

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kegiatan ekonomi merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, karena dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi maka kebutuhan masyarakat juga terpenuhi. Hambatan pertumbuhan ekonomi saat ini termasuk salah urus dan tidak efisien dalam penggunaan sumber daya alam suatu negara dan kurangnya wirausaha yang termotivasi, terlatih, dan berkembang. Salah satu penopang ekonomi suatu daerah yaitu pada sektor UMKM. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia keberadaannya sangat strategis dalam meningkatkan perekonomian nasional, karena mampu menyerap jumlah pengangguran. UMKM sebagai usaha kecil yang didirikan atas inisiatif individu, UMKM mempunyai peranan penting dalam mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia serta mampu menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran. Selain itu UMKM mampu memberikan kontribusi yang besar terhadap pendapatan daerah dan nasional Indonesia. Salah satu upaya untuk mendorong pembangunan ekonomi adalah dengan meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat.

UMKM memiliki kemampuan untuk menggerakkan kegiatan perekonomian dan menjadi dasar dari sumber pendapatan sebagian besar masyarakat. Ada tiga tantangan utama yang saat ini dihadapi UMKM yakni *capability* dalam mengelola usaha, akses kepada pembiayaan, dan akses pasar. Meskipun UMKM memiliki kedudukan yang sangat penting dalam perekonomian nasional, namun

bisnis UMKM tidak selalu berjalan mulus dikarenakan masih banyak hambatan dan kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Kendala tersebut antara lain keterbatasan modal usaha, keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dan keterbatasan teknologi Setianto dkk, (2016).

Permasalahan yang sering dihadapi pelaku UMKM dalam sumber pendapatannya adalah keterbatasan modal, kesulitan dalam pemasaran, kemampuan teknologi, dan kurangnya keahlian atau kualitas SDM yang tidak memadai. Survei dari BPS mengidentifikasi berbagai kelemahan dan permasalahan yang dihadapi UMKM berdasarkan prioritasnya, yaitu meliputi kurangnya permodalan, kesulitan dalam pemasaran, persaingan usaha yang ketat, kesulitan bahan baku, kurang teknis produksi dan keahlian, kurangnya keterampilan manajerial (SDM), dan kurangnya pengetahuan dalam masalah manajemen khususnya bidang keuangan dan akuntansi. Luky Maulana, lokadata.id (2020). Pertumbuhan UMKM di Bali nampak pada tabel 1.1

Tabel 1.1
Pertumbuhan UMKM di Bali per Tahun

No	Tahun	Jumlah Pertumbuhan UMKM (Unit)	Persentase Pertumbuhan UMKM
1.	2019	13.042 unit	4,17 persen
2.	2020	1.344 unit	0,41 persen
3.	2021	84.912 unit	25,94 persen
4.	2022	28.344 unit	6,88 persen
5.	2023	442.848 unit	75,69 persen

Sumber. Dinas Koperasi dan UMKM Bali

Menurut Dinas Koperasi dan UMKM di Bali perkembangan UMKM rupanya meningkat pesat selama lima tahun terakhir. Nampak pada tabel 1.1 pada Tahun 2019 pertumbuhan UMKM di Bali sebesar 13.042 atau 4,17 persen, lalu Tahun 2020 sebesar 1.344 atau 0,41 persen, Tahun 2021 sebesar 84.912 atau 25,94 persen, Tahun 2022 sebesar 28.344 atau 6,88 persen dan Tahun 2023

sebesar 2.239 atau 0,51 persen pada semester satu. Hingga kini pada Tahun 2023 jumlah UMKM di Bali yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Bali sebanyak 442.848 UMKM yang terdiri dari sektor formal sebanyak 107.656 (24,31 persen) dan sektor informal sebanyak 335.192 (75,69 persen). UMKM tumbuh secara kuantitas, bukan berarti lantas tak ada masalah. Secara umum, permasalahan UMKM di Provinsi Bali, yakni dari sisi permodalan, perizinan, sumber daya manusia, teknologi, pemasaran atau promosi, dan produksi.

