

THE EFFECT OF PRICES, TAXES, AND POPULATION ON THE INCOME OF MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES WITH BUSINESS ETHICS AS AN INTERVENING VARIABLE
(Case Study Of Micro, Small And Medium Enterprises In Pringapus District)

Nanda Mentari Farida¹⁾ Edward Gagah, SE, MM²⁾ Patricia Dhiana Paramita, SE, MM³⁾

1) Mahasiswa Jurusan Manajemen, FE, Universitas Pandanaran Semarang

2), 3) Dosen FE, Universitas Pandanaran Semarang

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan guna melihat pengaruh dari variabel harga, pajak dan jumlah penduduk terhadap pendapatan dengan etika bisnis sebagai variabel intervening pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di kawasan Kecamatan Pringapus. Pendekatan kuantitatif deskriptif digunakan dalam penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM yang ada di Kecamatan Pringapus yang berjumlah 171 UMKM dan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan dilanjutkan dengan menggunakan rumus Slovin, sehingga didapatkan 63 UMKM yang kemudian dijadikan sampel dalam penelitian ini. Instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas yang kemudian diolah dengan analisis regresi linier berganda dibarengi dengan uji path/ uji sobel dalam program SPSS versi 26.0. Hasil analisis menggambarkan bahwa (1) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika bisnis; (2) pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika bisnis; (3) jumlah penduduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika bisnis; (4) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan; (5) pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan; (6) jumlah penduduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan; (7) etika bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan; (8) etika bisnis tidak mampu memediasi hubungan antara harga terhadap pendapatan; (9) etika bisnis tidak mampu memediasi hubungan antara pajak terhadap pendapatan; serta (10) etika bisnis tidak mampu memediasi hubungan antara jumlah penduduk terhadap pendapatan.

Kata Kunci : Harga, Pajak, Jumlah Penduduk, Pendapatan Usaha Kecil dan Menengah, Etika Bisnis

ABSTRACT

This research was conducted to see the effect of price, tax and population variables on income with business ethics as an intervening variable in Micro, Small and Medium Enterprises in the Pringapus District area. Descriptive quantitative approach is used in research. The population in this study were the UMKM in Pringapus district, amounting to 171 UMKM and the sampling technique used the purposive sampling method and continued by using the Slovin formula, so that 63 MSMEs were obtained which were then sampled in this study. The research instrument was tested using validity and reliability tests which were then processed by multiple linear regression analysis coupled with the path test / sobel test in the SPSS version 26.0 program. The analysis results illustrate that (1) price has a positive and significant effect on business ethics; (2) tax has a positive and significant effect on business ethics; (3) population has a positive and significant effect on business ethics; (4) price has a positive and significant effect on income; (5) tax has a positive and significant effect on income; (6) population has a positive and significant effect on income; (7) business ethics has a positive and significant effect on income; (8) business ethics is not able to mediate the relationship between price and income; (9) business ethics is unable to mediate the relationship between taxes on income; and (10) business ethics is not able to mediate the relationship between population and income.

Keywords: Price, Tax, Total Population, Small and Medium Business Income, Business Ethics

PENDAHULUAN

Pada saat ini dunia telah menuntut masyarakat untuk mengasah otak dan kreatifitasnya untuk bertahan hidup. Saat ini seluruh dunia sedang mengalami pandemi global yaitu menyebarnya wabah covid-19 atau virus corona yang mengakibatkan banyak karyawan yang di PHK dari berbagai industri kecil sampai perusahaan manufaktur. Wakil Ketua Umum Kamar Dagang dan Industri Indonesia (Kadin) bidang UMKM, Motik (2020) menyebut warga yang menjadi korban pemutusan hubungan kerja (PHK) akibat pandemi corona (Covid-19) bisa mencapai 15 juta jiwa. (CNN Indonesia, 01 Mei 2020).

Menurut Masduki (2020) sebagai Menteri Koperasi dan UMKM, UMKM merupakan kekuatan penyangga ekonomi nasional serta tampil sebagai tulang punggung dalam situasi nasional yang tidak menentu karena meluasnya wabah covid-19. Selain itu, UMKM juga menjadi andalan dalam menggerakkan ekonomi domestik. UMKM menjadi andalan dalam penyerapan tenaga kerja dengan mensubstitusi produk-produk konsumsi atau setengah jadi. Di saat krisis dalam wabah, UMKM menjadi peluang dan diharapkan mampu

memenuhi kebutuhan masyarakat, begitu pula sebaliknya, masyarakat diharapkan agar lebih membeli produk UMKM.

Saat ini, usaha mikro di Indonesia jumlahnya mencapai 63 juta unit, sedangkan usaha kecil mencapai 783.000 unit. Di sisi lain, pembiayaan APBN untuk sektor UMKM yaitu sebesar 250 triliun. Terlebih saat ini ada pembatasan impor dikarenakan wabah covid-19, maka produk UMKM lokal pun mampu mengisi kekosongan barang-barang impor. Kecamatan Pringapus di Kabupaten Semarang yang menjadi pusat kegiatan industri, sehingga jumlah penduduk di wilayah tersebut bisa terbilang padat karena banyaknya warga pendatang baru yang menetap atau kost di wilayah tersebut untuk bekerja.

Pelaku UMKM memperoleh pendapatan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dimana dalam kehidupan sehari-hari pelaku UMKM memberikan sebuah etika ataupun kebiasaan yang bisa membuat pelanggan menjadi pelanggan tetap atau berkelanjutan untuk membeli. Istilah etika berasal dari Bahasa latin "etos" yang berarti "kebiasaan". Dalam bahasa arabnya "akhlak", bisa diartikan sebagai kebiasaan yang menunjuk kepada perilaku manusia itu sendiri, tindakan atau sikap yang dianggap benar atau tidak. (Hasan, 2014). Sedangkan bisnis bukan hanya

kegiatan dalam rangka menghasilkan barang dan jasa, tetapi juga termasuk kegiatan mendistribusikan barang dan jasa tersebut ke pihak-pihak yang memerlukan aktivitas lain yang mendukung kegiatan produksi dan distribusi tersebut (Agoes dan Ardana, 2014). Etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komitmen padanya dalam bertransaksi, berperilaku, berelasi guna mencapai “daratan” atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. (Badreen, 2014).

