

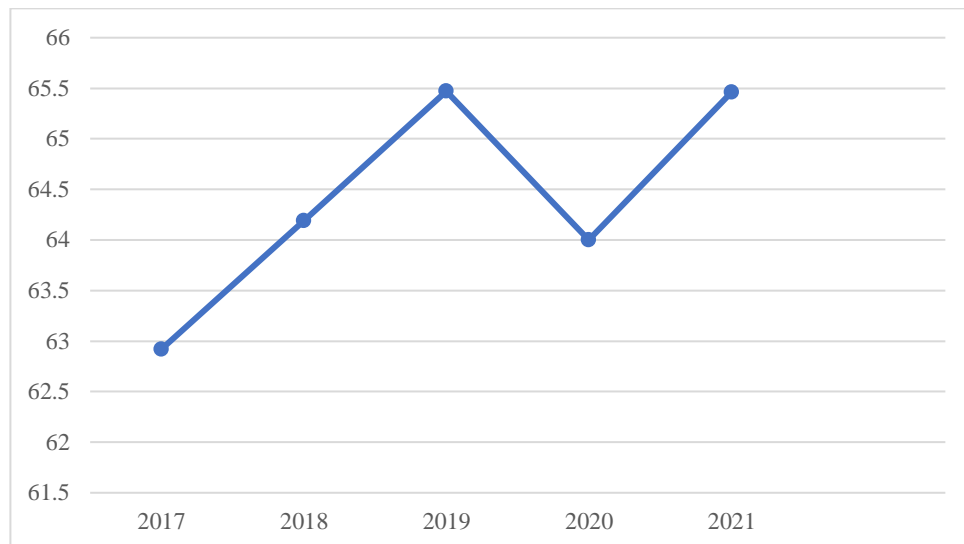
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha mikro kecil dan menengah yang selanjutnya disebut UMKM adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi (Tambunan dalam Wibowo, 2018). UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Usaha mikro kecil dan menengah merupakan pondasi dasar perekonomian kerakyatan. Hal ini dikarenakan UMKM ini dapat dijalankan oleh setiap individu tanpa perlu menggunakan modal yang besar sehingga bagi siapapun yang ingin menjalankan UMKM dapat membantu penyerapan tenaga kerja khususnya bagi pelaku usaha itu sendiri sehingga, akan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan masyarakat dan meningkatkan taraf hidup dengan berkurangnya pengangguran yang ada.

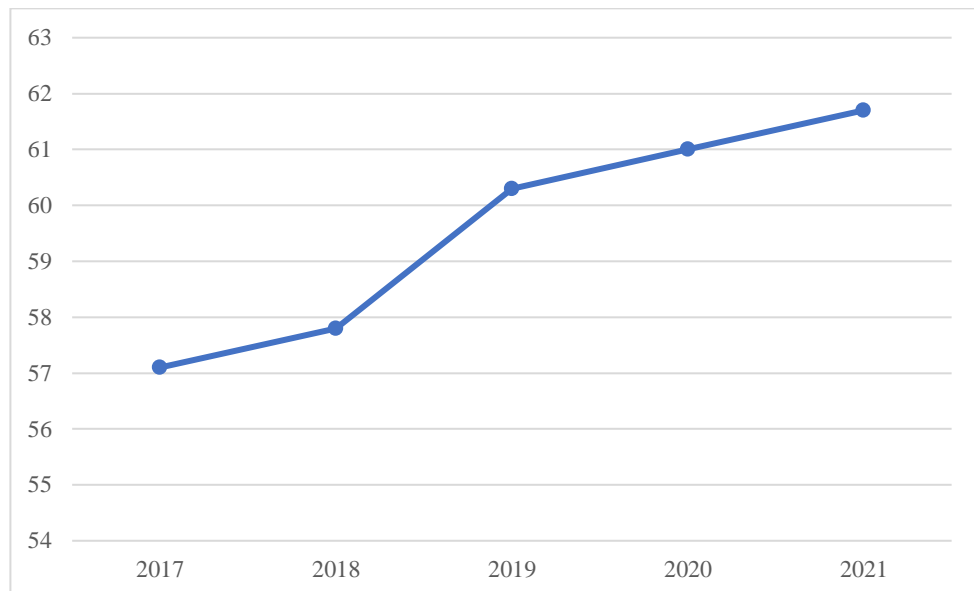
UMKM mempunyai peranan penting dalam upaya pembangunan dan pertumbuhan ekonomi negara. Selain mempunyai peran dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, UMKM juga memiliki peranan lain yang tidak kalah penting ialah mengatasi masalah pengangguran. Hal tersebut dikarenakan bahwa UMKM dapat membuka lapangan pekerjaan baru walaupun kuantitas lapangan pekerjaannya kecil. Akan tetapi jumlah UMKM di Indonesia sangatlah besar sehingga kontribusinya dalam penurunan pengangguran sangat besar. Berikut jumlah UMKM di Indonesia tahun 2017-2021:



