

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Berdasarkan Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Bab 1 Pasal 1 Ayat 1-3 menjelaskan bahwa Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

UMKM merupakan bagian terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan penggerak perekonomian daerah dan nasional. Secara umum UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran sebagai pemeran utama dalam kegiatan ekonomi, penyedia lapangan kerja terbesar, UMKM memiliki peran aktif dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat, pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta kontribusinya terhadap neraca

pembayaran. Selain itu, UMKM juga memiliki peran penting khususnya dalam perspektif kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi kelompok miskin, distribusi pendapatan dan pengurangan kemiskinan, serta UMKM juga berperan dalam pembangunan ekonomi pedesaan.

Sesuai pasal 97 Undang-Undang Cipta Kerja, Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah wajib mengalokasikan paling sedikit 40% (empat puluh persen) produk/jasa Usaha Mikro dan Kecil serta Koperasi dari hasil produksi dalam negeri dalam pengadaan barang atau jasa Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Beberapa kebijakan pemerintah yang telah dilakukan dalam rangka pemberdayaan UMKM di Indonesia adalah :

1. Pembangunan infrastruktur, Infrastruktur yang memadai akan membantu UMKM dalam meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar mereka. Pembangunan infrastruktur konektivitas digital, seperti *Satelit Palapa Ring* dan *Base Transceiver Station*, sehingga pelaku usaha yang berada di daerah terpencil akan terhubung secara digital.
2. Program Pembiayaan, sekitar 18 juta UMKM belum memiliki akses terhadap pembiayaan formal dan sekitar 46 juta UMKM masih membutuhkan tambahan pembiayaan untuk modal kerja dan investasinya. Pemerintah memberikan dukungan melalui program KUR dan pembiayaan Ultra Mikro
3. Digitalisasi UMKM, Digitalisasi dapat memberikan banyak manfaat bagi UMKM, termasuk efisiensi operasional, meningkatkan produktivitas, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing. Hingga Januari 2022, sebanyak 17,2 juta UMKM telah terdigitalisasi. Targetnya, 40 juta UMKM akan terdigitalisasi pada tahun 2024
4. Sinergi dan Koordinasi, peningkatan sinergi dan koordinasi dengan sektor publik, akademi, dan juga sektor swasta, termasuk juga bagaimana

mengembangkan skema keuangan syariah untuk UMKM sangat diperlukan dalam rangka meningkatkan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Kecamatan Kemalang terletak di kawasan lereng Gunung Merapi. Salah satu Objek Wisata terletak di Kali Talang di Desa Balerante, Kecamatan Kemalang. Objek Wisata di Kecamatan Kemalang. Pengunjung tertarik dengan Objek Wisata lantaran viralnya panorama kawasan di lereng Gunung Merapi di berbagai media sosial (medsos), terutama di Tiktok. Kunjungan ke objek wisata itu mulai ramai semenjak 1 bulan terakhir. Tak hanya warga lokal, wisatawan mancanegara pun berdatangan ke kawasan yang berada pada ketinggian 1.200 meter di atas permukaan laut (Mdpl) yang berjarak sekitar 4 km dari puncak Gunung Merapi tersebut. Selain pemandangan sejujnya udara di kawasan yang dipenuhi pepohonan tersebut, Kali Talang adalah salah satu spot terbaik menikmati pemandangan puncak Gunung Merapi ketika cuaca puncak cerah berawan.

Wilayah Kemalang, Klaten kini tidak hanya menjadi penghasil pasir Merapi atau sayur mayur segar saja. Seiring menjamurnya kuliner di sekitar kawasan wisata, warga sekitar Merapi kini mulai tertarik menanam tanaman kopi untuk memasok kebutuhan kedai-kedai kopi pelaku usaha UMKM di Kecamatan Kemalang yang kian ramai diminati wisatawan yang berkunjung untuk menikmati keindahan puncak Merapi di saat langit cerah. Tiga desa di kawasan rawan bencana seperti Sidorejo, Tegalmulyo dan Balerante makin bergairah menanam kopi. Dari waktu ke waktu penggemar minuman bercita rasa tinggi terus bertambah. Apalagi jika cuaca cerah, meneguk kopi dark jenis robusta atau arabika sambil menikmati pesona Merapi dijamin bakal menghadirkan kebahagiaan tersendiri.

