

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan suatu bentuk aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh perorangan, maupun badan usaha berskala kecil. UMKM memiliki peranan penting terhadap pembangunan perekonomian di Indonesia khususnya pada waktu krisis ekonomi Indonesia yang terjadi tahun 1998 (Herawati et al., 2019). Berdasarkan data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2025), sektor UMKM telah berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61% atau sekitar Rp. 9.580 triliun dan memberikan kontribusi terhadap pemberian maupun perekrutan tenaga kerja yang mencapai 97% dari semua tenaga kerja. Angka ini menggambarkan bahwa sektor UMKM mempunyai daya serap ekonomi yang tinggi serta mampu menciptakan lapangan kerja yang luas di berbagai sektor informal maupun formal. Kontribusi besar ini dapat diartikan bahwa UMKM merupakan pilar utama dalam mendukung stabilitas, inklusivitas, dan keberlanjutan pertumbuhan ekonomi, baik di tingkat nasional maupun daerah (Septiani et al., 2024). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di negara Indonesia menjadi salah satu bagian prioritas pemerintah dalam menopang perekonomian negara karena UMKM merupakan pilar utama sistem perekonomian masyarakat dan memiliki tujuan guna memperkecil kesenjangan, pengentasan kemiskinan dan pemberian lapangan kerja. Berdasarkan data terbaru yang dirilis Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa populasi UMKM di Indonesia pada tahun 2024 menembus angka lebih dari 65 juta unit yang dimana UMKM ini tersebar di berbagai sektor,

termasuk kuliner, tata busana/fashion, kerajinan tangan, hingga berbagai inovasi teknologi digital. Dalam hal ini, UMKM tidak hanya bermanfaat sebagai pelaku ekonomi, tetapi juga menjadi agen perubahan sosial yang memperkuat pertumbuhan yang inklusif (Rambe et al., 2023).

Salah satu indikator utama yang mencerminkan keberhasilan UMKM dalam menjalankan aktivitas usahanya adalah pendapatan. Menurut (Putri, 2024) pendapatan merupakan aliran masuk aktiva yang bersumber dari penyediaan barang ataupun jasa yang dilakukan oleh suatu entitas dalam jangka waktu tertentu. Bagi para pelaku usaha, pendapatan yang diperoleh dari kegiatan pokok akan meningkatkan nilai aset perusahaan yang pada gilirannya akan memperkuat struktur modal internal perusahaan. Pendapatan yang meningkat terjadi ketika suatu usaha tersebut mampu menjalankan strategi usaha yang cukup efektif, memiliki modal yang memadai, serta mampu mengelola risiko dengan baik. Pendapatan merupakan indikator dalam perekonomian yang sangat penting karena berdampak secara langsung maupun tidak langsung pada tingkat keuntungan demi mencapai suatu keberlanjutan usaha (Pratama et al., 2023). Peningkatan pendapatan baik jangka menengah maupun jangka panjang merupakan salah satu fokus utama pemerintah sebagai salah satu upaya penting melalui penyediaan layanan permodalan guna bisa mengembangkan usahanya.

Namun dalam praktiknya, pendapatan UMKM sering kali terhambat yang disebabkan oleh beberapa kendala struktural dan teknis. Banyak pelaku UMKM yang menghadapi keterbatasan modal untuk melaksanakan pengembangan usaha, kurangnya literasi digital yang menghambat pemahaman terkait operasional dan pemasaran yang lebih luas, serta rendahnya kreativitas dalam berinovasi yang