Gambar 1.1 Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia Tahun 2017-2021

Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, diolah

Berdasarkan gambar 1.1 yang dilansir dari dataindonesia.id perkembangan jumlah UMKM cenderung meningkat, hal tersebut dapat dilihat dari tahun 2017 hingga 2019 mengalami peningkatan sebesar 2,55 juta unit. Pada tahun 2019 hingga 2020 mengalami penurunan yang signifikan, penurunan tersebut terutama disebabkan oleh adanya Covid-19. Namun pada tahun 2021 mengalami peningkatan kembali sebesar 2,28 persen. Dari periode 5 tahun tersebut jumlah UMKM paling besar berada pada tahun 2019 yaitu dengan jumlah 65,47 juta unit. Seiring dengan program pemulihan perekonomian pasca Covid-19 jumlah UMKM juga kembali pulih bahkan jumlah UMKM pada tahun 2021 hampir sama dengan tahun 2019 sebelum adanya Covid-19.



Gambar 1.2 Kontribusi UMKM terhadap PDB Tahun 2017-2021

Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah

Seiring dengan bertambahnya jumlah UMKM di Indonesia, kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia juga terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dilihat berdasarkan PDB pada gambar 1.2, kontribusi UMKM mengalami peningkatan sepanjang tahun. Pada tahun 2017 mencapai 57,1 persen, di tahun berikutnya mencapai 57,8 persen yang menunjukkan adanya peningkatan 0,7 persen dari tahun sebelumnya. Sementara dari tahun 2018 hingga 2019 mengalami peningkatan yang signifikan, sebesar 2,5 persen. Hal ini terjadi karena adanya dukungan dari pemerintah mengenai peningkatan UMKM.

Salah satu program pemerintah mengenai UMKM yaitu tentang agenda pembangunan perekonomian Indonesia dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat melalui pemberdayaan usaha, mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM berperan penting bagi perekonomian nasional dalam pertumbuhan

ekonomi, penyerapan tenaga kerja, dan distribusi hasil pembangunan. Kabupaten Garut termasuk lima kota/kabupaten di Jawa Barat yang memiliki UMKM terbanyak. Potensi sumber daya alam yang memadai dan pangsa pasar yang luas melalui objek pariwisata alamnya memberikan peluang Kabupaten Garut mengembangkan UMKM ekonomi kreatif. Terbukti dari tabel 1.1 terdapat beberapa sentra usaha kreatif yang unggul di wilayah Priangan Timur dan menunjukkan bahwa sebagai salah satu kawasan *home industry*, Kabupaten Garut memiliki beberapa sentra usaha kreatif yang menonjol sebagai berikut:

Tabel 1.1 Sentra Usaha Kabupaten/Kota di Priangan Timur

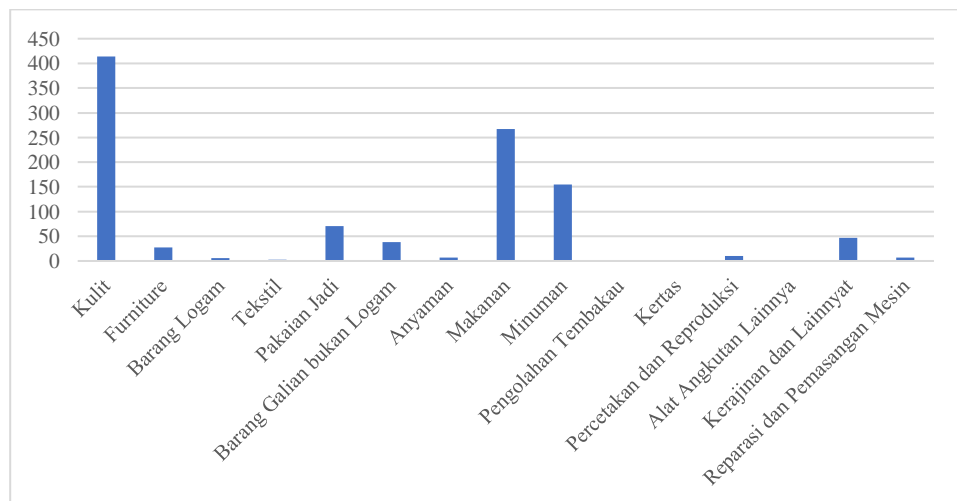
Kabupaten/Kota	Sentra Usaha
Tasikmalaya	Bordir, alas kaki/kelom geulis, kerajinan mendong, kerajinan bambu, konveksi, kerajinan payung, batik, mebel, makanan, sentra barang dari tekstil lainnya, kerajinan kulit dan imitasi.
Sumedang	Kerajinan ukiran kayu dan logam, kerajinan batok, tahu, ubi cilembu, peuyeum cigendel, oncom, opak oded.
Garut	Kulit, sutra, batik, bulu unggas, tenun ikat sutra, kerajinan akar wangi, dodol garut, dorokdok.
Ciamis	Alat pancing, keripik, kurupuk, sale pisang, gurame soang, galendo, kerajinan lidi kelapa.
Banjar	Perkebunan, makanan ringan, kerajinan alat masak.
Pangandaran	Kawasan wisata pantai, perikanan.