Sri Widagdo sebagai Sekretaris Desa Sidorejo, Kemalang, Klaten mengatakan bahwa di desanya sejumlah warga mulai tertarik membudidayakan tanaman kopi. Karena iklim dan cuacanya cocok, biji kopi yang dihasilkan

dapat memenuhi kebutuhan kedai-kedai kopi pelaku usaha UMKM di sekitar Merapi dan sebagai buah tangan. Ia juga menambahkan bahwa di desa sudah ada dua kedai kopi lainnya yang dikelola oleh warga. Biar pun belum bisa rutin tiap hari, tapi setiap sabtu dan minggu banyak wisatawan dari Solo, Yogyakarta atau Klaten yang sering berkunjung untuk menikmati kopi sambil melihat puncak Merapi. Ada kedai Kopi Petruk dan ada satu kedai lagi. Kebetulan kedai Kopi Petruk ini dikelola oleh warga di Dukuh Bangan, Sidorejo. Wisatawan biasanya datang ke kedai kopi pagi sebelum jam 09.00 WIB atau sore hari sebelum turun kabut seperti musin hujan. Menikmati nikmatnya Kopi Merapi dan melihat pemandangan alam.

Menjelang masuknya bulan Ramadhan Desa Sidorejo biasanya menggelar agenda sendiri yang diberi nama Wulupawetu. Dari adanya acara seperti itu diharapkan bisa menarik kunjungan wisatawan yang lebih banyak lagi untuk datang. Desa Sidorejo dengan Bundes Sukadana mencoba memperkuat infrastruktur wisata di desa agar akses jalan untuk para wisatawan bisa lebih mudah dan lebih baik lagi . Sebagai oleh-oleh para wisatawan tersedia berbagai macam produk dari berbagai UMKM seperti kopi dark atau medium dalam kemasan, sayuran, kearifan budaya Merapi lainnya.

Kecamatan Kemalang terdiri dari 13 Desa yaitu Balerante, Bawukan, Bumiharjo, Dompol, Kemalang, Kendalsari, Keputran, Talun, Tangkil, Tegalmulyo, Tlogowatu, Panggang dan Sidorejo. Selain potensi destinasi wisata karena letak geografis Kecamatan Kemalang masih dalam Kawasan Lereng Gunung Merapi. Kecamatan Kemalang juga memiliki banyak sekali para pelaku usaha UMKM. Jumlah dari pelaku usaha UMKM di Kecamatan Kemalang totalnya adalah sebanyak 77 UMKM. Data tersebut didapatkan dari Pemerintah Daerah Kecamatan Kemalang Tahun 2023. Dengan potensi yang dimiliki UMKM dari banyaknya jumlah tersebut memiliki peluang untuk tumbuh dan berkembangnya usaha baru. Potensi tersebut tentunya harus dilindungi dan didukung oleh Pemerintah Daerah Kecamatan Kemalang supaya

perkembangan ekonomi daerah terus meningkat sehingga menjadikan pembangunan dan pemerataan ekonomi di Kecamatan Kemalang.

Dua tahun yang lalu sejak munculnya kasus Covid-19 pertama kali diumumkan di Indonesia pada 2 Maret 2020. Awal mula masuknya virus Covid-19 di Indonesia dimulai saat Presiden Jokowi mengumumkan dua pasien terinfeksi Covid-19. Sontak, pengumuman ini langsung menghebohkan publik. Pemerintah mengkonfirmasi kasus 1 dan 2 yang menimpa seorang ibu (64) dan putrinya (31) di Depok, Jawa Barat. Keduanya terinfeksi Covid-19 dari warga negara Jepang yang sempat datang ke Indonesia pada Februari 2020.

Di masa pandemi Covid-19, Pemerintah telah membuat upaya untuk mendorong ekonomi nasional melalui Gerakan Bangga Buatan Indonesia (GBBI). Targetnya mendorong para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Bahkan produk dari UMKM diharapkan bisa bersaing dengan produk dari negara lain. Menteri Komunikasi dan Informatika Johnny G. Plate menyatakan Kementerian Kominfo berupaya untuk mempercepat akselerasi transformasi digital atau migrasi dari *offline* ke *online* bagi para pelaku UMKM. Hal itu kian gencar setelah peresmian Gerakan Bangga Buatan Indonesia oleh Presiden Joko Widodo. pendukung UMKM online sejalan dengan gagasan Presiden Jokowi untuk menjadikan Indonesia sebagai *Digital Energy of Asia*. Sebelum Covid-19, sebelum darurat kesehatan, Indonesia Ingin menjadi *Digital Energy of Asia* yang pada saat itu bersamaan dengan penyelenggaraan Asian Games

