

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dalam perekonomian Indonesia. Dengan adanya UMKM pengangguran akibat angkatan kerja yang terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah basis ekonomi kerakyatan. Oleh karena itu sangat penting perannya dalam pembangunan ekonomi secara luas kepada masyarakat. Untuk meningkatkan pendapatan seorang pengusaha harus menghasilkan output yang lebih besar maka harus meningkatkan produksinya, dalam perolehan omset setiap usaha yang dilakukan oleh seseorang biasanya bertujuan untuk mencari keuntungan. Oleh karena itu para pengrajin batik berusaha untuk meningkatkan pendapatannya dengan berbagai macam cara. Cara yang dipakai yaitu biasanya dengan melakukan perubahan-perubahan variabel yang mempengaruhi, misalnya dengan meningkatkan besarnya modal dan dengan menggunakan penggunaan media digital serta lama usaha juga berpengaruh terhadap tingkat pendapatan UMKM.

Memulai usaha berdagang ada hal yang sangat dibutuhkan yaitu modal. (Husaeni & Dewi, 2019) modal kerja sangat berpengaruh pada meningkatkan jumlah barang atau produk yang dihasilkan, sehingga dapat meningkatkan pendapatan. Pendapatan yang diterima dari masing-masing individu ataupun kelompok masyarakat sangat tergantung dari kepemilikan faktor produksinya.

Semakin besarnya modal ataupun faktor produksi dimiliki, maka probabilitas pendapatan yang diterima akan semakin tinggi (Artaman et al., 2016). Hasil penelitian (Wicaksana & Rachman, 2018) menyatakan bahwa faktor modal memberikan pengaruh yang signifikan terhadap suatu usaha.

Selain faktor modal dalam menjalankan suatu usaha, lama usaha juga memegang peranan penting dalam proses melakukan usaha perdagangan. Lama usaha merupakan lama waktu yang sudah dijalani pedagang dalam menjalankan usahanya (Artaman et al., 2016). Satuan variabel lama usaha yaitu adalah tahun. Lamanya suatu usaha dapat menimbulkan suatu pengalaman berusaha, dimana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertindak laku. Sebagian besar pengrajin batik di Jogja telah berdagang selama belasan tahun, ada juga yang baru mulai berdagang beberapa tahun. Tetapi tidak bisa dipastikan bahwa pedagang yang memiliki pengalaman lebih singkat, pendapatannya lebih sedikit dari pada pedagang yang memiliki pengalaman yang lebih lama.

Selain faktor modal dan lama usaha, faktor yang mempengaruhi keberhasilan pedagang dalam meningkatkan omsetnya yaitu dengan penggunaan media digital untuk bisnis tidak hanya sekedar kegiatan pemasaran tambahan saja, tapi juga merupakan mekanisme komunikasi terintegrasi yang memperkuat dampak dari setiap fungsi di dalam sebuah organisasi dengan memanfaatkan kekuatan jejaring manusia melalui sebuah platform (Blanchard 2015). Ekonomi digital pertama kali dikenalkan oleh Tapscott (Tapscott,1997). Menurutnya, ekonomi digital adalah fenomena social yang mempengaruhi system ekonomi, dimana fenomena tersebut mempunyai karakteristik sebagai sebuah ruang

intelijen, yang terdiri dari informasi, berbagai akses terhadap instrument informasi, kapasitas informasi dan pemrosesan informasi. Komponen ekonomi digital yang berhasil diidentifikasi pertama kalinya yaitu industry TIK, aktivitas e-commerce, distribusi digital barang dan jasa.

Beberapa peneliti juga menunjukkan keterkaitan antara penggunaan media digital seperti media sosial dengan volume penjualan. Peningkatan penjualan paling banyak dirasakan UKM sebesar 10-50% setelah menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran (Purwiantoro, et al.), 67% pelaku IKM yang telah menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya ada 75% yang sudah merasakan keuntungan dengan adanya peningkatan penjualan dan produk jadi lebih dikenal. Hal ini didukung dengan menggunakan data statistic aktivitas penggunaan internet yang paling tinggi adalah membuka situs jejaring social 73,30%, mencari informasi mengenai barang atau jasa 53,7% dan mengirim pesan, melalui instan messaging sebesar 52,7% (KOMINFO, 2016).

Setiap media sosial memiliki karakter tersendiri dalam melakukan kegiatan promosi kepada konsumen. Facebook adalah media sosial yang tingkat pertumbuhannya paling cepat. Menurut riset dari media *We Are Social* yang bekerjasama dengan Hootsuite Januari 2019, facebook memiliki penetrasi tertinggi ketiga kategori media sosial yang paling aktif digunakan yaitu sebesar 81% atau sebesar 130 juta pengguna. Jangkauannya luas dan cara mengoprasikannya relative mudah. Pelaku usaha hanya mampu mengunggah konten berupa caption, gambar atau video, mencariteman, grup dagang dan lain sebagainya. Sedangkan Instagram, lebih mengutamakan tampilan visual (gambar

atau video) yang dilengkapi dengan caption sebagai penjelasannya. Dari beberapa penelitian terkait pemanfaatan media sosial facebook dan Instagram sebagai alat promosi telah banyak dilakukan oleh pakar dan ahli bidang pemasaran.

Selain dari faktor modal, lama usaha dan media digital faktor yang juga berpengaruh pada pendapatan yaitu jam kerja. Dalam penelitian (Priyandka, 2012) berpendapat bahwa jam kerja memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pendapatan kaki lima di Kota Semarang. Suatu usaha bisa berjalan dengan lancar dan berkembang membutuhkan pengelolaan waktu yang baik yaitu dengan melalui pengaturan jam kerja (Firdaus 2012).

Sugeng (2009) berpendapat bahwa jam kerja yaitu salah satu faktor yang berpengaruh terhadap pendapatan dalam perekonomian rumah tangga. Menurut Javar dalam Asmie (2008) berpendapat bahwa jam kerja merupakan dari banyaknya waktu kerja dalam sehari. Semakin lama jam kerja, maka akan semakin banyak juga pendapatan yang dihasilkan dan semakin meningkat serta kebutuhan juga dapat terpenuhi. Oleh karena itu jika semakin lama jam kerja maka akan semakin besar pula kesempatan untuk memperoleh pendapatan yang tinggi. Dalam hal ini berarti jam kerja berpengaruh terhadap pendapatan.

Faktor-faktor yang berpengaruh pada pendapatan yaitu modal usaha untuk membeli bahan baku, lama usaha yang berpengaruh terhadap keahlian kerja, dan penggunaan media digital untuk media promosi dan juga jam kerja untuk memperoleh pendapatan yang tinggi. Dan penghambat bagi pengrajin batik merupakan sumber daya manusia (SDM) yang terbatas, sehingga para produsen

sangat sulit untuk mengembangkan usahanya serta sulit untuk bersaing dengan produk luar negeri.

Salah satu sentra kerajinan batik Yogyakarta yaitu Desa Wisata Wukirsari yaitu terdapat 16 Dusun di Desa Wisata Wukirsari dan tiga Dusun diantara merupakan 90% penduduk perempuan yang berprofesi sebagai seorang pengrajin batik tulis. Tiga dusun ini diantaranya yaitu Dusun Giriloyo, Dusun Cengkehan, dan Dusun Karangkulon. Bahkan ketiga dusun ini berdekatan sehingga menjadikan Desa Wisata Wukirsari menjadi pusat kerajinan batik tulis terbesar yang ada di Kabupaten Bantul, Yogyakarta.

Potensi yang ada di desa ini kemudian berhasil dikelola dengan baik oleh sebuah paguyuban yaitu Paguyuban Batik Giriloyo. Dengan adanya potensi budaya adilubung tersebut, Desa Wukirsari kemudian dikemas menjadi desa wisata. Di Desa Wukirsari ini juga para wisatawan akan mendapat kesempatan untuk menyaksikan proses pembuatan dari batik tulis dan juga dapat belajar membatik yang benar dengan para pengrajin batik. Semua batik tulis tentunya dikerjakan oleh oleh para Wanita terampil dariketiga dusun utama tersebut.

Desa Wukirsari mendapat julukan sebagai desa perintis, karena adanya beberapa objek wisata serta atraksi kesenian yang masih parawarga desa junjung tinggi. Wukirsari juga merupakan desa yang sukses menjadi perintis seni batik tulis serta wayang dengan Teknik tatah sungging. Usaha batik yang diproduksi sangat banyak diminati oleh kalangan masyarakat dari dulu hingga saat ini. Hal ini juga bisa dilihat dari banyaknya permintaan terhadap pengusaha batik semakin meningkat sehingga mendorong para pengusaha lebih meningkatkan

produksinya. Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ingin meneliti lebih mendalam mengenai pendapatan pengrajin batik. Oleh karena itu peneliti mengambil judul pada penelitian ini yaitu : “Pendapatan UMKM dan Ekonomi Digital pada Pengrajin Batik di DIY”.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Apakah penggunaan media digital berpengaruh terhadap jumlah pendapatan pengrajin batik di DIY.
2. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap jumlah pendapatan UMKM pengrajin batik di DIY.
3. Apakah lama usaha berpengaruh terhadap jumlah pendapatan UMKM pengrajin batik di DIY.
4. Apakah jam kerja berpengaruh terhadap jumlah pendapatan UMKM pengrajin batik di DIY.
5. Apakah secara bersama-sama modal usaha, lama usaha, jam kerja dan penggunaan media digital berpengaruh terhadap jumlah pendapatan UMKM pengrajin batik di DIY.

C. BATASAN MASALAH

Supaya pembahasan focus, maka dibuat batasan masalah di riset ini yakni :

1. Penelitian ini terbatas oleh pengaruh Modal, Lama Usaha, penggunaan Media Digital, dan Jam Kerja terhadap Pendapatan.
2. Objek penelitian ini hanya terbatas pada pengrajin batik di Desa Wukirsari Kabupaten Bantul DIY.

3. Survei ini diambil sampelnya memakai metode *sampling aksidental* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kemungkinan, yaitu setiap individu yang bertemu dengan peneliti dapat dimanfaatkan sebagai sampel. Dalam Teknik ini digunakan karena cara pengambilan sampel dilakukan secara kebetulan di tempat penelitian dan hal tersebut diyakini telah mewakili sampel penelitian, sehingga mempengaruhi peneliti dalam pengambilan sampel.

D. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menganalisis pengaruh Modal usaha terhadap jumlah pendapatan UMKM pengrajin batik di DIY.
2. Untuk menganalisis pengaruh Lama Usaha terhadap jumlah pendapatan UMKM pengrajin batik di DIY.
3. Untuk menganalisis pengaruh penggunaan Media Digital terhadap jumlah pendapatan UMKM pengrajin batik di DIY.
4. Untuk menganalisis pengaruh penggunaan Jam Kerja terhadap jumlah pendapatan UMKM pengrajin batik di DIY.
5. Untuk menganalisis secara bersama-sama pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Media Digital dan Jam Kerja terhadap jumlah Pendapatan UMKM pengrajin batik di DIY.

E. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini di harapkan bisa menambah keahlian meneliti dan

keterampilan menulis bagi peneliti, sumbangan pemikiran dalam memecahkan suatu masalah pengembangan media digital, acuan pengambilan keputusan, dan bacaan baru bagi penelitian terkait.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis dengan memberikan informasi yang komprehensif untuk mencapai solusi terkait pemanfaatan digital marketing oleh pelaku usaha UMKM dalam meningkatkan usaha batik di Yogyakarta. Penelitian ini juga bisa memberikan masukan serta referensi bagi pemerintah daerah dan pelaku UMKM di Yogyakarta dengan menggunakan serta mengelola media digital untuk meningkatkan usaha, maka mengoptimalkan digital marketing untuk meningkatkan skala usaha pada UMKM.