

Analisis Pendapatan Usaha-Usaha Milenial di Kecamatan Sambas

Ariel Muqsith¹, Azrul²

¹IAI Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas, e-mail: arielmuqsith719@gmail.com

²IAI Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas, e-mail: azrulgibran@gmail.com

Histori Naskah

Diserahkan:
26-06-2024

Direvisi:
14-10-2024

Diterima:
20-10-2024

Keywords

: *Income, Sales, Business, millennial generation*

ABSTRACT

This research was conducted to see how income is generated by millennial business owners in Sambas District. The research was carried out around the city of Sambas, more precisely from Kartiasa to Dalam Kaum, where the total data obtained was 31 people consisting of 3 different types of businesses. The type of research used is descriptive research that uses quantitative methods. The sampling technique used is sampling based on specific purpose or criteria (Purposive Sampling) from the data obtained. The data collection techniques used were questionnaires and surveys. The research results show that the majority of respondents are satisfied with the income and sales results that they can and do. Their income is also relatively not much different.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana pendapatan yang dihasilkan oleh para pemilik usaha-usaha milenial di Kecamatan Sambas. Penelitian yang dilakukan di sekitaran kota Sambas lebih tepatnya dari Kartiasa hingga Dalam Kaum, di mana keseluruhan data di dapat berjumlah 31 orang yang terdiri dari 3 jenis usaha yang berbeda. Jenis penelitian yang digunakan ialah jenis penelitian deskriptif yang menggunakan metode kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan yaitu pengambilan sampel berdasarkan tujuan atau kriteria tertentu (Purposive Sampling) dari data yang didapat. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuisioner dan survey. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa sebagian besar responden puas terhadap hasil pendapatan dan penjualan yang mereka dapat dan lakukan. Pendapatan mereka juga relatif tidak jauh berbeda.

Kata Kunci

: *Pendapatan, Penjualan, Usaha, Bisnis, generasi millennial*

Corresponding Author

: Ariel Muqsith, IAI Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas, Jl. Raya Sejangkung Kawasan Pendidikan No. 126, Desa Sebayon, Kecamatan Sambas, Kabupaten Sambas, e-mail: arielmuqsith719@gmail.com

PENDAHULUAN

Modernisasi seringkali diiringi pertumbuhan dari generasi ke generasi. Dalam generasi milenial, ada perkembangan dan pertumbuhan dalam kehidupan yang dipengaruhi oleh gaya modernisasi dan kondisi lingkungan sekitar. Generasi Y, atau Generasi Milenial, adalah orang-orang yang lahir antara tahun 1977 dan 1998. Banyak peristiwa terjadi pada generasi tersebut, mulai dari masa sebelum perkembangan IPTEK hingga masa awal perkembangan teknologi dan sampai pada masa kepesatan teknologi saat ini. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, *Short Message Service* (SMS), *instant messaging*, dan platform media sosial lainnya seperti Facebook dan Twitter. Selain itu, generasi ini sangat suka bermain game online. Pada kenyataannya, usia produktif di Indonesia mayoritas didominasi oleh generasi milenial (A. F., Sabila J. Firda, 2018).

Pendapatan merupakan hal yang amat penting dalam menjalankan usaha karena berkaitan dengan sumber keuntungan. Tolak ukur untuk menilai adanya pertumbuhan ekonomi atau sebuah usaha adalah adanya kenaikan pendapatan dari waktu ke waktu. Pendapatan adalah hasil kerja, baik itu dari usaha atau lain sebagainya. Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen diartikan sebagai uang yang diperoleh oleh perorangan, perusahaan, atau organisasi lain dalam bentuk seperti upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos, bonus dan laba (Farhan, 2021). Pendapatan dapat didefinisikan sebagai seluruh uang atau hasil material lainnya yang dapat dicapai selama jangka waktu tertentu dari penggunaan kekayaan atau jasa-jasa yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga pada suatu kegiatan ekonomi.

Di salah satu pusat kota Kabupaten Sambas, tepatnya di Kecamatan Sambas Kalimantan Barat, anak-anak muda yang termasuk kaum millennial banyak yang menjalankan bisnis. Bisnis yang dijalankan juga cukup beragam seperti toko kelontong, warung minuman, dan warung makanan. Namun, seringkali anak-anak muda yang hendak menjalankan usaha baru mengalami kendala, salah satunya adalah bisnis apa yang lebih menguntungkan. Maka dari itu tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui jenis/tipe usaha mana yang lebih menguntungkan dari toko kelontong, warung minuman, dan warung makanan yang ada di Kecamatan Sambas yang dijalankan oleh generasi millennial.