Faktor yang mempengaruhi pendapatan dapat dilihat dari harga (*price*). Harga merupakan jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan suatu produk. Penetapan dan persaingan harga juga merupakan masalah nomor satu yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran. Namun banyak perusahaan tidak menangani penetapan harga dengan baik. Kesalahan yang paling umum kurang direvisi untuk dapat menangkap perubahan pasar, penetapan harga yang terlalu berorientasi biaya, harga kurang bervariasi untuk bermacam produk, segmen pasar dan saat pembelian. Penetapan harga jual produk merupakan salah satu bagian penting dari keseluruhan rencana bisnis dan strategi pemasaran perusahaan, karena langsung berpengaruh terhadap pelanggan dan perusahaan (Daulay dan Nasution, 2016).

Pajak juga sangat berpengaruh untuk pelaku UMKM, dimana pelaku UMKM diwajibkan membayar pajak kepada pemerintah setempat. Adapun pajak menurut Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang perubahan keempat atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Salah satu sumber dari pendapatan asli daerah (PAD) adalah pajak. Menurut James dan Nobes (2014) pajak merupakan pungutan wajib yang dibuat oleh otoritas publik yang tidak menerima apapun secara langsung sebagai balasannya. Dimana subjek yang dimaksud adalah penduduk. Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) digunakan untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dengan memungkinkan menambahkan objek pajak di dalamnya. Hal tersebut menjelaskan bahwa peran penduduk sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan PAD.

RUMUSAN MASALAH

Peneliti telah merumuskan beberapa masalah yang perlu dikaji sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika bisnis pada UMKM di Kecamatan Pringapus?
2. Apakah pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika bisnis pada UMKM di Kecamatan Pringapus?
3. Apakah jumlah penduduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika bisnis pada UMKM di Kecamatan Pringapus?
4. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap etika bisnis di Kecamatan Pringapus?
5. Apakah pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha pada UMKM di Kecamatan Pringapus?
6. Apakah jumlah penduduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha pada UMKM di Kecamatan Pringapus?

7. Apakah etika bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha pada UMKM di Kecamatan Pringapus?
8. Apakah etika bisnis dapat memediasi pengaruh harga terhadap pendapatan usaha pelaku UMKM di Kecamatan Pringapus ?
9. Apakah etika bisnis dapat memediasi pengaruh pajak terhadap pendapatan usaha pelaku UMKM di Kecamatan Pringapus ?
10. Apakah etika bisnis dapat memediasi pengaruh jumlah penduduk terhadap pendapatan usaha pelaku UMKM di Kecamatan Pringapus ?

TELAAH PUSTAKA

Teori Permintaan

Sukirno (2015) mengatakan bahwa teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Menurut Gilarso (2017), dalam ilmu ekonomi istilah permintaan (*demand*) mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjuk pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang akan dibeli orang dan harga barang tersebut. Permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama.

Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa “hubungan antara barang yang diminta dengan harga barang tersebut dimana hubungan berbanding terbalik yaitu ketika harga meningkat atau naik, maka jumlah barang yang diminta akan menurun dan sebaliknya apabila harga barang turun maka jumlah barang yang diminta akan meningkat (Gilarso, 2017).

Teori Penawaran

Penelitian ini membahas tentang pelaku UMKM dari sisi penawaran seperti yang di jelaskan di latar belakang di Kecamatan Pringapus. Terwujudnya pendapatan pelaku UMKM dikarenakan juga karena faktor *demand* dan *supply*, dimana tidak hanya permintaan saja namun juga ada penawaran dari pelaku UMKM di Kecamatan Pringapus. Hukum penawaran dapat diartikan sebagai sifat hubungan antara harga suatu barang dan jumlah barang yang ditawarkan oleh seorang penjual. Pada hukum ini dijelaskan bahwa adanya keinginan penjual untuk menawarkan barang dagangannya jika harganya tinggi dan bagaimana keinginan untuk menawarkan barangnya jika harganya rendah.

Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)

UMKM merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri, dimana yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi (Tambunan, 2012). Pada dasarnya prinsip pembedaan antara Usaha Mikro (UMi), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM) dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai asset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata pertahun atau jumlah pekerja tetap.

Di Negara maju, UMKM sangat penting tidak hanya karena kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan dengan usaha besar (UB). Di NSB, khususnya Asia, Afrika, dan Amerika Latin, UMKM juga berperan penting khususnya dari perspektif kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi kelompok miskin,

distribusi pendapatan dan pengurangan kemiskinan. Serta pembangunan ekonomi di pedesaan (Tambunan, 2012).

Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan berasal dari kata ethos yang berarti pandangan hidup yang khas dari suatu golongan. Etos berasal dari bahasa Yunani yang berarti sikap, kepribadian, watak, karakter, serta keyakinan atas sesuatu. Menurut Ridwan (2011) etika merupakan pedoman moral dalam suatu tindakan manusia sekaligus menjadi sumber pemikiran dalam menentukan baik dan buruk.

Menurut Bertens (2013) menyatakan bahwa etika bisnis adalah pemikiran kritis tentang moralitas dalam kegiatan ekonomi dan bisnis. Sedangkan menurut Fahmi (2013) etika bisnis merupakan aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak atau tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis. Dan jika suatu bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka sanksi akan diterima, dimana sanksi tersebut berbentuk langsung maupun tidak langsung.

Pendapatan Usaha

Pengertian pendapatan menurut Abdurachman menyatakan bahwa pendapatan adalah uang, barang-barang, materi, atau jasa yang diterima selama jangka waktu tertentu, biasanya merupakan hasil dari pemakaian capital, pemberian jenis-jenis perseorangan atau keduanya. Yang termasuk pendapatan adalah upah, gaji, sewa tanah, deviden, pembayaran, bunga dan gaji tahunan. (Taufiqur Rachman, 2014). Pendapatan diartikan sebagai suatu aliran uang atau daya beli yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa-jasa manusia bebas. Dalam pengertian pembukuan pendapatan diartikan sebagai pendapatan sebuah perusahaan atau individu. (Fahrudin, 2014).

