.5	12.5
	SMA	15	37.5	37.5	50.0
	D3	10	25.0	25.0	75.0
	S1	10	25.0	25.0	100.0

	Total	40	100.0	100.0	
--	-------	----	-------	-------	--

Sumber; Pengolahan Data SPSS, 2026

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh pengusaha dengan pendidikan terakhir SMA yang terdiri dari 15 pengusaha atau sebesar 37.5%, kemudian terdapat 5 pengusaha dengan pendidikan terakhir SMP dengan presentase sebesar 12.5%, 10 pengusaha berpendidikan terakhir D3 dengan presentase 25%, dan 10 pengusaha berpendidikan terakhir S1 dengan presentase 25%.

e. Mulai Usaha

Berdasarkan mulai usaha, responden pada penelitian ini dimulai dari tahun 2006 sampai dengan 2025, diperoleh karakteristik responden yang digambarkan sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Mulai Usaha

MulaiUsaha					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2006	1	2.5	2.5	2.5
	2017	4	10.0	10.0	12.5
	2018	2	5.0	5.0	17.5
	2019	8	20.0	20.0	37.5
	2020	2	5.0	5.0	42.5
	2021	6	15.0	15.0	57.5
	2022	1	2.5	2.5	60.0
	2023	1	2.5	2.5	62.5
	2024	3	7.5	7.5	70.0
	2025	11	27.5	27.5	97.5
	2015	1	2.5	2.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Sumber; Pengolahan Data SPSS, 2026

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa responden pada peneliti didominasi oleh mulai usaha 2025 yang terdiri dari 11 responden dengan presentase 27.5%, kemudian terdapat 1 responden yang memulai usaha 2006 dengan presentase 2.5%, 1 responden yang memulai usaha 2015 dengan presentase 2.5%, 4 responden yang memulai usaha 2016 dengan presentase 10%, 2 responden yang memulai usaha 2018 dengan presentase 5%, 8 responden yang memulai usaha 2019 dengan presentase 20%, 2 responden yang memulai usaha 2020 dengan presentase 5%, 6 responden yang memulai usaha 2021 dengan presentase 15%, 1 responden yang memulai usaha 2022 dengan presentase 2.5%, 1 responden yang memulai usaha 2023 dengan presentase 2.5%, serta 3 responden yang memulai usaha 2024 dengan presentase 7.5%.

4.3 Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan data primer yang diambil dari sumber utama yaitu para pengusaha kuliner di Desa Caturtunggal yang terletak di Kecamatan Depok Kabupaten Sleman. Dan menggunakan data cross section karena mengacu pada data yang dikumpulkan dengan mengamati banyak hal pada titik waktu yang sama.

4.3.1 Omzet Usaha Kuliner

Omzet usaha kuliner merupakan total nilai pendapatan atau hasil penjualan yang diperoleh dari aktivitas jual beli produk kuliner dalam suatu periode waktu tertentu. Jadi, dapat disimpulkan bahwa omzet usaha kuliner Adalah jumlah riil dari nilai transaksi penjualan yang dicapai oleh unit usaha kuliner tersebut. Menurut Badan Pusat Statistik, omzet usaha didefinisikan sebagai nilai total penjualan barang dan jasa kuliner yang dihasilkan oleh pelaku usaha di sektor tersebut. Data omzet usaha kuliner dalam penelitian ini diperoleh dari sumber utama yaitu dengan memberikan angket atau kuesioner kepada pengusaha usaha kuliner di Desa Caturtunggal. Data omzet usaha kuliner dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Omzet Perbulan Usaha Kuliner di Caturtunggal

No.	Nama Usaha	Omzet Usaha	No.	Nama Usaha	Omzet Usaha
1.	Saestu Salad	Rp13.000.000	21.	Cimol Bojot “AMANG”	Rp10.000.000
2.	Bubur Ayam Khas Cianjur	Rp9.000.000	22.	Ayam Geprek Pak Sipit	Rp15.000.000
3.	Rumah Makan Rata Rata	Rp5.000.000	23.	Seblak Bandung Teratai	Rp45.000.000
4.	Mie Ayam Bakso Pak Mono	Rp9.000.000	24.	Ayam Bakar Kanaka	Rp25.000.000
5.	1001 Rasa – Dimsum & Pangsit Pedas	Rp12.000.000	25.	Tahu Kupat & Es Dawet Khas Banjarnegara	Rp30.000.000
6.	Rotbar King	Rp5.000.000	26.	Tahu Tek Sby Cak Bud	Rp9.000.000
7.	Warung Kurnia Yadara	Rp4.000.000	27.	Kebab Bos	Rp30.000.000
8.	Prasmanan Jogja	Rp4.000.000	28.	Warung Ocik Khas Medan	Rp50.000.000
9.	Nasi Cokot Express	Rp10.000.000	29.	Moi Pentol Kriwil	Rp30.000.000
10.	Donat Susu Kartika	Rp3.000.000	30.	Roti Bakar & Kukus Seturan	Rp14.000.000
11.	Brewin Coffe	Rp90.000.000	31.	Pawone Bu Darti	Rp15.000.000
12.	Angkringan Pak Her	Rp4.000.000	32.	Tahu Walik Pak Omta	Rp9.000.000
13.	Suka Suka Pisang	Rp4.000.000	33.	Lotek dan Gado- Gado Bu Bagyo	Rp10.000.000
14.	Martabak Mini 77	Rp10.000.000	34.	Siomay Kang Deni	Rp13.500.00
15.	Warung Makan Dhe Nur	Rp3.000.000	35.	Angkringan Petruk	10.000.000
16.	Seblak Maung	Rp8.000.000	36.	Getuk Ayu Mbak Eri	10.000.000
17.	Cheese House Jogja – Burger	Rp15.000.000	37.	Kartel Dimsum 24	26.000.000
18.	Siomay Kang Tunji	Rp12.000.000	38.	Batagor Humairoh	10.000.000
19.	Ketoprak Pondok Indah	Rp15.000.000	39.	Cilok MG Nologaten	7.000.000
20.	Total Kitchen	Rp20.000.000	40.	Soto Ayam Pak Nur	10.000.000

4.3.2 Modal Usaha

Modal usaha dapat diartikan sebagai seluruh sumber daya keuangan yang diperlukan untuk memulai, menjalankan, dan mengembangkan suatu kegiatan usaha, meliputi modal tetap seperti peralatan dan modal operasional seperti bahan baku. Jadi dapat disimpulkan bahwa modal usaha merupakan jumlah riil dari dana atau asset yang digunakan oleh unit usaha untuk menghasilkan barang atau jasa. Data modal dalam penelitian ini didapatkan dari sumber utama yaitu dengan memberikan angket atau kuesioner pada pengusaha industri gerabah di Desa Caturtunggal. Data modal usaha dapat dilihat pada tabel sebagai berikut;

Tabel 4. 7 Modal Awal Usaha Kuliner di Caturtunggal

No.	Nama Usaha	Modal Usaha	No.	Nama Usaha	Modal Usaha
1.	Saestu Salad	Rp6.000.000	21.	Cimol Bojot “AMANG”	Rp4.000.000
2.	Bubur Ayam Khas Cianjur	Rp8.000.000	22.	Ayam Geprek Pak Sipit	Rp10.000.000
3.	Rumah Makan Rata Rata	Rp12.000.000	23.	Seblak Bandung Teratai	Rp1.500.000
4.	Mie Ayam Bakso Pak Mono	Rp7.000.000	24.	Ayam Bakar Kanaka	Rp14.000.000
5.	1001 Rasa – Dimsum & Pangsit Pedas	Rp10.000.000	25.	Tahu Kupat & Es Dawet Khas Banjarnegara	Rp5.000.000
6.	Rotbar King	Rp50.000.000	26.	Tahu Tek Sby Cak Bud	Rp6.000.000
7.	Warung Kurnia Yadara	RP6.000.000	27.	Kebab Bos	Rp7.000.000
8.	Prasmanan Jogja	Rp60.000.000	28.	Warung Ocik Khas Medan	Rp10.000.000
9.	Nasi Cokot Express	Rp10.000.000	29.	Moi Pentol Kriwil	Rp2.000.000
10.	Donat Susu Kartika	Rp1.000.000	30.	Roti Bakar & Kukus Seturan	Rp7.000.000
11.	Brewin Coffe	Rp80.000.000	31.	Pawone Bu Darti	Rp8.000.000
12.	Angkringan Pak Her	Rp6.000.000	32.	Tahu Walik Pak Omta	Rp6.000.000
13.	Suka Suka Pisang	Rp5.000.000	33.	Lotek dan Gado- Gado Bu Bagyo	Rp6.000.000

