

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Perkembangan usaha kecil, menengah, dan mikro di Indonesia sangat penting bagi perekonomian negara. Ketika krisis melanda Indonesia sekitar tahun 1997-1998, sektor UMKM terbukti masih mampu bertahan dengan kuat, sementara usaha-usaha besar lainnya mengalami penurunan signifikan. Menurut Tinneke dkk. (2020) keunggulan usaha mikro kecil menengah (UMKM) dalam bertahan pada masa krisis disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, biasanya usaha kecil menengah membuat produk barang dan jasa yang berhubungan erat dengan kebutuhan sehari-hari masyarakat. Kedua, UMKM tidak bergantung pada bahan baku impor dan lebih mengandalkan sumber daya lokal, baik dalam hal sumber daya manusia, modal, bahan baku, maupun peralatannya. Ketiga, umumnya bisnis UMKM tidak terlalu terpengaruh oleh krisis global yang biasanya ditandai dengan turunnya nilai tukar rupiah

UMKM adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia yang dijadikan sebagai tumpuan dalam memperoleh pendapatan (Suyadi dkk.,2018). UMKM merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia, masa depan pembangunan terletak pada pengembangan UMKM untuk berkembang mandiri (Yolanda, 2024). UMKM telah menawarkan banyak sumber daya kewirausahaan dan peluang kerja bagi masyarakat, dan sektor UMKM sering disebut sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi (Meitriana dkk., 2021). Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi mengenai UMKM

berdasarkan kuantitas tenaga kerja, usaha mikro memiliki jumlah tenaga kerja 1 sampai 4 orang, usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang.

Kriteria mengenai UMKM dilengkapi oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, yang membagi UMKM berdasarkan batasan modal (kekayaan bersih) dan pendapatan (hasil penjualan tahunan). Usaha Mikro yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 dengan pendapatan tahunan maksimal Rp300.000.000,00. Kriteria ini naik untuk Usaha Kecil, dengan kekayaan bersih mulai dari Rp50.000.000,00 sampai Rp500.000.000,00 dan pendapatan tahunan dari Rp300.000.000,00 hingga Rp2.500.000.000,00. Batasan tertinggi berada pada Usaha Menengah, di mana kekayaan bersihnya berkisar dari Rp500.000.000,00 hingga Rp10.000.000.000,00 dan pendapatannya mencapai Rp50.000.000.000,00. Dengan demikian, penggolongan ini menunjukkan secara jelas bahwa Usaha Mikro adalah tingkatan dengan modal dan pendapatan terendah, sementara Usaha Menengah adalah yang tertinggi.

Berikut merupakan kriteria UMKM :

Tabel 1.1
Kriteria UMKM Berdasarkan Aset dan Omzet

NO	Uraian	Aset	Omzet
1	Usaha Mikro	Maksimum Rp 50 juta	Maksimum Rp300 juta
2	Usaha Kecil	>Rp 50 juta-Rp500 juta	>Rp 300 juta-2,5 milyar
3	Usaha Menengah	Rp 500 juta-<10 milyar	>2,5 milyar-50 milyar

Sumber : Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Pendapatan merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu usaha, termasuk bagi pelaku UMKM. Menurut Sukirno (2008), pendapatan juga dapat diartikan sebagai hasil yang diterima oleh seseorang atau pelaku usaha dari aktivitas ekonomi yang dilakukan dalam kurun waktu tertentu. Dalam konteks UMKM, pendapatan mencerminkan kemampuan usaha dalam mengelola modal, strategi pemasaran, kualitas, maupun variasi produk untuk menarik konsumen. Menurut Tabunan T (2019) pendapatan UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal seperti kualitas produk, variasi produk, dan strategi usaha, tetapi juga faktor eksternal seperti kondisi pasar, daya beli masyarakat, serta perkembangan sektor pariwisata. Berbagai pihak telah mengakui pentingnya keberadaan UMKM, sehingga dengan pendekatan setiap daerah harus berupaya memberdayakan UMKM yang ada agar dapat terus berkembang dan menumbuhkan UMKM baru, karena hal ini dapat meningkatkan pendapatan daerah. (Kariyani & Meitriana, 2022). Menurut Meitriana dkk. (2022) UMKM semakin memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi negara, tetapi juga terdapat hambatan. Salah satu peran penting tersebut adalah mengurangi angka pengangguran karena mereka yang belum terserap ke dalam dunia kerja dapat memulai usaha.