menyebabkan produk mereka sulit bersaing, baik secara harga maupun kualitas (Astuti & Mardayanti, 2025). Di Indonesia akses permodalan menjadi salah satu tantangan utama bagi UMKM meskipun pemerintah menyediakan berbagai jenis akses pembiayaan seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), bantuan langsung tunai (BLT), maupun bantuan modal lainnya, akan tetapi masih banyak UMKM yang kesulitan mendapatkan modal dalam mengembangkan usahanya. Keterbatasan akses permodalan sangat dipengaruhi oleh minimnya literasi keuangan serta minimnya laporan keuangan yang memadai, sehingga UMKM sulit memenuhi persyaratan dokumen yang dibutuhkan oleh lembaga keuangan. Keterbatasan modal dapat diatasi dengan bantuan tambahan dari pinjaman, namun akses terhadap pinjaman sering kali terhambat oleh persyaratan bank, sehingga modal menjadi faktor penting yang memengaruhi kinerja dan kelangsungan usaha UMKM (Azizah, 2024). Dinamika ekonomi yang terjadi baik di dalam negeri maupun ditingkat global juga memberikan tantangan besar terhadap kinerja UMKM khususnya pada pendapatan yang menjadi salah satu tolak ukur berhasilnya suatu UMKM. Berdasarkan Survei Industri Mikro dan Kecil (IMK) Tahunan 2025 yang dilaksanakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), terungkap bahwa minimnya literasi keuangan dan administrasi keuangan menjadi penghambat utama bagi UMKM dalam memenuhi persyaratan dokumen yang dibutuhkan bank untuk penyaluran kredit. Hingga saat ini kesadaran mengenai pentingnya pembukuan akuntansi yang rapi masih minim di kalangan pemilik UMKM, padahal pencatatan tersebut memegang peran vital dalam memetakan pertumbuhan usaha. Jika dilihat pada peta industri di Indonesia menunjukkan bahwa jumlah perusahaan kecil, menengah, dan koperasi sebenarnya lebih banyak

dibandingkan dengan perusahaan besar. Akan tetapi, banyak UMKM mengalami keterbatasan dalam memperoleh kredit karena sistem akuntansi yang dimiliki belum jelas dan belum tertata dengan baik (Sinarwati et al., 2020). Kondisi ini berdampak pada rendahnya tingkat transparansi dan akuntabilitas usaha, sehingga membatasi akses penggiat UMKM terhadap pendanaan formal seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR). Hal ini sangat berdampak langsung terhadap pertumbuhan usaha maupun stabilitas perekonomian di jaman sekarang terlebih lagi setelah melewati pandemi Covid-19 (Masdiantini et al., 2024). Pandemi Covid-19 telah melanda dunia hampir 2 tahun sejak 2020 yang tidak hanya menyebabkan krisis kesehatan tetapi juga mengguncang perekonomian global, termasuk Indonesia. Pembatasan yang diberlakukan di beberapa negara telah memicu distorsi dalam sistem pasokan dan permintaan pasar, memperlambat perekonomian semua sektor dan lembaga ekonomi, termasuk UMKM (Koeswahyono et al., 2022). Sektor yang paling dominan kena imbas yaitu UMKM khususnya sektor Perdagangan ketika pemerintah menerapkan kebijakan *physical distancing* dan juga Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) serta menimbulkan pengurangan jumlah konsumen yang berbelanja secara langsung. Hampir semua pelaku UMKM di Indonesia menunjukkan penurunan pendapatan yang disebabkan Pandemi Covid-19 (Nawawi & Ananda, 2023). Berdasarkan data Bank Indonesia, menunjukkan angka 87.5% UMKM yang kena imbas akibat Covid dan sisanya menunjukkan penjualan yang rendah yakni sebesar 93.3%. Keberlangsungan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia terdampak secara signifikan oleh penyebaran virus Covid-19 yang bermula sejak akhir tahun 2019. Berdasarkan temuan Survei Asosiasi Business Development Services Indonesia (ABDSI) juga