No.	Nama Usaha	Modal Usaha	No.	Nama Usaha	Modal Usaha
14.	Martabak Mini 77	Rp7.000.000	34.	Siomay Kang Deni	Rp5.000.000
15.	Warung Makan Dhe Nur	Rp7.000.000	35.	Angkringan Petruk	Rp5.000.000
16.	Seblak Maung	Rp5.000.000	36.	Getuk Ayu Mbak Eri	Rp5.000.000
17.	Cheese House Jogja – Burger	Rp20.0000.000	37.	Kartel Dimsum 24	Rp15.000.000
18.	Siomay Kang Tunji	Rp6.000.000	38.	Batagor Humairoh	Rp6.000.000
19.	Ketoprak Pondok Indah	Rp15.000.000	39.	Cilok MG Nologaten	Rp4.000.000
20.	Total Kitchen	Rp4.000.000	40.	Soto Ayam Pak Nur	Rp10.000.000

4.3.3 Jumlah Tenaga Kerja

Jumlah tenaga kerja merupakan total kuantitas pekerja yang terlibat secara aktif dalam operasional suatu sektor usaha tertentu. Jadi dapat disimpulkan bahwa jumlah tenaga kerja adalah jumlah riil dari individu yang bekerja dalam suatu unit usaha. Jumlah tenaga kerja juga didefinisikan sebagai total orang yang bekerja di berbagai sektor ekonomi, termasuk usaha kuliner. Data jumlah tenaga kerja dalam penelitian ini didapatkan dari sumber utama yaitu dengan memberikan angket atau kuesioner kepada pengusaha usaha kuliner di Desa Catutunggal. Data tersebut dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Jumlah Tenaga Kerja Pada Usaha Kuliner di Catutunggal

No.	Nama Usaha	Tenaga Kerja	No.	Nama Usaha	Tenaga Kerja
1.	Saestu Salad	2	21.	Cimol Bojot “AMANG”	1
2.	Bubur Ayam Khas Cianjur	3	22.	Ayam Geprek Pak Sipit	15
3.	Rumah Makan Rata Rata	7	23.	Seblak Bandung Teratai	1
4.	Mie Ayam Bakso Pak Mono	1	24.	Ayam Bakar Kanaka	8

No.	Nama Usaha	Tenaga Kerja	No.	Nama Usaha	Tenaga Kerja
5.	1001 Rasa – Dimsum & Pangsit Pedas	2	25.	Tahu Kupat & Es Dawet Khas Banjarnegara	2
6.	Rotbar King	6	26.	Tahu Tek Sby Cak Bud	2
7.	Warung Kurnia Yadara	1	27.	Kebab Bos	2
8.	Prasmanan Jogja	11	28.	Warung Ocik Khas Medan	5
9.	Nasi Cokot Express	1	29.	Moi Pentol Kriwil	2
10.	Donat Susu Kartika	2	30.	Roti Bakar & Kukus Seturan	2
11.	Brewin Coffe	6	31.	Pawone Bu Darti	3
12.	Angkringan Pak Her	2	32.	Tahu Walik Pak Omta	3
13.	Suka Suka Pisang	1	33.	Lotek dan Gado-Gado Bu Bagyo	2
14.	Martabak Mini 77	2	34.	Siomay Kang Deni	1
15.	Warung Makan Dhe Nur	1	35.	Angkringan Petruk	2
16.	Seblak Maung	2	36.	Getuk Ayu Mbak Eri	1
17.	Cheese House Jogja – Burger	4	37.	Kartel Dimsum 24	2
18.	Siomay Kang Tunji	2	38.	Batagor Humairoh	2
19.	Ketoprak Pondok Indah	1	39.	Cilok MG Nologaten	1
20.	Total Kitchen	4	40.	Soto Ayam Pak Nur	2

4.3.4 Lokasi Usaha

Lokasi usaha merupakan posisi geografis atau tempat strategis dimana unit usaha kuliner didirikan dan dioperasikan untuk menjangkau konsumen secara efektif. Jadi dapat disimpulkan bahwa lokasi usaha adalah faktor ruang untuk menentukan aksesibilitas dan potensi pelanggan dalam suatu unit usaha. Data lokasi usaha dalam penelitian ini didapatkan dari sumber utama yaitu dengan memberikan angket atau kuesioner kepada pengusaha usaha kuliner di Desa Caturtunggl. Data lokasi usaha dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 9 Jarak Lokasi Usaha Kuliner dengan Kampus di Caturtunggal

No.	Nama Usaha	Lokasi Usaha	No.	Nama Usaha	Lokasi Usaha
1.	Saestu Salad	400 m	21.	Cimol Bojot “AMANG”	120 m
2.	Bubur Ayam Khas Cianjur	1000 m	22.	Ayam Geprek Pak Sipit	170 m
3.	Rumah Makan Rata Rata	700 m	23.	Seblak Bandung Teratai	750 m
4.	Mie Ayam Bakso Pak Mono	700 m	24.	Ayam Bakar Kanaka	850 m
5.	1001 Rasa – Dimsum & Pangsit Pedas	120 m	25.	Tahu Kupat & Es Dawet Khas Banjarnegara	40 m
6.	Rotbar King	190 m	26.	Tahu Tek Sby Cak Bud	500 m
7.	Warung Kurnia Yadara	500 m	27.	Kebab Bos	1200 m
8.	Prasmanan Jogja	400 m	28.	Warung Ocik Khas Medan	1400 m
9.	Nasi Cokot Express	500 m	29.	Moi Pentol Kriwil	1400 m
10.	Donat Susu Kartika	190 m	30.	Roti Bakar & Kukus Seturan	1400 m
11.	Brewin Coffe	700 m	31.	Pawone Bu Darti	1500 m
12.	Angkringan Pak Her	400 m	32.	Tahu Walik Pak Omta	700 m
13.	Suka Suka Pisang	800 m	33.	Lotek dan Gado- Gado Bu Bagyo	900 m
14.	Martabak Mini 77	600 m	34.	Siomay Kang Deni	1900 m
15.	Warung Makan Dhe Nur	700 m	35.	Angkringan Petruk	900 m
16.	Seblak Maung	1000 m	36.	Getuk Ayu Mbak Eri	350 m
17.	Cheese House Jogja – Burger	550 m	37.	Kartel Dimsum 24	300 m
18.	Siomay Kang Tunji	700 m	38.	Batagor Humairoh	1600 m
19.	Ketoprak Pondok Indah	150 m	39.	Cilok MG Nologaten	1500 m
20.	Total Kitchen	250 m	40.	Soto Ayam Pak Nur	210 m

4.3.5 Lama Usaha

Lama usaha dapat berpengaruh terhadap tingkat omzet yang diperoleh, karena semakin lama pelaku usaha menjalankan bisnisnya, maka semakin tinggi juga produktivitas yang dicapainya. Data lama usaha dalam penelitian ini diperoleh dari sumber utama melalui pemberian angket atau kuesioner kepada pengusaha usaha kuliner di Desa Caturtunggal. Data mengenai lama usaha dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 10 Lama Usaha Kuliner Berdiri di Caturtunggal

