

BAB I

PENDAHULUAN

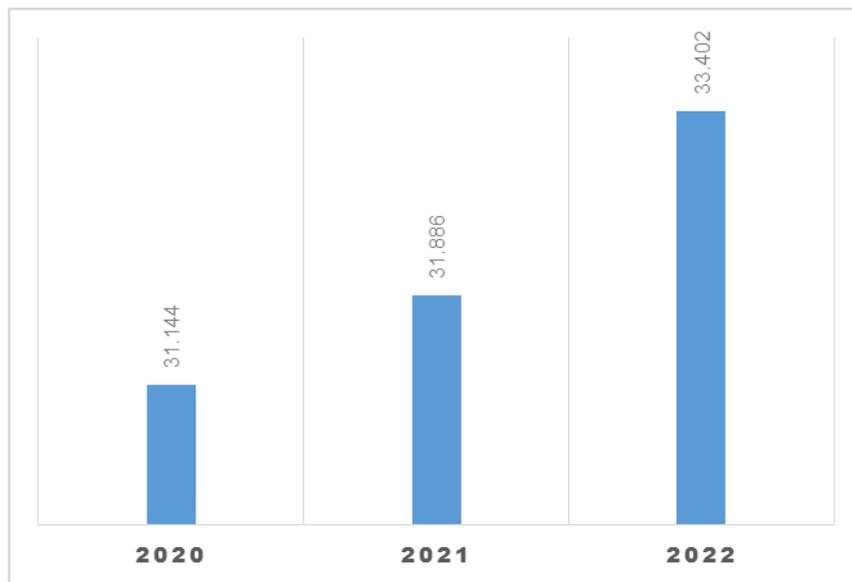
1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi pilar penting untuk perekonomian Indonesia. UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria aset dan omzet yang ditetapkan oleh Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Kontribusi besar UMKM meliputi penciptaan lapangan kerja, penyerapan tenaga kerja, dan terutama menjadi penahan saat terjadinya guncangan krisis ekonomi. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi.

Usaha mikro kecil dan menengah merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat di Indonesia. Bagi masyarakat yang berpendapatan rendah usaha kecil dapat menggerakkan aktivitas dalam perekonomian secara produktif. UMKM di Indonesia memiliki peran penting untuk pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Perdagangan merupakan suatu konsep perekonomian yang mana pembangunan perdagangan perlu dilakukan guna meningkatkan pendapatan produsen dan sekaligus menjamin kepentingan

konsumen, meningkatkan penerimaan devisa serta memperluas lapangan kerja (Rosita, 2021).

Gambar 1. 1
Grafik Data UMKM Kabupaten Demak Tahun 2020-2022



Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Demak, 2023

Dari data grafik di atas dapat dilihat bahwa di Kabupaten Demak memiliki banyak UMKM yang terus meningkat per tahunnya. Pada Tahun 2020 pelaku UMKM yang terdaftar sebanyak 31.144 orang. Pada tahun 2021 UMKM Kabupaten Demak meningkat sehingga bertambah 742 orang sehingga mencapai 31.886 pelaku UMKM. Pada Tahun 2022 bertambah cukup banyak pelaku UMKM mencapai 1.516 orang sehingga pelaku UMKM yang terdaftar sejumlah 33.402 orang. Semakin tahun pelaku UMKM semakin meningkat pesat hal ini dikarenakan banyak orang yang tertarik dengan menjalani bisnis UMKM yang dan pemerintah juga ikut serta untuk terus mengembangkan program – program yang mendukung UMKM.

Tingginya jumlah UMKM di Indonesia juga tidak terlepas dari tantangan yang ada, masalah umum yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah keterbatasan modal, sumber daya manusia yang berkualitas baik, keterbatasan teknologi, kurangnya informasi, dan pemasaran. Permasalahan baru muncul yaitu konsumsi *offline* menjadi *online*. Penggunaan dan pemanfaatan teknologi pada era revolusi industri 4.0 dapat menjadi kesempatan besar untuk pelaku UMKM meningkatkan pendapatan dan pengembangan usahanya. Namun teknologi yang semakin maju dan canggih ini belum dapat sepenuhnya dimanfaatkan oleh pelaku usaha dikarenakan minimnya pengetahuan dan pemahaman terhadap penggunaan teknologi sekarang. Perkembangan UMKM diharapkan dapat bersaing sehat dengan pasar besar di tengah bebasnya pasar yang terjadi saat ini (Sidik & Ilmiah, 2022).

