

**PENGARUH *E-COMMERCE* DAN KREATIVITAS TERHADAP
PERTUMBUHAN PENDAPATAN IKM BATIK JETIS DI KABUPATEN
SIDOARJO**

Danendra Bramantyo

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
danendrabramantyo154@gmail.com

Arga Christian Sitohang

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
argasitohang@untag-sby.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of e-commerce and creativity on the revenue growth of Jetis Batik Small and Medium Industries (IKM) in Sidoarjo Regency. This study uses a quantitative approach with an explanatory research method. The population in this study were all Jetis Batik SMEs in Sidoarjo Regency, totaling 30 respondents. The sampling technique used saturated sampling, so that the entire population was used as a research sample. Data were obtained through questionnaires and analyzed using multiple linear regression methods with the help of the SPSS program. The results of the study indicate that partially the e-commerce variable does not have a significant effect on the revenue growth of Jetis Batik SMEs, as indicated by a significance value of $0.093 > 0.05$. Meanwhile, the creativity variable has a positive and significant effect on revenue growth with a significance value of $0.037 < 0.05$. Simultaneously, the e-commerce and creativity variables have a significant effect on the revenue growth of Jetis Batik SMEs with a significance value of $0.001 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) of 0.399 indicates that e-commerce and creativity explain 39.9% of revenue growth, while the remaining 60.1% is influenced by other variables outside the study. Based on the research results, it can be concluded that creativity plays a significant role in increasing revenue growth for the Jetis Batik SME. Although e-commerce has not yet had a significant partial impact, the use of digital technology still needs to be optimized to support business development and expand market reach.

Keywords: *E-Commerce, Creativity, Revenue Growth, Jetis Batik SME, Sidoarjo Regency.*

A. PENDAHULUAN

Kabupaten Sidoarjo sebagai salah satu wilayah strategis di Jawa Timur yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah melalui sektor industri yang berkembang pesat. Berdasarkan (Statistik & Sidoarjo, 2025), struktur perekonomian Sidoarjo masih didominasi oleh sektor industri pengolahan yang memberikan kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), sehingga menjadikan daerah ini sebagai pusat aktivitas ekonomi berbasis industri. Dalam hal ini, keberadaan Industri Kecil dan Menengah (IKM) menjadi elemen krusial yang tidak hanya berperan dalam menciptakan lapangan kerja, tetapi

juga dalam menjaga keberlanjutan ekonomi lokal. Salah satu sektor unggulan yang berkembang adalah industri kreatif berbasis budaya, yaitu kerajinan Batik Jetis yang memiliki nilai historis dan keunikan tersendiri. Namun, seiring dengan perkembangan zaman dan dinamika pasar yang semakin kompetitif, pelaku IKM dihadapkan pada berbagai tantangan, terutama dalam meningkatkan daya saing dan mempertahankan pertumbuhan pendapatan di tengah perubahan perilaku konsumen dan tuntutan digitalisasi ekonomi.

Industri Kecil dan Menengah (IKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pengembangan sektor industri kreatif. Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu daerah di Jawa Timur yang memiliki potensi besar dalam pengembangan IKM, khususnya pada sektor industri kreatif berbasis budaya. Salah satu sentra industri kreatif yang berkembang di Kabupaten Sidoarjo adalah Kampung Batik Jetis yang dikenal sebagai penghasil batik khas dengan motif dan corak yang mencerminkan identitas budaya lokal. Keberadaan IKM Batik Jetis tidak hanya berkontribusi terhadap pelestarian budaya, tetapi juga berperan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