No.	Nama Usaha	Lama Usaha	No.	Nama Usaha	Lama Usaha
1.	Saestu Salad	12 bulan	21.	Cimol Bojot “AMANG”	12 bulan
2.	Bubur Ayam Khas Cianjur	96 bulan	22.	Ayam Geprek Pak Sipit	36 bulan
3.	Rumah Makan Rata Rata	84 bulan	23.	Seblak Bandung Teratai	84 bulan
4.	Mie Ayam Bakso Pak Mono	96 bulan	24.	Ayam Bakar Kanaka	60 bulan
5.	1001 Rasa – Dimsum & Pangsit Pedas	12 bulan	25.	Tahu Kupat & Es Dawet Khas Banjarnegara	24 bulan
6.	Rotbar King	84 bulan	26.	Tahu Tek Sby Cak Bud	132 bulan
7.	Warung Kurnia Yadara	84 bulan	27.	Kebab Bos	12 bulan
8.	Prasmanan Jogja	24 bulan	28.	Warung Ocik Khas Medan	84 bulan
9.	Nasi Cokot Express	12 bulan	29.	Moi Pentol Kriwil	12 bulan
10.	Donat Susu Kartika	60 bulan	30.	Roti Bakar & Kukus Seturan	60 bulan
11.	Brewin Coffe	240 bulan	31.	Pawone Bu Darti	60 bulan
12.	Angkringan Pak Her	84 bulan	32.	Tahu Walik Pak Omta	60 bulan
13.	Suka Suka Pisang	24 bulan	33.	Lotek dan Gado-Gado Bu Bagyo	108 bulan
14.	Martabak Mini 77	72 bulan	34.	Siomay Kang Deni	108 bulan
15.	Warung Makan Dhe Nur	72 bulan	35.	Angkringan Petruk	84 bulan
16.	Seblak Maung	60 bulan	36.	Getuk Ayu Mbak Eri	48 bulan

No.	Nama Usaha	Lama Usaha	No.	Nama Usaha	Lama Usaha
17.	Cheese House Jogja – Burger	12 bulan	37.	Kartel Dimsum 24	12 bulan
18.	Siomay Kang Tunji	84 bulan	38.	Batagor Humairoh	12 bulan
19.	Ketoprak Pondok Indah	108 bulan	39.	Cilok MG Nologaten	12 bulan
20.	Total Kitchen	12 bulan	40.	Soto Ayam Pak Nur	108 bulan

4.3.6 Penjualan Online

Penjualan online dapat diartikan sebagai seluruh aktivitas transaksi jual beli produk kuliner yang dilakukan platform digital seperti marketplace, media sosial, atau aplikasi e-commerce dalam periode waktu tertentu. Penjualan online disini merupakan rata-rata jumlah pesanan yang diterima melalui platform digital dalam satu minggu terakhir oleh unit usaha kuliner. Jadi dapat disimpulkan bahwa penjualan online adalah indicator kuantitatif dari transaksi e-commerce yang mencerminkan volume permintaan virtual pelanggan. Data penjualan online dalam penelitian ini didapatkan dari sumber utama yaitu dengan memberikan angket atau kuesioner kepada pengusaha usaha kuliner di Desa Caturtunggal. Data tersebut dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Pangsa Penjualan Online Pada Usaha Kuliner di Caturtunggal

No.	Nama Usaha	Penjualan Online	No.	Nama Usaha	Penjualan Online
1.	Saestu Salad	15%	21.	Cimol Bojot “AMANG”	0%
2.	Bubur Ayam Khas Cianjur	50%	22.	Ayam Geprek Pak Sipit	20%
3.	Rumah Makan Rata Rata	5%	23.	Seblak Bandung Teratai	10%
4.	Mie Ayam Bakso Pak Mono	0%	24.	Ayam Bakar Kanaka	25%
5.	1001 Rasa – Dimsum & Pangsit Pedas	50%	25.	Tahu Kupat & Es Dawet Khas Banjarnegara	29%
6.	Rotbar King	25%	26.	Tahu Tek Sby Cak Bud	30%

No.	Nama Usaha	Penjualan Online	No.	Nama Usaha	Penjualan Online
7.	Warung Kurnia Yadara	0%	27.	Kebab Bos	50%
8.	Prasmanan Jogja	30%	28.	Warung Ocik Khas Medan	30%
9.	Nasi Cokot Express	50%	29.	Moi Pentol Kriwil	50%
10.	Donat Susu Kartika	40%	30.	Roti Bakar & Kukus Seturan	20%
11.	Brewin Coffe	20%	31.	Pawone Bu Darti	25%
12.	Angkringan Pak Her	0%	32.	Tahu Walik Pak Omta	15%
13.	Suka Suka Pisang	5%	33.	Lotek dan Gado-Gado Bu Bagyo	50%
14.	Martabak Mini 77	50%	34.	Siomay Kang Deni	70%
15.	Warung Makan Dhe Nur	0%	35.	Angkringan Petruk	5%
16.	Seblak Maung	90%	36.	Getuk Ayu Mbak Eri	80%
17.	Cheese House Jogja – Burger	50%	37.	Kartel Dimsum 24	30%
18.	Siomay Kang Tunji	0%	38.	Batagor Humairoh	40%
19.	Ketoprak Pondok Indah	30%	39.	Cilok MG Nologaten	0%
20.	Total Kitchen	100%	40.	Soto Ayam Pak Nur	20%

4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4. 12 Analisis regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5383299,483	5054715,499		-1,065	,294
	Modal	,330	,153	,326	2,158	,038
	Tenaga Kerja	1145474,121	506185,599	,317	2,263	,030
	Lokasi	4284,802	4004,134	,129	1,070	,292
	Lama Usaha	1117161,831	537002,509	,269	2,080	,045

	Online	87302,931	59418,072	,180	1,469	,151
a. Dependent Variable: Omzet						

Sumber; Pengolahan Data Primer SPSS, 2026

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = -5383299,483 + 0.330 + 1145474,121 + 4284,802 + 1117161,831 + 87302,931$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Responden
- a = Konstanta
- b = Koefisien Regresi
- X1 = Variabel Modal Usaha
- X2 = Variabel Tenaga Kerja
- X3 = Variabel Lokasi
- X4 = Variabel Lama Usaha
- X5 = Variabel Penjualan Online
- e = Standar *error* (Tingkat Kesalahan)

4.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan serangkaian ketentuan statistic yang wajib dipenuhi agar analisis regresi linier berganda yang menggunakan metode Ordinary Least Square (OLS) dapat menghasilkan model yang valid dan dapat diandalkan. Menurut Aghna et al., (2024) Pemenuhan uji ini memastikan bahwa estimasi parameter regresi tidak bias dan memiliki efisiensi maksimal dalam memprediksi hubungan antar variabel. Uji asumsi klasik yang paling umum digunakan meliputi pengujian multikolinearitas, heteroskedastisitas, normalitas, serta autokorelasi. Setiap uji tersebut memiliki fungsi untuk memastikan bahwa model regresi linier berganda yang dibuat memenuhi syarat statistik agar hasil analisis dapat dipercaya dan valid.

4.5.1 Uji Normalitas

Asumsi normalitas merupakan prasyarat penting yang harus dipenuhi agar uji validitas pengaruh variabel independent, baik secara parsial (uji t) maupun bersama-sama dapat dilakukan dengan tepat. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode Jarque-Bera, yang bertujuan untuk memastikan bahwa distribusi residual mengikuti pola distribusi normal, sehingga hasil uji regresi menjadi dapat dipercaya.

Tabel 4. 13 Hasil Uji *One-Sample KS*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	11123278,490
		27219
Most Extreme Differences	Absolute	,102
	Positive	,102
	Negative	-,068
Test Statistic		,102
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

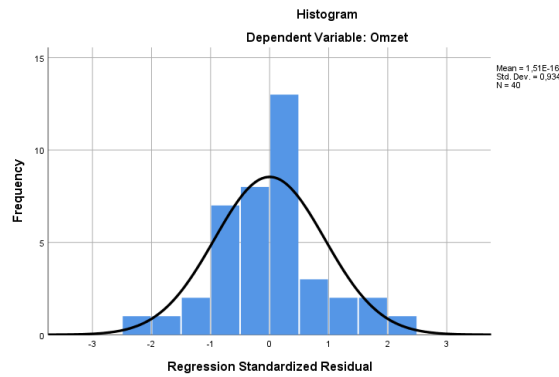
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber; Pengolahan Data Primer SPSS, 2026

Berdasarkan output SPSS di atas, dapat dilihat pada nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0.200 nilai ini lebih besar dari pada 0,05. Maka dapat disimpulkan data

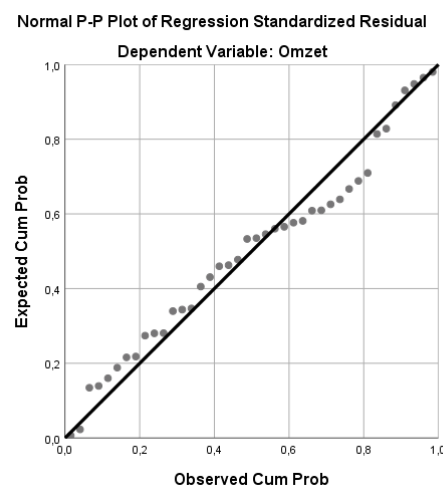
dalam penelitian ini terdistribusi normal. Hal ini didukung oleh hasil pengujian normalitas menggunakan Grafik Normal Plot dan Histogram.