Harga

Harga (*price*) adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan suatu produk. (Harahap, 2016). Harga juga merupakan hal-hal seperti dibawah ini

1. Nilai yang disebutkan dalam Rupiah (Rp) atau satuan moneter lainnya
2. Satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan
3. Elemen bauran pemasaran yang fleksibel
4. Permasalahan nomor satu dalam suatu perusahaan.

Sedangkan menurut Untoro (2010), definisi harga adalah kemampuan yang dimiliki suatu barang atau jasa, yang dinyatakan dalam bentuk uang.

Pajak

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Restribusi Daerah, yang dimaksud dengan "Pajak Daerah, yang selanjutnya disebut Pajak, adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat".

Jenis pajak daerah menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah Dan Restribusi Daerah

dan PP Nomor 91 tahun 2010 tentang Jenis Pajak Daerah yang dipungut berdasarkan penetapan kepala daerah atau dibayar sendiri oleh wajib pajak. Adapun jenis-jenis pajak yang ada, yaitu :

1. Pajak Provinsi
2. Pajak Kabupaten/Kota

Jumlah Penduduk

Menurut Badan Pusat Statistik tahun 2010 bahwa jumlah penduduk merupakan semua yang berdomisili di suatu daerah selama sebulan atau lebih dan atau mereka yang bertempat tinggal atau berdomisili di dalam suatu wilayah negara.

Jumlah penduduk adalah sejumlah orang yang sah yang mendiami suatu daerah atau Negara serta mentaati ketentuan-ketentuan dari daerah atau Negara tersebut. Besarnya Pendapatan Asli Daerah dapat dipengaruhi oleh jumlah penduduk, jika jumlah penduduk meningkat maka pendapatan yang ditarik juga akan meningkat. Penduduk merupakan sumber daya utama yang berpengaruh besar terhadap pembangunan di suatu wilayah. Menurut, *Population Reference Bureau (PRB) (2011)*.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah penduduk antara lain :

1. Kelahiran
2. Kematian
3. Perpindahan

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan penelitian kuantitatif karena data yang didapat berupa angka. Data kuantitatif yang diperoleh pada penelitian ini berasal dari pengisian kuisioner sebagai instrument penelitian.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan penulis yaitu data primer dan data sekunder. Pada penelitian ini data primer didapatkan pada penyebaran kuisioner yang telah disusun dalam bentuk rangkaian pernyataan-pernyataan ataupun pertanyaan sesuai variabel yang akan di gunakan sebagai penelitian yaitu harga, pajak, jumlah penduduk, etika bisnis dan pendapatan oleh sejumlah pelaku UMKM di Kecamatan Pringapus. Untuk data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder yang diperoleh untuk penelitian ini data dari literatur, publikasi ilmiah yang berkaitan dengan UMKM dan juga dari instansi terkait seperti dinas Koperasi dan UMKM, dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab. Semarang, serta Badan Pusat Statistik (BPS).

Metode Analisis Data

Data dianalisis secara kuantitatif menggunakan SPSS versi 26.0 untuk melihat serta menentukan keberterimaan hipotesis pada tingkat kesalahannya. Analisis data lebih lanjut dideskripsikan sebagai berikut:

Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai variabel penelitian yang dari jawaban responden. Analisis ini dilakukan terhadap data yang didapat

dari hasil jawaban kuisioner dan digunakan untuk menganalisis data yang berbentuk angka.

Uji Instrumen

Dalam uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan setiap butir dalam setiap daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r_{tabel} . Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif pada signifikansi 5% maka data tersebut dapat dikatakan valid. Begitu juga sebaliknya. Dalam uji reliabilitas instrument dapat dilihat dari besarnya nilai *cronbach alpha* (α) pada masing variabel. *Cronbach alpha* digunakan untuk mengetahui reliabilitas konsisten interitem atau menguji kekonsistenan responden dalam merespon seluruh item. Dikatakan *reliable* atau handal jika *cronbach alpha* memiliki nilai lebih besar dari 0,6.

Uji Asumsi Klasik

Dalam uji normalitas, data residual dianggap terdistribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,05$. Dalam uji multikolinearitas, tidak terjadi multikolinearitas jika $VIF < 10$ serta nilai toleransi $> 0,10$. Dalam uji heteroskedastisitas, heteroskedastisitas terjadi bila nilai signifikansi $> 0,05$. Dalam uji autokorelasi, autokorelasi terjadi jika $DW < dL$ atau $DW > (4-dL)$, dan kesimpulan pasti tidak dapat diraih jika DW di antara dL dan dU atau di antara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$.

Analisis Regresi Linier Berganda

Dilakukan guna melihat kemungkinan adanya struktur modal, modal intelektual, dan profitabilitas (variabel bebas) pada nilai perusahaan (variabel terikat).

Analisis ini dapat dilakukan dengan menggunakan formula berikut ini:

$$\text{Tahap 1 : } Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$\text{Tahap 2 : } Y_2 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4Y_1 + e$$

Di mana:

Y_1, Y_2 = Variabel terikat

α = Konstanta

$\beta_1 - \beta_3$ = Koefisien regresi

X_1, X_2, X_3 = Variabel bebas

e = *error term*

Goodness Of Fit

Uji t

Dalam uji t, H_0 diterima sedangkan H_a ditolak jika nilai signifikansi $> 0,05$. Selanjutnya, apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $-t_{hitung} > -t_{tabel}$, maka H_0 diterima sedangkan H_a ditolak.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menunjukkan angka dalam R^2 yang akan diubah ke dalam bentuk persen, yakni antara nol dan satu. Sedangkan nilai determinasi ditentukan dengan nilai *Adjusted R Square*. Jika nilai R^2 kecil, maka terdapat keterbatasan variabel bebas saat menjelaskan variabel terikat. Jika nilai mendekati satu, maka variabel bebas

menunjukkan informasi yang diperlukan untuk memprediksi keragaman variabel bebas.