Dari sisi permodalan, di antaranya kurangnya informasi UMKM dalam mengakses permodalan untuk pengembangan bisnis. Kemudian dari sisi perizinan, banyak pelaku usaha mikro yang belum memiliki legalitas usaha. Selanjutnya masih perlu peningkatan wawasan bagi pelaku UMKM dalam mengelola usaha yang baik. Sedangkan dari sisi teknologi, berupa kurangnya pemanfaatan teknologi dalam menjalankan usaha. Ruang lingkup pemasaran UMKM yang masih kecil dan promosi yang kurang maksimal. Sementara dari sisi produksi, tidak jarang proses pengemasan produk UMKM masih kurang menarik dan akses memperoleh bahan baku.

Masyarakat di Bali khususnya di Desa Tampaksiring Kecamatan Tampaksiring Kabupaten Gianyar yang dimana Desa Tampaksiring merupakan salah satu Desa yang ada di Gianyar yang terkenal dengan objek wisatanya, yang masih banyak wisatawan yang berdatangan. Desa Tampaksiring juga terkenal dengan kerajinan yang mana menjadi pengembangan UMKM disana. Kerajinan yang dihasilkan dari para pelaku UMKM disana yaitu kerajinan dari tulang, kerajinan rajutan, dan ada beberapa kerajinan dari batok kelapa.

Walaupun banyak masyarakat yang mengembangkan kerajinan sebagai usaha mereka tak jarang dari para pelaku UMKM kerajinan yang ada di Desa Tampaksiring pendapatannya rendah dikarenakan kurangnya promosi atas barang dagangannya serta kurangnya pengembangan ide produk jualannya. Merujuk pada data yang didapatkan di Kantor Desa Tampaksiring Tahun 2023 bahwa jumlah pelaku UMKM di bidang kerajinan terdapat 104 pelaku UMKM dari tiga jenis kerajinan. Jumlah pelaku UMKM Kerajinan yang ada di Desa Tampaksiring Nampak pada tabel 1.2

Tabel 1.2 Jumlah UMKM Kerajinan di Desa Tampaksiring

No	Nama UMKM Kerajinan	Jumlah (Pelaku)
1.	Kerajinan Rajut	27
2.	Kerajinan Tulang	66
3.	Kerajinan Batok Kelapa	11
TOTAL		104

Sumber. Kantor Desa Tampaksiring 2023

Nampak pada tabel diatas jumlah pelaku UMKM kerajinan terdapat 104 pelaku. Kerajinan tersebut diantaranya kerajinan rajut berjumlah 27 pelaku UMKM, kerajinan tulang berjumlah 66 pelaku UMKM, dan kerajinan batok kelapa berjumlah 11 pelaku UMKM. Rata-rata Pendapatan yang diperoleh pelaku UMKM Kerajinan selama sebulan Nampak pada tabel 1.3

Tabel 1.3
Pendapatan Pelaku UMKM Kerajinan Per Bulan

No	Nama Pemilik	Nama Usaha	Pendapatan rata-rata (Perbulan)
1.	I Wayan Juita Adiputra	Wayan Tiki	Rp. 1.000.000- Rp. 10.000.000
2.	I Ketut Sunia	I Ketut Sunia Carver	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
3.	I Wayan Kana	Kerajinan Batok Kelapa	Rp. 300.000- Rp. 1.000.000
4.	Ni Komang Tasya Aprilia	Kerajinan Rajut	Rp. 500.000- Rp. 2.000.000

5.	Ida Bagus Putu Mantra	Mantra Carver	Rp. 1.000.000- Rp. 10.000.000
6.	I Wayan Mardana	Batu Carving	Rp. Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
7.	I Wayan Aca	Coconut Carver	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
8.	Ni Wayan Sunariasih	Manaya Bali Carving	Rp. 1.000.000- Rp. 10.000.000
9.	I Wayan Lugra	Various Handicraft Artshop	Rp. 1.000.000- Rp. 10.000.000
10.	Dewa Ayu Yulia Prasetya Dewi	Kerajinan Rajut	Rp. 500.000- Rp. 3.000.000