Gambar 4. 1 Histogram Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan histogram yang terlihat pada diatas dapat dilihat bahwa data berdistribusi normal, hal ini diperlihatkan oleh bentuk kurva yang tidak menyerupai lonceng.

Gambar 4. 2 P-Plot Hasil Uji Normalitas



Pada Gambar diatas grafik normal P-Plot Regresion Standarized Residual tersebut menunjukan bahwa titik tidak menyebar disekitar garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh berdistribusi normal.

4.5.2 Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah kondisi ketika terdapat hubungan linear yang kuat antara dua atau lebih variabel independent dalam model regresi, sehingga koefisien regresi menjadi tidak stabil dan intepretasi hasil menjadi kurang valid. Salah satu indikasi adanya multikolinearitas dapat dilihat jika nilai korelasi antara dua variabel independent mendekati 1 yang artinya kedua variabel sangat berhubungan secara linear. Selain itu, yang mendekati nol, menandakan sisa korelasi setelah memperhitungkan variabel lain menjadi sangat lemah.

Menurut Ghozali (2016) dalam penelitian (Martaningtyas et al., 2024), pengujian multikolinearitas mengindikasikan adanya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi yang menyebabkan standar error koefisien meningkat, sehingga nilai t-hitung menjadi lebih kecil dibanding t-tabel, menandakan tidak adanya hubungan linear yang signifikan antara variabel independent dan dependen. Untuk mengidentifikasi multikolinearitas, digunakan nilai toleransi dan Variance Inflation Factor (VIF), yang Dimana nilai toleransi mengukur variabilitas variabel bebas yang tidak dijelaskan oleh variabel lain, sedangkan VIF merupakan invers dari toleransi. Nilai VIF lebih dari 10 atau toleransi kurang dari 0,10 menunjukkan adanya tingkat multikolinearitas yang tinggi dalam model regresi.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Modal	,617	1,621
	Tenaga Kerja	,717	1,394

	Lokasi	,963	1,039
	Lama Usaha	,842	1,187
	Online	,939	1,065
a. Dependent Variable: Omzet			

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa variabel Modal mempunyai nilai VIF sebesar 1,621 dengan nilai tolerance sebesar 0,617 maka tidak terjadi multikolinearitas, variabel tenaga kerja mempunyai nilai VIF sebesar 1,394 dengan nilai tolerance sebesar 0,717 maka tidak terjadi multikolinearitas, variabel Lokasi mempunyai nilai VIF sebesar 1,039 dengan nilai tolerance sebesar 0,963 maka tidak terjadi multikolinearitas variabel lama usaha mempunyai nilai VIF sebesar 1,187 dengan nilai tolerance sebesar 0,842 maka tidak terjadi multikolinearitas dan variabel online mempunyai nilai VIF sebesar 1,065 dengan nilai tolerance sebesar 0,939 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Hal ini mengindikasikan bahwa hasil uji multikolinearitas mempunyai nilai VIF yang kurang dari 10 dan nilai Tolerance yang lebih besar dari 0,1. Pengujian model regresi untuk ukuran aktual mengindikasikan tidak terdapat gejala multikolinearitas untuk model regresi tersebut. Dengan demikian, semua variabel independen tersebut dapat dianggap valid sebagai prediktor.

4.5.3 Uji Heterokedasitas

Uji heterokedasitas digunakan untuk mengetahui apakah varians residual dalam model regresi bersifat konstan atau berbeda pada setiap tingkat pengamatan. Dalam penelitian ini, deteksi heterokedasitas dilakukan dengan menggunakan uji Park Glejser, yaitu dengan mengorelasikan nilai residual absolut dengan masing-masing variabel independent di dalam regresi (Sembiring, 2020). Menurut Suharjo, (2008) dalam penelitian (Ahmad & Badri, 2022) model regresi yang baik ditandai dengan kondisi komokedasitas, yaitu ketika varians residual bersifat konstan sehingga tidak terjadi masalah heterokedasitas. Dengan kata lain, agar model regresi layak digunakan,

seharusnya tidak ditemukan gejala heterokedasititas. Adapun kriteria penilaiannya Adalah sebagai berikut :

1. Apabila pola titik pada grafik menunjukkan bentuk tertentu yang teratur, misalnya bergelombang melebar lalu menyempit, maka dapat disimpulkan adanya heterokedasititas.
2. Apabila sebaran titik tidak membentuk pola yang jelas dan melebar secara acak di atas serta di bawah garis nol pada sumbu Y, maka kondisi tersebut mengindikasikan terpenuhinya asumsi homokedasititas

Hasil uji heteroskedastisitas ditampilkan dalam bentuk scatterplot. Dari gambar tersebut dapat diamati bahwa titik-titik data tersebar secara acak tanpa pola yang jelas. Titik-titik data tidak menunjukkan kecenderungan untuk mengelompok di atas atau di bawah angka 0. Hal ini menunjukkan bahwa data tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4. 15 Hasil Uji Heterokedasitas Park Gleiser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.118	.795		37.905	<.001
	Modal	4.464E-8	.000	.350	1.858	.072
	Tenaga Kerja	.019	.080	.041	.237	.814
	Lokasi	-.001	.001	-.141	-.932	.358
	Lama Usaha	.003	.007	.065	.402	.690
	Online	.010	.009	.158	1.035	.308

a. Dependent Variable: LN_RES

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan aplikasi SPSS Versi 25 dari tabel di atas diperoleh $F_{hitung} = 7,425$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000^b$ dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($7,425 > 3.24$) dimana nilai F_{tabel} diperoleh dengan signifikan 95% dan $\alpha = 5\%$. Karena nilai signifikan $0,05$ maka ($0,000^b < 0,05$) dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($7,425 > 3.24$). Maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan Online, Lokasi, Lama Usaha, Tenaga Kerja, Modal terhadap Omzet.

4.6.2 Uji T

Uji ini dalam analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui sejauh mana masing-masing variabel independent secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah setiap variabel bebas secara individu memiliki kontribusi yang nyata dalam menjelaskan perubahan pada variabel terikat.

H_0 : Faktor-faktor usaha tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap tingkat omzet pada usaha kuliner.

H_1 : Faktor-faktor usaha memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap tingkat omzet pada usaha kuliner.

Pengambilan keputusan dari hasil uji t didasarkan pada perbandingan antara nilai t-hitung dengan t-tabel pada tingkat signifikansi tertentu, dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka faktor-faktor usaha berpengaruh terhadap omzet usaha kuliner.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka faktor-faktor usaha tidak berpengaruh terhadap omzet usaha kuliner.

Tabel 4. 17 Hasil Uji T

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5383299,483	5054715,499		-1,065	,294
	Modal	,330	,153	,326	2,158	,038
	Tenaga Kerja	1145474,121	506185,599	,317	2,263	,030
	Lokasi	4284,802	4004,134	,129	1,070	,292
	Lama Usaha	1117161,831	537002,509	,269	2,080	,045
	Online	87302,931	59418,072	,180	1,469	,151
a. Dependent Variable: Omzet						

- Variabel Modal (X1) mempunyai nilai t-hitung 2.158 > t-tabel 2.021 dan nilai sig 0.038 < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Modal (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet (Y) secara parsial.
- Variabel Jumlah Tenaga Kerja (X2) mempunyai t-hitung 2.263 > t-tabel 2.021 dan nilai sig 0.030 < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Tenaga Kerja (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Omzet (Y) secara parsial.
- Variabel Jarak Lokasi Usaha dengan Kampus (X3) mempunyai t-hitung 1.070 < t-tabel 2.021 dan nilai sig 0.292 > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi(X3) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Omzet (Y) secara parsial.
- Variabel Lama Usaha (X4) mempunyai t-hitung 2.080 > t-tabel 2.021 dan nilai sig 0.045 < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Omzet (Y) secara parsial.