Pandemi COVID-19 telah membuat dampak yang sangat besar bagi industri pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia. Tidak main-main, sejak Februari 2020 jumlah wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia mengalami penurunan yang sangat drastis, dan puncaknya terjadi April 2020 dengan jumlah wisatawan hanya sebanyak 158 ribu, sesuai dengan data yang dirangkum pada buku dengan judul “Buku Tren Pariwisata 2021” yang diterbitkan oleh Kemenparekraf/Baparekraf. Semenjak tahun 2020 jumlah

wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia hanya sekitar 4,052 juta orang. Bisa dibayangkan, kondisi tersebut sangat memprihatinkan, karena dari data tersebut hanya sekitar 25% dari jumlah wisatawan yang masuk ke Indonesia pada 2019. Hal ini pun berdampak pada pendapatan negara di sektor pariwisata. Adanya pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dan ditutupnya akses keluar-masuk Indonesia, menyebabkan penurunan pendapatan negara di sektor pariwisata sebesar Rp20,7 miliar. Dampak pandemi Covid-19 pada sektor pariwisata Indonesia juga terlihat dari pengurangan jam kerja. Sekitar 12,91 juta orang di sektor pariwisata mengalami pengurangan jam kerja, dan 939 ribu orang di sektor pariwisata sementara tidak bekerja.

Kunci utama bagi pelaku pariwisata dan ekonomi kreatif agar dapat bertahan di tengah pandemi adalah memiliki kemampuan adaptasi, inovasi, dan kolaborasi yang baik. Pasca pandemi Covid-19, saat ini pelaku masyarakat mulai berubah, dan dibarengi dengan tren pariwisata yang telah berubah. Salah satu contoh yang paling sederhananya, sebelum pandemi kita bisa bebas liburan ke destinasi wisata di Indonesia maupun luar negeri. Namun, adanya pandemi menyebabkan tren pariwisata berubah, seperti liburan tanpa banyak bersentuhan dan berinteraksi dengan orang lain agar tetap aman, yaitu *staycation*. Keinginan liburan tanpa banyak bertemu orang lain pun mengubah tren layanan paket wisata. Para pelaku industri pariwisata harus mulai memberikan layanan paket wisata eksklusif atau *mini group*, agar wisatawan merasa lebih aman dan meminimalisir potensi penularan virus Covid-19 saat liburan.

Sedangkan dari sisi destinasi wisata, banyak tempat wisata yang terpukul akibat pandemi COVID-19, bahkan ada yang terpaksa ditutup karena sepi pengunjung. Hal yang sama juga berdampak terhadap para pelaku usaha UMKM. Kedua sektor ini memiliki hubungan simbiosis mutualisme yang begitu kuat. Bila pariwisata ambruk, maka terpuruk pula UMKM. Karena pemerintah melakukan berbagai kebijakan dalam meminimalisir potensi penularan virus covid-19. Akhirnya sejumlah destinasi wisata dan sejumlah

pusat oleh-oleh tempat para pelaku usaha UMKM menjual berbagai macam buah tangan untuk para wisatawan pun terpaksa tutup dan menghentikan aktivitas usahanya.

Perubahan perilaku konsumen dimasa pandemi Covid-19 yang berkaitan dengan finansial cenderung befokus pada kebutuhan sehari-hari. Konsumen cenderung mengesampingkan dan lebih memprioritaskan untuk mengutamakan keebutuhan pokok. Perubahan itu secara signifikan membentuk kebiasaan baru terhadap keseharian masyarakat. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan menurut (Sukirno, 2005:76) yaitu harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan masyarakat, distribusi pendapatan, cita rasa masyarakat jumlah penduduk, ekspektasi tentang masa depan.

Untuk itu, para pelaku pariwisata dan para pelaku usaha UMKM harus memanfaatkan inovasi teknologi yang berperan penting dalam mendukung tren pariwisata yang bergeser di tengah pandemi, salah satunya dengan *virtual tourism* untuk liburan *online*. Tak kalah penting, bergesernya tren pariwisata di Indonesia juga berdampak pada beberapa usaha restoran. Agar dapat bertahan, tentu saja pelaku industri restoran harus berinovasi seiringan dengan pergeseran perilaku dan kebiasaan para konsumen. Karena sekitar 70% orang menggunakan layanan *food online (delivery, take away, dan catering)* di masa pandemi COVID-19, maka sudah seharusnya pihak restoran memberikan layanan *take away* dengan menerapkan *contactless service*.