Beberapa penelitian yang terkait dengan usaha atau bisnis yang dijalankan oleh kaum millennial sudah banyak dilakukan. Penelitian sejauh ini antara lain mengkaji topik eksistensi kaum millennial dalam menjalankan bisnis di era digital (Kurniati, 2021). Ada juga penelitian yang menganalisis peluang bisnis yang tepat bagi generasi millennial dan tantangannya (Sukandi et al., 2024; Wicaksono et al., 2023). Ada lagi kajian yang mengangkat topik mengenai pengembangan jiwa kewirausahaan bagi generasi millennial (Ambarwati & Sobari, 2020). Penelitian yang secara khusus menganalisis pendapatan usaha-usaha generasi Millennial dengan lokus di Kecamatan Sambas masih belum dilakukan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan atau menerapkan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan jenis temuan yang menghasilkan beberapa temuan yang dapat dicapai dengan menggunakan berbagai macam prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi. Pendekatan kuantitatif lebih memuaskan perhatian pada gejala ataupun fenomena yang mempunyai karakteristik tertentu dalam kehidupan manusia (variabel) (Jaya, 2020). Penelitian yang dilakukan di sekitaran kota Sambas lebih tepatnya dari Kartiasa hingga Dalam Kaum, di mana keseluruhan data di dapat berjumlah 31 orang yang terdiri dari 3 jenis usaha yang berbeda.

Data penelitian yang didapat bersumber dari data primer. Data primer didefinisikan sebagai data hasil kategori yang berisikan kata atau dapat didefinisikan sebagai data bukan angka,

tetapi dianggakan seperti jenis kelamin, usia dan lain sebagainya (Jaya, 2020). Data primer yang didapatkan pada penelitian ini diambil dari penyebaran kuisioner kepada responden (individu).

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan Teknik penelitian *survey* yang menggunakan kuisioner sebagai instrumen penelitian (Ph.D et al., 2020). Teknik sampling yang digunakan ialah Teknik *purposive sampling*, Purposive sampling atau judgement sampling adalah Teknik penetapan sampel dengan cara memilih sampel di antara populasi sesuai dengan yang dikehendaki peneliti (tujuan/masalah dalam penelitian), sehingga sampel tersebut dapat mewakili karakteristik populasi yang telah dikenal sebelumnya (Nursalam, 2008).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Usaha/Bisnis

Definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah, yang menyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan yang memenuhi kriteria usaha sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang-perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun secara tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.

Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang-perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki maupun dikuasai sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki nilai aset paling banyak 50 juta atau dengan hasil penjualan tahunan sebesar 300 juta, sedangkan usaha kecil memiliki nilai aset lebih dari 50 juta hingga 500 juta atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 300 juta sampai dengan 2,5 milyar maksimumnya. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari 500 juta sampai paling banyak 100 milyar atau memiliki hasil penjualan tahunan diatas 2,5 milyar hingga paling tinggi 50 milyar. (D. H. R. M.Si S. E., 2021).

Kata “bisnis” berasal dari Bahasa Inggris “*busy*” yang artinya sibuk, sedangkan “*business*” memiliki arti kesibukan. Bisnis dalam arti luas sering didefinisikan sebagai keseluruhan kegiatan yang direncanakan dan dijalankan oleh perorangan atau kelompok secara teratur dengan cara menciptakan, memasarkan barang maupun jasa, baik dengan tujuan mencari keuntungan maupun tidak bertujuan untuk sekedar mencari keuntungan (Putri & Putera, 2022).

B. Pendapatan

Pendapatan merupakan salah satu unsur paling utama pada suatu bisnis. Pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan bagi keseluruhan hidup bisnis, semakin besar pendapatan yang didapat maka semakin besar pula kemampuan suatu bisnis untuk membiayai segala aktivitas dan operasional bisnis yang akan dilakukan. Pendapatan adalah pendapatan uang yang akan diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan kekayaan. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya (Farhan, 2021).

Pendapatan merupakan balas jasa bekerja setelah menyelesaikan pekerjaannya. Pendapatan adalah jumlah pendapatan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atas faktor-faktor produksi yang mereka sumbangkan dalam turut serta membentuk produk nasional. Menurut Mulyanto Sumardi dan Hans Dieter Evers, pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun barang baik dari pihak lain maupun hasil dari diri sendiri (R. M.Si S. Pd, 2021).