Berdasarkan (Statistik & Sidoarjo, 2025), terlihat jelas dari struktur ekonomi pada tahun 2024 yang menggambarkan Sektor Industri Pengolahan masih mendominasi dengan kontribusi mencapai 48,57%. Angka ini menunjukkan bahwa hampir separuh perputaran uang di Sidoarjo berasal dari aktivitas industri, jauh mengungguli sektor perdagangan (15,98%) maupun transportasi (13,81%). Sektor Industri Kecil Menengah (IKM) memegang peranan penting dalam struktur ekonomi nasional, khususnya dalam penyerapan tenaga kerja dan peningkatan kesejahteraan lokal. Di Jawa Timur, Kabupaten Sidoarjo dikenal sebagai salah satu sentra industri kreatif yang potensial, salah satunya yaitu kerajinan Batik Jetis. Batik Jetis memiliki nilai historis dan karakteristik motif yang khas, namun dalam perkembangannya, para pelaku IKM di wilayah ini menghadapi tantangan serius terkait persaingan pasar yang semakin ketat dan perubahan perilaku konsumen.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola pemasaran dan transaksi bisnis dari sistem konvensional menuju sistem berbasis elektronik. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha adalah penggunaan e-commerce. Melalui e-commerce, pelaku usaha dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi pemasaran, serta menjalin hubungan yang lebih baik dengan konsumen. Namun demikian, pemanfaatan e-commerce oleh pelaku IKM masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan kemampuan digital, kurang optimalnya pengelolaan platform online, serta rendahnya pemanfaatan fitur-fitur pemasaran digital yang tersedia.

Kreativitas pelaku usaha dalam menciptakan motif baru, diversifikasi produk, hingga teknik pengemasan yang menarik menjadi faktor penentu dalam menciptakan nilai tambah. Pertumbuhan pendapatan merupakan indikator keberhasilan sebuah IKM. Ketika penggunaan *e-commerce* dioptimalkan dan disertai dengan kreativitas yang tinggi, diharapkan pendapatan untuk para pengrajin di Kampung Batik Jetis dapat meningkat secara signifikan. Fenomena inilah yang melatarbelakangi perlunya penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana pengaruh *e-commerce* dan kreativitas secara parsial maupun simultan terhadap pertumbuhan

pendapatan IKM Batik Jetis di Kabupaten Sidoarjo

Pertumbuhan pendapatan merupakan salah satu indikator keberhasilan suatu usaha. Semakin tinggi kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital dan mengembangkan kreativitas, maka semakin besar peluang usaha untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar. Akan tetapi, pada kenyataannya masih terdapat perbedaan hasil penelitian terkait pengaruh e-commerce dan kreativitas terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa e-commerce dan kreativitas berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha, sedangkan penelitian lainnya menemukan hasil yang berbeda.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan penelitian yang mengkaji pengaruh e-commerce dan kreativitas terhadap pertumbuhan pendapatan pada IKM Batik Jetis di Kabupaten Sidoarjo. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai peran e-commerce dan kreativitas dalam meningkatkan pertumbuhan pendapatan pelaku IKM serta menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha dan pemerintah daerah dalam menyusun strategi pengembangan industri batik di masa mendatang.

B. TINJAUAN PUSTAKA

E-commerce merupakan kegiatan perdagangan yang dilakukan melalui media elektronik, terutama internet. Dalam perkembangan teknologi digital saat ini, e-commerce menjadi salah satu sarana penting bagi pelaku usaha untuk melakukan transaksi jual beli tanpa harus bertemu secara langsung antara penjual dan pembeli. Melalui e-commerce, proses pemasaran, promosi, pemesanan, pembayaran, hingga pelayanan kepada konsumen dapat dilakukan secara online sehingga lebih efektif dan efisien.

Menurut (Kotler & Armstrong, 2018), perkembangan teknologi digital telah mengubah cara perusahaan berkomunikasi, memasarkan produk, dan menjalin hubungan dengan pelanggan melalui media online, mobile, dan sosial media. Perusahaan memanfaatkan website, media sosial, aplikasi mobile, dan platform digital lainnya untuk menjangkau konsumen kapan saja dan di mana saja.

Kreativitas dalam dunia bisnis bukan sekadar menghasilkan karya seni, melainkan kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru yang orisinal dan bermanfaat untuk memecahkan masalah atau memenuhi kebutuhan pasar. kreativitas merupakan persilangan antara keahlian (expertise), keterampilan berpikir kreatif, dan motivasi intrinsik. Dalam organisasi, kreativitas dianggap sebagai titik awal bagi munculnya inovasi yang dapat memberikan nilai tambah secara ekonomi.

Secara operasional, kreativitas bisnis melibatkan proses menghubungkan konsep-konsep yang sebelumnya tidak terkait untuk menciptakan model bisnis, layanan, atau proses kerja yang lebih efisien. Hal ini menuntut para pelaku usaha untuk keluar dari pola pikir konvensional dan berani mengambil risiko intelektual. Kreativitas tidak lagi dipandang sebagai bakat bawaan, melainkan sebuah kompetensi yang dapat dikelola dan dikembangkan melalui lingkungan kerja yang suportif.

