

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha kecil, mikro, dan menengah (UMKM) adalah komponen penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Mereka juga memainkan peran penting dalam memecahkan masalah pengangguran. Ini karena kelompok usaha kecil dan menengah (UMKM) memiliki jumlah terbesar dalam perekonomian Indonesia. (Ahdiat, 2023).

Faktor-faktor lain, seperti tingkat pendidikan pemilik dan pekerja UMKM, keterampilan dan tingkat kewirausahaan, akses UMKM kepada sumber pembiayaan, akses kepada lembaga pengembangan usaha, faktor-faktor eksternal seperti kemudahan perijinan dan biaya transaksi, dan lain-lain, juga dapat digunakan untuk menggambarkan tingkat daya saing UMKM. Tambunan (2008) menyatakan bahwa meskipun ukuran daya saing UMKM sangat beragam, identifikasi mengenai daya saing UMKM perlu mencakup tiga karakteristik yaitu potensi, proses, dan kinerja. (Permana, 2017)

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Cirebon Jumlah UMKM di Kota Cirebon sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Jumlah UMKM DI KOTA CIREBON

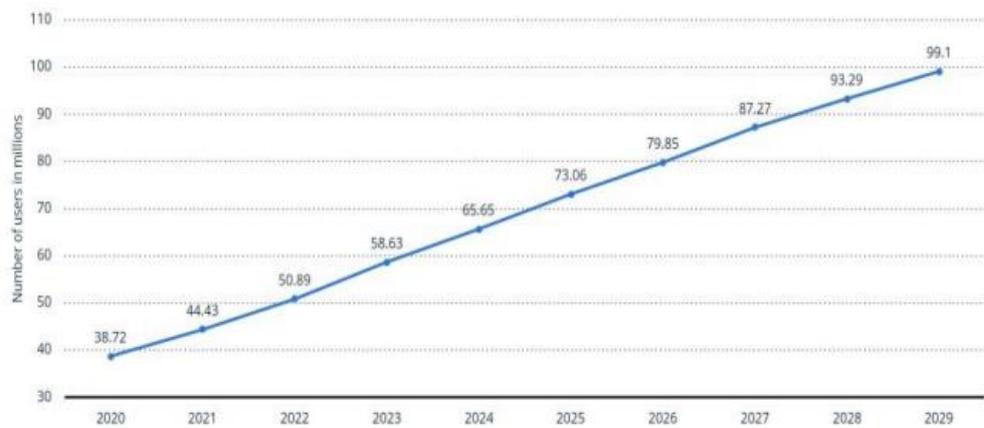
Tahun	Jumlah UMKM
2020	18.053
2021	18.767
2022	21.939
2023	22.634
2024	23.000

Sumber : BPS kota Cirebon

Menurut tabel 1.1 menunjukkan jumlah UMKM di Cirebon pada tahun 2020 - 2024. Pada tahun 2021 peningkatan sedikit hanya 714 UMKM saja akibat 2 pendaftaran usaha baru dan pemulihan ekonomi. Pada tahun 2022 pertumbuhan signifikan akibat dukungan pemerintahan dan inisiatif lokal.

Pada tahun 2023 terus bertambah dengan lebih banyak usaha yang beradaptasi dengan platform digital dan pada tahun 2024 peningkatan yang stabil dengan lebih banyak pengusaha masuk ke pasar.

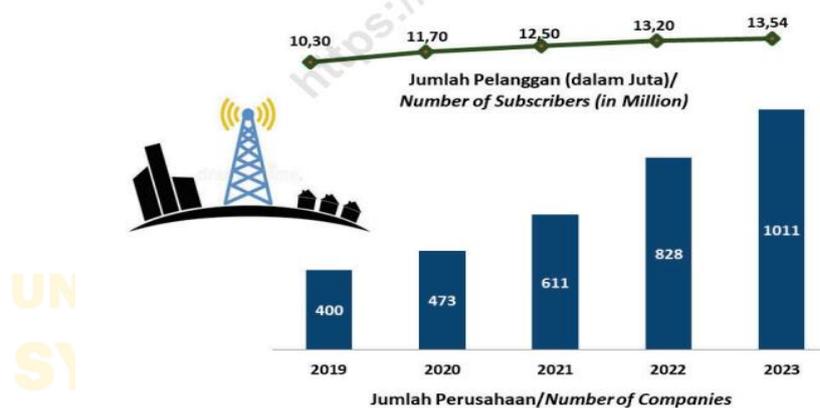
Gambar 1. 1 JUMLAH PENGGUNA E-COMMERCE DI INDONESIA TAHUN 2020 - 2029



Sumber: Statista (diolah PDSI, Kementerian Perdagangan)

Jumlah pengguna E-COMMERCE di Indonesia terus mengalami kenaikan sejak tahun 2020, hingga pada tahun 2023 jumlah pengguna E-COMMERCE di Indonesia sebanyak 58,63 juta pengguna. Jumlah pengguna E-COMMERCE di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat antara hingga tahun 2029 mencapai 99,1 juta pengguna.