C. Generasi Y (Milennial)

Generasi milenial yang juga dikenal sebagai generasi milenial atau generasi Y adalah kelompok demografis setelah generasi X (Hariansyah, 2018). Terdapat banyak persepsi tentang rentang tahun generasi milenial, namun yang umum digunakan adalah tahun 1977 hingga 2000 (Rahmawati, 2018). Jadi, usia para generasi milenial pada tahun 2024 ialah 47 tahun hingga 24 tahun. Milenial sering menjadi topik perbincangan dikalangan masyarakat dari segi pendidikan, teknologi, politik, moral, budaya dan gaya hidup. Milenial dilahirkan pada saat teknologi sedang berkembang. Dari televisi berwarna, *handphone*, dan teknologi digital lain yang sudah diperkenalkan. Sehingga, generasi milenial dapat dianggap sangat special karena memiliki perbedaan dari generasi-generasi sebelumnya (A. F., Sabila J. Firda, 2018).

Generasi milenial merupakan generasi yang unik dan berbeda dengan generasi lain. Hal ini banyak dipengaruhi oleh munculnya meluasnya internet dan jejaring sosial media. Hal tersebut banyak mempengaruhi pola pikir, nilai-nilai dan perilaku yang dianut, maka dari itu generasi milenial sering juga disebut dengan generasi yang melek teknologi (Hariansyah, 2018).

D. Hasil Pengumpulan Data Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka dapat diketahui bahwa setiap jenis usaha yang terdiri dari toko kelontong, warung minuman, dan warung makanan memiliki pendapatan yang berbagai macam jumlahnya. Para responden yang mengisi kuisioner memiliki usaha dari berbagai tempat termasuk Kartiasa, Kampung Jawa, Tanjung Mekar, Tumuk, Manggis, Nagur, Kampung Lorong, Pendawan, Pasar Melayu, Durian, dan Dalam Kaum yang dapat ditampilkan sebagai berikut :

Tabel 1. Jumlah Keseluruhan Responden Beserta Pendapatan Perbulan

NAMA	USIA	JENIS KELAMIN	AGAMA	PENDIDIKAN	JENIS USAHA	PENDAPATAN PERBULAN
Otilia	27	Laki-Laki	Katolik	SMA	Toko Kelontong	Rp 1.000.000-2.000.000
Toko Plasma Cell	42	Perempuan	Islam	SMA	Toko Kelontong	Rp 1.000.000-2.000.000
Dwita	25	Perempuan	Islam	SMA	Toko Kelontong	Rp 1.000.000-2.000.000
Es Kelapa Muda	28	Perempuan	Islam	SMA	Warung Minuman	Rp 1.000.000-2.000.000
Hana Pratiwi	26	Laki-Laki	Islam	SMA	Warung Minuman	Rp 1.000.000-2.000.000
Kedai Kopi Teppian	28	Laki-Laki	Islam	SMA	Warung Minuman	Rp 1.000.000-2.000.000
Cake.bydyh	25	Perempuan	Islam	S1	Warung Makanan	Rp 2.000.000-3.000.000
Usaha Sarapan Pagi	43	Perempuan	Islam	D3	Warung Makanan	Rp 1.000.000-2.000.000
Rumah Makan Trio	32	Laki-Laki	Islam	SD	Warung Makanan	Rp 4.000.000-5.000.000
Endang Sri Muningsih	45	Perempuan	Islam	SMA	Warung Makanan	Rp 500.000-1.000.000
Raden Najwa	26	Perempuan	Islam	S1	Warung Minuman	Rp 500.000-1.000.000
Karipap Makray	43	Perempuan	Islam	SMA	Warung Makanan	Rp 1.000.000-2.000.000
Soda Soda Club	27	Perempuan	Islam	S1	Warung Minuman	Rp 500.000-1.000.000
Hendro Prabowo	25	Laki-Laki	Islam	SMA	Warung Minuman	Rp 1.000.000-2.000.000
Lapak Mok Eross	41	Perempuan	Islam	SMA	Warung Makanan	Rp 1.000.000-2.000.000
Bubur Pedas Maksu	47	Perempuan	Islam	SMA	Warung Makanan	Rp 1.000.000-2.000.000
Warung Kak Eda	26	Perempuan	Islam	SMA	Warung Makanan	Rp 3.000.000-4.000.000
Sambal	32	Perempuan	Islam	S2	Warung Makanan	Rp 3.000.000-4.000.000
Toko Ajan	48	Laki-Laki	Budhha	SMA	Toko Kelontong	> Rp 5.000.000
Aidil Mustofa	26	Laki-Laki	Islam	SMA	Toko Kelontong	Rp 3.000.000-4.000.000
Toko Agus	41	Laki-Laki	Islam	SD	Toko Kelontong	Rp 1.000.000-2.000.000
Toko Aman Sembako	37	Laki-Laki	Islam	SMA	Toko Kelontong	> Rp 5.000.000
Gnet Coffe	25	Laki-Laki	Islam	SMA	Warung Minuman	Rp 2.000.000-3.000.000
Warung Kopi Gang Bengkok	27	Laki-Laki	Islam	SMA	Warung Minuman	Rp 500.000-1.000.000
Warung Pak Amat	25	Laki-Laki	Islam	SD	Toko Kelontong	Rp 3.000.000-4.000.000
Hadrian	45	Laki-Laki	Islam	SMA	Toko Kelontong	Rp 4.000.000-5.000.000
Toko Sembako	48	Laki-Laki	Islam	SD	Toko Kelontong	Rp 3.000.000-4.000.000
Awang Rahul	22	Laki-Laki	Islam	S1	Warung Minuman	Rp 500.000-1.000.000
Risol Rina	46	Perempuan	Islam	S1	Warung Makanan	Rp 1.000.000-2.000.000
Warung Kopi Aufa	41	Perempuan	Islam	SMA	Warung Minuman	Rp 1.000.000-2.000.000
Semari Bahari Coffe And Space	29	Laki-Laki	Islam	S1	Warung Minuman	> Rp 5.000.000