Bahkan, diperkirakan konsep *outdoor dining* akan menjadi sangat populer setelah pandemi usai. Hal ini disebabkan karena masyarakat akan tetap patuh terhadap protokol kesehatan, dan menjaga jarak dengan lainnya untuk meminimalkan kontaminasi virus. Itulah beberapa strategi dalam meningkatkan tren pariwisata Indonesia di tengah pandemi, atau bahkan hingga pandemi usai. Dengan strategi ini diharapkan dapat kembali membangkitkan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia yang sangat terpuruk saat pandemi melanda. Pandemi covid 19, telah merubah kebiasaan masyarakat, mulai dari

kebersihan, sampai gaya hidup. Hal ini juga terjadi untuk kemasan. Fungsi kemasan sangat berperan saat ini, di mana orang sangat memperhatikan keamanan dari suatu produk, terutama dari kemasannya. Saat meningkatnya kebiasaan masyarakat berbelanja secara online, berbanding lurus dengan meningkatnya penggunaan kemasan, terutama kemasan untuk pengiriman. Hal ini perlu dicermati oleh pelaku IKM, dan jasa pengiriman untuk memastikan, bahwa produk yang dibawa aman.

Selain inovasi kemasan produk, inovasi dalam membuat *branding digital* juga perlu dilakukan oleh para pelaku UMKM. *Branding* dapat diartikan sebagai upaya membangun sebuah identitas merek sebuah produk dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen untuk memilih produk tersebut. Strategi tersebut sejalan dengan menjamurnya berbagai platform *marketplace* dan *e-commerce*. Para pelaku usaha UMKM harus memanfaatkan strategi branding dengan cara mempresentasikan dengan baik melalui audiovisual interaktif dan visual yang menarik.

Data Bank Indonesia (BI) menunjukkan bahwa selama masa pandemi jumlah transaksi *e-commerce* meningkat hampir 2 (dua) kali lipat dibandingkan periode sebelumnya, yaitu dari 80 juta transaksi pada tahun 2019 ke 140 juta transaksi pada bulan Agustus 2022. Kondisi ini menunjukkan adaptasi ke transaksi *e-commerce* yang berbasis teknologi digital menjadi keharusan bagi pelaku UMKM seiring terbukanya peluang pasar yang sangat besar. Secara menyeluruh, di Indonesia terdapat perbedaan yang cukup menonjol antara kecepatan transmisi UMKM dari tradisional ke digitalisasi antara wilayah Jawa dan luar Jawa.

Hal ini terjadi karena perbedaan ketersediaan infrastruktur, internet dan *digital literacy* masyarakat. Adanya perbedaan kondisi geografis Indonesia menjadi salah satu faktor penghambat dalam pemerataan fasilitas yang sejatinya menjadi tanggungjawab negara ini. Ditengah keterbatasan tersebut, satu hal positif yang perlu dicatat adalah bahwa selama masa pandemi

pengguna internet di Indonesia meningkat 73,7% atau 196,7 juta pengguna atau pemilik akun. Angka ini setara dengan 71,79% dari total penduduk Indonesia pada tahun 2021 sesuai data Kemendagri. Namun dari jumlah tersebut baru 13% UMKM yang sudah terhubung dengan *marketplaces* (seperti Tokopedia, Shopee, Blibli dll) dan *digital markets*.

Tantangan dan peluang selalu datang bersamaan, termasuk ditengah infrastruktur digitalisasi UMKM di Indonesia yang masih terbatas ini. Kominfo melalui Badan Aksesibilitas Telekomunikasi dan Informasi (BAKTI) masih terus berupaya untuk meningkatkan pemerataan akses telekomunikasi dan informasi diseluruh wilayah Indonesia. Disisi lain, peluang sangat terbuka bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan skala usahanya dengan memanfaatkan perkembangan digitalisasi saat ini dan meningkatnya tren perdagangan dan transaksi *online*. Saatnya bagi pemerintah dan pemangku kepentingan untuk bersinergi dengan UMKM. Pemerintah dengan pembangunan infrastruktur digital dan *capacity building* UMKM menuju cakap digital, dan UMKM dengan pengelolaan usaha yang lebih modern, melalui penggunaan teknologi, pengelolaan finansial dan meningkatkan keahlian (*skill*) baik melalui pendidikan formal, pengalaman atau pendidikan dan pelatihan. Secara keseluruhan, pandemi Covid-19 membawa dampak yang sangat besar diberbagai sektor industri yang ada di Indonesia. Hal itu juga membawa pengaruh terhadap pendapatan masyarakat terutama bagi para pelaku usaha UMKM.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi pendapatan usaha UMKM adalah modal usaha. Modal usaha menjadi dasar utama dalam membangun usaha dan sebagian besar menjadi kendala. Modal untuk membangun usaha bisa dari sumber modal sendiri maupun pinjaman dari pihak lain. Modal usaha itu sendiri bisa dalam bentuk uang maupun dalam bentuk barang seperti mesin, peralatan dan lain sebagainya. Jika modal usaha bersumber dari modal sendiri tentunya jumlahnya terbatas. Modal usaha yang terbatas maka melakukan