Gambar 1. 2 Jumlah Perusahaan dan Pelanggan Internet Service Provider (ISP), 2019–2023



Sumber/Source : Kementerian Komunikasi dan Informatika/Ministry of Communication and Information Technology

Perkembangan perusahaan ISP dan pelanggan ISP selama periode tahun 2019— 2023 terus mengalami peningkatan. Sampai dengan tahun 2023, jumlah pelanggan ISP mencapai 13,54 juta pelanggan. Pelanggan ISP ini mencakup pelanggan perusahaan, personal, dan warnet. Komposisi dari pelanggan ISP, terlihat bahwa pelanggan ISP didominasi oleh pelanggan

perorangan (88,98 persen) dan sisanya adalah pelanggan perusahaan (10,88 persen) dan pelanggan (Statistik, 2023)

Ekonomi digital berkembang pesat seiring dengan meningkatnya penggunaan internet. Pada awal tahun 2023, jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 212,9 juta orang atau meningkat 3,85 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Jumlah penduduk Indonesia pada tahun saat ini sebesar 278,69 juta jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna internet Indonesia pada awal 2023 mencapai 77 persen. Dengan adanya layanan internet pertumbuhan dan perkembangan transaksi ekonomi digital dapat digunakan secara luas dan mudah sebagai media komunikasi.

Dengan berkembangnya ekonomi digital pada saat ini, pelaku ekonomi dapat melakukan penjualan, pemasaran, periklanan, dan pembelian bahan baku dengan lebih mudah. Kemudahan ini juga memudahkan pendapatan pelaku ekonomi dan memudahkan hidup konsumen. Pasalnya ekonomi digital dapat memberikan akses terhadap penyediaan dan distribusi barang dan jasa yang menunjang kegiatan usaha di sektor industri dan komersial. Melalui penerapan teknologi, industri mikro dan kecil mempunyai peluang untuk memperluas target pasarnya.

Pendapatan menurut ilmu ekonomi diartikan sebagai nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam satu periode seperti keadaan semula. Definisi tersebut menitikberatkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode. Dengan kata lain pendapatan merupakan jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi. Secara garis besar pendapatan didefinisikan sebagai jumlah harta kekayaan awal periode ditambah perubahan penilaian yang bukan diakibatkan perubahan modal dan hutang. (Sondakh, Rotinsulu, and Maramis 2022)

Meningkatnya jumlah pengguna internet berpengaruh terhadap total pengguna media digital seperti e-commerce dan media sosial. Berdasarkan survei Badan Pusat Statistik (BPS, 2022), sebanyak 95,17 persen e-commerce di Indonesia melakukan penjualan secara online melalui WhatsApp, Line, Telegram. Kemudian 41,3 persen e-commerce berjualan melalui media sosial

seperti Facebook, Tiktok, Youtube, Instagram. Sebanyak 19,75 persen e-commerce lokal berjualan melalui marketplace seperti shopee, tokopedia, lazada. Sektor e-commerce tidak hanya digunakan untuk membeli, menjual produk dan layanan secara online. Namun, digunakan untuk penyedia jasa pengiriman, penyedia telekomunikasi dan lainnya. Oleh sebab itu, untuk mendorong perekonomian, sektor e-commerce perlu diubah.

Di bidang ekonomi digital Kota Cirebon, belum ada jaringan digitalisasi yang mendukung secara efektif. Produk dipasarkan melalui e-commerce, dan metode dari rumah ke rumah, tetapi pemasarannya kurang efektif. Karena itu, pendampingan dan pelatihan tambahan diperlukan untuk sistem pemasaran digital dan online. Dengan mengoptimalkan jaringan digitalisasi online untuk mengembangkan pangsa pasar UMKM di Kota Cirebon, masalah di atas dapat dihindari. (Astuti, 2022).

Di era digital, kita memasuki dunia yang ditentukan oleh jaringan pelanggan daripada pasar massal. Cara mereka menemukan, mengevaluasi, membeli, dan menggunakan barang, serta cara mereka berbagi, berinteraksi, dan tetap terhubung dengan merek, diubah oleh alat digital yang mereka gunakan. Ekonomi digital dapat berperan dalam pemberdayaan masyarakat melalui beberapa cara, yaitu: 1) Akses ke pasar global; 2) Keterampilan digital; 3) Partisipasi dalam ekonomi berbasis platform; 4) Pendidikan dan akses informasi; 5) Inklusi Keuangan.