Sumber: Bappeda Jawa Barat

Terlihat dari tabel 1.1 bahwa salah satu ciri khas Kabupaten Garut yang terkenal adalah kerajinan kulitnya. Berdasarkan sejarahnya, lama usaha kulit di Garut ini dimulai sejak tahun 1930an dan terus berkembang hingga sekarang. Berdasarkan lamanya usaha dan kemajuan usaha kulit di Kabupaten Garut tersebut maka tingkat pendapatan pelaku UMKM meningkat dan menyebabkan peluang untuk melanjutkan sekolah lebih tinggi, bisa dilihat dari rata-rata lama sekolah di Kabupaten Garut dalam 3 tahun terakhir mengalami peningkatan,

pada tahun 2020 rata-rata lama sekolah mencapai 7,52 tahun, meningkat pada tahun 2021 mencapai 7,53 tahun, dan pada tahun 2022 mencapai 7,83 tahun. Dengan meningkatnya angka rata-rata lama sekolah ini bisa dikatakan bahwa sumber daya manusia di Kabupaten Garut semakin membaik, sehingga mampu mendorong sektor-sektor industri untuk terus berkembang terutama dalam sektor yang memiliki potensi besar di Kabupaten Garut yaitu pada industri kulit.

Menurut Badan Pusat Statistika saat ini jumlah industri kulit mikro dan kecil di Kabupaten Garut sudah berkembang sebanyak 1.254 unit. Kerajinan kulit tersebut sangat beraneka ragam, seperti jaket kulit, dompet, ikat pinggang, sandal, sepatu, gantungan kunci, dan aksesoris lainnya.

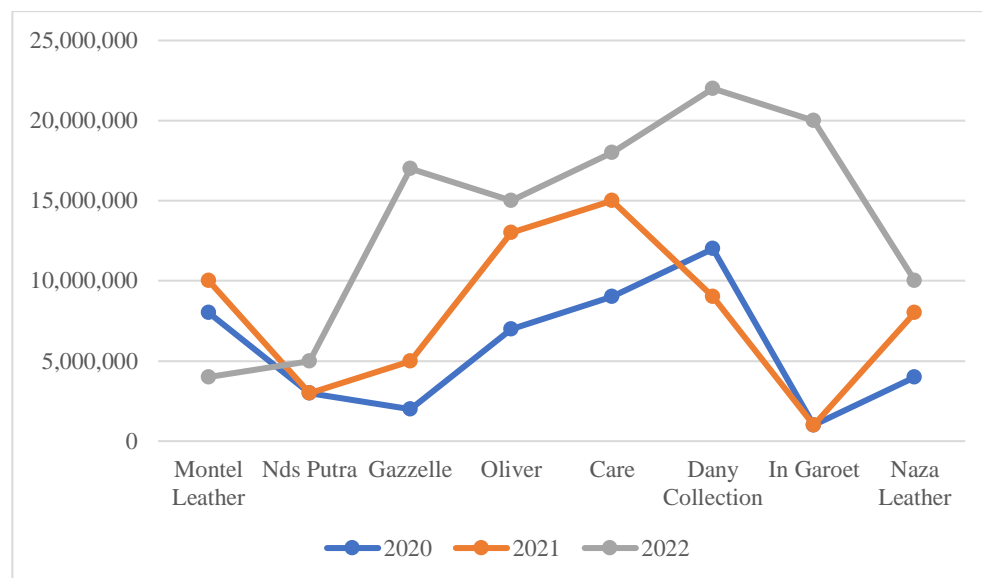


Gambar 1.3 Jumlah Industri Mikro dan Kecil di Kecamatan Garut Kota Tahun 2021

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Garut

Dapat terlihat dari gambar 1.3 di atas bahwa industri kulit merupakan industri yang paling mendominasi di Kecamatan Garut Kota. Industri kulit tersebut berpusat di Sukaregang. Sukaregang merupakan nama desa yang paling terkenal sebagai sentra kerajinan kulit. Terdapat banyak pelaku UMKM yang