Secara garis besar pendapatan pelaku UMKM dapat dilihat dari beberapa indikator, menurut Furqon (2018), indikator pendapatan meliputi penghasilan atau omset penjualan yaitu penghasilan yang didapatkan dari pelaku usaha dalam kurun waktu tertentu. Kemudian laba usaha atau keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan produksi. Kedua indikator ini, yaitu omzet dan laba, memiliki peran yang sangat penting dan sering digunakan untuk mengukur kinerja serta keberhasilan finansial sebuah UMKM. Selanjutnya lama usaha, usaha yang telah berjalan lama

dapat memengaruhi tingkat pendapatan. Semakin lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya, maka produktivitasnya akan semakin meningkat. Dengan produktivitas yang lebih baik, efisiensi usaha bisa meningkat dan biaya yang diperlukan untuk produksi bisa lebih rendah dibandingkan dengan nilai penjualan. Omzet mencerminkan skala atau volume penjualan yang dihasilkan, sedangkan laba menunjukkan seberapa efisien operasional usaha dalam menghasilkan keuntungan setelah dikurangi seluruh biaya. Oleh karena itu, pemantauan terhadap kedua indikator ini menjadi kunci untuk menilai pertumbuhan usaha dan mengambil keputusan strategis.

Secara khusus menurut Supraman & Muzakir (2023), pendapatan pelaku UMKM dapat dipengaruhi oleh bagaimana kemampuan mereka memanfaatkan peluang atau kesempatan yang ada. Sementara menurut Wibowo dkk. (2023) kualitas produk merupakan faktor yang mempengaruhi pendapatan pelaku UMKM. Konsumen pada intinya cenderung memilih barang yang memiliki kualitas tinggi, baik dalam hal bahan, ketahanan, penampilan, maupun kesesuaian dengan apa yang mereka butuhkan. Barang yang berkualitas tinggi akan lebih efektif dalam menarik perhatian untuk dibeli. Sementara menurut Herman & Mursalim Nohong (2022) variasi produk menjadi faktor yang mempengaruhi pendapatan pelaku UMKM, Hal ini disebabkan oleh semakin banyaknya jenis produk yang tersedia, sehingga UMKM memiliki peluang lebih besar untuk memenuhi berbagai selera dan kebutuhan konsumen yang beragam. Konsumen umumnya lebih senang jika mereka memiliki banyak pilihan, oleh karena itu variasi produk dapat meningkatkan daya tarik bisnis, memperluas jangkauan pasar, serta mengurangi rasa bosan konsumen terhadap produk yang itu-itu saja.

Variasi produk Menurut Kotler & Keller (2009), dapat dilihat dari perbedaan ukuran, harga, penampilan, dan ciri-ciri produk yang dapat dibedakan oleh konsumen. Konsep ini berkaitan dengan pengelolaan dan penawaran ragam produk oleh perusahaan atau toko untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar, sehingga dapat meningkatkan minat dan keputusan pembelian konsumen. Variasi produk menjadi daya tarik bagi konsumen dapat memberikan jembatan alternative pilihan yang lebih bervariasi. Alternative pilihan yang lebih bervariasi bagi konsumen dapat mendorong kepuasan konsumen. Melalui keragaman pada produk menjadikan konsumen dapat memilih produk sesuai dengan selera atau kebutuhannya. Di sisi lain, jika variasi produk yang ada sangat terbatas, UMKM berisiko mengalami rendahnya minat beli, karena konsumen menganggap produk yang disediakan kurang inovatif atau tidak sesuai dengan keinginan mereka. Hal ini dapat mengakibatkan pendapatan UMKM menjadi stagnan atau bahkan mengalami penurunan (Herman & Mursalin Nohong, 2022). Meskipun variasi produk berfungsi sebagai daya tarik awal yang memberikan beragam pilihan bagi konsumen, daya tarik tersebut tidak akan bertahan lama tanpa adanya kualitas produk yang memadai. Keberhasilan jangka panjang UMKM justru sangat bergantung pada kualitas produk yang ditawarkan, yang merupakan faktor penentu kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kotler & Keller (2009) menyatakan, kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan, baik yang tersurat maupun tersirat. Oleh karena itu, selain memberikan pilihan yang bervariasi, memastikan produk memiliki mutu tinggi dari segi bahan, rasa, penampilan, atau ketahanan akan menjadi kunci untuk mendorong

pembelian berulang, merekomendasikan produk kepada orang lain, dan pada akhirnya berdampak signifikan pada peningkatan pendapatan UMKM.

