

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Di Kabupaten Pati yang juga dikenal dengan nama *Java Kapok* (Kolonial Belanda), keberhasilan usaha ini mengakibatkan hampir seluruh (sebagian besar) penduduk menjadi pemilik kapuk. Hasilnya, terjadi perubahan positif di bidang sosial, ekonomi, dan agama serta tingkat pendidikan anak-anak pun membaik. Ini merupakan salah satu contoh bisnis yang terus berkembang dan menghasilkan banyak keuntungan/pendapatan karena, hasil produksi yang semakin meningkat, ketersediaan bahan baku yang mencukupi dan tenaga kerja yang semakin stabil. Pengrajin kapuk biasanya menjual dalam bentuk kapuk pres, kasur, bantal, atau guling. Produksi produk ini kini telah mencapai pasar internasional. Seperti Hindia, Bangladesh, Jepang dan Cina. Apalagi produksi Kasur kapuk Indonesia belum tertandingi dengan negara lain. Seratnya yang sangat *elastis*, mampu menahan masuknya hawa panas dan dingin. Kasur kapuk jawa berdaya apung tinggi di atas permukaan air, berdaya redam suara, dan tidak disukai kutu.

Di tengah populernya kasur – kasur modern seperti springbed, masyarakat Indonesia masih terbiasa menghabiskan waktu tidurnya dengan kasur kapuk. Pengrajin terus memproduksinya karena masih laku di pasaran. Hasil dari wawancara salah satu pengrajin kasur kapuk di desa karaban, Ahmad Ridwan mengaku menjual kasur kapuk hingga 400 buah setiap bulannya ke Kalimantan. Dia mengklaim kasur buatannya empuk dan nyaman. Di musim hujan, kasurnya bakal terasa hangat, tapi di musim

kemarau, kasurnya terasa sejuk. Akan tetapi produksi kasur kapuk sekarang tidak semudah di tahun – tahun sebelumnya pasalnya menurut balai penyuluhan Dinas Pertanian Pati setidaknya ada 100 pohon kapuk randu bisa memproduksi 380 kilogram kapas. Pohon kapuk yang sangat dibutuhkan sebagai bahan baku semakin berkurang di pati dan sekitarnya. Menurut pemilik pengolahan dan pengepakan kapuk UD Causa Prima di Desa Karaban Supeno mengatakan bahwa 700 ribu pohon kapuk randu di Pati, 30 persennya di tebang dengan alasan mengganggu jalan atau akan dijadikan sebagai bahan furniture. “Lima tahun kedepan, jika pohon randu tidak dilestarikan rumah produksi kapuk akan mengalami kebangkrutan., Padahal lebih dari 5 ribu pekerja yang bergantung terhadap kapuk, ujar Supeno” seorang pemilik produksi kasur kapuk hal tersebut yang mengakibatkan harga naik sehingga modal yang di butuhkan akan ikut naik ujar Supeno. Banyak pengrajin kasur kapuk yang mengeluhkan masalah tersebut, banyak juga pengrajin kasur kapuk mencari isian kasur sampai ke Jawa Timur, akan tetapi harga kapuk disana sangat mahal sehingga tidak cocok untuk di jadikan bahan baku kasur kapuk (medcom.id 2022).

Selain penjelasan dari beberapa pengrajin kasur kapuk di atas adapun tabel pendapatan dari beberapa pengrajin kasur kapuk yang ada di Kabupaten Pati yaitu dari UD Causa Prima milik Supeno yang beralamat di Desa Karaban Kecamatan gabus Kabupaten Pati, UD Kapuk Jaya milik Supardi alamat di Desa Karaban Kecamatan Gabus Kabupaten Pati, UD Bintang Timur milik Sukirman alamat di Desa Bogotanjung Kecamatan Gabus Kabupaten Pati, UD Sri Jaya milik Sri Sukowati

alamat di Desa Sundoluhur Kecamatan Kayen Kabupaten Pati, dan UD Melati Indah milik Sulastri yang beralamat di Desa Karaban Kecamatan Gabus Kabupaten Pati. sebagai pendukung dalam memvalidasi data yang saya ambil dari beberapa nasurmbner tersebut.