Sumber : Data Diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden toko kelontong berjumlah 10 orang, responden warung minuman berjumlah 11 orang, dan responden warung makanan berjumlah 10 orang. Maka jumlah keseluruhan responden yang diperoleh sebanyak 31 orang yang terdiri dari 3 tipe/jenis usaha di sekitaran daerah Kecamatan Sambas. Pendapatan perbulan yang didapatkan dari keseluruhan responden juga berbeda-beda.

Tabel 2. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN	JUMLAH	PERSENTASE
Laki-Laki	16	52%
Perempuan	15	48%
TOTAL	31	100%

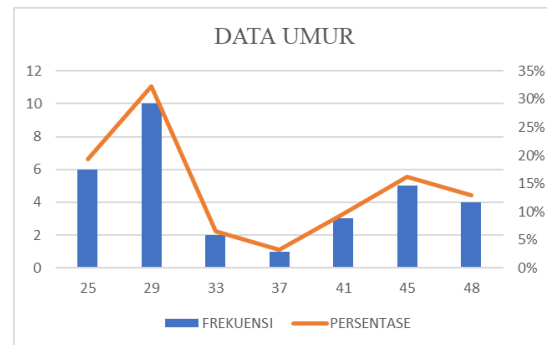
Sumber : Data Diolah 2024

Berdasarkan tabel di atas, dari hasil penelitian didapatkan jumlah responden atau pemilik usaha laki-laki berjumlah 16 (52%) dan perempuan berjumlah 15 (48%). Ini menyatakan bahwa para pemilik usaha tidak hanya didominasi oleh kalangan laki-laki ataupun perempuan saja.

INTERVAL	FREKUENSI	PERSENTASE
22 - 25	6	19%
26 - 29	10	32%
30 - 33	2	6%
34 - 37	1	3%
38 - 41	3	10%
42 - 45	5	16%
46 - 48	4	13%
TOTAL	31	100%

Tabel 3. Keseluruhan Umur Dari Responden

Sumber : Data Diolah 2024



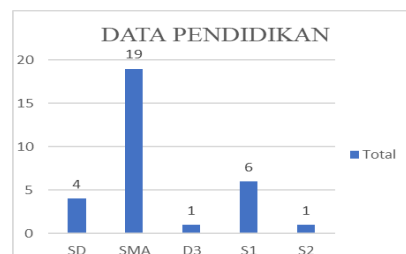
Gambar 1. Grafik Umur dari Keseluruhan Responden

Berdasarkan tabel dan gambar diatas menunjukkan bahwa para responden memiliki umur berkisar sekitar 26-29 tahun dengan jumlah sebesar 32%, kemudian sisanya berkisar sekitar umur 22-25 tahun berjumlah sebesar 19%, 42-45 tahun berjumlah sebesar 16%, 46-48 tahun berjumlah sebesar 13%, 38-41 tahun berjumlah sebesar 10%, 30-33 tahun berjumlah sebesar 6% dan 34-37 tahun berjumlah sebesar 3%. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan dari para responden pemilik usaha cenderung memiliki umur yang lumayan muda sedangkan sisanya sudah hampir menyentuh umur 50 tahun.

