

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam perekonomian Indonesia Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merujuk pada aktivitas perorangan ataupun dalam bentuk badan usaha yang didirikan oleh suatu individu maupun kelompok dengan kriteria sebagaimana telah disampaikan di Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan salah satu entitas bisnis paling besar dan terbukti tahan dengan guncangan krisis ekonomi (Ilyas & Rahmat, 2023). Pada tahun 1998 silam saat Indonesia dilanda krisis moneter dan juga pandemi Covid19 puncaknya awal tahun 2020 yang mana UMKM sebagai entitas yang mandiri, memiliki peranan yang sangat penting dalam kestabilan perekonomian Indonesia dan memiliki potensi untuk mensejahterakan masyarakat serta sebagai sarana pemasukan devisa negara (Sulastri, 2022).

Namun demikian, UMKM tetap dihadapkan berbagai tantangan dan kendala atau masalah meliputi promosi atau pemasaran, infrastruktur teknologi, akses permodalan, regulasi dan birokrasi serta keterbatasan keterampilan dan pengetahuan dari para pelaku UMKM itu sendiri (Ariyanti, 2023). Maka dari itu, kesadaran akan pentingnya UMKM sebagai penggerak roda dalam keberlangsungan perekonomian harus disertai dukungan kebijakan dan regulasi dari pemerintah untuk dapat mengelola dan meningkatkan peran UMKM agar dapat terus tumbuh dan tentunya berkembang dengan baik (Lathifah, 2022).

Memasuki *society 5.0* era dimana teknologi internet berperan penting dalam setiap lini kehidupan manusia termasuk bidang usaha. Para pelaku UMKM dituntut untuk segera menyesuaikan kegiatan usahanya dengan kemajuan zaman dan tren yang ada saat ini untuk tetap bisa bertahan serta diharapkan mampu menekan angka kemiskinan dan menambah produktifitas masyarakat guna mencapai perekonomian Indonesia yang maju (Ashabul et al., 2023)

Kabupaten Jepara adalah salah satu kota di provinsi Jawa Tengah yang menyatakan data jumlah UMKM yang mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. Dinas Koperasi, UKM, Tenaga Kerja dan Transmigrasi (Diskopukmnakertrans) dalam kegiatannya, menegaskan bahwa banyaknya UMKM yang sudah berdiri di Kabupaten Jepara sebagian besar masih mengalami banyak kendala salah satunya dalam memasarkan produk yang nantinya dapat berimbas pada peningkatan pendapatan UMKM tersebut. Demikian dengan kata lain hanya sekedar bertumbuh saja dan masih banyak yang tidak berkembang (jpnews.com, 2022).

Tabel 1.1
Data Jumlah Pertumbuhan dan Peningkatan Pendapatan UMKM Di
Kabupaten Jepara Tahun 2018 - 2023

Tahun	Jumlah UMKM	Pertumbuhan UMKM	Pendapatan UMKM	Peningkatan Pendapatan UMKM
2017	78.112	-	Rp 4.331.740.469.820	-
2018	79.112	1.000	Rp 4.331.942.269.820	Rp 201.800.000
2019	79.511	399	Rp 3.798.763.469.820	-Rp 533.178.800.000
2020	80.050	539	Rp 4.378.989.269.820	Rp 580.225.800.000
2021	80.966	916	Rp 4.378.989.269.820	Rp 580.225.800.000
2022	81.026	60	Rp 4.380.384.269.820	Rp 1.395.000.000
2023	81.399	373	Rp 4.387.098.269.820	Rp 6.714.000.000

Sumber: Diskopukmnakertrans Kabupaten Jepara

Menurut Dinas Koperasi, UKM, Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kabupaten Jepara (Diskopukmnakertrans) pada tabel data diatas memperlihatkan adanya ketidakkonsistenan dalam peningkatan pendapatan dibandingkan dengan tren jumlah kenaikan UMKM setiap tahunnya. Pada tahun 2019 mengalami penurunan pendapatan yang sangat signifikan kemungkinan karena daya beli masyarakat menurun akibat pembatasan sosial saat pandemi Covid19 (Hernikawati, 2022). Namun pada tahun 2020 justru mengalami peningkatan pendapatan diiringi juga dengan kenaikan jumlah UMKM secara signifikan yang menunjukkan bahwa UMKM merupakan entitas yang tahan dari segala kondisi perekonomian dengan tidak terpa pada keadaan pembatasan sosial yang berlaku. Kemudian di tahun berikutnya menunjukkan hasil yang sama dan tidak relevan dengan jumlah kenaikan UMKM yang bertambah semakin banyak.