- Variabel Pangsa Penjualan Online (X5) mempunyai t-hitung $1.469 < t$ -tabel 2.021 dan nilai sig $0.151 > 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa Penjualan Online (X5) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Omzet (Y) secara parsial.

4.6.3 Koefisien Determinasi

Koefisien korelasi berfungsi untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen dan mengindikasikan seberapa baik garis regresi sampel sesuai dengan data yang ada. Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0 sampai 1, dimana nilai yang mendekati nol menunjukkan kemampuan model yang sangat terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati satu, hal ini menandakan bahwa variabel independent memiliki kontribusi yang kuat terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 18 Hasil Uji R^2

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,722 ^a	,522	,452	11913123,819
a. Predictors: (Constant), Online, Lokasi, Lama Usaha, Tenaga Kerja, Modal				
b. Dependent Variable: Omzet				

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0.522 atau 52,2%, hal ini menunjukkan bahwa variabel Modal (X1), Tenaga Kerja (X2), Lokasi (X3), Lama Usaha (X4) dan Penjualan Online (X5) menjelaskan variabel Omzet (Y) sebesar 52,2% sedangkan sisanya sebesar 47,8% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

4.7 Interpretasi Hasil

1. Nilai konstanta sebesar -5383299,483 menunjukkan omzet sebesar Rp5.383.299,483 menunjukkan jika variabel Modal (X1), Tenaga Kerja (X2), Lokasi(X3), Lama Usaha(X4), dan Penjualan Online(X5) sama dengan nol maka variabel Omzet(Y) sebesar -Rp5.383.299,483
2. Nilai koefisien regresi variabel Modal (X1) sebesar 0.330 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 Rupiah variabel Modal (X1) maka variabel Omzet (Y) mengalami kenaikan sebesar 0.330 Rupiah dengan asumsi-asumsi variabel-variabel lain dianggap konstan. Tanda bernilai positif menunjukkan hubungan yang searah antara variabel Modal dengan variabel Omzet.
3. Nilai koefisien regresi variabel Tenaga Kerja (X2) sebesar 1145474,121 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 orang Tenaga Kerja (X2) maka variabel Omzet (Y) mengalami kenaikan sebesar 1145474,121 atau Rp1.145.474,121 dengan asumsi-asumsi variabel-variabel lain dianggap konstan. Tanda bernilai positif menunjukkan hubungan yang searah antara variabel Tenaga Kerja dengan variabel Omzet.
4. Variabel jarak lokasi usaha dengan kampus (X3) memiliki signifikansi sebesar 0.292, nilai tersebut lebih besar dari alpha 5% artinya secara statistik menunjukkan bahwa variabel jarak lokasi usaha dengan kampus tidak berpengaruh terhadap omzet usaha kuliner di Caturtunggal.
5. Nilai koefisien regresi variabel Lama Usaha (X4) sebesar 1117161,831 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 bulan variabel Lama Usaha (X4) maka variabel Omzet (Y) mengalami kenaikan sebesar Rp1.117.161,831 dengan asumsi-asumsi variabel-variabel lain dianggap konstan. Tanda bernilai positif menunjukkan hubungan yang searah antara variabel Lama Usaha dengan variabel Omzet.

6. Variabel pangsa penjualan Online (X5) memiliki signifikansi sebesar 0.151, nilai tersebut lebih besar dari alpha 5% artinya secara statistik menunjukkan bahwa variabel pangsa penjualan online tidak berpengaruh terhadap omzet usaha kuliner di Caturtunggal.

4.8 Pembahasan

4.8.1 Pengaruh Modal Usaha terhadap Omzet pada Usaha Kuliner di Kecamatan Caturtunggal

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel modal mempunyai nilai t-hitung sebesar 2.158 dengan nilai signifikansi $0.038 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet usaha kuliner.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Nenengsih & Muslim, 2024) dengan judul “Peningkatan Omzet UMKM Makanan Ringan Pasca Sertifikasi Halal di Sumatera Barat” yang menyatakan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet.

Selain itu hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Sriyanto & Adelina, 2020) yang berjudul “Pengaruh Modal Terhadap Omzet Pejualan : Peran Biaya Pemasaran Sebagai Variabel Moderating” yang menyatakan bahwa modal berpengaruh signifikan terhadap omzet penjualan pengusaha kuliner di Kecamatan Tasikmadu Kabupaten Karanganyar.

Modal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap omzet usaha kuliner tepatnya di daerah Caturtunggal, Depok, Sleman. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa semakin besar modal usaha yang dimiliki pelaku usaha kuliner, maka semakin tinggi pula potensi omzet yang bisa dicapai, karena modal memungkinkan ekspansi operasional, pembelian bahan baku berkualitas, serta peningkatan daya saing di pasar.

4.8.2 Pengaruh Jumlah Tenaga Kerja terhadap Omzet pada Usaha Kuliner di Kecamatan Caturtunggal

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel tenaga kerja mempunyai nilai t-hitung sebesar t-hitung 2,263 dengan nilai sig. $0.030 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet usaha kuliner.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Nenengsih & Muslim, 2024) dengan judul “Peningkatan Omzet UMKM Makanan Ringan Pasca Sertifikasi Halal di Sumatera Barat” yang menyatakan bahwa jumlah tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet.

Selain itu hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Putri & Wildana, 2024) dengan judul “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Omzet UMK Kuliner di Kota Malang” yang menyatakan bahwa jumlah tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jumlah tenaga kerja memiliki pengaruh terhadap omzet usaha kuliner tepatnya di daerah Caturtunggal, Depok, Sleman. Hal tersebut bisa terjadi karena semakin banyak tenaga kerja yang terlibat, operasional harian seperti memasak, melayani pelanggan, dan mengelola pesanan bisa berjalan lebih lancar dan cepat. Di wilayah seperti Caturtunggal yang ramai dengan aktivitas mahasiswa dan pekerja, kecepatan layanan ini jadi kunci utama untuk menarik lebih banyak pembeli berulang. Misalnya saat jam sibuk, tim yang lebih besar mampu menangani lonjakan order tanpa membuat antrian panjang, sehingga pelanggan puas dan omzet naik alami. Selain itu, tenaga kerja tambahan juga memungkinkan diversifikasi menu atau inovasi kecil yang menyesuaikan selera local, yang pada akhirnya memperkuat daya saing usaha kuliner di Caturtunggal.

4.8.3 Pengaruh Jarak Lokasi Usaha dengan Kampus terhadap Omzet pada Usaha Kuliner di Kecamatan Caturtunggal

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel lokasi usaha mempunyai nilai t -hitung sebesar $1,070 < t\text{-tabel } 2.032$ dengan nilai $\text{sig } 0.292 > 0.05$ t -hitung, maka dapat disimpulkan bahwa lokasi usaha yang dekat dengan kampus tidak berpengaruh terhadap omzet usaha kuliner.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Pitaloka et al., 2022) yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Omzet Penjualan Sayuran di Pasar Rakyat Kecamatan Amen Kabupaten Lebong” yang menyatakan bahwa posisi lapak penjualan sayuran yang strategis seperti di pinggir jalan raya yang mudah dijangkau tidak berpengaruh terhadap omzet penjualan di Pasar Rakyat Kecamatan Amen Kabupaten Lebong.

Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Afdal, 2018) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Omzet UMKM di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa” yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan dan berhubungan positif terhadap omzet UMKM di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi usaha yang dekat dengan kampus tidak memiliki pengaruh terhadap omzet usaha kuliner tepatnya di daerah Caturtunggal, Depok, Sleman. Hal tersebut kemungkinan besar karena banyaknya pilihan usaha kuliner serupa di sekitar kawasan kampus, sehingga kedekatan fisik saja tidak cukup membedakan daya tarik pelanggan. Konsumen mahasiswa cenderung memilih berdasarkan harga terjangkau, variasi menu kekinian, atau promo ketimbang jarak tempuh semata. Akibatnya, pemilik usaha perlu fokus pada kualitas rasa dan layanan cepat untuk menarik pelanggan tetap, bukan hanya mengandalkan lokasi strategis.