pinjaman ke pihak lain seperti pinjaman ke bank dengan menyiapkan segala hal yang menjadi syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh bank tersebut.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi pendapatan usaha UMKM adalah lama usaha. Lamanya UMKM dalam menjalankan usahanya dapat mempengaruhi pengamatan dan penilaian seseorang terutama konsumen. Semakin lama pelaku UMKM menekuni bidang usahanya maka akan mempengaruhi tingkat kemampuan dan keahliannya secara profesional sehingga dapat mengamati perilaku dan selera konsumen, menambah efisiensi dan efektivitas produksi dan menekan biaya produksi agar lebih kecil dari hasil penjualan.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi pendapatan usaha UMKM adalah produksi. Produksi yang akan dihasilkan oleh pelaku UMKM dapat berjalan karena adanya modal untuk memproduksi suatu barang atau jasa. Dengan adanya tenaga kerja yang memiliki keahlian dan keterampilan yang sesuai dengan bidang UMKM juga mempengaruhi efisiensi dan efektivitas produksi sehingga UMKM dapat menghasilkan lebih banyak produk dan dapat menekan biaya produksi agar lebih kecil dari penjualan. Dengan begitu maka pendapatan yang diperoleh akan semakin meningkat.

Faktor keempat yang dapat mempengaruhi pendapatan usaha UMKM adalah tenaga kerja. Semakin banyak jumlah tenaga kerja maka semakin banyak produk yang dihasilkan untuk meningkatkan penjualan dalam upaya memperoleh pendapatan usaha. Tingkat kualitas pekerja dipengaruhi oleh faktor kualitas pekerja. Tersedianya pekerja yang memiliki skill dan keterampilan yang dibutuhkan dipengaruhi oleh tingkat upah yang diberikan oleh pemilik UMKM.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Vrelisa (2021), Lestari (2020), Polandos (2019), Abbas (2018), Rahmatia, Madris, & Nurbayani (2018), modal berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan UMKM. Artinya jika modal usaha UMKM besar maka akan meningkatkan kinerja perusahaan

serta menambah kuantitas barang yang akan menambah omset usaha dan pendapatan para pelaku UMKM. Untuk meningkatkan pendapatan usaha para pelaku UMKM, masih ada faktor lain yang mempengaruhi tingkat pendapatan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhon, Listyawati, & Muslikhun (2022) memberikan hasil penelitian terhadap variabel lama usaha. Lama usaha yang berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan pedagang. Dapat disimpulkan bahwa semakin lama pedagang dalam berwueusaha, maka pendapatan semakin meningkat. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2020), Polandos Engka & Tolosang (2019), Rahmatia, Madris, & Nurbayani (2018), yang menyatakan bahwa lama usaha tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan usaha. Artinya berapa lama seseorang menjalankan usahanya tidak berpengaruh terhadap pendapatan. Pelaku usaha UMKM yang telah lama menjalankan usahanya belum tentu memiliki pendapatan yang lebih besar. Begitu pula dengan pelaku usaha yang baru menjalankan usaha UMKM bisa menghasilkan pendapatan yang lebih besar.

Dari hasil penelitian Lestari (2020) diketahui bahwa Jumlah tenaga kerja berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan UMKM. hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmatia, Madris, & Nurbayani (2018) yang juga menyatakan bahwa tenaga kerja berpengaruh secara signifikan terhadap omset usaha. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Vlerisa (2021), Plandos Engka & Tolosang (2019) yang menyatakan bahwa tenaga kerja tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pelaku usaha UMKM. Artinya penambahan tenaga kerja belum tentu meningkatkan pendapatan dan sebaliknya pengurangan tenaga kerja tidak serta merta membuat pendapatan UMKM menurun.