**Tabel 1. 1**  
**Pendapatan Pengrajin Kasur Kapuk tahun 2019 -2024**

No	Keterangan	Harga Per Barang	Total Pendapatan Tahun 2019	Total Pendapatan Tahun 2024
1.	UD. Causa Prima	Rp. 100.000 s.d Rp. 300.000	Rp. 960.000.000 /400pcs	Rp. 772.800.000 /280pcs
2.	UD. Kapuk Jaya	Rp. 100.000 s.d Rp. 300.000	Rp. 540.000.000 /250pcs	Rp. 496.800.000 /230pcs
3.	UD. Bintang Timur	Rp. 100.000 s.d Rp. 300.000	Rp. 888.000.000 /380pcs	Rp. 648.000.000 /300pcs
4.	UD. Sri Jaya	Rp. 100.000 s.d Rp. 300.000	Rp. 777.000.000 /350pcs	Rp. 648.000.000 /270pcs
5.	UD. Melati Indah	Rp. 100.000 s.d Rp. 300.000	Rp. 945.000.000 /400pcs	Rp. 898.320.000 /380pcs

Sumber : Peneliti, 2024

Dalam kurun waktu 2019-2014 terjadi penurunan pendapatan pengrajin kasur kapuk di Pati. Dari data tabel diatas di mulai dari penurunan pendapatan UD Causa Prima milik Supeno pada tahun 2019 penjualan kasur kapuk mencapai 400 pcs dengan total pendapatan Rp. 960.000.000 sedangkan pada tahun 2024 mengalami penurunan penjualan 280 pcs dengan pendapatan total Rp. 772.800.000. kemudian penurunan pendapatan pada UD Kapuk Jaya milik Supriyadi, pada tahun 2019 dari penjualan 250

pcs kasur kapuk dengan total pendapatan Rp.540.000.000 sedangkan pada tahun 2024 penjualan hanya 230 pcs kasur kapuk dengan pendapatan Rp. 496.800.000. Penurunan pendapatan juga terjadi pada UD Bintang Timur milik Subakir, pada tahun 2019 dari penjualan 380pcs kasur kapuk dengan pendapatan Rp. 888.000.000 sedangkan pada tahun 2024 penjualan 300pcs kasur kapuk dengan pendapatan Rp. 648.000.000. Pada UD Sri jaya juga mengalami penurunan penjualan pada tahun 2019 dari penjualan 350 pcs kasur kapuk dengan pendapatan Rp. 777.000.000 sedangkan pada tahun 2024 penjualan 270 pcs dengan total pendapatan Rp. 648.000.000. Dan penurunan pendapatan juga terjadi pada UD Melati Indah milik ibu Sulastri yang pada tahun 2019 penjualan mencapai 400 pcs kasur kapuk dengan total pendapatan mencapai 945.000.000 sekarang penjualan hanya mampu menjual 380 pcs dengan total pendapatan 898.320.000.

Berdasarkan data tabel dari beberapa narasumber diatas terdapat fenomena yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian ini adalah penurunan pendapatan dari tahun 2019 sampai 2024,yang di sebabkan adanya daya saing industri serta berkurangnya bahan baku kapuk di Kabupaten Pati. Oleh karena itu, seorang produsen harus melakukan tindakan pencegahan seperti melakukan peningkatan metode penjualan serta melakukan penanaman pohon kapuk kembali pada lahan kosong sehingga produksi kasur kapuk tetap berjalan dan tidak dapat tersaingi dengan produk yang lain seperti kasur springbed dan kasur busa. Penjualan kasur kapuk tersebut kebanyakan masih dilakukan secara manual atau dengan cara face to face. Banyak pengrajin kasur

kapuk yang belum mengerti cara memasarkan produknya melalui aplikasi E-commerce, disamping itu pemenuhan kebutuhan konsumen yang beragam ditambah daya pesaing yang cukup banyak pengrajin kasur kapuk harus tanggap dalam menghadapi era modern untuk lebih mengetahui kualitas dari produk lain dan bisa memasarkan produknya ke jejaring E-commerce agar memudahkan akses lokasi usaha dan dapat menjadikan tempat lokasi pemasaran yang strategis. Untuk itu seorang pengrajin kasur kapuk harus memiliki modal untuk keberlangsungan perusahaannya. Adapun faktor – faktor yang perlu di perhatikan seorang pengrajin kasur kapuk untuk menanggulangi masalah tersebut yaitu :