mengindikasikan bahwa selama pandemi, sebanyak 36,7% pelaku UMKM sama sekali tidak mendapatkan transaksi penjualan, sementara sisanya sekitar 26,6% lainnya harus menghadapi kemerosotan volume penjualan hingga melampaui angka 60%. Kondisi tersebut mendorong pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan memanfaatkan *e-commerce* untuk alternatif pemasaran dan penjualan digital agar entitas tetap bertahan. Penggunaan *e-commerce* dinilai mampu membantu UMKM menjangkau atau memperlebar pasar, mempermudah berkegiatan dengan pelanggan, serta meningkatkan peluang transaksi penjualan di tengah keterbatasan aktivitas fisik selama pandemi Covid-19 (Dewi & Mita, 2023). Hal ini tentu menyebabkan kerugian ekonomi bagi penggiat usaha mikro, kecil, dan menengah, serta menimbulkan pelonjakan pengangguran karena banyaknya pemutusan hubungan kerja (PHK) yang pada akhirnya ini menjadi tantangan besar bagi pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya dari awal (Dewi, 2021). Hingga saat ini perekonomian di Indonesia tergolong kedalam tahap pemulihan dan pengembangan khususnya setelah dilanda berbagai tantangan global seperti pandemi, ketidakstabilan ekonomi, serta perubahan dinamika pasar. Salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam mendukung pemulihan ekonomi adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar serta meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat (Handoko, 2024). Akan tetapi, proses pemulihan yang dilakukan tidak seragam, banyak para pelaku UMKM masih dihadapkan pada masalah keterbatasan modal, rendahnya daya beli masyarakat, serta sulitnya memperluas jangkauan pasar.

Di tingkat lokal, Kabupaten Buleleng adalah salah satu wilayah di Provinsi Bali dengan populasi usaha kecil dan menengah (UMKM) yang cukup signifikan

yang dimana ini terlihat pada jumlah pelaku UMKM dari tahun 2022 sampai 2024, menurut data survei dari Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Buleleng. Adapun perkembangan jumlah UMKM berdasarkan klasifikasi Usaha di Kecamatan Buleleng sebagai berikut :

Tabel 1.1
UMKM Berdasarkan Sektor Usaha Di Kecamatan Buleleng Tahun
2022 – 2024

No	Sektor Usaha	2022	2023	2024	Jumlah
1	Perdagangan	1.196	1.432	831	3.459
2	Perindustrian	318	649	261	1.228
3	Pertanian	52	57	95	204
4	Sektor Jasa	912	1.199	1.492	3.603
TOTAL		2.478	3.337	2.679	8.494

(Sumber : Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kab. Buleleng, 2025)

Berdasarkan data pada Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Buleleng, jumlah UMKM di Kecamatan Buleleng setiap tahun mengalami perubahan yang dimana pada tahun 2022 yaitu sebesar 2.478 unit, tahun 2023 sebesar 3.337 unit, dan pada tahun 2024 yaitu sebesar 2.679 unit. Jika dilihat dari keempat sektor tersebut, sektor perdagangan merupakan sektor yang paling dominan. Sektor perdagangan merupakan sektor usaha yang aktivitas utamanya meliputi kegiatan pembelian, penjualan, maupun penyaluran barang dari produsen kepada konsumen untuk memperoleh keuntungan. Sektor ini memiliki peran penting dalam perekonomian karena menjadi salah satu penggerak utama aktivitas ekonomi masyarakat serta berkontribusi terhadap perputaran barang dan modal. Oleh karena itu, perkembangan jumlah UMKM pada sektor perdagangan dapat mencerminkan kondisi dan dinamika perekonomian suatu wilayah. Berdasarkan tabel, jumlah UMKM sektor perdagangan mengalami peningkatan dimana dari 1.196 unit sejak tahun 2022 menjadi 1.432 unit sejak

tahun 2023. Kenaikan ini dapat dikaitkan dengan membaiknya aktivitas ekonomi masyarakat serta tingginya minat pelaku usaha untuk masuk ke sektor perdagangan yang relatif mudah diakses dan memiliki perputaran modal yang cepat. Namun pada tahun 2024 jumlah UMKM sektor perdagangan mengalami penurunan yang cukup signifikan menjadi 831 unit. Penurunan tersebut menunjukkan berkurangnya jumlah pelaku usaha perdagangan sebesar 601 unit atau sekitar 41,97% dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan jumlah UMKM sektor perdagangan tersebut dapat mengindikasikan adanya berbagai permasalahan yang dihadapi pelaku usaha, seperti keterbatasan modal usaha, rendahnya kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital, meningkatnya persaingan usaha, maupun kurang optimalnya inovasi produk yang dilakukan oleh pelaku UMKM. Fluktuasi tersebut menunjukkan bahwa sektor perdagangan sangat sensitif terhadap perubahan kondisi ekonomi dan daya saing pasar. Adapun jumlah yang diklasifikasikan berdasarkan per Kecamatan di Kabupaten Buleleng pada tahun 2022 – 2024 yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.2