PENDIDIKAN	JUMLAH	PERSENTASE
SD	4	13%
SMA	19	61%
D3	1	3%
S1	6	19%
S2	1	3%
TOTAL	31	100%

Tabel 4. Keseluruhan Jenjang Pendidikan Dari Responden

Sumber : Data Diolah 2024



Gambar 2. Grafik Jenjang Pendidikan dari Keseluruhan Responden

Berdasarkan tabel dan gambar diatas menunjukkan bahwa para responden memiliki jenjang pendidikan sampai SMA (Sekolah Menengah Keatas) dengan jumlah persentase sebesar 61%, kemudian disusul oleh S1 dengan jumlah sebesar 19%, SD (Sekolah Dasar) dengan jumlah sebesar 13%, dan terakhir D3 serta S2 dengan jumlah yang sama yaitu sebesar 3%. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan dari para responden hanya menempuh pendidikan hanya sampai jenjang SMA (Sekolah Menengah Keatas), ini mungkin dikarenakan para responden tidak berkuliah lalu memulai bisnis mereka.

Apabila terdapat pertanyaan “Apakah jenjang pendidikan dapat mempengaruhi pendapatan seseorang?”. Jika disangkutpautkan dengan hasil penelitian ini, maka dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 3. Grafik Pendapatan Perbulan Berdasarkan Tingkat/Jenjang Pendidikan dari Keseluruhan Responden

Berdasarkan gambar diatas yang menunjukkan bahwa responden yang menempuh jenjang pendidikan SMA (Sekolah Menengah Keatas) memiliki pendapatan perbulan yang sangat bervariasi, namun kebanyakan memiliki pendapatan sebesar Rp 1.000.000-2.000.000 dan dengan pendapatan tertinggi sebulan sebesar lebih dari Rp 5.000.000 yang berjumlah 2 orang. Lalu responden yang hanya menempuh jenjang pendidikan sampai SD (Sekolah Dasar) kebanyakan memiliki pendapatan perbulan dari Rp 1.000.000-2.000.000 hingga Rp 4.000.000-5.000.000 dan yang memiliki pendapatan terbesar hanya berjumlah 1 orang. Selanjutnya responden yang menempuh pendidikan sampai S1 memiliki pendapatan perbulan dari Rp 500.000-1.000.000 hingga lebih dari Rp 5.000.000, namun kebanyakan dari mereka memiliki pendapatan yang cukup rendah yaitu sebesar Rp 500.000-1.000.000 dengan jumlah 3 orang dan tertinggi dengan pendapatan berjumlah sebesar lebih dari Rp 5.000.000 yang hanya ada 1 orang saja. Dan sisanya D3 dengan pendapatan perbulan sebesar Rp 1.000.000-2.000.000 serta S2 dengan pendapatan perbulan sebesar Rp 3.000.000-4.000.000. Maka dapat disimpulkan bahwa jenjang pendidikan tidak berpengaruh terhadap pendapatan seseorang karena orang yang menempuh pendidikan sebatas SD saja dapat memiliki pendapatan yang cukup besar walaupun hanya 1 orang saja, tetapi hal ini tidak menjadi sesuatu yang sulit dicapai apabila seorang pengusaha terus berinovasi dan berusaha.

E. Pendapatan Rata-rata Tiga Jenis Usaha-usaha Milenial

1. Toko Kelontong

Hasil penelitian yang diperoleh dari pendapatan dari toko kelontong di Kecamatan Sambas yaitu sebagai berikut:

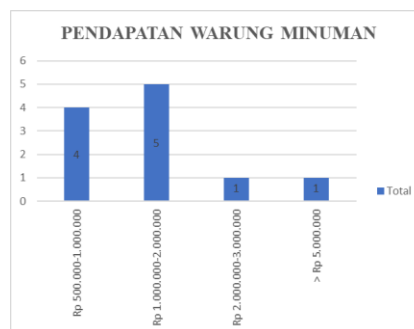


Gambar 4. Grafik Jumlah Keseluruhan Pendapatan Toko Kelontong

Berdasarkan gambar diatas yang menunjukkan bahwa kebanyakan toko kelontong memiliki pendapatan atau penghasilan sebesar Rp 1.000.000-2.000.000 perbulan yang berjumlah 4 orang. Sedangkan sisanya pendapatan yang dihasilkan dari toko kelontong sebesar Rp 3.000.000-4.000.000 perbulan yang berjumlah 3 orang, > Rp 5.000.000 perbulan berjumlah 2 orang, dan yang terakhir Rp 4.000.000-5.000.0000 perbulan hanya ada 1 orang.

2. Warung Minuman

Hasil penelitian yang diperoleh dari pendapatan dari warung minuman di Kecamatan Sambas yaitu sebagai berikut :



Gambar 5. Grafik Jumlah Keseluruhan Pendapatan Warung Minuman

Berdasarkan gambar diatas yang menunjukkan bahwa kebanyakan warung minuman memiliki pendapatan atau penghasilan sebesar Rp 1.000.000-2.000.000 perbulan yang berjumlah 5 orang. Sedangkan sisa yang lainnya memiliki pendapatan sebesar Rp 500.000-1.000.000 perbulan yang berjumlah sebanyak 4 orang, Rp 2.000.000-3.000.000 perbulan hanya ada 1 orang dan yang terakhir > Rp 5.000.000 perbulan hanya ada 1 orang saja.