memanfaatkan hal tersebut sebagai ladang usaha, yaitu dengan menjadikan kulit sebagai produk usahanya. Produk yang dihasilkan oleh setiap UMKM di Sentra Industri Kulit Sukaregang didominasi oleh produk *fashion*.



Gambar 1.4 Perbandingan Pendapatan Pelaku UMKM di Sentra Industri Kulit Sukaregang Tahun 2020-2022

Sumber: Hasil Olahan Data Primer Tahun 2020-2022

Gambar 1.4 merupakan perbandingan rata-rata pendapatan tahun 2020-2022 dari beberapa pelaku UMKM di Sentra Industri Kulit Sukaregang. Meskipun setiap UMKM di Sentra Industri Kulit Sukaregang menjual barang yang hampir sama dan harga yang ditawarkan tentunya tidak akan jauh berbeda. Namun, berdasarkan Gambar 1.4, pendapatan pelaku UMKM di Sentra Industri Kulit Sukaregang cenderung berbeda-beda. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya faktor-faktor lain yang mempengaruhi pendapatan pelaku UMKM di Sentra Industri Kulit Sukaregang.

Menurut (Kasmir, 2011) dalam menentukan pendapatan usaha dibutuhkan beberapa faktor di antaranya yaitu minat usaha, modal usaha, dan lama usaha.

Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan (Restiani, 2022) yang menyatakan bahwa untuk meningkatkan pendapatan tidak hanya memerlukan modal tetapi ada faktor lain yang berpengaruh yaitu promosi, teknologi, dan tingkat pendidikan.

Selain itu pendapatan sangat penting bagi keberlangsungan suatu usaha, karena pendapatan tersebut digunakan untuk mengembangkan usaha, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan usaha untuk membiayai segala kebutuhan dan pengeluaran. Dalam ekonomi, pendapatan merupakan balas jasa atas pemakaian suatu faktor produksi yang dimiliki oleh sektor rumah tangga dan perusahaan yang dapat berupa upah, sewa, bunga, dan keuntungan (Sukirno, 2000).

Modal merupakan salah satu faktor pendukung dalam menjalankan sebuah usaha. Menurut (Kasmir, 2011) modal adalah biaya yang digunakan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan. Maka dengan adanya modal yang cukup suatu usaha dapat memenuhi kebutuhan aktivitasnya untuk menjalankan perekonomian dan dengan modal suatu usaha dapat memproduksi atau menyediakan barang sesuai dengan permintaan konsumen. Dalam kegiatan penjualan semakin banyak produk maka akan menaikkan keuntungan. Untuk meningkatkan produk yang dijual suatu usaha harus membeli jumlah barang dagangan dalam jumlah besar. Untuk itu ditambahkan tambahan modal untuk membeli barang dagangan. Sehingga ketersediaan modal sangat mempengaruhi pendapatan suatu usaha karena dapat mempengaruhi jumlah produk yang mampu dijual.

Faktor penting lain dalam mengelola suatu usaha adalah lama usaha. Lama usaha adalah jangka waktu yang telah dijalani dalam melakukan suatu usaha. Lama usaha berhubungan dengan pengalaman yang didapatkan seorang pengusaha, baik dari peningkatan kualitas produk dan pengalaman untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggannya. Semakin baik tingkat pengalaman seseorang dalam mengelola usaha maka dapat menjadi nilai tambah untuk menghadapi persaingan pasar. Selain itu pengalaman usaha dapat menambah jumlah transaksi sehingga pendapatan akan bertambah. Hal ini sama dengan pernyataan dari penelitian (Wicaksono, 2011) lama usaha dibuka dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lamanya seorang pengusaha mendalami bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitas, kemampuan dalam mengelola usaha, meningkatkan pengetahuan tentang selera pasar, dan keterampilan berdagang semakin meningkat, serta relasi bisnis maupun pelanggan akan berhasil dijaring.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi suatu pendapatan adalah pendidikan. Berdasarkan teori *human capital* menyatakan bahwa seseorang dapat meningkatkan pendapatannya melalui peningkatan pendidikan. Karena pendidikan tidak hanya menambah pengetahuan namun dapat meningkatkan keterampilan bekerja. Menurut (Sumarsono, 2003), pendidikan merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Dengan semakin tingginya kualitas sumber daya, maka produktivitas pun akan bertambah sehingga dapat meningkatkan pendapatan orang tersebut. Dengan