Data Jumlah IUMK di Kabupaten Buleleng Tahun 2022 – 2024

No	Kecamatan	Tahun			Jumlah
		2022	2023	2024	
1	Busung Biu	190	661	243	1.094
2	Buleleng	2.478	3.337	2.679	8.494
3	Seririt	554	2.212	685	3.451
4	Banjar	504	800	1.005	2.309
5	Sawan	450	736	1.145	2.331
6	Kubutambahan	342	633	771	1.746
7	Tejakula	378	987	659	2.024
8	Sukasada	926	1.021	1.056	3.003
9	Gerokgak	974	1.993	1.535	4.502
TOTAL		6.796	12.380	9.778	28.954

(Sumber : Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kab. Buleleng, 2025)

Berdasarkan survei data yang ada, jumlah UMKM di Kabupaten Buleleng terbaru yaitu tercatat sebanyak 28.954 unit. Data tersebut menunjukkan adanya perbedaan jumlah UMKM di setiap Kecamatan. Kecamatan Buleleng memiliki jumlah UMKM tertinggi dibandingkan kecamatan lainnya, yaitu sebanyak 8.494 unit secara akumulatif selama periode 2022 - 2024. Jumlah tersebut jauh lebih besar dibandingkan dengan Kecamatan Gerokgak yang memiliki 4.502 unit, Kecamatan Seririt sebanyak 3.451 unit, maupun kecamatan lainnya yang jumlah UMKM nya berada di bawah angka tersebut. Tingginya jumlah UMKM di Kecamatan Buleleng menunjukkan bahwa wilayah ini merupakan pusat kegiatan ekonomi, perdagangan, dan jasa di Kabupaten Buleleng yang memiliki tingkat aktivitas usaha yang lebih padat dibandingkan kecamatan lainnya. Kecamatan Buleleng dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan pusat kegiatan ekonomi dan perdagangan terbesar yang ada di Kabupaten Buleleng, dengan jumlah pelaku UMKM yang paling tinggi dibanding kecamatan lainnya. Terkait data diatas juga bisa disimpulkan bahwa peningkatan UMKM terjadi karena pengembangan usaha yang bercabang atau pun pendapatan cukup signifikan. Namun mengacu hasil wawancara langsung di beberapa titik UMKM Kecamatan Buleleng, tidak semua pelaku UMKM menunjukkan tingkat pendapatannya yang meningkat. Beberapa usaha hanya mampu bertahan beberapa tahun yang dimana jika pelaku usaha dapat merumuskan strategi yang efektif dalam pengelolaan usaha, hal ini akan berdampak positif terhadap kelangsungan usaha mereka. Berbagai kendala yang umum dihadapi para entitas UMKM mencakup keterbatasan modal karena belum mengimplementasikan laporan keuangan akurat yang menjadikan lembaga pembiayaan susah menilai kelayakan kredit dan pada akhirnya UMKM sulit untuk berkembang. Contohnya

pada UMKM Mie Ayam Koprol yang beralamat di jalan Cempaka no 7 Banyuasri, yang dimana setelah dilakukan wawancara pemilik usaha Pak Wibowo menyatakan bahwa susahnya mengembangkan usaha karena dari segi permodalan yang hanya 5 juta dan belum sesuai target pendapatan per tahun. Selain itu juga disebabkan karena UMKM Mie Ayam Koprol belum terlihat memberikan nilai tambah pada produk atau tanpa adanya inovasi sedikit pun yang membedakan dengan produk lain baik itu dari segi rasa maupun kemasan dan penyajiannya. Dalam menumbuhkan kinerja dan pendapatan UMKM, pelaku usaha harus bisa bersaing dengan UMKM lainnya dengan pengembangan produk produk yang memiliki value rendah atau minim kualitas.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik Toko Sangkar Burung Petshop yang beralamat di Jl. Hasanudin menjelaskan bahwa usaha tersebut sudah buka selama 20 tahun lebih dan sampai saat ini pemilik menyatakan bahwa selama toko tersebut buka, penghasilan yang didapat hanya cukup untuk mencukupi kehidupan keluarganya. Hal tersebut dikarenakan pemilik yang tidak berani dalam mencari modal eksternal seperti di Bank karena utang yang diprediksi susah dalam membayarnya. Berdasarkan diskusi tersebut juga dijelaskan bahwa pemilik Toko tersebut tidak mencatat laporan keuangan sesuai standar SAK EMKM yang menyulitkan bagi pemilik untuk menganalisis kinerja keuangannya bahwa apakah toko tersebut layak atau tidak dalam mencari permodalan guna melakukan pengembangan usaha. Selain dalam wawancara yang dilakukan, pemilik toko juga membeli barang yang diperdagangkan dengan cara utang atau bon.

Berdasarkan hasil keterangan beberapa informan penggiat UMKM wilayah Banyuasri, kebanyakan entitas usaha belum menyusun laporan keuangan secara

sistematis, sehingga mengalami kesulitan dalam mengajukan modal ke lembaga keuangan. Kondisi ini membuat mereka sulit memenuhi persyaratan administrasi yang diminta, terutama dalam proses pengajuan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Akibatnya dominan UMKM Banyuwangi tersesat untuk mengembangkan usahanya, baik dalam hal perluasan skala produksi maupun peningkatan pendapatan. Selain itu, mayoritas pelaku UMKM di Banyuwangi juga tidak memisahkan antara rekening pribadi dengan rekening usaha. Kondisi ini tentu mempersulit proses evaluasi kinerja usaha, sehingga pelaku usaha sering kali tidak menyadari potensi dan tantangan yang dihadapi oleh usahanya. Keterbatasan dalam pengelolaan keuangan dan pencatatan transaksi menjadi penghambat utama bagi UMKM di Banyuwangi untuk mendapatkan akses permodalan dan berkembang secara berkelanjutan (Lestari, & Dewi, 2021).

Permasalahan utama yang dihadapi UMKM di Kecamatan Buleleng adalah keterbatasan modal dalam upaya pengembangan usaha, sehingga belum semua pelaku usaha mampu mencapai target pendapatan yang diharapkan. Berbeda dengan pelaku usaha yang berhasil memperoleh pinjaman dalam jumlah besar, mereka yang mendapatkan akses permodalan yang memadai cenderung mengalami pertumbuhan bisnis yang lebih cepat dan signifikan. Namun, sebagian besar UMKM di Buleleng hanya mendapatkan porsi pinjaman yang relatif kecil, bahkan banyak yang sama sekali tidak memiliki akses ke kredit formal. Pemanfaatan modal pribadi memang memungkinkan UMKM untuk beroperasi dengan lebih fleksibel dan tanpa tekanan dari kewajiban pembayaran pinjaman, tetapi keterbatasan modal ini menjadi penghambat utama dalam upaya ekspansi usaha. Akibatnya, banyak UMKM di Buleleng hanya mengalami pendapatan yang

monoton dan tidak menunjukkan adanya keberlanjutan usaha, seperti pengembangan produk baru atau perluasan jangkauan pasar melalui pembukaan cabang-cabang usaha. Kondisi ini menunjukkan bahwa permodalan menjadi faktor krusial yang harus dipertimbangkan untuk menjamin keberlangsungan dan pertumbuhan UMKM di masa depan. Kondisi tersebut mendorong pemerintah dan berbagai pemangku kepentingan untuk memperkuat sektor-sektor ekonomi yang mampu menjadi penggerak pertumbuhan nasional. Menurut (Kewo & Akay, 2025) menegaskan bahwa untuk meningkatkan fungsi sektor UMKM terdapat beberapa cara yang dilakukan seperti pemberian fasilitas akses ke pembiayaan atau bantuan kredit perbankan, membina aspek manajemen dan pemasaran, meningkatkan kemampuan bisnis para pelaku UMKM, serta membangun jaringan kemitraan dengan para pelaku bisnis umumnya.