Path Analysis (Sobel Test)

Untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode analisis jalur (*Path Analysis*). Pengujian hipotesis mediasi dapat menggunakan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel dan dikenal dengan uji Sobel (*Sobel test*) (Ghozali, 2011). Uji Sobel ini dilakukan dengan caramenguji kekuatan pengaruh tidak langsung antara variabel independent (X) ke variabel dependent (Z) dengan melalui variabel intervening (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai variabel penelitian yang dari jawaban responden. Hasilnya pengolahan data sebagai berikut :

Tabel 1.
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga

Indikator Variabel Penelitian	Frekuensi Jawaban Responen Tentang Harga					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
STS	1	0	0	0	0	
TS	2	2	4	13	6	
N	3	18	15	16	15	
S	4	24	29	13	28	
SS	5	19	15	21	14	
Σ Score		249	244	231	239	236
Rata-rata					239,8	

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel skor rata-rata tanggapan responden tentang harga diperoleh nilai sebesar 239,8 yang artinya skor berada diantara rentang skala 213 - 263 atau pada kategori **setuju**. Hal ini berarti responden menyetujui pernyataan-pernyataan tentang harga yang ada di UMKM di Kecamatan Pringapus.

Tabel 2.
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pajak

Indikator Variabel Penelitian	Frekuensi Jawaban Responen Tentang Pajak					
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
STS	1	1	0	0	1	
TS	2	7	7	6	10	
N	3	22	15	17	19	
S	4	20	23	21	22	
SS	5	13	28	19	12	
Σ Score		226	241	242	225	247
Rata-rata					236,2	

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel skor rata-rata tanggapan responden tentang pajak diperoleh nilai sebesar 236,2 yang artinya skor berada diantara rentang skala 213 - 263 atau pada kategori **setuju**. Hal ini berarti responden menyetujui pernyataan-pernyataan tentang pajak yang berlaku di UMKM di Kecamatan Pringapus.

Tabel 3.
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Jumlah Penduduk

Indikator Variabel Penelitian		Frekuensi Jawaban Responen Tentang Jumlah Penduduk				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
STS	1	1	1	0	0	0
TS	2	4	7	4	10	9
N	3	12	6	11	9	11
S	4	28	27	23	28	30
SS	5	18	22	25	16	13
\sum Score		247	251	258	239	236
Rata-rata						246,2

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel skor rata-rata tanggapan responden tentang jumlah penduduk diperoleh nilai sebesar 246,2 yang artinya skor berada diantara rentang skala 213 - 263 atau pada kategori **setuju**. Hal ini berarti responden menyetujui pernyataan-pernyataan tentang jumlah penduduk di wilayah UMKM di Kecamatan Pringapus.

Tabel 4.
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Etika Bisnis

Indikator Variabel Penelitian		Frekuensi Jawaban Responen Tentang Etika Bisnis				
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5
STS	1	2	1	0	0	1
TS	2	3	5	4	6	6
N	3	12	12	12	20	17
S	4	33	28	22	25	24
SS	5	13	17	25	12	15
\sum Score		241	244	257	232	235
Rata-rata						241,8

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel skor rata-rata tanggapan responden tentang etika bisnis diperoleh nilai sebesar 241,8 yang artinya skor berada diantara rentang skala 213 - 263 atau pada kategori **setuju**. Hal ini berarti responden menyetujui pernyataan-pernyataan tentang etika bisnis yang telah dilakukan oleh pelaku UMKM di Kecamatan Pringapus.

Tabel 5.
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pendapatan Usaha

Indikator Variabel Penelitian		Frekuensi Jawaban Responen Tentang Pendapatan Usaha				
		Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5
STS	1	1	0	0	0	0
TS	2	5	6	3	7	6
N	3	17	18	17	17	20
S	4	26	21	23	25	25
SS	5	14	18	20	14	12
\sum Score		236	240	249	235	232
Rata-rata						238,4

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel skor rata-rata tanggapan responden tentang pendapatan usaha diperoleh nilai sebesar 238,4 yang artinya skor berada diantara rentang skala 213 - 263 atau pada kategori **setuju**. Hal ini berarti responden menyetujui pernyataan-pernyataan tentang pendapatan usaha yang diperoleh pelaku UMKM di Kecamatan Pringapus.

2. Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan dengan nilai r hitung dengan r tabel pada signifikansi 5% dan N = 63 diperoleh nilai r tabel yaitu 0,248. Hasil olah data menunjukkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat diartikan butir soal instrumen yang diuji bersifat valid, hasilnya adalah sebagai berikut :

Tabel 6.
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Etika Bisnis (Y ₁)	Y1.1	0,786	0,248	Valid
	Y1.2	0,893	0,248	Valid
	Y1.3	0,872	0,248	Valid
	Y1.4	0,683	0,248	Valid
	Y1.5	0,889	0,248	Valid
Pendapatan UMKM (Y ₂)	Y2.1	0,873	0,248	Valid
	Y2.2	0,874	0,248	Valid
	Y2.3	0,777	0,248	Valid
	Y2.4	0,661	0,248	Valid
	Y2.5	0,881	0,248	Valid
Harga (X ₁)	X1.1	0,826	0,248	Valid
	X1.2	0,896	0,248	Valid
	X1.3	0,816	0,248	Valid
	X1.4	0,849	0,248	Valid
	X1.5	0,896	0,248	Valid
Pajak (X ₂)	X2.1	0,921	0,248	Valid
	X2.2	0,806	0,248	Valid
	X2.3	0,841	0,248	Valid
	X2.4	0,851	0,248	Valid
	X2.5	0,921	0,248	Valid
Jumlah Penduduk (X ₃)	X3.1	0,812	0,248	Valid
	X3.2	0,812	0,248	Valid
	X3.3	0,891	0,248	Valid
	X3.4	0,846	0,248	Valid
	X3.5	0,891	0,248	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen sudah baik. Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas yang digunakan adalah rumus *Cronbach's Alpha* dengan nilai standar 0,7. Hasilnya adalah sebagai berikut :

Tabel 7.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach Alpha	Standar	Keterangan
Etika Bisnis (Y1)	0,882		Reliabel
Pendapatan Usaha (Y2)	0,873		Reliabel