Sumber. Data Diolah Oleh Peneliti Tahun 2024

Dari hasil observasi awal yang dilakukan dengan wawancara kepada 10 pelaku UMKM kerajinan maka Nampak pada tabel diatas rata-rata pendapatan dari 10 pelaku UMKM yang bergerak di bidang kerajinan masih banyak pelaku usaha tersebut yang pendapatannya kurang, dilihat dari pendapatannya perbulan kadang mengalami penurunan ataupun tidak mendapatkan pendapatan sama sekali hal tersebut dikarenakan kurangnya ide serta inovasi yang baru dalam mengembangkan produknya hal tersebut dikarenakan kurangnya pengalaman berwirausaha, tidak hanya itu dalam mengembangkan produk jualan yang baru ataupun membuat produk pesanan maka tingkat pembuatannya juga sulit dan memerlukan waktu yang lama. Sehingga para pelaku usaha kerajinan hanya membuat produk yang sama untuk dijualnya, bahkan pengerajin satu dengan pengerajin lainnya hasil produk yang dijualnya juga hampir sama semua jadi tidak ada hal yang menarik yang ditonjolkan dari produk yang dijualnya.

Strategi pemasaran juga menjadi permasalahan dalam memasarkan produk kerajinan dimana belum adanya sistem pemasaran yang baik dimana beberapa pelaku UMKM tidak memiliki web resmi ataupun sosial media

untuk mempromosikan produknya, para pelaku UMKM hanya mengandalkan membuka artshop ataupun kios dan menunggu wisatawan yang sekiranya mampir. Beberapa pelaku UMKM dalam mempromosikan produknya kurang menarik dimana kurangnya info produk yang biasanya berupa brosur ataupun katalog sehingga hal tersebut menjadi penyebab kurangnya daya tarik wisatawan untuk berbelanja serta tatanan pemajangan produk yang kurang rapi sehingga mengurangi eksistensi pemajangan produk. Serta beberapa pelaku UMKM tidak memiliki jaringan bisnis atau jaringan kerja sama dengan orang.

Seperti wawancara yang saya lakukan kepada kurang lebih 50% pelaku UMKM kerajinan dan salah satu pelaku UMKM tersebut yaitu bergerak di bidang kerajinan tulang yaitu Bapak I Wayan Mardana dimana penghasilan yang didapatkan perbulan kurang lebih Rp. 500.000 ribu rupiah tergantung besar kecilnya barang yang dibeli, beliau juga mengatakan kadang perbulan tidak mendapatkan penghasilan sama sekali dikarenakan beliau memasarkan produknya hanya membuka artshop dipinggir jalan dan menunggu wisatawan asing yang sekiranya mampir untuk membeli produknya dan beliau juga mengatakan tidak ada web resmi ataupun akun sosial media untuk memasarkan produknya beliau juga mengatakan memiliki jaringan bisnis dengan wisatawan asing namun dalam mengambil produk yang dibuatnya tidak setiap bulan diambilnya. Wawancara selanjutnya juga saya lakukan kepada pengerajin tulang juga yaitu Bapak I Wayan Lugra dimana penghasilan yang didapatkan dibawah Rp.10.000.000 juta rupiah karena beliau sudah memiliki jaringan bisnis yang merupakan wisatawan asing yang memang

setiap bulannya mengambil produknya tidak hanya itu beliau menjualnya dengan membuka artshop di pinggir jalan serta memiliki web khusus untuk menjual produknya serta aktif dalam mempromosikan produknya lewat sosial media contohnya yaitu facebbok serta dalam mempromosikannya beliau memberikan keterangan yang jelas pada produknya dengan memberikan nama produk, harga serta pengambilan gambar produk juga menarik, serta penjual-penjual asongan di tempat wisata juga banyak membeli barangnya dan mengordernya untuk dijual kembali, adapun produk yang dijual yaitu tanduk, anting-anting, gantungan kunci, patung kecil, serta kalung. Selanjutnya, saya mewawancarai pengerajin rajut yaitu Ibu Ni Komang Tasya Aprilia dimana penghasilan perbulannya tidak menentu kadang mendapatkan kurang lebih Rp. 500.000 perbulan kadang juga bisa mendapatkan penghasilan sebesar Rp.5.000.000 jikalau orderannya banyak. Kadang juga tidak mendapatkan penghasilan sama sekali perbulannya, padahal beliau juga selalu membuat produk-produk yang baru untuk dijualnya namun sayangnya dalam kegiatan pemasarannya kurang dikarenakan kurangnya mempromosikan produknya beliau mengatakan hanya mempostingnya tanpa memberikan keterangan produk serta harga dan pengambilan barang yang kurang jelas sehingga kurang menarik dilihatnya, beliau memasarkan produknya di *platform* instagram dan facebbok dimana beliau memposting baju serta rok, cardigan dan satu set pakaian pantai dengan memposting saja dengan gambar yang kurang jelas dan tidak memiliki keterangan nama produk dan harganya, hal tersebut membuat kurang menariknya produk yang di jual. Dari wawancara yang saya lakukan