Dalam menjalankan sebuah usaha, salah satu faktor pendukung yang dibutuhkan adalah modal, jika kita ibaratkan memulai usaha dengan membangun sebuah rumah, maka adanya modal menjadi bagian pondasi dari rumah yang akan dibangun. Semakin kuat pondasi yang dibuat, maka semakin kokoh pula rumah yang dibangun. Begitu juga pengaruh modal terhadap sebuah bisnis, keberadaannya menjadi pondasi awal bisnis yang akan dibangun. Beberapa modal yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis, antara lain tekad, pengalaman, keberanian, pengetahuan, net working, serta modal uang, namun kebanyakan orang terhambat memulai usaha karena mereka sulit untuk mendapatkan modal uang. Modal usaha adalah mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha. Oleh karena itu diperlukan

sejumlah dana sebagai dasar ukuran finansial atas usaha yang digalakan. Sumber modal usaha dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan pemerintah, lembaga keuangan baik bank dan lembaga keuangan non bank. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan.

Selain modal faktor internal yang sangat mempengaruhi kinerja UMKM adalah Tingkat Pendidikan, Tingkat pendidikan meliputi pimpinan UMKM dan tenaga kerja. Apabila SDM ini berkualitas maka diharapkan mampu meningkatkan kinerja UMKM baik kinerja keuangan maupun non keuangan. Diharapkan dengan SDM yang berkualitas dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan mampu meningkatkan kesejahteraan stakeholder dan masyarakat umumnya.

Faktor tingkat pendidikan pada umumnya jenis dan tingkat pendidikan dapat dianggap mewakili kualitas tenaga kerja. Pendidikan merupakan suatu proses yang bertujuan untuk menambah keterampilan, pengetahuan, dan meningkatkan kemandirian maupun pembentukan kepribadian seseorang. Pendidikan merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kualitas sumberdaya manusia. Dengan semakin tingginya kualitas sumberdaya, maka produktivitas pun akan bertambah dan pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan seseorang tersebut. Berdasarkan asumsi dasar teori Human Capital, seseorang dapat meningkatkan penghasilannya melalui peningkatan pendidikan. Setiap tambahan satu tahun sekolah, berarti di satu pihak meningkatkan kemampuan kerja dan tingkat penghasilan selama satu tahun dalam mengikuti sekolah, namun di lain pihak menunda penerimaan penghasilan selama satu tahun dalam mengikuti sekolah tersebut (Chen et al. 2018).

Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha tersebut tidak terlepas dari permasalahan yang ada, faktor-faktor pengembangan usaha tersebut diantaranya menurut Istinganah & Widiyanto (2020:443) dalam penelitiannya menyatakan bahwa modal usaha, tingkat pendidikan dan karakteristik wirausaha berpengaruh dalam pengembangan usaha. Menurut

Kolanus et al., (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa ada pengaruh factor internal dan eksternal terhadap perkembangan usaha, dimana faktor internalnya adalah modal usaha, kualitas SDM, teknologi dan peralatan, promosi produk, pengelolaan keuangan, dan bahan baku. Factor eksternalnya terdiri dari prosedur perijinan, kebijakan, pemberdayaan, sarana lokasi yang strategis, bantuan fasilitas dan peralatan usaha, dan prosedur pengajuan pinjaman. (Zakariaa, 2024).

Fenomena ini menerangkan bahwa UMKM adalah usaha produktif yang dikembangkan untuk mendukung perkembangan perekonomian secara besar dan kecil di Indonesia dan dapat mempengaruhi sektor lain yang dapat berkembang. Pemerintah tidak mampu untuk mengerjakan semua masalah pembangunan karena banyak yang dibutuhkan untuk taksiran belanja, personalia, dan pengawasannya, oleh sebab itu wirausaha merupakan kekuatan pembangunan baik untuk jumlah maupun kualitas wirausaha itu sendiri

Penelitian terdahulu oleh Ramadani dan Syariati (2020) menunjukkan bahwa ekonomi digital, khususnya melalui e-commerce, memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan UMKM. Hal serupa ditemukan dalam studi Gustina et al. (2022) yang menekankan bahwa penggunaan platform digital mampu meningkatkan keuntungan usaha mikro dan kecil melalui akses pasar yang lebih luas

Sebagian besar penelitian tentang ekonomi digital pada UMKM di Indonesia berfokus pada kota-kota besar, seperti Jakarta, Bandung, dan Surabaya, sementara Kota Cirebon sebagai daerah dengan potensi UMKM yang besar belum banyak diteliti. Hal ini menciptakan kesenjangan dalam memahami bagaimana transformasi digital berdampak pada UMKM di kota dengan karakteristik ekonomi dan budaya yang berbeda.