4.8.4 Pengaruh Lama Usaha terhadap Omzet pada Usaha Kuliner di Kecamatan Caturtunggal

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel lama usaha mempunyai nilai t-hitung sebesar 2,080 dengan nilai sig $0.045 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet usaha kuliner.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Nenengsih & Muslim, 2024) dengan judul “Peningkatan Omzet UMKM Makanan Ringan Pasca Sertifikasi Halal di Sumatera Barat” yang menunjukkan bahwa lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet.

Selain itu hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Prasetyan et al., 2022) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Omzet Pedagang Pasar Kolombo di Masa Pandemi Covid-19” yang menyatakan bahwa lama usaha berpengaruh positif dan signifikan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lama usaha memiliki pengaruh terhadap omzet usaha kuliner tepatnya di daerah Caturtunggal, Depok, Sleman. Hal tersebut dapat disebabkan oleh bertambahnya pengalaman pemilik usaha dalam mengelola operasional seiring waktu, sehingga proses produksi makanan jadi lebih efisien dan pembelian bahan baku lebih hemat tanpa mengorbankan kualitas. Di Kawan ramai seperti Caturtunggal yang penuh mahasiswa dan pekerja muda, usaha yang sudah lama berdiri biasanya punya pelanggan tetap karena reputasi terbangun dari rasa konsisten dan pelayanan cepat, yang otomatis mendorong *repeat order* dan omzet stabil. Tidak hanya itu, pengalaman Panjang juga memudahkan adaptasi tren lokal seperti menu kekinian atau promo via online, yang sulit dilakukan usaha baru tanpa bekal tersebut.

4.8.5 Pengaruh Pangsa Penjualan Online terhadap Omzet pada Usaha Kuliner di Kecamatan Caturtunggal

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel penjualan online mempunyai nilai t-hitung sebesar 1,469 dengan nilai sig 0.151 > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa lama usaha tidak berpengaruh terhadap omzet usaha kuliner.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Kusuma & Munari, 2024) yang berjudul *“The Influence of E-Commerce and Social Media on Revenue Growth Moderated by Production Cost in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMES)”* yang menyatakan bahwa *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap pendapatan.

Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Panuntun, 2025) yang berjudul “Pengaruh Delivery Order ShopeeFood, Harga dan Jumlah Order Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Pada Daerah Kabupaten Sleman” yang menyatakan bahwa delivery order memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap omzet bisnis kuliner di kabupaten Sleman.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penjualan online tidak memiliki pengaruh terhadap omzet usaha kuliner tepatnya di daerah Caturtunggal, Depok, Sleman. Hal tersebut kemungkinan karena usaha kuliner di Kawasan ini lebih mengandalkan transaksi langsung yang sering datang ke lokasi untuk makan cepat atau nongkrong. Penjualan Online belum menjadi pilihan utama akibat tambahan biaya pengiriman yang dirasa mahal. Meskipun dengan infrastruktur digital yang baik, pemilik usaha biala coba perkuat promo online untuk dorong pesanan online secara bertahap.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah Modal, Tenaga Kerja, Lokasi, Lama Usaha, dan Penjualan Online berpengaruh terhadap Omzet Usaha Kuliner di Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman. Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel Modal memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Omzet Usaha Kuliner di Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman.
2. Variabel Tenaga Kerja memiliki pengaruh secara parsial terhadap Omzet Usaha Kuliner di Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman.
3. Variabel Jarak Lokasi Usaha dengan kampus tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap Omzet Usaha Kuliner di Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman.
4. Variabel Lama Usaha memiliki pengaruh secara parsial terhadap Omzet Usaha Kuliner di Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman.
5. Variabel Penjualan Online tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap Omzet Usaha Kuliner di Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman.
6. Terdapat pengaruh secara simultan antara Modal, Jumlah Tenaga Kerja, Jarak Lokasi Usaha dengan Kampus, Lama Usaha, dan Penjualan Online terhadap Omzet Usaha Kuliner di Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Pelaku usaha kuliner disarankan untuk lebih memprioritaskan pengelolaan modal usaha secara efektif karena hasil penelitian menunjukkan modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap omzet. Hal ini dilakukan supaya dapat mempertahankan dan terus terjadi peningkatan omzet usaha kuliner yang berkelanjutan.

2. Pelaku usaha disarankan untuk mengoptimalkan jumlah tenaga kerja melalui rekrutmen yang tepat dan pelatihan sederhana, mengingat variabel ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet. Hal ini akan meningkatkan produktivitas tanpa menambah beban biaya secara berlebihan.
3. Pelaku usaha disarankan untuk mempertahankan dan mengoptimalkan pengalaman usaha jangka panjang untuk mempertahankan dan mengoptimalkan pengalaman usaha jangka panjang guna memaksimalkan peningkatan omzet secara berkelanjutan. Semakin lama usaha beroperasi, semakin besar kontribusinya terhadap peningkatan omzet, hal ini menunjukkan pengalaman operasional yang berdampak positif pada kinerja usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi Rohman Prasetyo. (2024). *PENGARUH ON DELIVERY DAN JAM KERJA OPERASIONAL TERHADAP OMZET PENJUALAN USAHA KULINER DI DOLOPO MADIUN*.
- Afdal, M. (2018). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI OMSET UMKM DI KECAMATAN SOMBA OPU KABUPATEN GOWA*.
- Ahmad, S. J., & Badri, J. (2022). PENGARUH INFLASI DAN TINGKAT SUKU BUNGA TERHADAP INDEKS HARGA SAHAM GABUNGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2013-2021. *JURNAL ECONOMINA*, 1(3).
- Arif, P. (2025). Pengaruh Delivery Order ShopeeFood, Harga dan Jumlah Order Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Pada Daerah Kabupaten Sleman. *Journal of Sustainability and Science Economics*, 3(1), 9–16. <https://doi.org/10.62337/jsse.v3i1.46>
- Asrindah Nasution M.Pd. (2021). *Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram*.
- De Aghna, A., Budi, S., Septiana, L., Elok, B., & Mahendra, P. (2024). Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, dan Autokorelasi dalam Penelitian. In *Jurnal Multidisiplin West Science* (Vol. 03, Number 01).
- Fajar, D. R. (2017). *PENGARUH UPAH, OMZET PENJUALAN, LAMA USAHA DAN PENDIDIKAN TERHADAP PENYERAPAN TENAGA KERJA*.
- Fitriana, A., & Prawestri, A. D. (2021). *Upaya Peningkatan Omzet Umkm Pada Masa Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Kinerja Akuntan Dan Motivasi Usaha Di Kabupaten Banyumas* (Vol. 16, Number 2).
- Husaini, A. F. (2017a). *Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Monza di Pasar Simalingkar Medan*. www.kompasiana.com
- Husaini, A. F. (2017b). *Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Monza di Pasar Simalingkar Medan*. www.kompasiana.com
- Jamlean, S., Ronald, S., Saleky, J., & Pattipeilohy, V. R. (2022). *PENGARUH LOKASI USAHA TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSUMEN*.
- Julhadi, Susilawati, De., Rosa, S., Adriani, P., Ganiem, L. M., Fazilla, S., Aminy, M. H., Nurainiah, Syafruddin, Setyowidodo, A., Ririen, D., Diwati, F., Julyanti, E., & Ratnaningtyas, E. M. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN PENDIDIKAN* (N. Saputra, Ed.). <http://penerbitzaini.com>
- Kartika, N., Muawanah, S., Dan, R., & Pratama, A. (n.d.). *ANALISIS PRODUKTIVITAS TENAGA KERJA PADA PEKERJAAN KOLOM DI PROYEK PEMBANGUNAN GEDUNG PEMDA KABUPATEN SUKABUMI* (Vol. 03).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (20016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kusuma, D. A., & Munari. (2024). The Influence of E-Commerce and Social Media on Revenue Growth Moderated by Production Costs in Micro, Small, and Medium