Faktor pertama bagi pelaku UMKM pengrajin kasur kapuk adalah persoalan permodalan. Modal merupakan pergerakan dalam aktivitas suatu usaha dan operasionalnya, serta pembelian persediaan seperti bahan baku dan produk yang akan dijual untuk mendukung eksistensi UMKM (Nopiyanti 2022) . Variabel modal mempunyai 4 karakteristik yaitu modal syarat untuk usaha artinya modal usaha mutlak merupakan syarat untuk melakukan kegiatan usaha, pemanfaatan modal tambahan artinya bantuan sumber modal yang diterima pengusaha atau pelaku usaha yang di manfaatkan untuk keberlangsungan usahanya, besar modal artinya modal merupakan faktor yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan usaha, dan hambatan sumber modal eksternal yang artinya sulitnya memperoleh modal eksternal.

Penelitian tentang modal usaha yang dihubungkan dengan pendapatan umkm telah dilakukan oleh penelitian terdahulu. Diantaranya dilakukan oleh (Aji dan

Listyaningrum 2021), dan (Tri, dkk 2023) berhasil membuktikan bahwa terdapat berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM sedangkan pada penelitian (Syahputra dkk, 2022) menyatakan bahwa modal usaha tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.

Faktor kedua, untuk menilai keberhasilan produksi UMKM, harus ditentukan lokasi usahanya. Lokasi usaha juga dapat dikatakan sebagai pusat distribusi penyampaian produk kepada pelanggan. Penentuan lokasi usaha dalam perspektif Alfred Weber yang ditulis di bukunya *Uber den Standort der Industrien* tahun 1909 ditentukan oleh jenis industrinya. Pemilihan lokasi didasarkan pada lokasi yang dapat meminimalkan biaya sehingga memungkinkan bisnis memaksimalkan pendapatan (Aji dan Listyaningrum, 2021).

Penentuan lokasi usaha dapat dijadikan patokan untuk membangun usahanya. Lokasi usaha juga memiliki kriteria seperti akses lokasi usaha yang mudah, dapat dilihat dalam jarak pandang normal, lingkungan yang mendukung, dan persaingan usaha yang tidak terlalu banyak. Penelitian mengenai lokasi usaha terhadap pendapatan telah dilakukan oleh penelitian terdahulu seperti (Narizki & Ardi 2021), (Aji dan Listyaningrum 2021), dan (Syahputra, dkk 2022) yang menyatakan bahwa lokasi usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM. Sedangkan menurut (Sari dan Astutiningsih 2022) menyatakan bahwa lokasi usaha tidak memiliki pengaruh terhadap pendapatan umkm.

Faktor ketiga adalah lokasi pemasaran. lokasi pemasaran memiliki kapasitas yang besar untuk menghasilkan satu produk dan memberikan keuntungan yang signifikan dalam

proses produksi. Dalam meluncurkan suatu bisnis, perlu disusun strategi pemasaran agar produk dapat terjual. hal ini dibagi menjadi tiga bagian: yang pertama adalah promosi produk dan pasar, yang kedua adalah strategi distribusi dan pemasaran, dan yang ketiga adalah implementasi strategi penetapan harga, pengadaan, produk, dan promosi. Oleh karena itu, lokasi pemasaran menjadi faktor terpenting dalam menentukan ketersediaan peserta umkm. Hal ini penting untuk dipahami karena jika suatu strategi berhasil atau membaik maka akan berdampak pada pendapatan umkm (Syahputra dkk, 2022).