Jika dimaksimalkan oleh bisnis mikro, ekonomi digital sangat penting untuk keberhasilan bisnis. Ini dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Oleh karena itu, sebagai usaha saya, saya membutuhkan peningkatan pengetahuan. Selain itu, pendapatan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dipengaruhi oleh modal dan dugaan usaha. Satu faktor penting yang dapat menentukan keberhasilan usaha saya adalah pendapatan. Berdasarkan latar

belakang di atas, ada alasan yang cukup untuk melakukan penelitian tentang **"Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM di Kota Cirebon"**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang di paparkan di atas, maka masalah-masalah dalam Penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut :

- a. Kurangnya Pemahaman dan Keterampilan dalam Pemasaran Digital di Kalangan Pelaku UMKM. Meskipun sejumlah UMKM di Kota Cirebon sudah mulai memanfaatkan platform digital dan e-commerce, banyak di antaranya yang masih mengalami kesulitan dalam mengoptimalkan penggunaan teknologi digital untuk pemasaran.
- b. Keterbatasan Modal untuk Mendukung Transformasi Digital banyak UMKM di Kota Cirebon yang terkendala oleh keterbatasan modal untuk mengakses teknologi dan infrastruktur yang diperlukan dalam proses transformasi digital.
- c. Tingkat Pendidikan yang Tidak Merata dan Pengaruhnya terhadap Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) UMKM. Tingkat pendidikan yang rendah atau tidak meratanya kualitas pendidikan di kalangan pelaku UMKM di Kota Cirebon menjadi hambatan dalam peningkatan kualitas sumber daya manusia.

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis akan membatasi permasalahan yakni mengenai:

1. Variabel ekonomi digital, modal dan tingkat pendidikan sebagai variabel bebas (X). Ketiga variabel tersebut merupakan beberapa variabel yang mempengaruhi variabel Pendapatan usaha mikro sebagai variabel terikat (Y).
2. Variabel ekonomi digital dalam penelitian ini adalah penggunaan ecommerce
3. Variabel pendapatan dalam penelitian ini merupakan omset penjualan.
4. Penelitian ini hanya dibatasi pada pelaku usaha mikro yang menjual produknya di e-commerce.

D. Rumusan Masalah

Berkaitan dengan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka masalah pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh ekonomi digital terhadap pendapatan UMKM di Kota Cirebon?
2. Bagaimana pengaruh modal terhadap pendapatan UMKM di Kota Cirebon?
3. Bagaimana pengaruh tingkat pendidikan terhadap pendapatan UMKM di Kota Cirebon?
4. Bagaimana pengaruh ekonomi digital, modal dan tingkat Pendidikan secara Bersama – sama terhadap pendapatan UMKM di Kota Cirebon?

E. Tujuan penelitian dan Manfaat penelitian

1. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:
 - a. Untuk mengetahui Pengaruh ekonomi digital terhadap pendapatan UMKM di kota Cirebon
 - b. Untuk mengetahui Pengaruh modal terhadap pendapatan UMKM di kota Cirebon
 - c. Untuk mengetahui Pengaruh tingkat Pendidikan terhadap pendapatan UMKM di kota Cirebon
 - d. Untuk mnegetahui pengaruh ekonomi digital, modal dan tingkat Pendidikan secara Bersama sama terhadap pendapatan UMKM di kota cirebon
2. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:
 - a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi khususnya di bidang UMKM. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi dan pembanding bagi penelitian-penelitian berikutnya.

- b. Bagi UMKM

Diharapkan penelitian ini akan meningkatkan pemahaman tentang berbagai pertimbangan kebijakan dalam bidang UMKM dan membantu pengambilan keputusan tentang. Ekonomi Digital, Modal, Tingkat Pendidikan, dan pendapatan.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan berfungsi sebagai referensi, pembanding, dan pertimbangan untuk penelitian yang akan datang.

F. Sistematika Penelitian

Bab I: PENDAHULUAN

yang menguraikan tentang latar belakang masalah, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian.

Bab II: LANDASAN TEORI

menguraikan landasan teoritis atau pemikiran yang memberikan uraian umum tentang Ekonomi Digital, Modal, Tingkat Pendidikan dan Pendapatan UMKM di Kota Cirebon.

Bab III: METODE PENELITIAN

menguraikan tentang Jenis Penelitian, Populasi, Sampel, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Angket, Definisi Operasional Variabel dan Teknik Analisis Penelitian.

Bab IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Menguraikan tentang temuan penelitian, dan pembahasan hasil sesuai dengan rumusan masalah, yaitu Pengaruh Ekonomi Digital, Modal dan Tingkat Pendidikan terhadap Pendapatan pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

Bab V : PENUTUP

Bab lima ini merupakan yaitu peneliti menyimpulkan dari hasil penelitian dan kemudian memberikan saran-saran.