Harga (X1)	0,908	0,6	Reliabel
Pajak (X2)	0,917		Reliabel
Jumlah Penduduk (X3)	0,899		Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Dari hasil perhitungan reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini *reliable* / handal, karena memiliki nilai koefisien *cronbach Alpha* lebih besar dari nilai kritis yaitu 0,6.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas pada regresi ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Uji K-S ini adalah uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. K-S dilakukan dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 8.
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov 1
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		63
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.46378549
	Absolute	.083
Most Extreme Differences	Positive	.043
	Negative	-.083
Kolmogorov-Smirnov Z		.655
Asymp. Sig. (2-tailed)		.783

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Tabel 9.
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov 1
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		63
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.44897879
	Absolute	.136
Most Extreme Differences	Positive	.136
	Negative	-.119
Kolmogorov-Smirnov Z		1.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.196

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Hasil olah data menunjukkan bahwa variabel penelitian, signifikansinya sebesar 0,783 dan 0,196 lebih besar dari 0,05 (5%) yaitu $0,196 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa populasi berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas umumnya dengan melihat nilai *Tolerance* dan *VIF* pada hasil regresi linier. Hasilnya adalah sebagai berikut :

Tabel 10.
Hasil Uji Multikolinearitas Step 1

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	.638	1.568
	Pajak	.644	1.552
	Jumlah Penduduk	.964	1.037

a. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Tabel 11.
Hasil Uji Multikolinearitas Step 2

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	.637	1.569
	Pajak	.618	1.617
	Jumlah Penduduk	.963	1.038
	Pendapatan UMKM	.932	1.072

a. Dependent Variable: Etika Bisnis

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Nilai toleransi seluruh variabel bebas $> 0,10$ dan nilai $VIF < 10$, sehingga multikolinearitas tidak terjadi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan variabel bebas dengan nilai absolut residualnya.

Tabel 12.
Hasil Uji Glejser Step 1

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	1.126	.265
	Harga	-.043	.966
	Pajak	-.337	.737
	Jumlah Penduduk	.793	.431

a. Dependent Variable: abs_RES

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Tabel 13.
Hasil Uji Glejser Step 2

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	2.073	.043
	Harga	-1.464	.149
	Pajak	-1.915	.060
	Jumlah Penduduk	1.059	.294
	Pendapatan UMKM	1.056	.295

a. Dependent Variable: abs_RES

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan data tersebut dapat nilai signifikansi seluruh variabel pada uji *glejser* step 1 dan uji *glejser* step 2 lebih besar dari 0,50 yang dapat diartikan data residual tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji ini menggambarkan hubungan antara anggota observasi yang tersusun berdasarkan pada urutan waktu atau tempat, yang mana umumnya menggunakan uji *Durbin-Watson*.

Tabel 14.
Hasil Uji Autokorelasi Step 1

Model Summary ^b	
Model	Durbin-Watson
1	2.007

a. Predictors: (Constant), Jumlah Penduduk, Pajak, Harga

b. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Tabel 15.
Hasil Uji Autokorelasi Step 2

Model Summary ^b	
Model	Durbin-Watson
1	1.816
a. Predictors: (Constant), Pendapatan UMKM, Jumlah Penduduk, Harga, Pajak	
b. Dependent Variable: Etika Bisnis	

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Dari hasil uji DW step 1 diperoleh nilai $1,6932 < 2,007 < 2,3068$ yang artinya nilai DW terletak diantara nilai dU dan (4-dU), berarti sesuai dengan ketentuan dasar pengambilan keputusan Uji Durbin-Watson (DW-test) maka hasil pengujian terdapat tidak terdapat autokorelasi. Pada uji DW step 2 diperoleh nilai $1,6932 < 1,816 < 2,3068$ yang artinya nilai DW terletak diantara nilai dU dan (4-dU), berarti sesuai dengan ketentuan dasar pengambilan keputusan Uji Durbin-Watson (DW-test) maka hasil pengujian terdapat tidak terdapat autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 16.
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Step 1

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	15.188	3.114	
	Harga	.026	.152	.027
	Pajak	.224	.143	.246
	Jumlah Penduduk	-.031	.118	-.033

a. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

- Konstanta (α) sebesar = 15,118
Apabila harga (X1), pajak (X2), dan jumlah penduduk (X3) sama dengan 0 atau ditiadakan, maka etika bisnis (Y1) akan mengalami kenaikan sebesar 15,118 satuan.
- Nilai b1 = 0,026
Variabel harga memiliki koefisien regresi 0,026 dan arahnya positif, artinya bila harga meningkat, maka etika bisnis akan mengalami peningkatan sebesar 2,6% dengan asumsi pajak dan jumlah penduduk dianggap konstan.
- Nilai b2 = 0,224
Variabel pajak memiliki koefisien regresi 0,224 dan arahnya positif, artinya apabila pajak meningkat, maka etika bisnis mengalami peningkatan sebesar 22,4% dengan asumsi variabel harga dan jumlah penduduk dianggap konstan.
- Nilai b3 = 0,031
Variabel jumlah penduduk memiliki koefisien regresi 0,031 dan arahnya positif, artinya apabila jumlah penduduk meningkat, maka etika bisnis mengalami peningkatan sebesar 3,1% dengan asumsi variabel harga dan pajak dianggap konstan.

Tabel 17.
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Step 2

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	3.668	2.630	
	Harga	.082	.108	.078
	Pajak	.711	.104	.720
	Jumlah Penduduk	.095	.084	.095
	Pendapatan UMKM	-.062	.093	-.057

a. Dependent Variable: Etika Bisnis

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

- Konstanta (α) sebesar = 3,668
Apabila harga (X1), pajak (X2), dan jumlah penduduk (X3) dan etika bisnis (Y1) sama dengan 0 atau ditiadakan, maka pendapatan UMKM (Y2) akan mengalami kenaikan sebesar 3,668 satuan.
- Nilai b1 = 0,082
Variabel harga memiliki koefisien regresi 0,082 dan arahnya positif, artinya apabila harga meningkat, maka pendapatan UMKM mengalami peningkatan sebesar 8,2% dengan asumsi variabel pajak, jumlah penduduk dan etika bisnis dianggap konstan.
- Nilai b2 = 0,711
Variabel pajak memiliki koefisien regresi 0,711 dan arahnya positif, artinya apabila pajak meningkat, maka pendapatan UMKM akan mengalami peningkatan sebesar 71,1% dengan asumsi variabel harga, jumlah penduduk dan etika bisnis dianggap konstan.
- Nilai b3 = 0,095
Variabel jumlah penduduk memiliki koefisien regresi 0,095 dan arahnya positif, artinya apabila jumlah penduduk meningkat, maka pendapatan UMKM akan mengalami peningkatan sebesar 9,5% dengan asumsi variabel harga, pajak dan etika bisnis dianggap konstan.
- Nilai b4 = 0,062
Variabel etika bisnis memiliki koefisien regresi 0,062 dan arahnya positif, artinya bila etika bisnis mengalami kenaikan, maka pendapatan UMKM akan mengalami peningkatan sebesar 6,2% dengan asumsi variabel harga, pajak dan jumlah penduduk dianggap konstan.