Di Kabupaten Demak, UMKM merupakan salah satu sektor unggul yang diprioritaskan pengembangannya, di samping 3 sektor lain yakni pertanian, pariwisata dan kelautan perikanan. Hal ini menjadikan UMKM kabupaten Demak berpeluang besar untuk *go internasional*. Sektor UMKM diyakini lebih tahan terhadap krisis, mampu menggerakkan roda perekonomian daerah secara kontinyu dan mampu membuka lapangan pekerjaan. Sehingga cukup membantu pemerintah dalam mengatasi masalah pengangguran. Berkat keberadaan para pelaku UMKM, produk khas unggulan Demak dapat terangkat di pasar nasional maupun internasional.

Tabel 1. 1
Data Pendapatan UMKM Kabupaten Demak 2020 - 2022

2020	2021	2022
Rp 9.369.527.615.500	Rp 9.378.739.649.273	Rp 9.384.753.795.473

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Demak, 2023

Dilihat dari tabel 1.1 tentang data pendapatan UMKM Kabupaten Demak tiap tahun mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Pada tahun 2020 UMKM Demak omsetnya mencapai di angka Rp 9.369.527.615.500, meningkat di tahun 2021 menjadi Rp 9.378.739.649.273. Pada tahun 2023 pendapatan UMKM meningkat lagi menjadi Rp 9.384.753.795.473. Fenomena yang terdapat dalam pendapatan UMKM di Kabupaten Demak ini cukup menarik karena angka pendapatan yang terus meningkat. Namun secara presentase pertumbuhan pendapatan UMKM kabupaten Demak mengalami penurunan. Di tahun 2021 pendapatan naik sebesar 0,05% dari tahun 2020 tetapi pada tahun 2022 pendapatan UMKM mengalami penurunan sebesar 0,03%. Hal ini dikarenakan situasi UMKM dinilai tidak kondusif terutama dalam permodalan dan masih beradaptasi dengan adanya pemasaran online yang mendominasi (BumiAlumni.com, 2022). Sehingga para pelaku UMKM masih dibutuhkan bimbingan dan pendampingan untuk menguasai pemasaran *online* dan pemerataan bantuan pemerintah terutama permodalan UMKM.

Pemerintah Kabupaten Demak terus berupaya untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang kreatif. UMKM dibantu baik dari permodalan maupun pemasaran. Salah satunya adalah adanya platform *Go-DeSmart*. *Go- DeSmart*

adalah salah satu platform dari Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM Kabupaten Demak dalam upaya mempromosikan dan mempublikasikan produk - produk yang ada di Kabupaten Demak. Selain informasi pelaku UKM dan produk yang dihasilkan, website ini juga memberikan fasilitas peta lokasi keberadaan pelaku UMKM di Wilayah Kabupaten Demak. Hal ini sangat membantu para UMKM untuk memasarkan produknya agar dapat dikenal secara nasional maupun internasional. Pemerintah Kabupaten Demak juga melakukan validasi satu data untuk UMKM Kabupaten Demak dan menargetkan hingga 95 ribu UMKM yang akan tercatat. Harapannya akan ada 50% lebih data yang akan didapat agar data ini bisa menjadi acuan untuk mempermudah pemetaan pelaku usaha tersebut sesuai dengan spesifikasi produk yang dikembangkan. data ini juga diperlukan dalam rangka untuk perencanaan pendampingan dan fasilitasi UMKM. Agar jika ada bantuan dari pemerintah hal ini akan sesuai tepat dengan sasaran.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi pendapatan UMKM adalah modal usaha. Modal merupakan salah satu elemen penting yang harus mendapat perhatian oleh pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya karena perannya dalam menunjang kegiatan usaha (Laili & Setiawan, 2020). Modal bisa dari diri sendiri maupun pinjaman dari pihak lain. UMKM merupakan usaha perorangan atau kelompok kecil dengan modal dari pemilik yang jumlahnya terbatas. Untuk mendukung dan mengembangkan usahanya biasanya pelaku UMKM akan mencari tambahan modal dengan melakukan kredit pinjaman. Pemerintah juga menjalankan berbagai program untuk mendukung UMKM, namun hal ini masih memiliki banyak kendala. Salah satunya yaitu kendala geografis sehingga belum banyak