Penelitian lokasi pemasaran juga memiliki beberapa kriteria seperti, Produk yang artinya sesuatu yang bisa ditawarkan kepada pembeli berupa barang atau jasa, Harga yang artinya penentapan suatu harga pada produk harus yang paling tepat, Lokasi yang artinya segala aktivitas perusahaan untuk mendistribusikan produknya, dan promosi yang artinya suatu cara untuk mempromosikan produknya kepada pembeli.

Penentuan lokasi pemasaran terhadap pendapatan umkm telah dilakukan oleh penelitian terdahulu yaitu dari (Aji dan Listyaningrum 2021) yang menyatakan bahwa lokasi pemasaran berpengaruh positif terhadap pendapatan. Sedangkan penelitian dari (Wepo, 2023) dan (Mega, 2021) menyatakan bahwa lokasi pemasaran tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.

Faktor ke empat yaitu kualitas produk, kualitas produk merupakan faktor yang mempengaruhi kemauan konsumen untuk membeli dan menggunakan suatu produk, jika kualitas produk bagus, maka dapat memenuhi kebutuhan konsumen pada titik

harga yang lebih tinggi dan menghasilkan peningkatan penjualan. Menurut Nabhan dan Kresnaini, jika konsumen yakin adanya kebutuhan terhadap suatu produk tertentu dan produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen, maka kemungkinan besar ia akan membelinya yang di kutip dari penelitian (Syahputra dkk, 2022).

Aspek terpenting dari kualitas produk adalah memastikan bahwa produk tersebut mempunyai kualitas yang tinggi seperti yang diharapkan dan diinginkan oleh konsumen (Dewi, 2023). Kualitas produk memiliki 6 kriteria yaitu Estetika, Keandalan, Model atau desain produk, Sesuai dengan selera konsumen, Diterima dipasar, Desain kualitas.

Penentuan kualitas produk yaitu memiliki pengaruh terhadap pendapatan UMKM karena kualitas produk terhadap pendapatan telah di teliti oleh beberapa peneliti sebelumnya yaitu (Novaldi, dkk 2023), (Fauzi 2019) yang sama – sama menyatakan bahwa lokasi usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan umkm. Sedangkan penelitian dari (Syahputra, dkk 2022) menyatakan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap pendapatan umkm.

Faktor lain yang muncul sebagai variabel independen dalam penelitian ini adalah faktor teknologi. Teknologi dapat mendukung keberlangsungan usaha, dan teknologi sangat berpengaruh bagi proses bisnis, baik itu perusahaan yang sudah berlangsung atau yang sedang rintis. Di masa revolusi industri ini, pelaku umkm harus menggunakan media digital yang terhubung dengan *e-commerce*. Salah satu manfaat penggunaan *e-commerce* bagi UMKM adalah kemampuannya untuk meningkatkan

pangsa pasar sehingga memperoleh akses ke pasar Internasional (Ridhiyawati, dkk 2022).

Menurut penelitian yang dilakukan (Ayu, dkk 2021), *e-commerce* merupakan salah satu jenis metode bisnis elektronik yang berfokus pada transaksi individu dengan menggunakan internet sebagai media pembelian barang atau jasa. Menurut ahli pengembangan Metodologi *System Development Rainer dan Cigielski* percaya bahwa *e-commerce* mengacu pada proses pembelian, penjualan, *transfer*, atau penyimpanan barang, jasa, atau informasi menggunakan jaringan komputer, seperti internet. Manfaat utama *e-commerce* adalah akses ke dan dari pasar global. *e-commerce* mengurangi hambatan geografis bagi beberapa bisnis yang ingin terlibat dalam perdagangan global. Penelitian tentang *e-commerce* yaitu memiliki beberapa kriteria antara lain, harga mengacu pada harga barang atau jasa yang dapat di beli dengan uang atau sumber daya lain pada waktu dan lokasi tertentu, variasi vroduk yaitu kategori produk yang biasa di gunakan sebagai pemilihan produk, marketing kreatif adalah metode penjualan produk kepada pelanggan, Pelayanan adalah kegiatan yang bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan, dan desain aplikasi yaitu alat yang di gunakan untuk memfalisitasi pengguna aplikasi *e-commerce*.