Pendapatan merupakan salah satu indikator penting dalam menilai

keberhasilan suatu usaha. Pendapatan menunjukkan hasil yang diperoleh pelaku usaha dari kegiatan penjualan barang atau jasa dalam periode tertentu. Semakin tinggi pendapatan yang diperoleh, maka semakin baik pula perkembangan usaha yang dijalankan. Dalam kegiatan usaha, pendapatan menjadi faktor utama yang menentukan keberlangsungan operasional, kemampuan memenuhi kebutuhan usaha, serta pengembangan usaha di masa mendatang.

Menurut (Mankiw, 2018), pendapatan adalah hasil yang diterima oleh individu atau pelaku usaha dari kegiatan ekonomi yang dilakukan, baik berupa penjualan produk maupun jasa. Pendapatan dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi maupun investasi usaha sehingga memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi.

Pendapatan usaha pada UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti modal usaha, akses permodalan, fasilitas pemerintah, kemampuan pemasaran, penggunaan teknologi digital, serta jumlah permintaan konsumen. Pelaku usaha yang memiliki modal memadai dan mampu memanfaatkan teknologi digital umumnya memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pasar.

Dalam konteks UMKM, peningkatan pendapatan menjadi tujuan utama pelaku usaha karena berkaitan langsung dengan keberlangsungan usaha dan kesejahteraan pemilik usaha. Pendapatan yang meningkat menunjukkan bahwa usaha mampu berkembang, memiliki daya saing, serta mampu memenuhi kebutuhan operasional usaha secara berkelanjutan.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori (explanatory research). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel E-Commerce (X_1) dan Kreativitas (X_2) terhadap Pertumbuhan Pendapatan (Y) pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Batik Jetis di Kabupaten Sidoarjo. Lokasi penelitian dilakukan di Kampung Batik Jetis, Kelurahan Jetis, Kecamatan Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku IKM Batik Jetis yang berjumlah 30 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampel jenuh (saturated sampling), sehingga seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel penelitian.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada para pelaku IKM Batik Jetis. Pengukuran variabel dilakukan menggunakan skala Likert dengan rentang skor 1 sampai 5. Variabel E-Commerce diukur melalui indikator kemudahan penggunaan, kualitas informasi, kepercayaan, kualitas layanan, dan kemudahan transaksi. Variabel Kreativitas diukur melalui indikator imajinasi, kelancaran, keaslian, dan penguraian. Sementara itu, variabel Pertumbuhan Pendapatan diukur melalui indikator peningkatan jumlah penjualan, peningkatan omzet usaha, peningkatan keuntungan usaha, dan stabilitas pendapatan usaha.

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, data terlebih dahulu diuji menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji

multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, uji F untuk mengetahui pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validasi

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Kesimpulan
<i>E-Commerce</i> (X1)	X1.1	0,633	0,3610	Valid
	X1.2	0,755	0,3610	Valid
	X1.3	0,633	0,3610	Valid
	X1.4	0,793	0,3610	Valid
	X1.5	0,873	0,3610	Valid
	X1.6	0,801	0,3610	Valid
	X1.7	0,567	0,3610	Valid
	X1.8	0,451	0,3610	Valid
	X1.9	0,750	0,3610	Valid
	X1.10	0,580	0,3610	Valid
Kreativitas (X1)	X2.1	0,446	0,3610	Valid
	X2.2	0,591	0,3610	Valid
	X2.3	0,602	0,3610	Valid
	X2.4	0,596	0,3610	Valid
	X2.5	0,615	0,3610	Valid
	X2.6	0,757	0,3610	Valid
	X2.7	0,570	0,3610	Valid
	X2.8	0,466	0,3610	Valid
	X2.9	0,633	0,3610	Valid
	X2.10	0,519	0,3610	Valid
Pertumbuhan Pendapatan (Y)	Y1	0,751	0,3610	Valid
	Y2	0,651	0,3610	Valid
	Y3	0,829	0,3610	Valid
	Y4	0,790	0,3610	Valid
	Y5	0,700	0,3610	Valid
	Y6	0,769	0,3610	Valid
	Y7	0,800	0,3610	Valid
	Y8	0,708	0,3610	Valid