perbankan yang menjangkau daerah terpencil, kendala administratif yang disebabkan manajemen bisnis UMKM dan belum dapat memisahkan uang operasional rumah tangga dan usaha. Menurut penelitian Hasanah *et al.* (2020), Irawan & Ayuningsasi (2017), dan Marfuah & Hartiyah (2019) menyatakan bahwa modal berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM karena modal memiliki peran penting dalam usaha dan bisa menentukan bagaimana perkembangan suatu usaha kedepannya. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan Noviono & Pelitawati (2019) yang menyatakan bahwa modal berpengaruh negatif terhadap pendapatan UMKM karena semakin besar jumlah kas yang ada di suatu UMKM semakin tinggi pula likuiditasnya, namun tidak berarti UMKM harus berusaha untuk menyediakan uang kas yang banyak, sebab jumlah kas yang besar mencerminkan adanya kas yang menganggur atau tidak terpakai sehingga UMKM tidak bisa memaksimalkan uang tunai tersebut.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi pendapatan UMKM adalah tingkat pendidikan. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan tentang cara mengembangkan usaha dan mengelola usahanya. Tingkat pendidikan juga memiliki asosiasi positif terhadap kredit (Hasanah *et al.*, 2020). Semakin tinggi tingkat pendidikan yang dimiliki pelaku UMKM maka semakin besar kemungkinan untuk memahami ketentuan dan peraturan – peraturan perundangan yang berlaku. Pendidikan memiliki peranan penting dalam menciptakan masyarakat yang cerdas, damai, terbuka, dan demokratis (Irawan & Ayuningsasi, 2017). Tingginya pendidikan akan mempengaruhi kualitas sumber daya manusia yang merupakan investasi untuk masa depan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Laili &

Setiawan (2020), Marfuah & Hartiyah (2019), dan Prawira & Dewi (2019) menyatakan bahwa tingkat pendidikan memiliki pengaruh positif karena semakin tinggi pendidikan yang ditempuh pelaku UMKM akan semakin banyak memiliki pengetahuan dan wawasan untuk mengelola usahanya. Pendidikan tidak saja menambah pengetahuan akan tetapi meningkatkan keterampilan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Noviono & Pelitawati (2019) dan Saputra & Mulya (2018) yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh negatif pendapatan UMKM. Hal ini dikarenakan ilmu yang didapat selama masa pendidikan belum cukup memberikan bekal pengetahuan tentang menjalankan usahanya karena pendidikan tidak hanya diperoleh dari jalur formal saja melainkan bisa melalui pendidikan non formal seperti pelatihan – pelatihan serta ilmu dan pengalaman yang diwariskan oleh keluarga.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi pendapatan UMKM adalah teknologi. Saat ini pengembangan teknologi sudah sangat pesat baik dari teknologi informasi, teknologi, mesin, teknologi komputer, dan masih banyak lagi perkembangan teknologi yang sangat berguna bagi kehidupan manusia (Noviono & Pelitawati, 2019). Hal ini dibuktikan pada penelitian Hasanah *et al.* (2020) bahwa teknologi berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha. Dikarenakan semakin baik pelaku usaha dalam memanfaatkan atau menggunakan teknologi maka akan semakin meningkatkan produksi sehingga hal tersebut akan meningkatkan pendapatan usaha. Penelitian Marfuah & Hartiyah (2019) juga menunjukkan teknologi berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha. Mengingat dalam era yang semakin canggih, tentu teknologi turut berperan dalam menunjang usaha.

Terutama penggunaan teknologi dalam aspek pemasaran dan penjualan seperti penggunaan sosial media yang dapat menjangkau lebih banyak orang dalam waktu yang lebih singkat, biaya yang lebih sedikit dan lingkup yang lebih luas. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Fadul (2019) yang menyatakan bahwa teknologi berpengaruh negatif hal ini disebabkan karena beberapa UMKM dalam proses pemasaran masih menggunakan manual yaitu ketika ada konsumen membeli. Masih banyak UMKM yang belum bisa mengoptimalkan teknologi sekarang dan masih banyak wilayah yang belum menggunakan teknologi yang modern dan masih menggunakan proses manual.

