

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Covid 19 telah membawa banyak perubahan dari berbagai macam aspek. Tak urung, krisis ekonomi akibat pandemi Covid-19 telah berdampak terhadap kelangsungan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Dampak dari sulitnya berusaha mengakibatkan banyaknya tenaga kerja yang terpaksa dirumahkan. Di saat masa pandemi terjadi perubahan pola konsumsi barang dan jasa masyarakat dari *offline* ke *online*. Pelaku UMKM pasti kesulitan dalam mencapai target-target yang harus dicapai saat perekonomian terganggu. Perubahan pola tersebut, diikuti pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) agar dapat bertahan dan berkembang sehingga mampu menghadapi kondisi *new normal*.

Menurut [https://www.djkn.kemenkeu.go.id\(2022\)](https://www.djkn.kemenkeu.go.id(2022)) Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan urat nadi perekonomian daerah dan nasional. Secara umum UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran sebagai pemeran utama dalam kegiatan ekonomi, penyedia lapangan kerja terbesar, pemain penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat, pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta kontribusi terhadap neraca pembayaran. Selain itu, UMKM juga memiliki peran penting khususnya prospektif kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi kelompok miskin, distribusi pendapatan dan pengurangan kemiskinan, serta UMKM juga berperan dalam pembangunan ekonomi pedesaan.

Adanya pandemi covid 19 di akhir tahun 2019 menjadi masalah dunia internasional termasuk di Indonesia. Pandemic covid 19 memberikan implikasi ekonomi, sosial dan politik hampir di seluruh negara, termasuk di Indonesia. Hampir semua pelaku UMKM (terutama pelaku usaha mikro) mengalami kendala dalam melaksanakan kewajibannya terhadap perbankan. Kemampuan bertahan UMKM yang hanya melakukan penjualan *online* lebih kuat dibandingkan UMKM yang hanya melakukan penjualan *offline*. Pasca pandemi *Coronavirus disease* 2019 UMKM mulai bangkit perlahan. Para pelaku UMKM mulai beradaptasi dengan perkembangan pasar. Para pelaku UMKM mulai *concern* pada tata kelola dan tata cara penggunaan media sosial, seperti *Facebook, Instagram, marketplace*, dan sejenisnya. Para pelaku UMKM saat ini sudah beradaptasi dengan ekosistem digital, yang membawa pengaruh signifikan dalam *income* mereka. Peningkatan jumlah UMKM bertransformasi digital merupakan fondasi bagi Indonesia untuk mengoptimalkan potensi ekonomi digitalnya. Sejalan dengan hal tersebut, potensi peningkatan nilai ekonomi digital Indonesia diprediksi akan mengalami peningkatan yang signifikan, yaitu 8 kali lipat dalam kurun waktu 10 tahun ke depan, mencapai Rp 4.531 triliun pada tahun 2030. Namun demikian, upaya ini perlu disertai perluasan akses pasar, peningkatan kualitas SDM baik dalam manajemen, hingga kualitas serta kuantitas produksi. UMKM bangkit, ekonomi Indonesia terungkit.

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK No. 23, 2018), pendapatan adalah arus kas masuk bruto dari manfaat ekonomik yang timbul dari aktivitas normal entitas selama suatu periode, jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal. Menurut ilmu ekonomi, pendapatan adalah jumlah maksimum yang dikonsumsi seseorang dalam suatu periode tertentu, mengharapkan keadaan yang sama seperti keadaan semula pada akhir periode tertentu. Dengan kata lain, pendapatan bukan hanya apa yang dikonsumsi, tetapi juga jumlah kekayaan pada awal periode ditambah jumlah hasil yang dicapai selama periode tersebut (Sari 2019).

Menurut Soemarso (2018) pendapatan Jumlah yang dibebankan kepada pelanggan untuk barang atau jasa yang dijual. Pendapatan juga dapat didefinisikan sebagai peningkatan total modal (biasanya karena menerima aset dari pelanggan) karena barang atau jasa yang dijual. Pendapatan adalah jumlah maksimum yang dapat dikonsumsi seseorang dalam suatu periode tertentu, dengan mengharapkan kondisi yang sama pada akhir periode yang sama seperti pada keadaan semula. Pemahaman ini tidak berfokus pada total pengeluaran konsumen selama periode waktu tertentu. Pendapatan menurut Mulyati S, (2017) Arus masuk atau penyelesaian (atau kombinasi keduanya) dari penyediaan atau produksi barang, penyediaan jasa, atau pelaksanaan kegiatan lain yang membentuk suatu kegiatan.

Suriyok (2022) menyatakan variabel kreasi dan inovasi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah. Hasil penelitian menyatakan variabel kreasi dan inovasi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah. Wardani (2021) menyatakan variabel motivasi, kreativitas, inovasi dan modal usaha berpengaruh positif signifikan pada minat berwirausaha. Gunardi (2022) menyatakan variabel modal usaha dan e-commerce (Borongdong.Id) berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di kota Bandung. Hasil penelitian menyatakan variabel modal usaha dan e-commerce berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM.