Berdasarkan hasil tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan dari semua variabel *E-Commerce* (X1), Kreativitas (X2), dan Pertumbuhan Pendapatan (Y) dapat dikatakan valid, karena masing-masing item pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r table (0,3610). Hal ini menunjukkan bahwa

masing-masing pertanyaan pada semua variabel dapat digunakan sebagai variabel penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha	Kesimpulan
E-Commerce	0,882	0,60	Reliabel
Kreativitas	0,785	0,60	Reliabel
Pertumbuhan Pendapatan	0,889	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa hasil pengujian reliabilitas dari variabel *E-Commerce* (X1), Kreativitas (X2), dan Pertumbuhan Pendapatan (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0.6. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel penelitian telah dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.18754386
Most Extreme Differences	Absolute	.128
	Positive	.107
	Negative	-.128
Test Statistic		.128
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.232
	99% Confidence Interval	Lower Bound
		Upper Bound
		.221
		.243

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji normalitas Kolmogorov–Smirnov, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.200, yang lebih besar dari nilai signifikansi 0.05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas dan layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya

Uji Multikolineritas

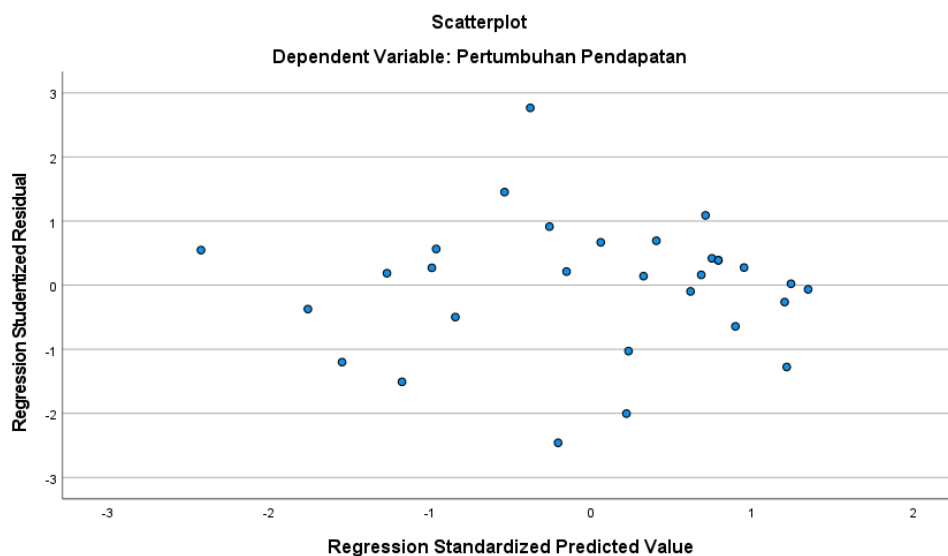
Tabel 4. Multikolineritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	E-Commerce	.680	1.470
	Kreativitas	.680	1.470

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Pendapatan

Berdasarkan Tabel diatas, diketahui bahwa variabel E-Commerce memiliki nilai Tolerance sebesar 0,680 dan nilai VIF sebesar 1,470. Sementara itu, variabel Kreativitas memiliki nilai Tolerance sebesar 0,680 dan nilai VIF sebesar 1,470. Nilai Tolerance pada kedua variabel lebih besar dari 0,10 ($0,680 > 0,10$) dan nilai VIF lebih kecil dari 10 ($1,470 < 10$). Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan uji multikolineritas, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolineritas



Gambar 2. Uji Heteroskedaseisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas melalui scatterplot, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu dan tersebar baik di atas maupun di bawah garis 0. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas

Analisis Regresi Berganda

Tabel 5. Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.917	7.454		.257	.799
	E-Commerce	.276	.158	.315	1.740	.093
	Kreativitas	.448	.204	.398	2.200	.037