3. Warung Makanan

Hasil penelitian yang diperoleh dari pendapatan dari warung makanan di Kecamatan Sambas yaitu sebagai berikut:

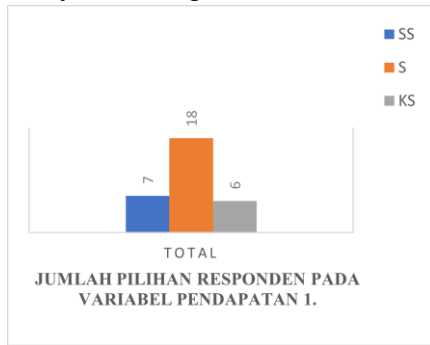


Gambar 6. Grafik Jumlah Keseluruhan Pendapatan Warung Makanan

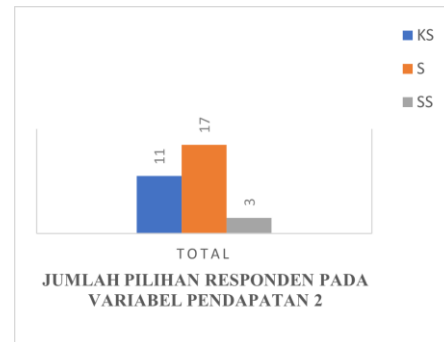
Berdasarkan gambar diatas yang menunjukkan bahwa kebanyakan warung makanan memiliki pendapatan atau penghasilan sebesar Rp 1.000.000-2.000.000 perbulan yag berjumlah 5 orang. Sedangkan sisa yang lainnya memiliki pendapatan sebesar Rp 3.000.000-4.000.000 perbulan yang berjumlah 2 orang, Rp 2.000.000-3.000.000 perbulan hanya ada 1 orang, Rp 500.000-1.000.000 perbulan hanya ada 1 orang, dan yang terakhir > Rp 5.000.000 perbulan hanya ada 1 orang juga.

F. Variabel Pendapatan

Hasil penelitian yang diperoleh dari kuisisioner variabel penjualan dari keseluruhan responden yaitu sebagai berikut :



Gambar 7. Jumlah Pilihan Responden Pada Variabel Pendapatan 1 (Penghasilan saya dari penjualan produk atau jasa dalam sebulan terakhir cukup memuaskan)



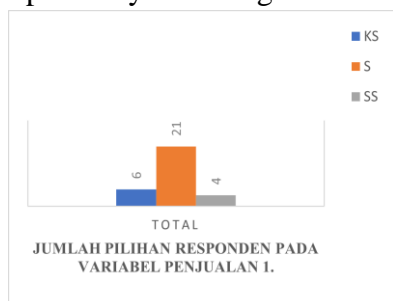
Gambar 8. Jumlah Pilihan Responden Pada Variabel Pendapatan 2 (Saya merasa mudah untuk mencapai target pendapatan saya)

Dari gambar 1, bisa diketahui bahwa dari keseluruhan responden lebih banyak memilih setuju dengan persentase sebesar 58%, lalu disusul dengan sangat setuju dengan persentase sebesar 23% yang hanya berbanding sedikit dengan kurang setuju dengan persentase sebesar 19%. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa kebanyakan dari responden cukup puas dengan pendapatan yang mereka hasilkan namun terdapat 19% atau 6 orang responden yang tidak cukup puas dengan pendapatan yang mereka hasilkan.

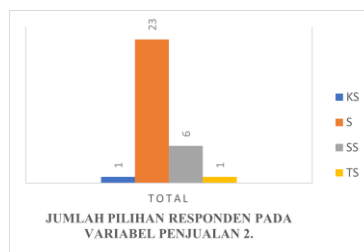
Dari gambar 2, bisa diketahui bahwa dari keseluruhan responden lebih banyak memilih setuju dengan persentase sebesar 55%, lalu disusul dengan kurang setuju dengan persentase sebesar 35% dan sangat setuju dengan persentase sebesar 10%. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa sekitar 65% responden setuju dan sangat setuju mereka merasa mudah untuk mencapai target mereka, sedangkan 35% lainnya merasa cukup sulit untuk mencapai targetnya.