Goodness Of Fit

Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji variabel yang berpengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual (sendiri – sendiri), maka digunakan uji t. Rumus $t_{tabel} = \text{jumlah responden} - 1 = 63 - 2 - 1 = 60$, ditemukan nilai t_{tabel} 1,67065.

Tabel 18.
Hasil Uji t Step 1

Coefficients ^a			
Model	t	Sig.	
1	(Constant)	.817	.417
	Harga	3.965	.000
	Pajak	3.015	.004
	Jumlah Penduduk	2.620	.011

a. Dependent Variable: Etika Bisnis

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh :

- Pengujian Hipotesis Pertama (H_1)
Variabel harga memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,965 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, karena nilai t_{hitung} $3,965 > t_{tabel}$ 1,67065 dan nilai signifikansi (Sig.) $0,000 < 0,05$ dan bertanda positif. Dengan demikian variabel harga memberikan pengaruh terhadap etika bisnis, maka dapat disimpulkan harga (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika bisnis (Y1), **maka H_1 diterima.**
- Pengujian Hipotesis ke Dua (H_2)
Variabel pajak memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,015 dan signifikansi sebesar 0,004, karena nilai t_{hitung} $3,015 > t_{tabel}$ 1,67065 dan nilai signifikansi (Sig.) $0,004 < 0,05$. Dengan demikian variabel pajak memberikan pengaruh

terhadap etika bisnis, maka dapat disimpulkan pajak (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika bisnis (Y1), **maka H₂ diterima.**

3. Variabel Pengujian Hipotesis ke Tiga (H₃)
Variabel jumlah penduduk memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,620 dan signifikansi sebesar 0,011, karena nilai t_{hitung} 2,620 > t_{tabel} 1,67065 dan nilai signifikansi (Sig.) 0,011 < 0,05. Dengan demikian variabel jumlah penduduk memberikan pengaruh terhadap etika bisnis, maka dapat disimpulkan jumlah penduduk (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika bisnis (Y1), **maka H₃ diterima.**

Tabel 19.
Hasil Uji t Step 2

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.
(Constant)	2.383	.020
Harga	3.011	.004
Pajak	2.656	.010
Jumlah Penduduk	2.772	.007
Etika Bisnis	10.401	.000

a. Dependent Variable: Pendapatan UMKM
Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh :

1. Pengujian Hipotesis ke Empat (H₄)
Variabel harga memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,011 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,004, karena nilai t_{hitung} 3,011 > t_{tabel} 1,67065 dan nilai signifikansi (Sig.) 0,004 < 0,05 dan bertanda positif, maka dapat disimpulkan harga (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM (Y2), **maka H₄ diterima.**
2. Pengujian Hipotesis ke Lima (H₅)
Variabel pajak memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,656 dan signifikansi sebesar 0,010, karena nilai t_{hitung} 2,656 > t_{tabel} 1,67065 dan nilai signifikansi (Sig.) 0,010 < 0,05, maka dapat disimpulkan pajak (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM (Y2), **maka H₅ diterima.**
3. Pengujian Hipotesis ke Enam (H₆)
Variabel jumlah penduduk memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,772 dan signifikansi sebesar 0,007, karena nilai t_{hitung} 2,772 > t_{tabel} 1,67065 dan nilai signifikansi (Sig.) 0,007 < 0,05, maka dapat disimpulkan jumlah penduduk (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM (Y2), **maka H₆ diterima.**
4. Pengujian Hipotesis ke Tujuh (H₇)
Variabel etika bisnis memiliki nilai t_{hitung} sebesar 10,401 dan signifikansi sebesar 0,000, karena nilai t_{hitung} 10,401 > t_{tabel} 1,67065 dan nilai signifikansi (Sig.) 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan etika bisnis (Y1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM (Y2), **maka H₇ diterima.**

Koefisien Determinasi (R Square)

Tabel 20.

Hasil Koefisien Determinasi (R Square) Step 1

Model Summary			
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.895 ^a	.802	.792	1.40125

a. Predictors: (Constant), Jumlah Penduduk, Pajak, Harga
b. Dependent Variable: Etika Bisnis

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Hasil analisis koefisien determinasi pada regresi linier berganda dengan nilai R² (*Adjusted R Square*) 0,792 yang berarti pengaruh dari variabel independen harga, pajak dan jumlah penduduk terhadap variabel etika bisnis sebesar 79,2% sedangkan sisanya 20,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti seperti modal usaha, lokasi, dan operasional UMKM.

Tabel 21.
Hasil Koefisien Determinasi (R Square) Step 2

Model Summary ^b			
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.874 ^a	.764	.747	1.43721

a. Predictors: (Constant), Etika Bisnis, Pajak, Harga, Jumlah Penduduk
b. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Hasil analisis koefisien determinasi pada regresi linier berganda dengan nilai R² (*Adjusted R Square*) 0,747 yang berarti pengaruh dari variabel independen harga, pajak, jumlah penduduk dan etika bisnis terhadap variabel pendapatan UMKM sebesar 74,7% sedangkan sisanya 25,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti seperti modal usaha, lokasi, dan operasional UMKM.