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Pendapatan

1. Nilai konstanta sebesar 1,917 menunjukkan bahwa apabila variabel E-Commerce dan Kreativitas dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai Pertumbuhan Pendapatan diperkirakan sebesar 1,917 satuan.
2. Nilai koefisien regresi variabel E-Commerce (X1) sebesar 0,276 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan E-Commerce sebesar satu satuan akan meningkatkan Pertumbuhan Pendapatan sebesar 0,276 satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
3. Nilai koefisien regresi variabel Kreativitas (X2) sebesar 0,448 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan Kreativitas sebesar satu satuan akan meningkatkan Pertumbuhan Pendapatan sebesar 0,448 satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6. Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.632 ^a	.399	.355	3.303

a. Predictors: (Constant), Kreativitas, E-Commerce

b. Dependent Variable: Pertumbuhan Pendapatan

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,399 yang menunjukkan bahwa variabel E-Commerce dan Kreativitas mampu menjelaskan variabel Pertumbuhan Pendapatan sebesar 39,9%. Artinya, pengaruh variabel E-Commerce dan Kreativitas terhadap Pertumbuhan Pendapatan IKM Batik Jetis adalah sebesar 39,9%. Sedangkan sisanya 60.1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini

Uji Parsial (Uji-t)

Tabel 7. Uji Parsial (Uji-t)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.917	7.454		.799
	E-Commerce	.276	.158	.315	.093
	Kreativitas	.448	.204	.398	.037

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Pendapatan

1. Variabel E-Commerce memiliki nilai t hitung sebesar 1,740 dengan nilai signifikansi sebesar 0,093. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,093 > 0,05$), sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa E-Commerce tidak berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Pendapatan IKM Batik Jetis Kabupaten Sidoarjo.
2. Variabel Kreativitas memiliki nilai t hitung sebesar 2,200 dengan nilai signifikansi sebesar 0,037. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,037 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan Pendapatan IKM Batik Jetis Kabupaten Sidoarjo.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 8. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	195.647	2	97.824	8.964
	Residual	294.653	27	10.913	.001 ^b
	Total	490.300	29		

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Pendapatan

b. Predictors: (Constant), Kreativitas, E-Commerce

Berdasarkan Tabel 4.9, diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 8,964 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa E-Commerce dan Kreativitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Pendapatan IKM Batik Jetis.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis serta pembahasan yang telah disampaikan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. E-Commerce memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap Pertumbuhan

Pendapatan IKM Batik Jetis di Kabupaten Sidoarjo, meskipun arah hubungannya positif. Hal ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan e-commerce oleh pelaku usaha belum mampu memberikan dampak yang kuat terhadap peningkatan pertumbuhan pendapatan.

2. Kreativitas memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Pertumbuhan Pendapatan IKM Batik Jetis di Kabupaten Sidoarjo. Artinya, semakin tinggi kreativitas yang dimiliki pelaku usaha dalam menciptakan inovasi produk, mengembangkan motif batik, dan menerapkan strategi pemasaran yang menarik, maka semakin tinggi pula pertumbuhan pendapatan yang diperoleh.
3. Secara simultan, variabel E-Commerce dan Kreativitas terbukti berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Pendapatan IKM Batik Jetis di Kabupaten Sidoarjo.

DAFTAR PUSTAKA

- Statistik, B. P., & Sidoarjo, K. (2025). Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Sidoarjo Tahun 2024. 01, 1–13.
- Kurniawan, A. S., Kristian, B., Sibarani, N., & Susanti, S. (2024). Strategi Peningkatan Pendapatan UKM Kelompok Budidaya Ikan (Pokdakan) Karya Mandiri Sejati. 3(5), 2013–2024.
- Mankiw, N. G. (2018). Principles Of Microeconomics - Eighth Edition.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. Pearson Education Limited.
- Fajarika, D., Trapsilawati, F., & Sopha, B. M. (2024). Influential factors of small and medium-sized enterprises growth across developed and developing countries : A systematic literature review. 2. <https://doi.org/10.1177/18479790241258097>
- Girikallo, A. S., Mahdalena, Udin, A. F., Mukhyi, M. A., Asrun, L. O., Casriyanti, Suwastika, I. W. K., Anawati, S., Aslindar, D. A., & Fauza, M. (2023). Buku Ajar Mikro Ekonomi.
- Gustina, L., & Yohan, T. W. N. (2022). PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN. 4(1), 152–161.
- Bachtiar, S., & Rasyidin, M. (2025). The Influence of Interest , Motivation , and Creativity on Household Industry Income in Bireuen. 6(2), 1–10.
- Zakaria, J. (2012). Pengantar Teori Ekonomi Mikro jilid.8.