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK tahun 2002 Pasal 49), modal adalah “Ekuitas ialah hak residual atas aktiva perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban, dengan kata lain ekuitas adalah suatu perkiraan yang mencerminkan porsi hak atau kepentingan pemilik perusahaan terhadap harta perusahaan tersebut”. Menurut Nugraha (2011) modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan.

Menurut Hill (2018) Inovasi sebagai ide, praktek atau objek yang dianggap baru oleh seorang individual atau unit pengguna lainnya. Larsen, P and Lewis, A (2007) menyatakan bahwa salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi. Inovasi produk seharusnya mampu memberikan nilai tambah dibanding produk sejenis (keunggulan

produk) sehingga dapat menjadikan perusahaan memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaingannya Lukas dan Farrell (2000).

Menurut Mahanani & Sari (2018) Kreativitas merupakan kemampuan untuk menghadirkan gagasan atau ide dalam memecahkan persoalan saat menghadapi peluang. Dengan adanya kreativitas maka seseorang akan terdorong untuk mencapai target yang ditentukan. Target yang dimaksud dapat berupa target dibidang apapun termasuk dalam bidang kewirausahaan. Sehingga kemampuan berkreaitivitas dapat digunakan untuk melahirkan berbagai ide-ide bisnis yang sesuai dengan peluang yang ada. Apabila kreativitas ditingkatkan, maka akan mendorong peningkatan pada minat berwirausaha.

Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta dengan mengambil obyek yaitu UMKM Batik. Alasan pengambilan lokasi di Yogyakarta adalah Yogyakarta merupakan kota pelajar, memiliki banyak aset wisata budaya dan menawarkan peluang bisnis, sehingga sangat potensial bagi usaha mikro kecil dan menengah. Pelaku usaha dapat menggunakan kekayaan mereka untuk membangun dan mengembangkan bisnis mereka. Indonesia adalah negeri yang kaya akan budaya dan seni tradisionalnya. Salah satu bentuk seni tradisional yang begitu memikat adalah batik Yogyakarta. Batik Yogyakarta adalah warisan budaya Indonesia yang kaya akan sejarah, seni, dan filosofi. Dengan keindahan dan keunikan yang tak tertandingi, batik Yogyakarta telah menjadi simbol identitas budaya bangsa dan kebanggaan bagi rakyat Indonesia. Batik Indonesia, sebagai keseluruhan teknik, teknologi, serta pengembangan motif dan budaya yang terkait, oleh UNESCO telah ditetapkan sebagai warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan

nonbendawi (Masterpiece of the Oral and Intangible Heritage of Humanity) sejak Oktober, 2009. Prasetyo (2010). Salah satu daerah di Indonesia yang sangat menjaga dan melestarikan batik dan menjadi kota batik dunia yaitu Daerah Istimewa Yogyakarta. Yogyakarta dinobatkan sebagai kota batik dunia, oleh dewan kerajinan dunia (World Craft Council/WCC), pada peringatan 50 tahun organisasi tersebut di Dongyang, Provinsi Zhejiang, Tiongkok, 18-23 Oktober 2014. (<http://www.antaraneews.com/berita/459519/yogyakarta-dinobatkan-sebagai-kota-batik-dunia> diakses pada tanggal 11/01/17)

Berdasarkan uraian tersebut dapat dijelaskan bahwa modal usaha, kreasi dan inovasi mempengaruhi peningkatan pendapatan UMKM. Penelitian ini terinspirasi dari penelitian Ishak, Khamdan Suriyok (2022) dengan perbedaan menambah modal usaha sebagai variabel independen. Penelitian ini akan dilaksanakan di Yogyakarta. Oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh modal usaha, kreativitas, dan inovasi terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Batik di Yogyakarta.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM?
2. Apakah kreativitas berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM?
3. Apakah inovasi berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM?

### **1.3 Batasan Masalah**

Agar penelitian ini dapat membahas lebih tuntas dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan, perlu adanya pembatasan masalah. Berdasarkan indentifikasi masalah yang ada, penelitian ini memfokuskan masalah penelitian pada pengaruh modal usaha, kreativitas dan inovasi terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Batik yang dilakukan oleh UMKM batik di Yogyakarta.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian yang akan diteliti ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh modal usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM
2. Untuk menganalisis pengaruh kreativitas terhadap peningkatan pendapatan UMKM
3. Untuk menganalisis pengaruh inovasi terhadap peningkatan pendapatan UMKM

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian yang dilakukan dapat melengkapi pengetahuan penulis dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai media dalam mentransformasikan ilmu dan wawasan serta pengetahuan yang di dapat dan

dijadikan sebagai perbandingan guna menyelesaikan permasalahan yang berkaitan dengan bidang yang diteliti oleh penulis mengenai Pengaruh Modal Usaha, Kreativitas dan Inovasi Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Batik di Yogyakarta

## 2. Manfaat Praktis

### a. Untuk Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai tambahan wawasan tentang Modal Usaha, Kreativitas dan Inovasi Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Batik di Yogyakarta.

### b. Untuk Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penambahan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ekonomi, manajemen, pemasaran dan dapat digunakan sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya.