

BAB 1

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Era global yang ditandai dengan adanya perdagangan bebas tidak dapat dielakkan oleh semua bangsa seperti Indonesia. Globalisasi dengan ciri khas adanya perubahan yang tak tentu, membutuhkan preksibilitas dan paradigma baru bagi organisasi serta perubahan faktor penentu untuk eksistensi organisasinya. Adanya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menjadi bagian paling besar dalam perekonomian nasional sebagai tanda tingkat partisipasinya masyarakat di beragam sektor aktivitas ekonomi. Perkembangan UMKM saat ini masih dihadapkan dengan sejumlah permasalahan minimnya produktivitas UMKM. UMKM mempunyai keterbatasan dalam hal mengakses modal usaha, teknologi, pasar dan informasi, dan iklim usaha UMKM yang tidak kondusif.

Harus disadari oleh Pemerintah Pusat mengenai kapasitas pemda dalam menyelenggarakan kebijakan dan programnya. Keberadaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), sering mengalami kendala dimulai dari kurang kepedulian pemerintah, dan krisis ekonomi justru membuat UMKM tetap eksis dan jumlahnya mengalami peningkatan yang cepat (anastia, 2014). Kokohnya daya tahan UMKM ini ditunjang dengan struktur modal yang lebih banyak, tergantung pada modalnya sendiri dan jumlahnya UMKM. Penggunaan modal sendiri ini dikarenakan kurangnya kinerja perpihakkan sektor perbankan terhadap UMKM (Pratama Surya, 2013). Bagi pengaku UMKM modal merupakan pergerakan dalam aktivitas sebuah usaha dan aktivitas operasionalnya serta pembelian persediaan seperti bahan baku atau produk yang akan dijual, untuk mendukung eksistensi bisnis dan menjalani hubungan antara UMKM dan perbankan yang menunjang fungsi intermediasi perbankan dan penyaluran modal usaha serta pengembangan UMKM (Duti Ariani, 2013). Variabel modal dan modal pinjaman menjadi sebuah faktor untuk mendapatkan pendapatan dalam UMKM efisiensinya bisa dihitung dari tingkat perputaran total modal yang berbentuk uang dan perputaran total produk yang dijual.

Dalam memasarkan hasil produksi UMKM memerlukan lokasi usaha yang akan mendukung pendapatan dari penjualan snack ringan, disamping itu pemda harus berusaha keras untuk menyebarkan promosi hasil produksi dari penguasa UMKM. Pendapatan pedagang UMKM akan didapatkan hasil produk yang dijual. Pendapatan ini merupakan efek dari meningkatnya volume produksi dengan mutu produksinya yang baik. Selain itu, pendapatan juga dipengaruhi dari lokasi penjualan yang luas dan strategis, pengelolaan bantuan secara profesional dan modal pinjaman dari pemerintah ataupun dari lembaga keuangan (Siti Dewi Gita , 2013) .

Modal menjadi faktor yang berarti dalam membangun suatu usaha. Dalam suatu usaha selain dibutuhkan modal sendiri juga memerlukan modal pinjaman. Modal pinjaman ini bisa berpengaruh pada naiknya pendapatan dan produktivitas organisasi. Tingginya modal usaha menjadikan pelaku usaha untuk menghasilkan hasil produksi yang lebih banyak sehingga pendapatannya akan meningkat. Pendapat Ismawan (Ekonomi rakyat), masyarakat biasanya dipandang tidak mempunyai potensi dana lembaga keuangan formal sehingga perkembangan ekonominya tersendat dan mayoritas dari mereka menggunakan modal apapun yang dimilikinya. Adapun modal UMKM bersumber dari modal sendiri dan pinjaman dari Bank

operasi dan lembaga lain. Beberap hal dijadikan sebagai fenomena data perkembangan usaha Mikro dan kecil dimana menjelaskan beberapa hal penting pengaruh setiap variabel sebagai berikut:

Pekembangan Usaha Mikro dan Kecil di Kabupaten Deli Serdang Tahun 2016- 2020

NO	Variabel	Satuan	DES 2016	DES 2017	DES 2018	DES 2019	DES 2020
1	Jumlah Usaha Mikro dan Kecil	Unit	15.469%	25.058%	25.122%	25.241%	202.866%
2	Volume Usaha	Rp. Juta	1.650.760	1.898.374	1.907.245	1.916.566,8	2.360.629,3

Sumber : Data UMKM Kab.Deli Serdang

Fenomena pada tabel diatas menjelaskan bagaimana perkembangan tingkat usaha beserta modal usaha mikro dan kecil setiap tahunnya pada kabupaten deli serdang. Pada tahun diatas menjelaskan tingkat jumlah usaha mikro dan kecil mengalami peningkatan setiap tahun dimulai tahun 2016 sampai 2020. Namun terlihat terjadi peningkatan drastis pada tahun 2020 dimana pada tahun sebelumnya 2016 – 2019 masih mengalami peningkatan tiap tahun sebesar 10 % dan dikategorikan masih mengalami peningkatan standar, berbeda dengan peningkatan pada tahun 2020 hampir mencapai 85% dari tahun sebelumnya dengan perbandingan yang terjadi sebesar 75%.

Hal ini terjadi pada peningkatan modal usaha ataupun volume usaha, dimana pada tahun 2016 – 2019 nilai modal usaha masih mencapai tingkat standar dari tahun sebelumnya ke tahun berikutnya. Hal ini menjelaskan pada tahun 2016 – 2019 jika tingkat jumlah usaha mikro dan kecil meningkat, maka modal usaha yang diperoleh juga meningkat, dengan syarat bertambahnya suatu pendapatan UMKM ini sejalan dengan kenyataan dimana masih tersedia suatu modal bagi masyarakat yang memerlukan UMKM dengan prinsip saling menguntungkan satu sama lain.

Namun tingkat perbedaan yang terlihat pada usaha mikro dan kecil beserta tingkat volume usaha dari tahun sebelumnya ke tahun 2020. Disini terlihat bahwa tingkat perkembangan usaha mikro dan kecil mencapai 85 % dari peningkatan sebelumnya. Namun peningkatan modal yang diperoleh hanya mencapai sekitaran 45 %. Hal ini terjadi suatu fenomena dimana ketika terjadi suatu peningkatan diluar keterbatasan yang diharapkan tidak sesuai dengan peningkatan volume usaha. Hal ini perlu diperhatikan jika tingkat mikro usaha meningkat maka harus diikuti dengan tingkat modal usaha, walaupun tidak setara tapi harus memiliki selisih yang tidak jauh agar mampu memperoleh nilai dengan seimbang.

Maka dari fenomena diatas peneliti menerapkan sebuah penelitian dengan tujuan memperhatikan bagaimana peningkatan pendapatan modal yang sering terjadi pada data UMKM, dan disini peneliti ingin mengetahui lebih lanjut bagaimana peran pemerintah membantu pengusaha kecil dengan menilai tingkat modal yang diberikan pada masyarakat usaha mikro dan kecil. Dengan ini peneliti menerapkan judul “ **Pengaruh Modal Usaha, lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Deli Serdang dengan Modal Pinjaman sebagai Variabel Moderting.**”

1.2 Tinjauan Pustaka

I.2.1 Teori Pengaruh Modal usaha terhadap Pendapatan UMKM

Pendapat surdaryono (2017:333-334) yakni dalam membangun usaha memerlukan modal awal dengan nilai yang berbeda sesuai jenis dan ukuran usahanya sejak dimulai. Pendapat

(Bhagas2016) ialah modal sangat mempengaruhi pendapatan sebab dengan menggunakan modal maka bisa menambah alat di toko dan memperbanyak barang yang dijual serta menambah pendapatan pelaku usahanya.

Menurut (Anggraini et al. 2019), sewaktu mempunyai modal besar dalam membangun usaha dan muda dalam mendapat modal usaha maka bisa meningkatkan perkembangan usahanya.

I.2.2 Teori Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan UMKM

Lokasi Usaha merupakan tempat untuk melakukan suatu usaha, semua aktivitas seperti penyediaan bahan baku hingga penjualan ke konsumen. Hasil penenlitian yang dilakukan oleh Ni Made Dwi Maharani Putri dan I Made Jember,(2016) mengungkapkan yakni lokasi usaha mempengaruhi postif terhadap pendapatan usahanya. Pendapat (Pratiwi et al, 2019) ialah lokasi usaha mempengaruhi signifikan terhadap pendapatan dikarenakan tempat yang strategis, area parkir yang luas, lokasinya mudah diakses dan tidak jauh dari keramaian, maka konsumen akan tertarik untuk datang.

Menurut (Husaini dan Ayu Fadhalani, 2017) mengungkapkan yakni lokasi usaha mempengaruhi signifikan terhadap pendapatan sebab tempat yang strategis, area parkir yang luas, lokasinya mudah diakses dan tidak jauh dari keramaian, maka konsumen akan tertarik untuk datang. Penenlitian ini didukung oleh Pratiwi et al, 2019 dan Zulfa Nur Afifi (2017) yang membuktikan lokasi usaha mempengaruhi positif terhadap pendapatan .

I.2.3 Teori Pengaruh Lokasi Pemasaran Terhadap Pendapatan UMKM

Lokasi pemasaran memiliki maanfaat besar untuk mengenal satu produk, dengan memberikan pengaruh tinggi dalam memerdangangkan suatu produk. Dalam melangsungkan sebuah usaha diperlukan perencanaan strategi pemasaran untuk mengenalkan produk ke pasar. Perencanaan tersebut berupa 3 bagian yakni pemosisian produk, pangsa pasar. Kedua terkait strategi distribusi dan anggaran. Ketiga melaksanakan strategi bauran pemasaran yakni strategi mengenai harga, penyaluran, produk dan promosi yang akan dilakukan. Sehingga lokasi pemasaran menjadi sasaran utama dalam mempengaruhi pendapatan suatu pedanggang UMKM. Hal ini perlu di pahami jika strategi suatu pemasaran dianggap bagus atau meningkat maka memberikan pengaruh kenaikan pada pendapatan UMKM.