Kualitas produk merupakan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler & Keller, 2009). Sementara menurut Herlambang & Komar (2022) Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan, seperti tahan lama, bisa diandalkan, mudah digunakan, serta memiliki nilai tambah lainnya. Kualitas produk sangat penting karena memengaruhi keputusan konsumen. Produk yang memiliki mutu tinggi dari segi bahan, rasa, penampilan, maupun ketahanan akan menimbulkan kepuasan bagi pembeli. Kepuasan ini mendorong pembeli untuk melakukan pembelian berulang, merekomendasikan kepada orang lain, bahkan meningkatkan kesetiaan terhadap barang tersebut. sehingga akan berdampak dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM.

Provinsi Bali merupakan salah satu daerah yang secara aktif mengembangkan UMKM sebagai bagian integral dari sektor pariwisata. UMKM provinsi Bali berperan penting dalam menyediakan berbagai produk dan layanan yang mendukung pengalaman wisata, seperti kerajinan tangan, kuliner khas, dan jasa akomodasi. Menurut Lestari, Nityasa, dan Juliartawan (2022), UMKM merupakan usaha penting yang menopang kehidupan masyarakat Bali dalam mendukung sektor pariwisata. Secara keseluruhan, jumlah usaha dan tenaga kerja UMKM yang ada di Bali didominasi oleh usaha kecil dan menengah dibandingkan dengan usaha besar. Pemerintah daerah Bali juga aktif mendorong pertumbuhan UMKM melalui berbagai program pemberdayaan, seperti pelatihan kewirausahaan,

fasilitasi perizinan, dan integrasi produk UMKM ke dalam ekosistem industri pariwisata. Upaya ini menjadikan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian daerah yang mampu meningkatkan pendapatan masyarakat sekaligus memperkuat daya saing Bali sebagai destinasi wisata berkelanjutan. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Bali, pada tahun 2024 terdapat 448.434 UMKM yang aktif beroperasi dan mengalami peningkatan 1,9 persen dibandingkan tahun sebelumnya (Anwar, 2025). Sebagian besar UMKM tersebar di kawasan penyangga wisata seperti Ubud, Gianyar, Bangli, dan Karangasem. Pemerintah daerah bersama dengan stakeholder pariwisata turut mendorong pemberdayaan UMKM melalui pelatihan, fasilitasi perizinan, digitalisasi usaha, dan integrasi produk lokal dalam rantai nilai industri pariwisata.

Bentuk nyata dari pemberdayaan UMKM di Provinsi Bali dapat dilihat di Desa Wisata Penglipuran, Kabupaten Bangli. Desa Wisata Penglipuran adalah salah satu tempat wisata yang sering dikunjungi oleh para pengunjung. Desa Penglipuran adalah desa wisata yang menawarkan keindahan alam dan budaya. Desa ini memiliki pendekatan penelitian yang menarik, di antaranya terdapat tiga bangunan unik yang masih dilestarikan oleh masyarakat setempat. Ketiga bangunan tersebut adalah Dapur Bali yang menggunakan atap dari bambu, Bale Saka enam dengan atap bambu, serta angkul-angkul yang merupakan pintu masuk desa dan juga menggunakan atap bambu secara seragam (Dewi & Meitriana, 2024). Masyarakat lokal memanfaatkan peluang ini dengan mengembangkan UMKM berbasis potensi lokal. UMKM di Desa Wisata Penglipuran tidak hanya menjadi sumber pendapatan utama bagi Masyarakat lokal, tetapi juga memainkan peran penting dalam pelestarian nilai-nilai budaya dan lingkungan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bendesa Adat Desa Penglipuran, I Wayan Budiarta, dapat diketahui bahwa seluruh pedagang yang beraktivitas di kawasan Desa Wisata Penglipuran tergolong sebagai pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hal ini dilihat dari karakteristik usaha yang dijalankan, yang pada umumnya merupakan usaha perorangan dengan skala usaha yang relatif kecil. Para pelaku usaha tersebut menjual berbagai produk berbasis kearifan lokal, seperti kerajinan bambu, souvenir khas desa, kuliner tradisional, serta minuman khas daerah, dengan modal usaha yang terbatas dan proses produksi yang masih sederhana. Dari sisi kriteria finansial dan ketenagakerjaan, sebagian besar pedagang memiliki kekayaan bersih dan omzet usaha yang berada pada kategori usaha mikro atau kecil, serta hanya mempekerjakan sedikit tenaga kerja, bahkan dalam banyak kasus dikelola langsung oleh anggota keluarga. Selain itu, pengelolaan usaha masih bersifat tradisional, di mana administrasi keuangan belum sepenuhnya terpisah antara keuangan usaha dan keuangan pribadi,