G. Variabel Penjualan

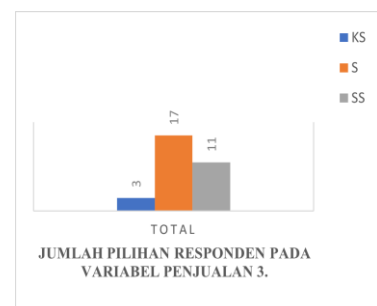
Hasil penelitian yang diperoleh dari kuisisioner variabel pendapatan dari keseluruhan responden yaitu sebagai berikut :



Gambar 9. Jumlah Pilihan Responden Pada Variabel Penjualan 1 (Jumlah produk yang saya jual dalam sebulan terakhir sesuai dengan harapan saya)



Gambar 10. Jumlah Pilihan Responden Pada Variabel Penjualan 2 (Produk yang paling laris memberikan kontribusi terbesar bagi pendapatan saya)



Gambar 11. Jumlah Pilihan Responden Pada Variabel Penjualan 3 (Saya memiliki strategi yang efektif untuk meningkatkan penjualan saya)

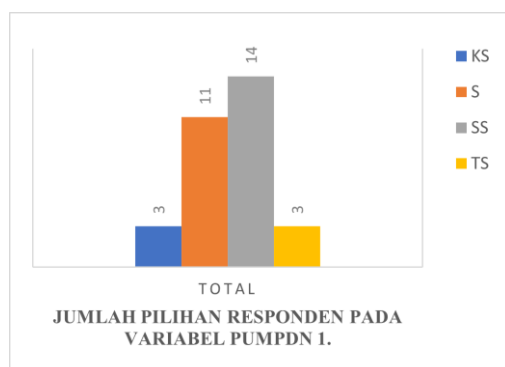
Berdasarkan gambar 3 diatas menunjukkan bahwa dari keseluruhan responden lebih memilih setuju dengan persentase sebesar 68%, sedangkan sisanya kurang setuju dengan persentase sebesar 19% yang berbanding sedikit dengan sangat setuju dengan persentase sebesar 13%. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa kebanyakan dari keseluruhan responden setuju dan sangat setuju dengan jumlah persentase sebesar 87%, jikalau penjualan produk mereka sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Sedangkan sisanya kurang setuju jikalau penjualan mereka sesuai harapan.

Gambar 4 di atas menunjukkan bahwa dari keseluruhan responden lebih memilih setuju dengan persentase sebesar 74%, sedangkan sisanya sangat setuju dengan persentase sebesar 19%, dan kurang setuju serta tidak setuju dengan persentase yang sama sebesar 3%. Maka dari itu didapat hasil sebesar 94% responden setuju dan sangat setuju bahwa produk mereka yang paling laris memberikan kontribusi yang besar, sedangkan 6% diantaranya tidak setuju dan kurang setuju dengan hal tersebut.

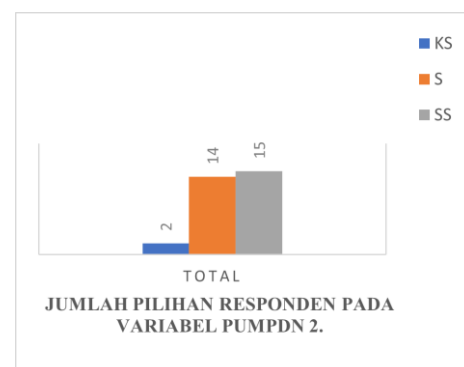
Gambar 5 diatas menunjukkan bahwa dari keseluruhan responden memilih setuju dan sangat setuju dengan persentase sebesar 55% dan 35% sedangkan sisanya kurang setuju dengan persentase sebesar 10%. Maka dari itu didapat hasil kebanyakan responden setuju dan sangat setuju dengan jumlah persentase sebesar 90% bahwa mereka memiliki strategi yang efektif untuk meningkatkan penjualan mereka, sedangkan 10% lainnya kurang setuju dengan hal tersebut.

H. Variabel Peluang Untuk Meningkatkan Pendapatan dan Penjualan

Hasil penelitian yang diperoleh dari kuisioner variabel peluang untuk meningkatkan pendapatan dan penjualan dari keseluruhan responden yaitu sebagai berikut :



Gambar 12. Jumlah Pilihan Responden Pada Variabel PUMPDN 1 (Saya berencana untuk memperluas bisnis saya di waktu yang akan datang)



Gambar 13. Jumlah Pilihan Responden Pada Variabel PUMPDN 2 (Saya yakin bahwa saya dapat mencapai target pendapatan dan penjualan yang lebih tinggi di masa depan)

Gambar 8 diatas menunjukkan bahwa dari keseluruhan responden lebih memilih sangat setuju dengan persentase sebesar 45% dan setuju dengan persentase sebesar 35%, sedangkan sisanya kurang setuju dan tidak setuju dengan persentase yang sama sebesar 10%. Maka dari itu hasil yang didapat ialah 80% atau 25 orang sangat setuju dan setuju bahwa mereka memiliki rencana untuk membuka cabang baru di masa depan, dan sisanya kurang setuju dan tidak setuju dengan total persentase sebesar 20% atau berjumlah 6 orang terhadap pernyataan tersebut.