Faktor keempat yang dapat mempengaruhi pendapatan UMKM adalah lama usaha. Lama usaha merupakan lama waktu yang dijalani pelaku usaha sejak menjalankan usahanya. Semakin lama usahanya maka akan semakin banyak pengalaman dan memahami situasi kondisi pasar. Penelitian Kusmawan & Juniari (2020) menyatakan bahwa lama usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha karena semakin lama pelaku usaha menekuni bidang usahanya maka akan mempengaruhi produktivitasnya sehingga hal tersebut akan meningkatkan pendapatan usaha. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosita (2021) yang menyatakan lama usaha berpengaruh negatif terhadap pendapatan karena pedagang yang baru berdagang belum mempunyai pengalaman banyak tetapi mereka sudah mempunyai pengetahuan tentang hal-hal dalam berdagang yang diperoleh dari meniru dan mengamati lingkungan sekitar. Pedagang baru lebih cenderung bisa menerima perubahan sehingga mampu berdaya saing.

Faktor kelima yang dapat mempengaruhi pendapatan UMKM adalah *internet*

marketing. Pada era masa sekarang sudah banyak sekali kegiatan *offline* menjadi *online* terutama pada kegiatan bisnis. *Internet marketing* merupakan kegiatan mempromosikan *brand* atau produk kepada target konsumen menggunakan *internet*. Kegiatan promosi ini dapat dilakukan di semua media yang terhubung dengan *internet* sehingga semua orang dengan mudah mengaksesnya. Pada penelitian Mubarak & Sulistyowati (2020) menyatakan bahwa *internet marketing* berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha karena banyak masyarakat yang menggunakan dan sangat luas untuk mencari informasi yang mereka butuhkan. Dalam penelitian Herosian & Samvara (2020) yang menyatakan bahwa *internet marketing* memiliki pengaruh negatif terhadap pendapatan UMKM. Hal ini disebabkan karena banyak masyarakat yang masih kurang memahami tentang penggunaan layanan aplikasi belanja *online* baik dari fitur penjualan atau pembelian. Tidak jarang juga masih banyak pelaku UMKM yang masih kurang paham tentang bagaimana cara menjual produknya lewat *online* sehingga mereka hanya mengandalkan lewat promosi *offline*.

Penelitian tentang pendapatan UMKM sudah banyak dilakukan akan tetapi hasilnya yang tidak konsisten maka perlu diperlukan penelitian kembali. Penelitian ini mereplikasikan penelitian yang dilakukan oleh Hasanah *et al.*, (2020) yaitu objek penelitiannya pada UMKM di Kabupaten Purbalingga. Mengacu pada penelitian terdahulu, perbedaan pertama penelitian ini dengan Hasanah *et al.*, (2020) yaitu dengan penambahan variabel independen antara lain lama usaha dan *internet marketing*. Alasannya karena pada penelitian sebelumnya peneliti menyarankan adanya penambahan variabel – variabel yang bisa untuk diteliti lebih

lanjut terhadap pendapatan UMKM dan lebih banyak sampel (Hasanah *et al.*, 2020), salah satunya yaitu lama usaha dikarenakan pada penelitian – penelitian terdahulu hasil variabel lama usaha masih sering tidak konsisten maka dari itu untuk memperkuat hasilnya lagi peneliti menambahkan variabel ini dalam penelitian. Lama usaha menjadi salah satu faktor dalam pendapatan UMKM, hal ini didukung oleh penelitian Anggraini (2019) bahwa semakin lama usaha kita berdiri maka akan semakin mudah memahami selera konsumen dan memenuhi permintaan konsumen sehingga penjualannya meningkat dan pendapatan semakin meningkat. Salah satu jenis pemasaran yang memanfaatkan media yang ada di *internet* adalah *viral marketing* atau pemasaran viral. Pemasaran viral adalah model pemasaran dari mulut ke mulut dengan menggunakan media *internet* atau *Internet Word of Mouth*. *Viral* berarti virus yang penyebarannya berlangsung dengan cepat (Harto *et al.*, 2019). Dalam era sekarang pemasaran melalui *online* sangat berpeluang tinggi untuk meningkatkan pendapatan UMKM. Konsumsi *online* yang mempermudah pembeli untuk mendapatkan kebutuhan yang diinginkan tanpa harus datang ke toko secara langsung. Semakin luas pangsa pasar yang dimiliki pengusaha maka semakin berpeluang tinggi meningkatkan pendapatan. Oleh karena itu variabel lama usaha dan *internet marketing* yang dipilih menjadi variabel penambah dalam penelitian ini.