Berdasarkan observasi lapangan tahun 2025 terhadap 60 unit usaha yang terbagi dalam tiga kategori, rata-rata pendapatan harian pelaku UMKM di Desa Wisata Penglipuran berkisar antara Rp200.000 hingga Rp400.000 per hari. Secara bulanan, nilai tersebut setara dengan omzet antara Rp5.000.000 hingga Rp10.000.000. Mengacu pada klasifikasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, seluruh unit usaha tersebut termasuk dalam kategori Usaha Mikro karena total omzet tahunan tidak melebihi ambang batas Rp300.000.000. Variasi pendapatan harian yang relatif stagnan ini mencerminkan ketergantungan pelaku usaha pada fluktuasi kunjungan wisatawan,

yang memperkuat justifikasi bahwa populasi penelitian ini memiliki urgensi untuk segera melakukan inovasi produk guna mengoptimalkan potensi ekonomi lokal.

Terdapat variasi skala operasional mulai dari usaha mandiri hingga usaha dengan manajemen aset yang lebih kompleks namun seluruh entitas bisnis tersebut tetap merupakan satu kesatuan ekosistem UMKM. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu Dewi & Meitriana (2024) yang menempatkan pelaku usaha kuliner, kerajinan, dan jasa di Desa Penglipuran sebagai subjek UMKM. Oleh karena itu, keberagaman tingkatan usaha ini justru memperkuat cakupan penelitian dalam menganalisis pengaruh variabel kualitas dan variasi produk pada berbagai level skala ekonomi, guna mengoptimalkan potensi ekonomi kerakyatan di desa tersebut.

Partisipasi aktif masyarakat dalam pengelolaan dan pengembangan UMKM di Desa Wisata Penglipuran mencerminkan sinergi yang kuat antara pelestarian budaya dan Pembangunan ekonomi lokal. Produk- produk yang dihasilkan UMKM setempat meliputi kerajinan tangan berbahan bambu, kuliner tradisional, serta penyewaan pakaian adat Bali, tidak hanya diminati wisatawan, tetapi juga menjadi sarana pelestarian warisan budaya yang diwariskan secara turun-temurun. Menurut Fujihasa, Widawati, dan Mahadewi (2022), partisipasi Masyarakat berpengaruh positif terhadap pariwisata berkelanjutan. Masyarakat lokal aktif dalam menciptakan usaha kuliner khas, menawarkan hasil UMKM seperti kerajinan, makanan dan minuman yang memberikan manfaat sosial dan ekonomi secara langsung kepada komunitas lokal.

Berdasarkan data dari Badan Sekretariat Pengelola Desa Wisata Penglipuran, Desa Wisata Penglipuran menarik lebih dari 1 juta pengunjung di tahun 2024 baik wisatawan dari dalam Negeri maupun mancanegara. Banyak

pelaku UMKM lokal berperan aktif dalam memenuhi kebutuhan wisatawan, mulai dari kerajinan tangan, kuliner, dan penyewaan busana adat. Dengan demikian, meningkatnya kunjungan wisatawan seharusnya menjadi peluang ekonomi yang signifikan bagi masyarakat, khususnya pelaku UMKM. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai tingkat kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Penglipuran, berikut adalah data kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara dari tahun 2019 hingga 2025 :