Berdasarkan penjelasan diatas, Modal usaha, Lama usaha, Produksi, dan Tenaga Kerja memliki pengaruh terhadap pendapatan yang didapat oleh para pelaku usaha. Penelitian kali ini akan sedikit berbeda dengan penelitian sebelumnya dikarenakan peneliti menambahkan variabel independen tambahan

yaitu produksi. Penelitian kali ini mencari tahu apakah faktor dari variabel produksi dapat mempengaruhi pendapatan UMKM. Selain itu, penelitian dengan mengangkat judul ini juga baru pertama kali dilakukan di Kecamatan Kemalang. Latar belakang dan penjelasan sebelumnya menjadikan peneliti untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul “PENGARUH MODAL, LAMA USAHA, PRODUKSI, DAN TENAGA KERJA TERHADAP PENDAPATAN USAHA UMKM DI KECAMATAN KEMALANG KABUPATEN KLATEN PROVINSI JAWA TENGAH”.

## **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Adapun pertanyaan-pertanyaan terkait permasalahan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah modal berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha UMKM di Kecamatan Kemalang Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah.
2. Apakah lama usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha UMKM di Kecamatan Kemalang Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah.
3. Apakah produksi berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha UMKM di Kecamatan Kemalang Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah.
4. Apakah tenaga kerja berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha UMKM di Kecamatan Kemalang Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah.
5. Apakah modal, lama usaha, produksi dan tenaga kerja berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan usaha UMKM di Kecamatan Kemalang Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah.

### **1.3 Batasan Penelitian**

Maka permasalahan penelitian ini dibatasi dalam hal-hal berikut :

1. Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu terkait modal, lama usaha, produksi, tenaga kerja dan variabel dependennya adalah pendapatan usaha UMKM di Kecamatan Kemalang Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah.
2. Periode penelitian ini diambil dalam penelitian ini adalah tahun 2023.
3. Penelitian ini membatasi tempat penelitian pada UMKM di wilayah Kecamatan Kemalang Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh positif modal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha UMKM di Kecamatan Kemalang Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah.
2. Untuk menguji pengaruh positif lama usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha UMKM di Kecamatan Kemalang Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah.
3. Untuk menguji pengaruh positif produksi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha UMKM di Kecamatan Kemalang Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah.
4. Untuk menguji pengaruh positif tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha UMKM di Kecamatan Kemalang Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah.
5. Untuk menguji pengaruh positif modal, lama usaha, produksi dan tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha UMKM di Kecamatan Kemalang Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti, memberikan bukti empiris pengaruh modal, lama usaha, produksi dan tenaga kerja terhadap pendapatan usaha UMKM dan diharapkan hasil penelitian dapat menambah wawasan tentang pengaruh modal, lama usaha, produksi dan tenaga kerja terhadap pendapatan usaha UMKM di Kecamatan Kemalang Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah.
2. Bagi Kecamatan Kemalang, memberikan bukti empiris pengaruh modal, lama usaha, produksi dan tenaga kerja terhadap pendapatan usaha UMKM . Khususnya para pelaku UMKM di Kecamatan Kemalang, hasil penelitian dapat memberikan referensi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam upaya meingkatkan pendapatan usaha UMKM agar lebih efektif dan efisien dalam menjalankan usaha UMKM sehingga dapat memenuhi target peningkatan pendapatan usaha.
3. Bagi pihak akademis, memberikan bukti empiris pengaruh modal, lama usaha, produksi dan tenaga kerja terhadap pendapatan usaha UMKM Di Kecamatan Kemalang. penelitian ini diharapkan berguna sebagai sumber informasi dan salah satu sebagai sumber referensi kajian teori bagi peneliti yang berminat pada bidang dan topik permasalahan yang sama.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir Penelitian**

### **BAB I – PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan menguraikan tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, sistematika penulisan, waktu dan tempat penelitian.

### **BAB II – KAJIAN PUSTAKA DAN TEORI**

Pada bab ini akan dibahas mengenai teori-teori yang mendukung dalam proses penyusunan penelitian ini. Berisi mengenai definisi-definisi dan teori-teori yang menjadi dasar dalam penulisan penelitian yang diambil dari berbagai sumber.

### **BAB III – METODA PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi jenis dan cara pengumpulana data, definisi variabel secara operasional, metode analisis, dan metode persamaan.

### **BAB IV- ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menjelaskan data penelitian dan menyajikan hasil dai analisis serta pembahasannya.

### **BAB V- SIMPULAN DAN IMPLIKASI**

Menjelaskan mengenai kesimpulan akhir penelitian dan saran-saran yang di rekomendasikan berdasarkan pengalaman di lapangan untuk perbaikan proses pengujian selanjutnya.