Gambar 9 diatas menunjukkan bahwa dari keseluruhan responden lebih memilih sangat setuju dan setuju dengan persentase yang tidak berbanding jauh yaitu sebesar 45% dan 48% apabila ditotalkan akan berjumlah 93%, sedangkan sisanya kurang setuju dengan persentase sebesar 7%. Maka dari itu hasil yang didapat 93% atau 29 orang responden sangat setuju dan setuju bahwa mereka yakin mereka dapat mencapai target pendapatan serta penjualan mereka lebih tinggi di masa yang akan datang, dan sisa 7% atau 2 orang kurang setuju terhadap pernyataan tersebut.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian tentang pendapatan usaha-usaha milenial yang terdiri dari tiga jenis usaha yaitu toko kelontong, warung makanan dan warung minuman, maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan yang dihasilkan dari ketiga jenis usaha tersebut sangat bervariasi namun kebanyakan hampir sesuai dengan UMR di Kabupaten Sambas yaitu berkisaran antara Rp 2.000.000 hingga Rp 3.000.000. Yang dimana ini sangat sesuai dengan data yang telah terkumpul. Semua usaha milik para responden ialah usaha mikro. Sedangkan variabel-variabel yang menjadi isi dari kuisioner yang diberikan kepada para responden juga condong kepada arah yang positif karena kebanyakan dari keseluruhan responden yang berjumlah 31 orang optimis dalam menjalankan usaha-usaha mereka. Namun di sisi lain juga terdapat beberapa responden yang terlihat kurang optimis, apabila dilihat dari mereka mengisi kuisioner. Hal itu disebabkan oleh kurangnya penjualan dan pendapatan yang mereka hasilkan. Maka dari itu ada baiknya mereka membenahi strategi pemasaran dan penjualan yang lebih efektif. Meskipun begitu jumlah responden yang puas atas bisnis, pendapatan, dan penjualan yang mereka lakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, A., & Sobari, I. S. (2020). Membangun Jiwa Kewirausahaan Di Era Milenial Bagi Mahasiswa Institut Stiami Kampus Tangerang Selatan. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 140–144. <https://doi.org/10.31334/jks.v2i2.736>
- dkk, A. F., Sabila J. Firda. (n.d.). *ARUS METAMORFOSA MILENIAL*. Penerbit Ernest.
- Farhan, A. (2021). *Teori Akuntansi – Perjalanan Filosofis Akuntansi dari Teori Menuju Praktik*. CV Globalcare.
- Hariansyah, M. (2018). *Millenials “Bukan Generasi Micin.”* GUEPEDIA.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Kurniati, D. (2021). Eksistensi Generasi Millennial dalam Berwirausaha di Era Digital (Studi Kasus Online Shop Denia Donuts Palembang). *Journal Science Innovation and Technology (SINTECH)*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.47701/sintech.v1i2.1066>
- M.Si, D. H. R., S. E. (2021). *Perencanaan Bisnis UMKM*. SAH MEDIA.
- M.Si, R., S. Pd. (2021). *TINGKAT PENDAPATAN DAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT MENJALIN KERUKUNAN UMAT BERAGAMA*. Cv. Azka Pustaka.
- Nursalam. (2008). *Konsep & Metode Keperawatan (ed. 2)*. Penerbit Salemba.
- Ph.D, A. K., M.Pd, A. M. K., M.Pd, T. A. A., & Deepublish. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Putri, N. T., & Putera, A. N. (2022). *Studi Kelayakan Bisnis Praktis: Konsep Dan Aplikasi*. Andalas University Press.
- Rahmawati, D. (n.d.). *Millennials and I-Generation Life*. LAKSANA.
- Sukandi, P., Sumadhinata, Y. E., Hapsari, A. Y., Dalimunthe, G. P., Lisdayanti, A., & Nilasari, I. (2024). MEMBIDIK PELUANG USAHA YANG TEPAT BAGI GENERASI MILENIAL. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.46306/jabb.v5i1.881>
- Wicaksono, W., Suyatin, S., Murtiyoko, H., & Effendy, A. A. (2023). Peluang dan Tantangan Bisnis Generasi Milenial di Era Revolusi Industri 4.0: Tinjauan Literatur Sistematis. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 3(3), Article 3. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v3i3.32115>