Tabel 1.2
Data Kunjungan Desa Wisata Penglipuran Tahun 2019-2025

NO	TAHUN	WISMAN	WISDOM	JUMLAH
1	2019	58.914	202.247	261.161
2	2020	5.738	29.803	35.541
3	2021	565	146.18	146.745
4	2022	43.749	564.384	608.133
5	2023	124.194	832.231	956.425
6	2024	15.798	870.952	1.023.750
7	2025	160.521	643.428	803.949

Sumber : Sekertariat Pengelola Desa Wisata Penglipuran, 2025

Data di atas menunjukkan adanya fluktuasi kunjungan yang signifikan terutama dengan penurunan drastis pada tahun 2020 akibat pandemi COVID-19 dan pemulihan yang terjadi pada tahun 2022 dan seterusnya. Pada tahun 2024, jumlah wisatawan mencapai 1.023.750 orang, dengan dominasi wisatawan domestik sebanyak 870.952 orang. Kondisi ini menunjukkan adanya pemulihan pariwisata pasca-pandemi, terutama dari pasar *domestic*.

Peningkatan kunjungan wisatawan ini memiliki implikasi langsung terhadap aktivitas perekonomian Masyarakat lokal khususnya para pelaku UMKM di Desa Wisata Penglipuran. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan,

tercatat terdapat sebanyak 60 pelaku UMKM yang aktif beroperasi di Kawasan ini. Untuk memberikan gambaran lebih rinci mengenai profil UMKM di Desa Wisata Penglipuran berdasarkan hasil observasi dan wawancara lapangan, berikut adalah data jumlah UMKM menurut jenis usahanya:

Tabel 1.3
Data UMKM di Desa Wisata Penglipuran Tahun 2025

NO	Jenis UMKM	Jumlah
1	Pedagang Kios	48
3	Produksi loloh	9
4	Produksi kopi serbuk	3
Total		60

Sumber : Hasil observasi peneliti di Desa Wisata Penglipuran, 2025 Seperti yang tertera pada tabel 1.3 menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi di

Desa Wisata Penglipuran didukung oleh tiga kelompok pelaku UMKM utama yang menawarkan karakteristik produk yang sangat beragam. Kelompok terbesar terdiri dari 48 pedagang kios yang menjual kombinasi kuliner lokal mulai dari camilan tradisional seperti serabi dan pisang goreng, tipat cantok, klepon, kacang dan makanan tradisional lainnya. Kios-kios ini juga memanfaatkan potensi alam desa dengan menawarkan aneka kerajinan bambu sebagai *souvenir* dan sewa pakaian dan kain tradisional Bali. Kelompok berikutnya adalah 9 unit produksi loloh yang menjadi ikon minuman herbal di Penglipuran, dengan produk unggulan loloh Cemcem yang terbuat dari daun kedondong hutan. Minuman ini memiliki perpaduan rasa unik asam, gurih, sedikit pahit, dan pedas serta tersedia dalam variasi isi daging kelapa muda atau pilihan jenis lain seperti loloh Teleng. Terakhir, terdapat 3 unit produksi kopi serbuk yang tetap mempertahankan metode pengolahan tradisional menggunakan kayu bakar untuk menjaga keaslian aromanya. Produk yang ditawarkan meliputi kopi bubuk Robusta asli dalam

kemasan 200 gram serta biji kopi sangrai (*roasted beans*) bagi wisatawan yang menginginkan oleh-oleh khas pegunungan. Ketiga kelompok usaha ini secara kolektif menyediakan variasi produk yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan sekaligus menjadi sumber pendapatan krusial bagi masyarakat di kawasan tersebut