Path Analysis

Tabel 22.
Pengaruh Langsung (Direct) dan Pengaruh Tidak Langsung (Indirect)

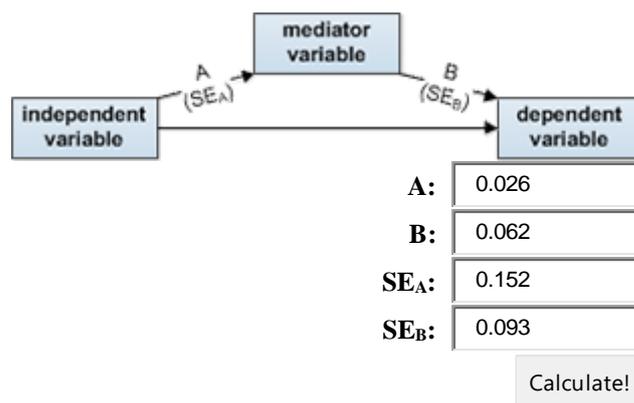
Variabel Penelitian	Direct	Indirect	Kriteria	Kesimpulan
Harga (X ₁)	0,307	0,296	Direct > Indirect	Etika bisnis bukan variabel mediasi
Pajak (X ₂)	0,235	0,194	Direct > Indirect	Etika bisnis bukan variabel mediasi
Jumlah Penduduk (X ₃)	0,351	0,242	Direct > Indirect	Etika bisnis bukan variabel mediasi

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Uji Sobel

Sobel test merupakan uji untuk mengetahui apakah hubungan yang melalui sebuah variabel mediasi secara signifikan mampu sebagai mediator dalam hubungan tersebut. menghitung nilai z dari sobel test dapat memanfaatkan online kalkulator di : www.danielsoper.com. Hasilnya adalah sebagai berikut :

Gambar 1 Hasil Uji Sobel Pengaruh Etika Bisnis Memediasi Harga Terhadap Pendapatan UMKM

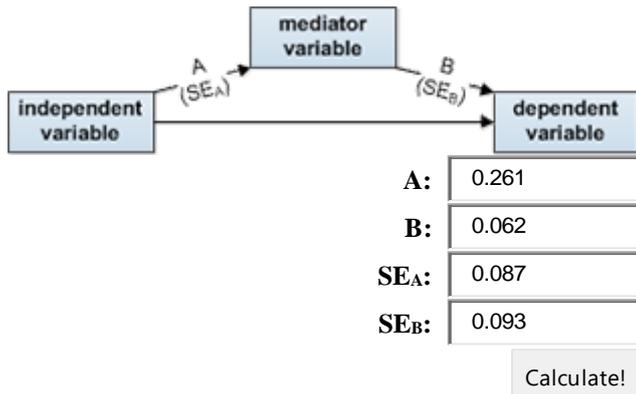


Sobel test statistic:0.16568578
 One-tailed probability:0.43420212
 Two-tailed probability:0.86840424

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Dari hasil perhitungan sobel test di atas mendapatkan nilai z sebesar 0,0002, karena nilai z yang diperoleh sebesar $0,8684 < 1.96$ dengan tingkat signifikansi 5%, dengan demikian membuktikan bahwa etika bisnis (Y1) tidak mampu memediasi hubungan harga (X1) terhadap pendapatan UMKM (Y2), **maka H_8 ditolak.**

Gambar 2 Hasil Uji Sobel Pengaruh Etika Bisnis Memediasi Pajak Terhadap Pendapatan UMKM

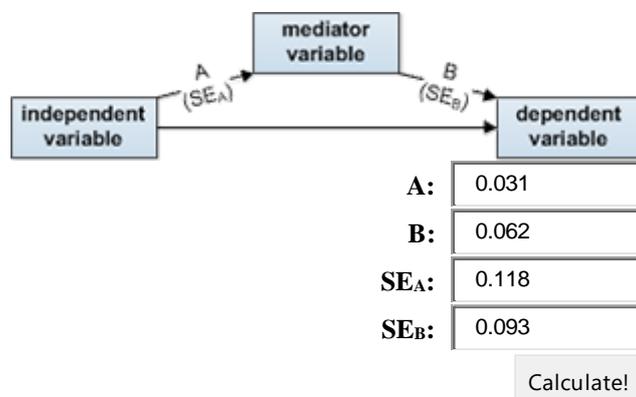


Sobel test statistic:0.65079137
 One-tailed probability:0.25759058
 Two-tailed probability:0.51518117

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Dari hasil perhitungan sobel test di atas mendapatkan nilai z sebesar 0,0039, karena nilai z yang diperoleh sebesar $0,5151 < 1.96$ dengan tingkat signifikansi 5%, dengan demikian membuktikan bahwa etika bisnis (Y1) tidak mampu memediasi hubungan pajak (X2) terhadap pendapatan UMKM (Y2), **maka H_9 ditolak.**

Gambar 3 Hasil Uji Sobel Pengaruh Etika Bisnis Memediasi Jumlah Penduduk Terhadap Pendapatan UMKM



Sobel test statistic:0.24441862
 One-tailed probability:0.40345331
 Two-tailed probability:0.80690662

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Dari hasil perhitungan sobel test di atas mendapatkan nilai z sebesar 0,011, karena nilai z yang diperoleh sebesar $0,8069 < 1.96$ dengan tingkat signifikansi 5%, dengan

demikian membuktikan bahwa etika bisnis (Y1) tidak mampu memediasi hubungan jumlah penduduk (X3) terhadap pendapatan UMKM (Y2), **maka H_{10} ditolak.**