Kualitas UMKM perlu ditingkatkan dengan memberikan tambahan modal untuk ekspansi usaha. Salah satu bentuk bantuan pemerintah dalam menyikapi ini yaitu melalui penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) (Wulan, 2023). Program Kredit Usaha Rakyat dihadirkan oleh pemerintah sebagai instrumen untuk memperluas jangkauan pendanaan bagi entitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui institusi perbankan dengan mekanisme teknis serta sistem agunan tertentu. KUR bertujuan guna memberikan modal atau memperkuat modal usaha dalam ekspansi aktivitas ekonomi riil dan penguatan kemandirian di Indonesia (Makuradde et al., 2025). Melalui inisiatif KUR, pemerintah menyediakan skema pinjaman modal bersubsidi dengan suku bunga rendah bagi para pegiat UMKM. Seluruh permodalan dalam program ini bersumber penuh dari kapasitas internal bank penyalur, yang dialokasikan khusus untuk masyarakat

produktif serta memenuhi kriteria kelayakan usaha. Guna memberikan rasa aman bagi lembaga penyalur, fasilitas penjaminan kredit atas dana tersebut didukung langsung oleh pemerintah (Ayu Ananda, 2022). Pemerintah telah melakukan upaya untuk membantu UMKM menghadapi pandemi Covid-19 melalui program KUR dengan memberikan fasilitas dalam bentuk kebijakan penurunan tingkat bunga, pengurangan pada sisa utang pokok dan bunga berjalan, penambahan akses kredit baru, ataupun konversi utang menjadi kepemilikan modal temporer yang mengacu pada ketentuan OJK.. Program ini diharapkan mampu membantu debitur memperoleh keringanan pembayaran bunga (Yuniarta, 2021). Bank Rakyat Indonesia memiliki kinerja yang sangat baik dalam hal memberikan kredit, meskipun di tengah imbas pandemi COVID-19 yang mengguncang ekonomi global. Hal ini menunjukkan bahwa BRI tetap dapat mempertahankan tingkat penyaluran kredit yang relatif tinggi meskipun ada ketidakpastian ekonomi (Erliani & Julianto, 2025). Menurut PPID BRI (2024) yang menyatakan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk (BRI) sudah menyalurkan Kredit Usaha Rakyat dengan nominal Rp.184,98 triliun kepada 4 juta lebih pelaku UMKM formal diseluruh Indonesia periode 2024 yang dimana KUR ini diberikan pada sektor sektor produktif seperti perdagangan, pertanian, serta perikanan. Khususnya pada UMKM yang merupakan sektor yang mendominasi penyaluran kredit BRI yang dimana tercatat sebesar 81,97% melebihi total kredit BRI dengan nominal Rp1.110,37 triliun. Berdasarkan Kementerian Koordinator Perekonomian Republik Indonesia (Ekonomi, 2024) pada tahun 2025 pemerintah menargetkan penyaluran KUR maksimal sampai Rp300 triliun, sementara pada 2024 realisasi penyaluran KUR

oleh BRI mencapai Rp177,56 triliun, dengan mayoritas diserap sektor perdagangan, pertanian, serta industri kecil dan rumah tangga.

Penggunaan *E-Commerce* telah menjadi tren yang signifikan dalam lingkup perniagaan bisnis seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang kian masif. Menurut Nugroho (2006) yang mendefinisikan *E-commerce* sebagai salah satu cara atau alat yang dipergunakan dalam transaksi jual atau beli barang dan jasa melalui media sosial. Pemasaran produk UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital ini dapat memberikan peluang baru UMKM guna memperlebar jangkauan pasar, memperkuat daya saing, mendorong perkembangan industri (Dewi et al., 2023). Dalam perkembangan teknologi digital yang begitu pesat, persaingan bisnis terutama sektor UMKM secara otomatis akan berubah demi memperluas pasar. Sebagai platform digital utama, *e-commerce* memberi UMKM banyak peluang untuk mengakses pasar yang lebih besar dan beragam secara geografis tanpa terhalang oleh batasan fisik yang selama ini menjadi hambatan dalam strategi pemasaran konvensional. *E-commerce* tidak serta berfungsi sebagai jalur distribusi produk, tetapi penting untuk menaikkan value merek (*brand awareness*), berkegiatan dengan pembeli (*customer engagement*), dan pengalaman pelanggan (Yudianto & Efendi, 2025). Melalui sentuhan teknologi ini termasuk *E-Commerce* UMKM berpotensi bisa bersaing dan menembus area pemasaran yang luas serta memiliki manajemen yang baik dimana ini akan berdampak terhadap perolehan pendapatan (Haholongan et al., 2024). Perluasan pasar tersebut bisa dilakukan melalui promosi online, ulasan pelanggan, dan analisis data konsumen.