Pada bazar UMKM tahun 2022 yang dihadiri bapak Herry Yulianto selaku kepala Dinas Permodalan dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPM PTSP), beliau mengatakan jika UMKM di Kabupaten Jepara setiap tahunnya bertambah namun progres penyerapan tenaga kerjanya masih kurang. Artinya, UMKM di Kabupaten Jepara tidak mampu meningkatkan pendapatannya serta belum bisa memainkan peran besarnya sebagai entitas yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Hidayat F. M., 2022)

Dengan perkembangan teknologi internet saat ini, diharapkan UMKM di Indonesia khususnya di Kabupaten Jepara mendapatkan manfaat dari hal tersebut seperti salah satu survei yang telah dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) bahwa hasil dari kegiatan survei tersebut menunjukkan

terdapat peningkatan pendapatan sekitar 30% jika para pelaku UMKM sudah menjalankan aktivitas bisnisnya secara digital terutama dengan menggunakan *e-commerce* sebagai tempat memasarkan produknya (Yuliani, 2022).

Peningkatan pendapatan dapat dipengaruhi beberapa faktor contohnya kurang paham dalam menggunakan *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada dan sejenisnya. Maka dari itu, Pemerintah Kabupaten Jepara harus sering mengadakan sosialisasi dan pelatihan mengenai penggunaan *e-commerce* bagi para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya dengan harapan dapat berdampak pada peningkatan pendapatan UMKM sehingga tidak hanya sekedar bertumbuh melainkan juga berkembang agar dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak kedepannya sesuai dengan kaidah Peraturan Daerah Nomor 19 Tahun 2021 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan (Anam, 2019).

Dalam penelitian Sa'ad (2017) *e-commerce* mempunyai pengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Ketika para pelaku UMKM menggunakan *e-commerce* sebagai tempat pemasaran dan sekaligus penjualan produknya terdapat kenaikan permintaan terhadap produk mereka dari dalam maupun luar daerah yang membuktikan bahwa *e-commerce* dapat menjangkau pasar lebih luas lagi sehingga bisa memicu terjadinya peningkatan pendapatan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayunda & Ferry (2022) yang menyatakan bahwa penggunaan *e-commerce* memiliki pengaruh negatif terhadap peningkatan pendapatan UMKM dikarenakan para pelaku UMKM yang baru

menggunakan *e-commerce* sebagai tempat menjual produk kesulitan bersaing dengan kompetitor yang sudah lama menggunakan *e-commerce* dan memiliki reputasi toko yang baik disana.

Pesatnya perkembangan teknologi memberikan pengaruh terhadap perkembangan sistem pembayaran dalam transaksi bisnis terutama dalam menjaga kesinambungan hubungan bisnis antara pihak yang terkait. Salah satunya kemajuan *financial technology* dalam sistem pembayaran yang menggeser peranan uang tunai sebagai alat pembayaran kedalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih efisien dan ekonomis. Sehingga hal tersebut dapat mempermudah konsumen untuk melakukan transaksi jarak jauh dan secara langsung berdampak pada peningkatan pendapatan UMKM.

Hasil penelitian dari As'adi & Sularsih (2022) menyatakan bahwa *financial technology* berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM, yang mana jika pengetahuan tentang *financial technology* baik maka akan lebih bisa memahami makna uang yang sesungguhnya sehingga dapat memaksimalkan nilai waktu pada uang dalam hal ini yakni efisiensi dalam proses transaksi jual beli. Berbeda dengan hasil penelitian dari Handika & Lucy (2021) menyatakan bahwa *financial technology* memiliki dampak negatif bagi pelaku UMKM sehingga berpotensi terpapar aktifitas pencurian data, *shadow banking* dan skema *ponzi* yang dapat mempengaruhi serta menghambat peningkatan pendapatan mereka.

Peningkatan pendapatan juga dipengaruhi oleh media sosial sebagai alat bantu untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen dan strategi mencari

target pasar yang lebih luas lagi. Media sosial merupakan tempat untuk membagikan informasi mengenai citra produk dan sebagai sarana komunikasi kepada para calon konsumen sehingga bisa menarik mereka untuk membeli produk tersebut (Febianti et al., 2022). Hasil penelitian dari Vionna & Agung (2022) menyatakan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM hal itu disebabkan karena biaya promosi cenderung murah dibandingkan promosi secara konvensional dan target pasar yang dijangkau lebih luas sehingga dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan kedepannya. Namun berbeda dengan hasil penelitian Susanto *et al.*, (2023) bahwa media sosial berpengaruh negatif terhadap tingkat penjualan yang secara langsung berimbas pada peningkatan pendapatan UMKM.