- Enterprises (MSMES). In *International Journal of Economics Development Research* (Vol. 5, Number 1).
- Linjanari, A. (2024). *Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Pemasaran Online Melalui Grabfood terhadap Peningkatan Omzet Usaha Kuliner di Kabupaten Magetan*.
<http://journal.scimadly.com/index.php/iefj>
- Mankiw, N. G. (2014). *Principles of Economics* (7th Edition). Cengage Learning.
- Martaningtyas, N. U., Septiyaningrum, E. A., & Maulana, Z. (2024). DAMPAK PELANGGARAN ASUMSI KLASIK TERHADAP KESALAHAN INFERENSI DALAM ANALISIS EKONOMETRIKA. 1(4), 255–265. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/sjim>
- Muhammad Haikal Faran Fajri, N. N. Z. R. A. P. I. N. (2022). KEBERLANJUTAN USAHA KULINER: ANALISIS TANTANGAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*.
- Nafisa, lailatun. (2021). *ANALISIS PENJUALAN KULINER SECARA ONLINE MELALUI APLIKASI*.
- Nenengsih, N., & Muslim, M. (2024). Peningkatan Omzet UMKM Makanan Ringan Pasca Sertifikasi Halal di Sumatera Barat. *AL-Muqayyad*, 7(1), 95–108.
<https://doi.org/10.46963/jam.v7i1.2099>
- Pamungkas, R. A., & Sugiyono. (2020). PENGARUH STRUKTUR MODAL, UKURAN PERUSAHAAN, DAN EARNING PER SHARE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN.
- Panuntun, A. (2025). Pengaruh Delivery Order Shopeefood, Harga dan Jumlah Order Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Pada Daerah Kabupaten Sleman. *Journal of Sustainability and Science Economics*, 3(1), 9–16. <https://doi.org/10.62337/jsse.v3i1.46>
- Pitaloka, V., Efrita, E., Mutmainah, E., Kurniati, N., & Feriady, A. (2022). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI OMZET PENJUALAN SAYURAN DI PASAR RAKYAT KECAMATAN AMEN KABUPATEN LEBONG.
- Polandos, P. M., Engka, D. S. M., Tolosang, K. D., Pembangunan, J. E., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2019). ANALISIS PENGARUH MODAL, LAMA USAHA, DAN JUMLAH TENAGA KERJA TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KECAMATAN LANGOWAN TIMUR.
- Prasetyan, N., Susanto, J., & Sri Winarti, A. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI OMZET PEDAGANG PASAR KOLOMBO DIMASA PANDEMI COVID-19. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(12), 2677–2690.
<https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i12.419>
- Putri, C. A., & Wildana, M. D. A. (2024). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI OMZET UMK KULINER DI KOTA MALANG. *Contemporary Studies in Economic, Finance and Banking*, 3(4), 1042–1054.
<https://doi.org/10.21776/csefb.2024.03.4.16>
- Putri Nasution, D., Ilmi Faried, A., Aditya Farhan, dan, Studi Ekonomi Pembangunan, P., Sosial Sains, F., Pembangunan Panca Budi Jl Jend Gatot Subroto Km, U.,

- Sikambing, S., Medan Helvetia, K., Medan -, K., & Penulis, K. (2021). ANALISIS PENGARUH USAHA KULINER TERHADAP PENDAPATAN PELAKU UMKM DI KECAMATAN MEDAN SELAYANG. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 7(1).
- Ridan Muhtadi Kamali, K. (2021). STRATEGI PENANGGULANGAN PENGANGGURAN MELALUI PERAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM) GENTING. In *Manajemen Ekonomi dan Keuangan Syariah* (Vol. 2, Number 01). <https://jurnal.iainpalu.id>
- Sari, S. Y. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI STRENGTH (KEKUATAN YANG DIMILIKI OLEH PERUSAHAAN): LOKASI, PENGETAHUAN, INFRASTRUKTUR DAN MODAL KERJA (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). 2(4). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4>
- Sembiring, M. (2020). PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN LIKUIDITAS TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN DAGANG DI BURSA EFEK INDONESIA. 3(1), 59–68. <https://doi.org/10.30596/liabilities.v3i1.5176>
- Sholeh, M. I., & Idris. (2024). Keberlanjutan Bisnis Kuliner di Tengah Dinamika Pasar: Pengalaman Albarokah Chicken. In *Jurnal Dinamika Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 1, Number 1).
- Sontosudanno, A. (1991). PEKERJA DI SEKTOR PERDAGANGAN PADA EKONOMI SKALA KECIL DESA CATURTUNGAL DEPOK SLEMAN.
- Sriyanto, & Adelina, N. (2020). PENGARUH MODAL TERHADAP OMZET PENJUALAN: PERAN BLAYA PEMASARAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Vol. 11).
- Sugiyono. (2019). METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan Re&D.
- Tambunan, Y. S., & Sinaga, N. A. (2021). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP OMZET PENJUALAN PADA CV. GRAHA MINERAL ARSI SIBOLGA. *Jurnal AKRAB JUARA*.
- Yuniasih, K., & Hikmah. (n.d.). PENGARUH MODAL AWAL, LAMA USAHA DAN JENIS DAGANGAN TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR TOS 3000 BATAM.
- Zakaria, S. A., Arham, A. M., & Badu, R. S. (2024). Pengaruh Modal Usaha terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Makanan dan Minuman di Kota Gorontalo INFO ARTIKEL. In *Maret* (Vol. 2, Number 4).

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Kepada

Yth. Bapak/Ibu/Sdr Pemilik Usaha Kuliner

Di Kecamatan Caturtunggal, Depok

Dengan hormat,

Di tengah-tengah kesibukan yang sedang Bapak/Ibu/Saudara hadapi saat ini, perkenankanlah saya memohon bantuannya untuk mengisi kuesioner terlampir. Kuesioner ini dimaksudkan untuk mendapatkan data tentang modal, tenaga kerja, lama usaha, lokasi usaha, penjualan online dan omzet usaha.

Setiap jawaban tidak ada yang salah atau pun benar, tetapi jawaban yang baik adalah jawaban yang sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu/Saudara yang sebenarnya. Perlu Bapak/Ibu/Saudara ketahui bahwa jawaban yang diberikan sama sekali tidak akan mempengaruhi kedudukan/jabatan yang Bapak/Ibu/Saudara pegang.

Saya percaya Bapak/Ibu/Saudara akan bersedia membantu mengisi kuesioner tersebut dengan ketulusan hati. Selanjutnya saya akan merahasiakan jawaban tersebut.

Atas segala bantuan Bapak/Ibu/Saudara saya ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 2 Desember 2025

Dwi Meilina

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI OMZET PENJUALAN USAHA KULINER DI CATURTUNGAL, SLEMAN

A. Identitas Responden

Petunjuk I

1. Nama Pengusaha :
2. Nama Usaha :
3. Alamat :
4. Jenis Kelamin :
5. Umur :
6. Pendidikan :
7. Mulai usaha : Tahun.....

B. Modal Usaha

1. Berapakah modal awal bapak/ibu/saudara yang digunakan untuk membuka usaha?

Jawab :

Rp.....

2. Digunakan untuk apa saja modal awal saudara?

Jawab:

.....

3. Darimanakah sumber modal usaha Bapak/Ibu/Saudara untuk menjalankan usaha ?

- a. Seluruhnya modal sendiri
- b. Sebagian dari pihak lain (.....%)
- c. Seluruhnya dari pihak lain
- d. Lainnya.....

4. Jika jawaban no 3 yaitu (b) dan (c) maka pinjaman modalnya dari.....

- a. Pinjaman bank
- b. Koperasi
- c. Keluarga
- d. Lainnya

5. Nilai asset (kekayaan usaha) saat ini

Jawab :

Rp.....(jika tidak ada catatan,
diperkirakan).

6. Asset apa saja yang dimiliki usaha saudara sekarang?

- a. Bangunan
- b. Uang Kas
- c. Tanah
- d. Bahan Persediaan
- e. Lainnya.....

C. Tenaga Kerja

1. Berapakah jumlah tenaga kerja yang bapak/ibu/saudara pekerjakan saat ini?

Jawab :

.....orang laki-laki dan.....orang perempuan.

2. Apakah karyawan bapak/ibu/saudara dipersyaratkan memiliki pengalaman di bidang kuliner atau pelayanan atau lainnya ?

Jawab :

.....

3. Apakah jumlah tenaga kerja anda selalu sama?

Jawab :

- a. Ya
- b. Tidak

4.. Jika tidak, kapan jumlah tenaga kerja perlu ditambah atau dikurangi?

- a. Ditambah pada saat.....

- b. Dikurang pada saat.....

D. Lokasi Usaha

1. Seberapa jauh lokasi usaha anda dengan kampus terdekat?

Jawab :.....m/km

2. Apa lokasi usaha bapak/ibu/saudara cukup strategis ?

Jawab:

- a. Ya.

karena.....