adanya hal tersebut, maka tingginya pendidikan dari pemilik usaha diharapkan dapat lebih cermat dan kreatif dalam menjalankan usahanya.

Faktor lain yang mempengaruhi pendapatan yaitu *digital marketing*. Di era digital saat ini sudah banyak teknologi yang sangat membantu aktivitas manusia baik dari segi ekonomi, pendidikan dan kesehatan. *Digital marketing* merupakan salah satu hasil dari kemajuan teknologi dibidang ekonomi yang saat ini sedang diminati oleh masyarakat. Hal tersebut banyak dimanfaatkan oleh penjual untuk melakukan pemasaran berbasis digital agar dapat memperoleh konsumen, promosi merek, membangun preferensi, memelihara konsumen, serta meningkatkan penjualan sehingga dapat meningkatkan pendapatan (Rendy, 2022). Dengan menerapkan *digital marketing*, komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu. Selain itu produk yang menerapkan *digital marketing* memiliki peluang lebih untuk mengglobal atau mendunia (Pradiani, 2017). Jumlah pengguna sosial media sangat banyak dan semakin hari semakin bertambah membuka peluang bagi banyak pengusaha untuk mengembangkan pasarnya hanya dalam genggam *smartphone*. Oleh karena itu, kegiatan *digital marketing* merupakan upaya yang harus dilakukan para pelaku usaha dalam meningkatkan pendapatannya.

Berdasarkan uraian tersebut tergambar bahwa modal, lama usaha, pendidikan, dan *digital marketing* dapat menjadi suatu ukuran dalam peningkatan pendapatan pelaku UMKM di Sentra Industri Kulit Sukaregang Kabupaten Garut. Sehingga judul yang diambil adalah **“Pengaruh Modal,**

Lama Usaha, Pendidikan, dan *Digital Marketing* terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Sentra Industri Kulit Sukaregang Kabupaten Garut”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh modal, lama usaha, pendidikan, dan *digital marketing* secara parsial terhadap pendapatan pelaku UMKM di Sentra Industri Kulit Sukaregang Kabupaten Garut?
2. Bagaimana pengaruh modal, lama usaha, pendidikan, dan *digital marketing* secara bersama-sama terhadap pendapatan pelaku UMKM di Sentra Industri Kulit Sukaregang Kabupaten Garut?
3. Seberapa besar kontribusi dari modal, lama usaha, pendidikan, dan *digital marketing* terhadap pendapatan pelaku UMKM di Sentra Industri Kulit Sukaregang Kabupaten Garut?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. untuk mengetahui pengaruh modal, lama usaha, pendidikan, dan *digital marketing* secara parsial terhadap pendapatan pelaku UMKM di Sentra Industri Kulit Sukaregang Kabupaten Garut.
2. untuk mengetahui pengaruh modal, lama usaha, pendidikan, dan *digital marketing* secara bersama-sama terhadap pendapatan pelaku UMKM di Sentra Industri Kulit Sukaregang Kabupaten Garut, dan

3. Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi dari modal, lama usaha, pendidikan, dan *digital marketing* terhadap pendapatan pelaku UMKM di Sentra Industri Kulit Sukaregang Kabupaten Garut.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak di antaranya sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini manfaat yang didapatkan oleh penulis adalah sebagai upaya untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan mengenai modal, lama usaha, pendidikan, *digital marketing*, dan tingkat pendapatan pelaku UMKM di Sentra Industri Kulit Sukaregang Kabupaten Garut.

2. Bagi Pelaku Usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi pihak-pihak terkait, khususnya bagi pelaku UMKM di Sentra Industri Kulit Sukaregang Kabupaten Garut dalam menjalankan usahanya agar bisa lebih baik kedepannya dan juga sebagai referensi dalam merumuskan strategi penjualan dan pemasaran dalam rangka meningkatkan laba.

3. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi pemerintah dalam proses pengambilan keputusan yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan pelaku UMKM di Sentra Industri Kulit Sukaregang Kabupaten Garut.