Selanjutnya salah satu faktor penting yang mempengaruhi peningkatan pendapatan UMKM adalah pemberian kredit dana untuk menjalankan usaha. Seperti hasil penelitian dari Mulyati (2017) yang menyatakan bahwa pemberian kredit berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Ketika pemberian kredit tersebut semakin tinggi maka akan semakin meningkat pula pendapatan UMKM tersebut. Sedangkan berbeda dengan hasil penelitian dari Hasyim *et al.*, (2023) yang menyatakan bahwa pemberian kredit memiliki pengaruh negatif terhadap peningkatan pendapatan UMKM dikarenakan kebijakan pemberian kredit yang kurang dari pihak Bank sehingga pemberian kredit untuk tujuan meningkatkan pendapatan justru disalahgunakan sebagai pemenuhan kebutuhan pribadi.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Vionna & Agung (2022) yang mana adanya penambahan variabel independen yaitu pemberian kredit dan objek penelitian yang berbeda. Penelitian dari Vionna & Agung (2022) objek penelitiannya para pelaku UMKM di Kota Dumai, Riau. Sedangkan objek penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kabupaten Jepara, Jawa Tengah. Lalu, alasan peneliti menambahkan variabel independen yakni pemberian kredit tersebut dikarenakan keberlangsungan sebuah UMKM untuk terus berkembang tidak terlepas dari pasokan dana untuk menjalankan aktifitas usaha serta diharapkan bisa lebih meningkatkan pendapatannya agar dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak lagi sehingga jumlah pengangguran dapat menurun di Indonesia khususnya di Kabupaten Jepara.

Dari pemaparan latar belakang diatas. Maka, Peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE*, *FINANCIAL TECHNOLOGY*, MEDIA SOSIAL DAN PEMBERIAN KREDIT TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DI KABUPATEN JEPARA”**.

1.2 Ruang Lingkup

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan masalah yang akan diteliti agar lebih terarah serta tidak menyimpang dari permasalahan yang ada yakni mengenai Pengaruh Penggunaan *E-commerce*, *Financial Technology*, Media Sosial dan Pemberian Kredit Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Jepara. Beberapa batasan yang peneliti tetapkan sebagai berikut:

1. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yang dipakai yaitu variabel independen dan variabel dependen.

Variabel independen yakni penggunaan *e-commerce* (X1), *financial technology* (X2), media sosial (X3), pemberian kredit (X4) dan variabel dependen yakni peningkatan pendapatan (Y).

2. Para pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Jepara menjadi batasan lingkup penelitian oleh peneliti.

1.3 Perumusan Masalah

Berlandaskan beberapa hal pemaparan dan uraian dalam penentuan judul, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Jepara?
2. Apakah *financial technology* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Jepara?

3. Apakah media sosial berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Jepara?
4. Apakah pemberian kredit berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Jepara?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan mengetahui tentang:

1. Pengaruh penggunaan *e-commerce* (X1) terhadap peningkatan pendapatan UMKM (Y) di Kabupaten Jepara.
2. Pengaruh *financial technology* (X2) terhadap peningkatan pendapatan UMKM (Y) di Kabupaten Jepara.
3. Pengaruh media sosial (X3) terhadap peningkatan pendapatan UMKM (Y) di Kabupaten Jepara.
4. Pengaruh pemberian kredit (X4) terhadap peningkatan pendapatan UMKM (Y) di Kabupaten Jepara.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan sumbangsih ilmu pengetahuan di bidang ekonomi khususnya ilmu akuntansi dalam kaitannya dengan memajukan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang sangat vital perannya bagi perekonomian suatu negara seperti Indonesia.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Instansi Terkait

Sebagai sarana bahan evaluasi dan saran yang diharapkan bermanfaat bagi pengaruh penggunaan *e-commerce*, *financial technology*, media sosial, dan pemberian kredit terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Jepara.

2. Pembaca

- a. Sebagai penambah wawasan tentang pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).
- b. Menjadi kajian untuk peneliti selanjutnya yang memiliki kesamaan dalam tema penelitian khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di masing-masing Kabupaten.

3. Peneliti Selanjutnya

Menambah pemahaman peneliti selanjutnya tentang pengaruh penggunaan *e-commerce*, *financial technology*, media sosial, dan pemberian kredit terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Jepara.