Penentuan teknologi *e-commerce* memiliki pengaruh terhadap pendapatan umkm, penelitian sebelumnya seperti (Gustina, dkk 2022), (Ridhiyawati, dkk 2022), dan (Syahputra, dkk 2022) yang menyatakan bahwa teknologi *e-commerce* berpengaruh

positif terhadap pendapatan umkm. Sedangkan hasil penelitian dari (Ulfi, 2022) yang menyatakan bahwa e-commerce tidak berpengaruh terhadap pendapatan.

Penelitian ini adalah pengembangan dari penelitian (Syahputra, dkk 2022), namun ada beberapa perbedaan dari penelitian (Syahputra, dkk 2022) yaitu yang pertama, penelitian ini telah menambahkan satu variabel independent yaitu variabel *e-commerce*. Perbedaan yang kedua yaitu terhadap wilayah pada objek penelitian, objek penelitian sebelumnya dilakukan pada UMKM di Kabupaten Deli Serdang sedangkan penelitian yang sekarang dilakukan pada umkm yang ada di Kabupaten Pati. Alasan penambahan variabel *e-commerce* pada penelitian ini adalah seorang pelaku umkm selalu membutuhkan teknologi seperti *e-commerce* untuk membantu perkembangan usahanya dalam memasarkan produk yang produksinya. Serta dapat memperoleh informasi yang tepat dan akurat untuk meperoleh pendapatan yang lebih maksimal.

Dengan adanya penambahan variabel *e-commerce* memungkinkan pengrajin kasur kapuk dapat memasarkan produknya dengan mudah melalui aplikasi *e-commerce* dan agar lebih mudah menjangkau konsumen yang jauh dari tempat produksi sehingga pendapatannya semakin meningkat. Oleh karena itu peneliti yang sekarang tertarik untuk mengambil judul penelitian yakni **“Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran, Kualitas Produk, Dan E-Commerce Terhadap Pendapatan Umkm Pada Pengrajin Kasur Kapuk Di Kabupaten Pati.”**

## **1.2 Ruang Lingkup**

Penelitian ini berfokus terhadap pengaruh pendapatan pada UMKM maka ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran, Kualitas Produk, Dan *E-Commerce*.
2. Objek penelitian ini adalah Umkm pengrajin kasur kapuk yang ada di pati.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah di dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap pendapatan pada UMKM pengrajin kasur kapuk di Kabupaten Pati.
2. Apakah lokasi usaha berpengaruh terhadap pendapatan pada UMKM pengrajin kasur kapuk di Kabupaten Pati.
3. Apakah lokasi pemasaran berpengaruh terhadap pendapatan pada UMKM pengrajin kasur kapuk di Kabupaten Pati.
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap pendapatan pada UMKM pengrajin kasur kapuk di Kabupaten Pati.
5. Apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap pendapatan pada UMKM pengrajin kasur kapuk di Kabupaten Pati.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui karakteristik modal usaha berpengaruh terhadap pendapatan umkm pengrajin kasur kapuk di Kabupaten Pati.

2. Untuk mengetahui lokasi usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM pengrajin kasur kapuk di Kabupaten Pati.
3. Untuk mengetahui lokasi pemasaran berpengaruh terhadap pendapatan UMKM pengrajin kasur kapuk di Kabupaten Pati.
4. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap pendapatan UMKM pengrajin kasur kapuk di Kabupaten Pati.
5. Untuk mengetahui *e-commerce* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM pengrajin kasur kapuk di Kabupaten Pati.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat yang baik sebagai berikut:

1. Manfaat untuk peneliti selanjutnya dapat menambah pengetahuan tentang teori yang ada, serta mampu memberikan referensi bagi penelitian selanjutnya, dan dapat mengembangkan konsep dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya.
2. Manfaat untuk pembaca dapat menjadi bahan informasi yang ingin mempelajari masalah perihal kasur kapuk, dan manfaat lainnya dapat menambah wawasan, memahami mengenai modal, lokasi usaha, lokasi pemasaran, kualitas produk, *E-commerce* dan metode implementasinya terhadap pendapatan pengrajin Kasur kapuk.