kebanyakan pendapatannya tidak menentu setiap bulannya terkadang pendapatannya meningkat dan terkadang pendapatannya menurun tergantung laku tidaknya produk yang dijual. Serta masih banyak yang kurang dalam mempromosikan produknya dari yang tidak memiliki *platform* penjualan online, tidak memiliki jaringan bisnis atau kerja sama, serta kurang menariknya dalam mempromosikan produknya.

Pendapatan merupakan hasil usaha yang diperoleh dari kegiatan penjualan perusahaan, baik berupa barang maupun berupa jasa. Pendapatan yang diperoleh dari perusahaan tersebut dapat berupa pendapatan yang diperoleh dari perusahaan atas usaha utama dan pendapatan yang diperoleh dari usaha sampingan atau pendapatan lainnya, bisa dari pendapatan yang diperoleh dari bunga simpanan dari bank Isnawan (2012).

Pada hakikatnya pendapatan yang diterima oleh seseorang maupun badan usaha tentunya dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti tingkat pendidikan dan pengalaman seorang, semakin tinggi tingkat pendidikan dan pengalaman maka makin tinggi pula tingkat pendapatannya, kemudian juga tingkat pendapatan sangat dipengaruhi oleh modal kerja, jam kerja, akses kredit, jumlah tenaga kerja, tanggungan keluarga, jenis barang dagangan (produk) dan faktor lainnya. Pada umumnya masyarakat selalu mencari tingkat pendapatan tinggi, akan tetapi dibatasi oleh beberapa faktor tersebut Pertiwi (2015).

Keberadaan pemasaran adalah salah satu kegiatan krusial dalam dunia usaha untuk meningkatkan pendapatan Syuhada & Gambetta (2013) menyebutkan bahwa salah satu permasalahan yang dihadapi oleh pelaku

UMKM di Indonesia adalah terkait pemasaran, dimana UMKM tidak memiliki keterampilan pemasaran sehingga menghambat dalam pertumbuhan dan perkembangannya. Dan pemanfaatan teknologi informasi yang kurang tepat dapat memiliki pengaruh bagi pendapatan UMKM dengan pemasaran online. Sehingga dibutuhkan strategi pemasaran online yang tepat dalam memperhatikan produk atau jasa ketika melakukan promosi dan pengiklanan di media sosial maupun layanan lainnya. Pemasaran merupakan suatu yang harus diperhatikan dalam kita menjalankan suatu usaha, pemasaran sangat penting untuk bisa mengembangkan usaha agar lebih maju sehingga perlu adanya berbagai strategi dan konsep agar pemasaran dapat tertuju atau tercapai sesuai dengan keinginan. Tanpa adanya bidang pemasaran maka penjualan tidak akan sesuai dengan keinginan, pemasaran perlu diolah dengan pemikiran yang matang dan disesuaikan dengan keinginan pasar saat ini sehingga dapat meningkatkan hasil pendapatan yang diperoleh.

Strategi pemasaran yang baik jika tidak dibarengi dengan pengalaman dan pengetahuan dari pelaku usaha juga akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh. Pengetahuan kewirausahaan adalah pemahaman seseorang terhadap wirausaha dengan berbagai karakter positif, kreatif, dan inovatif dalam mengembangkan peluang-peluang usaha menjadi kesempatan usaha yang menguntungkan dirinya dan masyarakat atau konsumennya Kuntowicaksono (2012:49). Pengerajin di Tampaksiring merupakan wirausaha yang bergerak di bidang kerajinan dimana para wirausaha tersebut membuka usahanya sendiri, menghasilkan produk, menentukan cara

produksi, menyelenggarakan kegiatan membeli produk baru guna mengatur permodalan dan pemasaran.