Perbedaan yang kedua adalah lokasi penelitian yaitu di Kabupaten Demak. Penulis memilih tempat ini dikarenakan fenomena pendapatan UMKM Demak perkembangannya cukup pesat tiap tahunnya dan sangat didukung pemerintah untuk selalu mengembangkan dan memasarkan produknya agar menjadi *go*

internasional. Dengan adanya penelitian ini untuk membuktikan bahwa modal, tingkat pendidikan, dan teknologi serta dengan tambahan variabel lama usaha dan *internet marketing* apakah akan memperkuat penelitian sebelumnya atau menunjukkan hasil yang berbeda di tempat yang berbeda.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH MODAL, TINGKAT PENDIDIKAN, TEKNOLOGI, LAMA USAHA, DAN PENERAPAN *INTERNET MARKETING* TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH KABUPATEN DEMAK”**.

1.2 Ruang Lingkup

Penelitian ini termasuk dalam bidang UMKM, yang akan meneliti pengaruh modal, tingkat pendidikan, teknologi, lama usaha, dan penerapan *internet marketing* terhadap pendapatan UMKM Kabupaten Demak. Agar tidak menyimpang dari topik yang akan dibahas, maka penelitian ini dibatasi beberapa masalah yaitu :

1. Subjek penelitian adalah pelaku UMKM Kabupaten Demak.
2. Variabel dependen dari penelitian ini adalah pendapatan UMKM.
3. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah modal, tingkat pendidikan, teknologi, lama usaha, dan penerapan *internet marketing*.
4. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner yang diberikan langsung kepada pelaku UMKM Kabupaten Demak.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas, maka timbul masalah – masalah yang sering dihadapi pelaku UMKM antara lain terdapat ketidakstabilan pendapatan yang diperoleh pelaku UMKM, kurangnya pengetahuan dalam mengelola modal dan mengembangkan usahanya, dan terbatasnya pengetahuan teknologi yang bisa digunakan untuk mendapatkan informasi tentang strategi pemasarannya melalui *internet* sesuai dengan perkembangan teknologi sekarang. Maka peneliti merumuskan permasalahan di dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah modal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM Kabupaten

Demak?

2. Apakah tingkat pendidikan berpengaruh terhadap pendapatan UMKM Kabupaten Demak?
3. Apakah teknologi berpengaruh terhadap pendapatan UMKM Kabupaten Demak?
4. Apakah lama usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM Kabupaten Demak?
5. Apakah *internet marketing* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM Kabupaten Demak?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, ruang lingkup, dan rumusan masalah yang dijelaskan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh modal terhadap pendapatan UMKM Kabupaten Demak.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tingkat pendidikan terhadap pendapatan UMKM Kabupaten Demak.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh teknologi terhadap pendapatan UMKM Kabupaten Demak.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lama usaha terhadap pendapatan UMKM Kabupaten Demak.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penerapan *internet*

marketing terhadap pendapatan UMKM Kabupaten Demak.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan, dan informasi berkaitan dengan pengaruh modal, tingkat pendidikan, teknologi, lama usaha, dan penerapan *internet marketing* terhadap pendapatan UMKM.
- b. Penelitian ini diharapkan juga memberikan bahan referensi dan masukan bagi peneliti selanjutnya dalam bidang UMKM atau kewirausahaan.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat penelitian – penelitian sebelumnya tentang yang mempengaruhi pendapatan UMKM.

2. Manfaat Secara Praktis

- a. Bagi Pemerintah, dapat memberikan masukan bagi pemerintah khususnya Pemerintah Daerah Kabupaten Demak dalam menentukan kebijakan terutama yang berkaitan dengan UMKM.
- b. Bagi Pelaku UMKM, dari hasil penelitian ini diharapkan sebagai informasi kepada pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya.
- c. Bagi Penulis, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana akuntansi jurusan Akuntansi Universitas Muria Kudus dan juga menambah pengetahuan dan pengalaman penulis agar dapat

mengembangkan ilmu yang diperoleh selama menjalani perkuliahan.
Bagi pihak lain penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pihak lain
dalam penyajian informasi untuk mengadakan penelitian serupa.