PENUTUP
Kesimpulan

- Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika bisnis (Studi kasus pada UMKM di kecamatan Pringapus). Hal ini dibuktikan nilai $t_{hitung} 3,965 > t_{tabel} 1,67022$ dan nilai signifikansi (Sig.) $0,000 < 0,05$, maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa harga (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika bisnis (Y1) dan bertanda positif, **maka H_1 diterima.**
- Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika bisnis (Studi kasus pada UMKM di kecamatan Pringapus). Hal ini dibuktikan nilai t_{hitung} sebesar 3,015 dan signifikansi sebesar 0,004, karena nilai $t_{hitung} 3,015 > t_{tabel} 1,67022$ dan nilai signifikansi (Sig.) $0,004 < 0,05$ maka dapat disimpulkan pajak (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika bisnis (Y1) dan bertanda positif, **maka H_2 diterima.**
- Jumlah penduduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika bisnis (Studi kasus pada UMKM di kecamatan Pringapus). Hal ini dibuktikan nilai $t_{hitung} 2,620 > t_{tabel} 1,67022$ dan nilai signifikansi (Sig.) $0,011 < 0,05$, maka dapat disimpulkan jumlah penduduk (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika bisnis (Y1) dan bertanda positif, **maka H_3 diterima.**
- Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan (Studi kasus pada UMKM di kecamatan Pringapus). Hal ini dibuktikan nilai $t_{hitung} 3,011 > t_{tabel} 1,67022$ dan nilai signifikansi (Sig.) $0,004 < 0,05$, maka dapat disimpulkan harga (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM (Y2) dan bertanda positif, **maka H_4 diterima.**
- Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan (Studi kasus pada UMKM di kecamatan Pringapus). Hal ini dibuktikan nilai t_{hitung} sebesar 3,011 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,004, karena nilai $t_{hitung} 3,011 > t_{tabel} 1,67022$ dan nilai signifikansi (Sig.) $0,004 < 0,05$, **maka H_5 diterima.**
- Jumlah penduduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan (Studi kasus pada UMKM di kecamatan Pringapus). Hal ini dibuktikan nilai t_{hitung} sebesar 2,772 dan signifikansi sebesar 0,007, karena nilai $t_{hitung} 2,772 > t_{tabel} 1,67022$ dan nilai signifikansi (Sig.) $0,007 < 0,05$, **maka H_6 diterima.**
- Etika bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan (Studi kasus pada UMKM di kecamatan Pringapus). Hal ini dibuktikan nilai t_{hitung} sebesar 10,401 dan signifikansi sebesar 0,000, karena nilai $t_{hitung} 10,401 > t_{tabel} 1,67022$ dan nilai signifikansi (Sig.) $0,000 < 0,05$, **maka H_7 diterima.**
- Etika bisnis tidak mampu memediasi hubungan antara harga terhadap pendapatan (Studi Kasus pada UMKM di kecamatan Pringapus). Hal ini dibuktikan dengan perhitungan sobel test mendapatkan nilai z sebesar 0,0002, karena nilai z yang diperoleh sebesar $0,0002 < 1.96$ dengan tingkat signifikansi 5%, **maka H_8 ditolak.**
- Etika bisnis tidak mampu memediasi hubungan pajak terhadap pendapatan (Studi Kasus pada UMKM di kecamatan Pringapus). Hal ini dibuktikan dengan perhitungan sobel test mendapatkan nilai z sebesar

0,0039, karena nilai z yang diperoleh sebesar $0,0039 < 1.96$ dengan tingkat signifikansi 5%, maka H_0 ditolak.

10. Etika bisnis tidak mampu memediasi hubungan jumlah penduduk terhadap pendapatan (Studi Kasus pada UMKM di kecamatan Pringapus). Hal ini dibuktikan dengan perhitungan sobel test mendapatkan nilai z sebesar 0,0011, karena nilai z yang diperoleh sebesar $0,0011 < 1.96$ dengan tingkat signifikansi 5%, maka H_{10} ditolak.

Saran

1. Bagi pelaku UMKM di Kecamatan Pringapus, berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pelaku usaha sebenarnya sudah mengetahui bagaimana cara meningkatkan pendapatan usahanya dengan baik, akan tetapi mereka belum dapat menerapkan hal tersebut, karena kurangnya kesadaran terhadap manfaat dalam penerapan peningkatan pendapatan. Diharapkan dengan harga yang terjangkau, pajak yang tidak terlalu tinggi, jumlah penduduk, dan etika bisnis dapat menerapkan peningkatan pendapatan guna kelangsungan usaha tersebut.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat lebih mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi pendapatan pedagang. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti tingkat pendapatan, misalnya melakukan wawancara secara mendalam terhadap pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman, N.H.. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung: CV. Pustaka Setia.

Agoes, Sukrisno dan I Cenik Ardana. 2014. *Etika Bisnis dan Profesi*. Jakarta: Salemba Empat.

Badan Pusat Statistik

Baron, R. M. and Kenny, D. A. 1986. *The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical ...*

Bertens, K.. 2013. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius.

Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil

Fahmi, Irham. 2013. *Manajemen Kinerja, Teori dan Aplikasinya*. Bandung : Alfabeta

Fahrudin. 2014. *Pengantar Kesejahteraan Sosial*, Bandung: Rafika Aditama.

Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas. Diponegoro.

Gilarso. 2017. *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Yogyakarta : Kanisius

Ghozali.(2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Hanafi, Mahmud M. 2010. *Manajemen Keuangan*. Cetakan ke lima. Yogyakarta: BPF.

Harahap, Sofyan Syafri. 2016. *Analisis Kritis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja. Grafindo Persada

Hasan, Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta: CAPS.

James & Nobes.2014. *The Economics of Taxation, Principle, Policy and. Practice*, Europe: Prentice Hall.

Kamus Besar Bahasa Indonesia Tahun 2014

Keraf, Sonny. 2010. *Etika Bisnis Tuntunan dan Relevansinya*. Jakarta: PT Kompas Media.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management* 13. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Kusmayadi dan Sugiarto, E., 2010, *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*., Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Nainggolan, E. P., & Abdullah, I. 2016. *Pengaruh Akuntabilitas, Objektivitas. Terhadap Kualitas Audit Dengan Etika Auditor Sebagai Variabel Moderasi. Study Kasus Pada Kantor Akuntan. Skripsi*

Pahlevi, Rico. 2018. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Padi Sawah Di Kota Padang Panjang (skripsi)*. Padang: UNP

Peraturan Pemerintah Nomor 91 tahun 2010 tentang Jenis Pajak Daerah

Siregar, Syofian. 2016. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: PT. Alfabeta

Stice, Stice, Skousen. 2010. *Akuntansi Keuangan*, Buku I Edisi 16. PT Raja. Jakarta: Grafindo

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.

Sukirno, Sadono. 2015. *Mikro ekonomi: teori pengantar* Edisi: ke-3 Penerbit: Jakarta: Raja Grafindo Persada

Tambunan, Tulus. 2010. *Perekonomian Indonesia*, Cet.1 April 2010. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah Dan Restribusi Daerah

Untoro, Joko. 2010. *Ekonomi*. Jakarta: Kawah Media