Desa Wisata Penglipuran secara konsisten mencatatkan angka kunjungan wisatawan yang sangat tinggi setiap tahunnya, baik dari wisatawan domestik maupun mancanegara. Secara teoretis, tingginya arus kunjungan ini seharusnya berbanding lurus dengan peningkatan kesejahteraan ekonomi dan pendapatan para pelaku UMKM di dalam desa melalui transaksi pembelian produk kuliner maupun souvenir. Namun, fenomena empiris di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan (*gap*) antara volume kunjungan wisatawan dengan tingkat pendapatan yang diterima pelaku usaha. Hasil wawancara awal dengan sejumlah pelaku UMKM menunjukkan bahwa meskipun jumlah orang yang berlalu-lalang di depan unit usaha meningkat, angka penjualan cenderung stagnan dan tidak mengalami pertumbuhan yang signifikan. Fenomena yang ditemukan di lapangan justru menunjukkan adanya stagnansi pendapatan yang cukup memprihatinkan. Berdasarkan hasil wawancara awal, diketahui bahwa pada periode sebelumnya beberapa pelaku UMKM sempat menyentuh angka pendapatan hingga Rp 15.000.000 per bulan. Namun, saat ini kondisi tersebut berubah drastis di mana mayoritas pendapatan mereka justru tertahan dan hanya sedikit sekali yang mampu mengalami peningkatan kembali. Sebagai contoh, beberapa pedagang mikro dan kecil mengungkapkan bahwa meskipun jumlah pengunjung membludak, omzet harian mereka justru mengalami penurunan atau cenderung stabil tanpa

peningkatan yang berarti. Data wawancara menunjukkan rata-rata pendapatan yang sebelumnya mampu mencapai Rp15.000.000 per bulan, kini seringkali hanya berkisar Rp7.500.000 hingga Rp10.000.000 per bulan dan terjebak pada kondisi stagnasi pendapatan.

Penurunan pendapatan dari angka Rp15.000.000 berubah menjadi rentang Rp7.500.000 hingga Rp10.000.000 per bulan ini membawa implikasi ekonomi yang cukup serius bagi keberlangsungan usaha. Secara nominal, angka tersebut mungkin terlihat memadai, namun dalam konteks operasional UMKM di kawasan wisata internasional, pendapatan sebesar itu belum mampu mencukupi kebutuhan pengembangan usaha jangka panjang. Hal ini disebabkan karena sebagian besar dari pendapatan tersebut harus dialokasikan kembali untuk menutupi biaya operasional yang tinggi, mulai dari pengadaan bahan baku berkualitas hingga perawatan sarana usaha agar tetap sesuai dengan standar estetika Desa Wisata Penglipuran. Akibatnya, margin laba bersih yang tersisa menjadi sangat terbatas, sehingga pelaku UMKM tidak memiliki cadangan modal yang cukup untuk melakukan inovasi pada Variasi Produk maupun peningkatan Kualitas yang lebih kompetitif. Kondisi cukup untuk bertahan namun sulit untuk berkembang inilah yang menegaskan adanya fenomena stagnansi pendapatan yang harus segera dicari solusinya agar kesejahteraan masyarakat lokal tidak terus tergerus di tengah popularitas desa wisata yang kian mendunia.

Kondisi stagnan ini menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah wisatawan yang masif tidak lagi mampu mendorong kenaikan laba seperti sebelumnya. Hal ini disinyalir terjadi karena kualitas produk yang dihasilkan belum mampu mengimbangi ekspektasi wisatawan yang semakin berkembang, serta kurangnya

inovasi dalam variasi produk yang ditawarkan. Akibatnya, produk menjadi monoton dan sulit bersaing di tengah padatnya persaingan antar pedagang. Hal inilah yang menyebabkan pendapatan pelaku UMKM seolah mencapai 'titik jenuh', di mana peningkatan kunjungan satu juta jiwa hanya dirasakan sebagai stabilitas usaha tanpa memberikan pertumbuhan pendapatan yang berarti bagi sebagian besar pelaku usaha. Kesenjangan (*gap*) antara jumlah kunjungan yang tinggi dengan realisasi pendapatan yang rendah ini mengindikasikan adanya masalah pada daya tarik objek jual. Stagnasi ini mencerminkan bahwa wisatawan yang datang mungkin hanya sekedar berkunjung tanpa melakukan transaksi pembelian yang besar, atau produk yang ditawarkan belum mampu bersaing dalam hal kualitas dan keunikan di tengah dinamika pasar yang ada.

