

ABSTRAK

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, INOVASI PRODUK, MODAL, DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN UMKM DI KECAMATAN MEDAN JOHOR

RIBKA TIARA AGUSTINA SIMBOLON, NUR AFRA ADHA

**Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Prima
Indonesia**

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dan menelaah sejauh mana pengaruh strategi pemasaran, inovasi produk, modal, serta biaya operasional—baik secara individu maupun bersama-sama—terhadap pendapatan UMKM yang berada di wilayah Kecamatan Medan Johor. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Populasi dalam studi ini adalah seluruh pelaku UMKM yang berada di Kecamatan Medan Johor, dengan jumlah sampel sebanyak 73 UMKM.

Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa keempat variabel strategi pemasaran, inovasi produk, modal, dan biaya operasional secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Namun, ketika dianalisis secara terpisah, hanya variabel modal yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Sementara itu, strategi pemasaran, inovasi produk, dan biaya operasional tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara terpisah. Adapun hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,487, yang berarti bahwa 48% variasi dalam pendapatan UMKM dapat dijelaskan oleh keempat variabel tersebut, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Inovasi Produk, Modal, Biaya Operasional, dan Tingkat Pendapatan