Namun pada persaingan bisnis di era digital ini, inovasi produk juga merupakan salah satu acuan UMKM tersebut bisa berhasil dalam peningkatan pendapatan dimana melalui inovasi produk pelaku UMKM dapat berkembang melalui berbagai perbaikan seperti produk, desain, kualitas, dan kemasan sesuai dinamika kebutuhan pasar. Hal ini tentu memberikan nilai tambah pada produk yang sudah ada dan bisa menyesuaikan kebutuhan masyarakat yang sifatnya dinamis yang pada akhirnya akan menambah minat konsumen terhadap produk tersebut. Inovasi produk tidak hanya membuat sesuatu yang baru tetapi melakukan modifikasi produk yang sudah ada sehingga memberikan kesan yang berbeda ide maupun pikiran yang kreatif. (Imelinudiyana & Disusun, 2022). Pikiran kreatif sesungguhnya dimiliki oleh para pelaku bisnis yang dilakukan dengan cara berpikir positif dan mencari keunikan di setiap celah peluang bisnis. Hal ini dapat membantu mengembangkan usaha melalui pikiran kreatif yang dikembangkan menjadi sesuatu yang baru khususnya produk maupun skill yang dimiliki pelaku usaha (Dewi, 2021).

Menurut penelitian dari Ananda (2022) menunjukkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Ponorogo. Kondisi ini mengindikasikan bahwa optimalisasi pemanfaatan program KUR berkorelasi positif terhadap peningkatan perolehan pendapatan yang diterima oleh pelaku UMKM. Selain itu, juga dijelaskan bahwa dukungan modal dari KUR mampu membantu UMKM dalam perluasan skala usaha dan peningkatan produksi. Namun, hal ini berbeda dengan penelitian Taha (2022) yang menjelaskan KUR tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Halmahera Selatan, yang dimana kondisi

tersebut berarti pemanfaatan KUR tidak memberikan dampak riil mengenai peningkatan pendapatan UMKM serta disebabkan berbagai faktor lainnya seperti tidak tepat sasaran dalam penggunaan dana dan risiko gagal bayar yang menghambat optimalisasi modal dari KUR.

Berdasarkan penelitian Aprilyan et al., (2022) menyebutkan *e-commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Lombok Barat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin baik pemanfaatan *E-Commerce* dilakukan, hasil yang didapat berupa peningkatan pendapatan pun semakin tinggi. Namun pada penelitian (Wahyuni et al., 2024) menyebutkan *E-Commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan UMKM di Kota Mataram. Kondisi ini disebabkan karena faktor kepercayaan konsumen dan kemampuan promosi pada platform digital yang masih kurang. Berdasarkan hal tersebut terdapat inkonsisten hasil penelitian yang menimbulkan pertanyaan penting terkait sejauh mana pengaruh *E-Commerce* benar-benar berpengaruh terhadap pendapatan, maka dari itu penelitian kali ini akan mengkaji ulang pengaruh *E-Commerce* terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM khususnya di Kecamatan Buleleng.