Wisatawan terlihat cenderung hanya melakukan aktivitas swafoto atau sekedar melintasi area pemukiman tanpa melakukan transaksi pembelian yang besar. Kondisi ini mengindikasikan bahwa tingginya jumlah kunjungan belum mampu dikonversi secara optimal menjadi pendapatan bagi pelaku usaha lokal. Dalam hal ini, Variasi Produk (*Product Variety*) menjadi krusial. Kotler menyatakan bahwa kedalaman dan keluasan bauran produk dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Namun, di lapangan terlihat bahwa UMKM di Penglipuran cenderung menawarkan produk yang homogen, sehingga wisatawan tidak merasakan adanya keragaman pilihan yang menarik minat beli mereka. Selain variasi, Kotler & Keller (2009) juga menekankan bahwa Kualitas Produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya yang mencakup daya tahan, keandalan, dan ketepatan. Kesenjangan yang terjadi di Penglipuran diduga karena kualitas produk yang ditawarkan belum sepenuhnya

memenuhi ekspektasi atau standar nilai yang diharapkan oleh wisatawan mancanegara maupun domestik.

Kondisi ideal yang ingin dicapai adalah terciptanya pertumbuhan pendapatan UMKM yang berkelanjutan seiring dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan. Sesuai dengan prinsip pemasaran Philip Kotler, para pelaku UMKM diharapkan mampu menyajikan Variasi Produk yang luas dan unik guna memenuhi kebutuhan pasar yang beragam, serta menjaga Kualitas Produk yang unggul untuk membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dengan produk yang variatif dan berkualitas tinggi, setiap wisatawan yang datang diharapkan tidak hanya sekadar berkunjung, namun terdorong untuk melakukan transaksi ekonomi yang optimal, sehingga skala usaha para pelaku UMKM di Desa Wisata Penglipuran dapat meningkat secara signifikan

Merujuk pada pemikiran Philip Kotler, keberhasilan penjualan sangat ditentukan oleh bagaimana unit usaha mengelola Variasi Produk dan menjaga Kualitas Produk. Dalam wawancara tersebut, terungkap bahwa para pelaku UMKM merasa kesulitan dalam menghadirkan diferensiasi produk karena adanya kecenderungan homogenitas (barang yang dijual serupa antara satu toko dengan yang lain) serta standar kualitas yang belum konsisten. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menganalisis sejauh mana kedua variabel Kotler tersebut memengaruhi pendapatan mereka guna memberikan solusi strategis bagi keberlangsungan UMKM di Desa Wisata Penglipuran.

Kondisi ini menunjukkan adanya gejala masalah yang perlu diperhatikan, yaitu kurang optimalnya dampak ekonomi dari kunjungan wisatawan terhadap pendapatan pelaku UMKM. Beberapa faktor yang diduga menjadi penyebab utama

adalah belum optimalnya kualitas produk dan minimnya variasi produk yang ditawarkan , serta belum optimalnya strategi dalam memanfaatkan potensi dari arus kunjungan wisatawan yang tinggi. Dengan demikian, potensi besar yang dimiliki oleh desa wisata belum sepenuhnya berhasil diubah menjadi peningkatan pendapatan bagi UMKM.

Fenomena ini sejalan dengan Teori Ekonomi Pariwisata yang dikemukakan oleh Supraman & Muzakir (2023) , yang mengungkapkan bahwa sektor pariwisata memiliki kemampuan untuk menghasilkan dampak ekonomi baik secara langsung,tidaklangsung, maupun induktif kepada masyarakat setempat.

Namun, besar kecilnya keuntungan yang diperoleh oleh setiap pelaku usaha sangat tergantung pada kemampuan mereka untuk beradaptasi, daya saing, dan keterlibatan aktif dalam memanfaatkan kesempatan ekonomi yang ada (Supraman & Muzakir 2023) . Dalam situasi ini, ketidakmerataan pendapatan yang terlihat mengindikasikan bahwa tidak semua pelaku UMKM dapat memaksimalkan pengaruh ekonomi langsung dari kegiatan pariwisata,baik disebabkan kurangnya variasi ,kemampuan produksi yang terbatas,maupun tingginya tingkat persaingan.

Berdasarkan temuan-temuan tersebut, maka menarik untuk diteliti lebih lanjut bagaimana pengaruh kualitas produk, dan variasi produk terhadap pendapatan pelaku UMKM, khususnya di konteks lokal Desa Wisata Penglipuran yang tengah berkembang sebagai destinasi pariwisata unggulan di Bali. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah kedua variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan UMKM, sebagaimana yang telah diindikasikan dalam studi-studi sebelumnya.