- b. Tidak,

karena.....

3. Apa kendala yang bapak/ibu/anda rasakan terkait lokasi usaha? (misalnya persaingan tinggi, parkir sempit, dan lain-lain?)

Jawab

:.....

4. Apakah usaha kuliner bapak/ibu/saudara memiliki cabang?

Jawab :

- a. Ya.cabang

- b. Tidak

5. Apakah bapak/ibu/saudara ada keinginan untuk pindah lokasi?

Jawab :

- a. Ya, alasan.....

- b. Tidak, alasan.....

E. Penjualan Online

1. Berapa rata-rata jumlah pesanan yang anda terima melalui penjualan online dalam satu minggu terakhir? (misal 10%)

Jawaban :.....%

2. Platform online apa saja yang paling sering anda gunakan untuk menjual produk?

- a. GoFood

- b. GrabFood

c. ShopeeFood

d. Lainnya.....

3. Apa platform mana yang paling menarik dan menguntungkan ? Mengapa?

Jawab:

karena.....

4. Apakah pembeli/pelanggan mempertimbangkan ulasan (review) dan rating pelanggan di platform online keputusan pelanggan untuk membeli?

Jawab :

.....

5. Apa kesulitan yang anda hadapi dalam menjalankan penjualan online?

a. biaya komisi,

b. pengemasan,

c. keterlambatan driver

d. kesalahan pesanan:

e. lainnya.....

F. Omzet Penjualan

1. Berapa rata-rata omzet penjualan usaha bapak/ibu/saudara per hari (boleh kisaran)? Dan perbulan?

Jawab :

Per hari Rp.....

Per bulan Rp.....

2. Apakah omzet penjualan cenderung naik, turun, atau stabil dalam 6 bulan terakhir

Jawab :

.....

3. Faktor apa yang paling besar mempengaruhi peningkatan omzet usaha anda?

Jawab :

.....

4. Apa saja yang dilakukan untuk meningkatkan omzet usaha?

Jawab :

.....

5. Apa harapan bapak/ibu/saudara kepada pemerintah terhadap perkembangan usaha kuliner anda kedepan?

Jawab

.....

6. Bagaimana prospek usaha bapak/ibu/saudara ke depan?

a. Optimis karena.....

b. Pesimis karena.....

Lampiran 2. Data Responden Berdasarkan Alamat

Alamat					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tambakbayan	8	20.0	20.0	20.0
	Kledokan	12	30.0	30.0	50.0
	Seturan	8	20.0	20.0	70.0
	Nologaten	7	17.5	17.5	87.5
	Tempel	4	10.0	10.0	97.5
	Janti	1	2.5	2.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Lampiran 3. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JenisKelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	17	42.5	42.5	42.5
	Laki-Laki	23	57.5	57.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Lampiran 4. Data Responden Berdasarkan Umur

Umur					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	24 - 30 Tahun	10	25.0	25.0	25.0
	31 - 40 Tahun	17	42.5	42.5	67.5
	41 - 50 Tahun	12	30.0	30.0	97.5

	> 50 Tahun	1	2.5	2.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Lampiran 5. Data Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	5	12.5	12.5	12.5
	SMA	15	37.5	37.5	50.0
	D3	10	25.0	25.0	75.0
	S1	10	25.0	25.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Lampiran 6. Data Responden Berdasarkan Mulai Usaha

MulaiUsaha					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2006	1	2.5	2.5	2.5
	2017	4	10.0	10.0	12.5
	2018	2	5.0	5.0	17.5
	2019	8	20.0	20.0	37.5
	2020	2	5.0	5.0	42.5
	2021	6	15.0	15.0	57.5
	2022	1	2.5	2.5	60.0
	2023	1	2.5	2.5	62.5

	2024	3	7.5	7.5	70.0
	2025	11	27.5	27.5	97.5
	2015	1	2.5	2.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Lampiran 7. Rekapitulasi Jawaban Responden

NAMA USAHA	NO	Modal	Tenaga Kerja	Lokasi (m)	Lama Usaha	Penjualan Online (%)	Omzet
Saestu salad	1	6000000	2	400	1	15	13000000
Bubuy Ayam Khas Cianjur dan Nasi Uduk Teh neneng	2	8000000	3	1000	8	50	9000000
Rumah makan rata rata	3	12000000	7	700	7	5	5000000
Mie ayam bakso pak mono	4	7000000	1	700	8	0	9000000
1001 RASA - Dimsum dan pangsit pedas	5	10000000	2	120	1	50	12000000
Rotbar king	6	50000000	6	190	7	25	5000000
Warung Kurnia yadara	7	6000000	1	500	7	0	4000000
Prasmanan Jogja	8	60000000	11	400	2	30	4000000
Nasi sokot Expresss	9	10000000	1	500	1	50	10000000

Donat susu Kartika	10	1000000	2	190	5	40	3000000
Brewin coffee	11	80000000	6	700	20	20	90000000
Angkringan pak her	12	6000000	2	400	7	0	4000000
Suka-suka pisang	13	5000000	1	800	2	5	4000000
Matabak mini 77	14	7000000	2	600	6	50	10000000
Warung makan Dhe nur	15	7000000	1	700	6	0	3000000
Seblak Maung	16	5000000	2	1000	5	70	8000000
Cheese House Jogja - Burger	17	20000000	4	550	1	50	15000000
Siomay kang tunji	18	6000000	2	700	7	0	12000000
Ketoprak Pondok Indah	19	15000000	1	150	9	30	15000000
Total Kitchen	20	4000000	4	250	1	100	20000000

Cimol Bojot "AMANG"	21	4000000	1	120	1	0	10000000
Ayam geprek pak sipit	22	10000000	15	170	3	20	15000000
Seblak Bandung Teratai	23	1500000	1	750	7	10	45000000
Ayam bakar kanaka	24	14000000	8	850	5	25	25000000
Tahu kupat dan es dawet ayu khas Banjarnegara	25	5000000	2	40	2	29	30000000
Tahu tek tek surabaya cak bud	26	6000000	2	500	11	30	9000000
Kebab Bos seturan Nologaten	27	7000000	2	1200	1	50	30000000
Warung ocik- makanan khas Medan	28	10000000	5	1400	7	30	50000000
Moi pentol kriwil	29	2000000	2	1400	1	50	30000000
Roti bakar & kukus seturan	30	7000000	2	1400	5	20	14000000
Pawone bu darti	31	8000000	3	1500	5	25	15000000

Tahu walik pak omta	32	6000000	3	700	5	15	9000000
Lotek dan Gado Gado bu Bagyo Colombo	33	6000000	2	900	9	50	10000000
Siomay kang Deni	34	5000000	1	1900	9	70	13500000
Angkringan Petruk	35	5000000	2	900	7	5	10000000
Getuk ayu mbak Eri	36	5000000	1	350	4	80	10000000
Kartel Dimsum 24	37	15000000	2	300	1	30	26000000
Batagor Humairoh	38	6000000	1	1600	1	40	10000000
Cilok MG nologaten	39	4000000	1	1500	1	0	7000000
Soto ayam Pak nur	40	10000000	2	210	9	20	10000000

Lampiran 8. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	13545847,48047296
Most Extreme Differences	Absolute	,129
	Positive	,129
	Negative	-,128
Test Statistic		,129
Asymp. Sig. (2-tailed)		,094 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Lampiran 9. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	modal	,571	1,751
	tenaga kerja	,661	1,512
	lokasi	,940	1,064
	Lama usaha	,791	1,263

b. Predictors: (Constant), online, lokasi, Lama usaha, tenaga kerja, modal

Lampiran 12. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1958779.793	6583067.683		.298	.768
	modal	.408	.193	.403	2.111	.042
	tenaga kerja	-211478.807	971809.170	-.039	-.218	.829
	lokasi	6333.460	5014.906	.188	1.263	.215
	Lama usaha	986525.271	674587.309	.237	1.462	.153
	online	18542.490	80946.414	.035	.229	.820
a. Dependent Variable: omzet						

Lampiran 13. Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.540 ^a	.291	.187	14507715.366

a. Predictors: (Constant), online, lokasi, Lama usaha, tenaga kerja, modal