Menurut Suryana (2017:80) wirausahawan akan berhasil apabila memiliki kemauan dan kemampuan yang sangat dipengaruhi oleh pengetahuan dan pengalaman. Kemauan merupakan tekad dan niat yang kuat dengan motivasi yang tinggi yang harus dimiliki seorang wirausahawan. Jika wirausahawan memiliki kemauan tapi tidak dengan kemampuan (*skill*) maka usaha yang dijalankan bisa mengalami kegagalan. Kemampuan (*skill*) tentu saja sangat dibutuhkan untuk bisa mengatasi dan memperhitungkan risiko. Selain kemauan dan kemampuan, wirausahawan perlu memiliki pengetahuan. Alasan pengetahuan sangat penting dimiliki oleh seorang wirausahawan juga dikemukakan oleh Suryana (2017:81) wirausahawan yang sukses pada umumnya adalah mereka yang memiliki kompetensi, yaitu memiliki ilmu pengetahuan, keterampilan dan kualitas individual yang memiliki sikap, motivasi, nilai-nilai pribadi serta tingkah laku yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan atau kegiatan. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan seseorang juga menjadi salah satu faktor dalam pendapatan yang didapatkan oleh pelaku usaha, dimana jika seseorang dalam menjalankan bisnisnya masih kurang dalam mengembangkan usahanya dan mengembangkan ide produk jualannya maka berpengaruh terhadap hasil pendapatan yang diperolehnya begitu juga dengan pemasarannya jika pelaku usaha kurang dalam menentukan segmentasi pasarnya serta kurang jaringan usaha mereka dan kurang mempromosikan produk yang dijual maka akan berpengaruh juga ke hasil pendapatan yang diperoleh.

Berdasarkan uraian latar belakang dan perbedaan penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Strategi Pemasaran terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Kerajinan di Desa Tampaksiring”**.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Pendapatan dari beberapa pelaku UMKM Kerajinan yang tidak menentu setiap bulannya tergantung penjualannya dikarenakan kurangnya jaringan bisnis dan kerja sama serta promosi yang dilakukan kurang menarik tentang produknya sehingga sedikit yang tertarik serta beberapa ada yang tidak melakukan promosi hanya mengandalkan membuka artshop dan menunggu pembeli yang datang serta tidak adanya katalog mengenai produk yang dijualnya dan tatanan pemajangan produk yang kurang rapi.
2. Masih terdapat beberapa pelaku UMKM Kerajinan yang belum maksimal dalam mengembangkan inovasi serta kreatifitas dalam mengembangkan produk yang dijualnya serta pelaku UMKM yang masih takut untuk mencoba hal baru dalam pengembangan produknya karena kurangnya pengalaman dalam membuka usahanya sehingga pendapatannya menjadi kurang

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini membatasi permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini supaya lebih fokus dalam permasalahan pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan strategi pemasaran terhadap pendapatan pelaku UMKM kerajinan di Desa

Tampaksiring, begitu juga dengan data yang hanya mencakup dengan penelitian ini saja.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Kerajinan di Desa Tampaksiring?
2. Apakah Strategi Pemasaran berpengaruh terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Kerajinan di Desa Tampaksiring?
3. Apakah Pengetahuan Kewirausahaan dan Strategi Pemasaran berpengaruh terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Kerajinan di Desa Tampaksiring?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap pendapatan pelaku UMKM kerajinan di Desa Tampaksiring.
2. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran terhadap pendapatan pelaku UMKM kerajinan di Desa Tampaksiring.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan strategi pemasaran terhadap pendapatan pelaku UMKM kerajinan di Desa Tampaksiring.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak. Manfaat tersebut diantaranya adalah

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dan menjadi landasan dalam pengembangan ilmu dan sebagai sumber bacaan atau dijadikan referensi pada pihak- pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan ini.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman dan pengetahuan terkait pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan strategi pemasaran terhadap pendapatan pelaku UMKM kerajinan di Desa Tampaksiring.

b. Bagi Pelaku UMKM

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi dan bahan pertimbangan tentang pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan strategi pemasaran terhadap pendapatan pelaku UMKM.

c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha.

d. Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Penelitian ini dapat menjadi tambahan sumber pustaka khususnya mengenai pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan strategi pemasaran terhadap pendapatan pelaku UMKM kerajinan di Desa Tampaksiring.