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh kualitas produk, dan Variasi Produk Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Desa Wisata Penglipuran”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka adapun identifikasi permasalahan pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Fluktuasi jumlah kunjungan wisatawan dari tahun 2019 hingga 2024 menunjukkan bahwa meskipun terjadi peningkatan signifikan pada tahun 2024, hal ini belum sepenuhnya berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan pelaku UMKM di Desa Wisata Penglipuran.
2. Pendapatan pelaku UMKM yang belum merata dan cenderung mengalami stagnansi tidak semua pelaku UMKM di Desa Wisata Penglipuran merasakan peningkatan pendapatan yang signifikan. Sebagian besar mengeluhkan adanya stagnansi hingga penurunan pendapatan, terutama saat jumlah kunjungan wisatawan meningkat.
3. Produk UMKM di Desa Wisata Penglipuran cenderung memiliki karakteristik yang serupa antar pelaku usaha, baik dari segi bentuk, bahan, maupun fungsi produk yang ditawarkan. Kondisi ini menunjukkan bahwa variasi produk belum dikembangkan secara optimal sebagai keunggulan kompetitif, terutama dalam hal keistimewaan produk, daya tahan, serta kesesuaian dengan standar dan harapan wisatawan. Kurangnya inovasi dalam pengolahan bahan baku, teknik produksi, dan pengendalian mutu menyebabkan produk yang dihasilkan memiliki nilai tambah yang relatif rendah.

4. Variasi produk yang ditawarkan oleh pelaku UMKM di Desa Wisata Penglipuran masih tergolong terbatas. Sebagian besar pelaku usaha cenderung menjual jenis produk yang sama dengan pelaku UMKM lainnya, baik dari segi ukuran, desain, maupun jenis produk yang ditawarkan. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengembangan variasi produk belum dilakukan secara optimal, sehingga konsumen memiliki pilihan yang relatif sedikit.
5. Kualitas produk UMKM di Desa Wisata Penglipuran masih menghadapi berbagai permasalahan yang berpotensi memengaruhi pendapatan pelaku usaha. Berdasarkan dimensi kualitas produk antara lain ketahanan produk dan desain produk.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka peneliti membatasi masalah hanya dengan menggunakan kualitas produk, dan Variasi Produk sebagai variabel independen dan Pendapatan sebagai variabel dependen. Serta pada penelitian ini peneliti membatasi responden hanya pada pelaku UMKM di Desa Wisata Penglipuran.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya maka rumusan masalah yang akan dikemukakan dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap pendapatan pelaku UMKM di Desa Wisata Penglipuran ?

- 2) Bagaimana pengaruh variasi produk terhadap pendapatan pelaku UMKM di Desa Wisata Penglipuran ?
- 3) Bagaimana pengaruh kualitas produk, dan variasi produk terhadap pendapatan pelaku UMKM di Desa Wisata Penglipuran ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan rumusan masalah penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya maka tujuan masalah dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- 1) Pengaruh kualitas produk terhadap pendapatan pelaku UMKM di Desa Wisata Penglipuran.
- 2) Pengaruh variasi produk terhadap pendapatan pelaku UMKM di Desa Wisata Penglipuran.
- 3) Pengaruh kualitas produk , dan variasi produk terhadap pendapatan pelaku UMKM di Desa Wisata Penglipuran.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian tersebut, manfaat dari dilakukannya penelitian ini yaitu:

1) Manfaat Teoritis

Secara umum penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan referensi terkait pengaruh kualitas produk, dan variasi produk terhadap pendapatan pelaku UMKM di Desa Wisata Penglipuran bagi peneliti selanjutnya.

2) Manfaat Praktis

- a. Pertama bagi Universitas Pendidikan Ganesha, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan bacaan bagi mahasiswa dan pihak lain yang membutuhkan guna menambah ilmu pengetahuan.
- b. Kedua bagi peneliti, diharapkan dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang dimiliki pada kondisi nyata dilapangan
- c. Ketiga bagi Masyarakat lokal Desa Wisata Penglipuran, diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan masukan bagi Pelaku UMKM desa wisata penglipuran. Penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana pengaruh kualitas produk serta variasi produk dapat mempengaruhi pendapatan mereka.