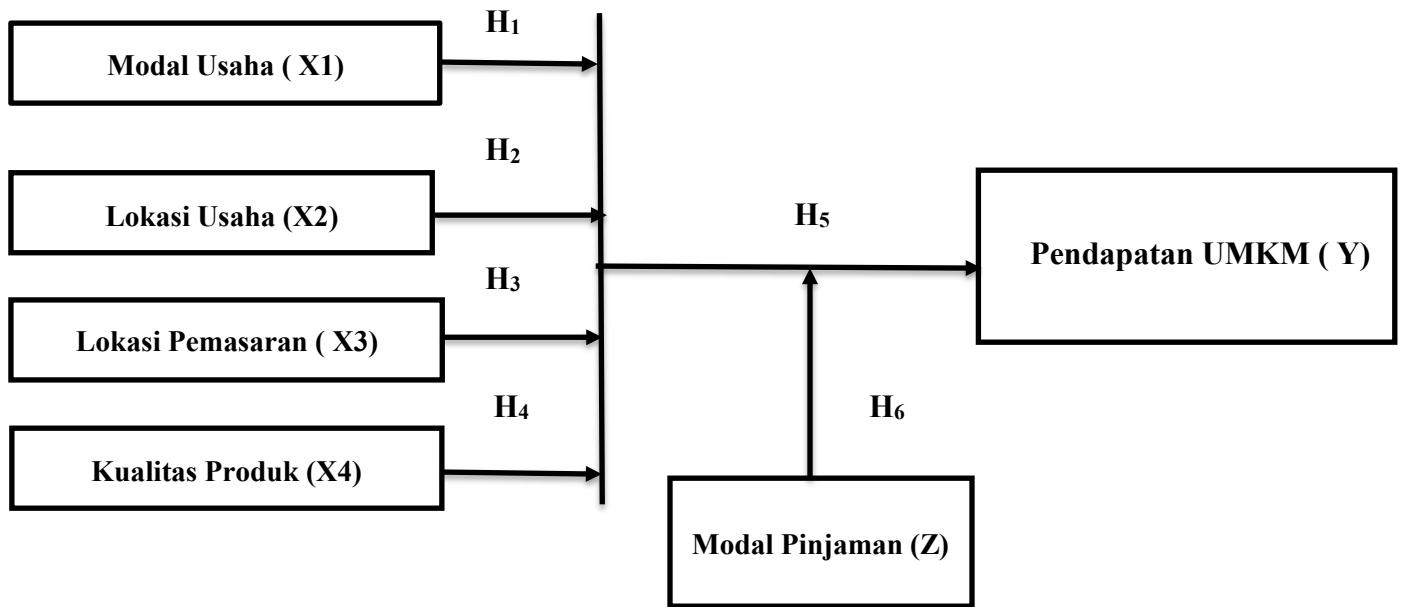
Menurut Endang Purwanti (2012) lokasi pemasaran ataupun kualitas pemasaran mempengaruhi positif dan signifikan tehadap harga pendapatan UKM

I.2.4 Teori Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pendapatan UMKM

Menurut Sugiono, 2017 yakni secara langsung kualitas produk mempengaruhi positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM. Menurut Hery, 2017 bahwa kualitas prosuk menjadi faktor yang menentukan tingkat kepuasan konsumennya sesudah membeli dan memakai suatu produk, jika kualitas produknya bagus maka bisa memenuhi apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumennya atas produk tertentu dan akan mengulang lagi pembeliannya bahkan dalam jumlah yang lebih banyak.

Menurut Nabhan dan Kresnaini, menyatakan bila suatu konsumen merasa ada kecocokan dengan produk tertentu dan produk bersangkutan bisa memenuhi kebutuhan konsumen, maka ia akan memutuskan untuk melakukan pembelian produk itu secara berkelanjutan. Menurut Nabhan dan Kresnaini (2015) menyatakan kualitas Produk berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.

Kerangka Konseptual



I.3 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono, 2016 : 93 Hipotetis ialah jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian yang umumnya berupa kalimat pertanyaan. Dari hasil kerangka konseptual ini maka diajukan hipotesis di bawah.

H1 : Modal usaha (X1) mempengaruhi secara positif terhadap pendapatan UMKM.

H2 : Lokasi Usaha (X2) mempengaruhi secara positif terhadap pendapatan UMKM

H3 : Lokasi pemasaran(X3) mempengaruhi seacara positif terhadap pendapatan UMKM

H4 : Kualitas Produk (X4) mempengaruhi positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM

H5: Modal Usaha, Lokasi Usaha , Lokasi Pemasaran , dan Kualitas Produk mempengaruhi secara simultan terhadap pendapatan UMKM.