Menurut penelitian Sitinjak & Sahir, (2025), menjelaskan inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Nilai signifikan nya berada dibawah angka 0,05 yang berarti adanya hubungan kuat antara inovasi produk dengan peningkatan UMKM. Ini berarti inovasi produk terbukti memberikan nilai tambah yang bisa akan menarik banyak konsumen. Namun berbeda dengan penelitian Ariatama & Rokhmania, (2025) yang menunjukkan Inovasi produk tidak ada pengaruh signifikan terhadap pendapatan

UMKM. Hasil nilai melebihi 0,05 yaitu 0,283. Hal ini disebabkan karena meskipun telah melakukan inovasi, tetapi itu kurang maksimal seperti melakukan inovasi dengan cara meniru pesaing dan tidak adanya perbedaan yang mencolok.

Urgensi penelitian ini terletak pada peran krusial UMKM sebagai salah satu pilar utama pertumbuhan perekonomian di Indonesia khususnya di wilayah Kecamatan Buleleng. Tingkat peran UMKM di Indonesia dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan mengentaskan kemiskinan. Akan tetapi, kebanyakan UMKM di Kecamatan Buleleng masih menghadapi permasalahan seperti keterbatasan modal, rendahnya penggunaan teknologi, serta rendahnya kreativitas dalam memberikan nilai tambah pada produk yang sampai saat ini menjadi tantangan sebagai persaingan usaha. Dalam hal ini penggunaan KUR menjadi sangat vital sebagai salah satu solusi nyata dalam mengembangkan modal UMKM, sehingga dapat memberikan sinyal untuk meningkatkan pendapatan UMKM. Selain itu, seiring berkembangnya era digital, kehadiran *e-commerce* telah mengubah pola pemasaran dan distribusi produk UMKM secara signifikan, serta sampai saat ini masih banyak yang belum mengadopsi sehingga pada penelitian ini menjadi penting guna mengidentifikasi sampai mana pemanfaatan *e-commerce* berkontribusi peningkatan pendapatan UMKM di gempuran transformasi digital yang begitu cepat. Perkembangan tren dan preferensi konsumen yang terus berfluktuasi juga menuntut para UMKM untuk terus beradaptasi melalui berbagai inovasi produk. Akan tetapi pada kenyataannya UMKM di Kecamatan Buleleng masih menghadapi tantangan besar dalam hal inovasi, terutama karena keterbatasan modal, dan tentunya jangkauan pasar yang masih minim. Maka dari itu, pentingnya penelitian ini guna menggali strategi inovasi produk yang paling relevan dan

berdampak dalam meningkatkan pendapatan serta memastikan keberlanjutan usaha UMKM di wilayah tersebut.

Pada penelitian ini terdapat beberapa kebaruan yang terletak pada penggabungan tiga aspek strategis yaitu Kredit Usaha Rakyat (KUR), *E-Commerce*, dan Inovasi produk secara simultan dalam mengkaji faktor-faktor peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Buleleng secara spesifik. Sebagian besar penelitian-penelitian sebelumnya lebih cenderung menganalisis satu atau dua variabel secara terpisah dan belum ada sama sekali yang mengkaji ketiga faktor ini secara bersamaan sehingga hasil penelitian sebelumnya masih belum optimal untuk mewakili bagaimana KUR, *E-Commerce*, dan Inovasi Produk berperan dalam peningkatan pendapatan UMKM. Dengan mengkaji ketiga faktor ini, diharapkan dapat membantu pemerintah daerah, lembaga keuangan, dan khususnya bagi para pelaku UMKM agar dapat merancang strategi yang tepat dalam pengembangan usahanya.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan, peneliti tertarik melakukan penelitian berjudul **“Pengaruh Kredit Usaha Rakyat (KUR), *E-Commerce*, dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Buleleng”**

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berikut beberapa identifikasi masalah berdasarkan latar belakang diatas, meliputi :

1. UMKM di Kecamatan Buleleng yang menghadapi tantangan dalam perkembangan usaha pasca pandemi Covid-19, dimana mereka dituntut

untuk memulai kembali usahanya dari awal setelah hampir 2 tahun terhenti akibat wabah.

2. Banyak UMKM di Buleleng memiliki pendapatan yang monoton serta tidak ada keberlanjutan usaha seperti minimnya para pelaku UMKM didalam pengembangan usaha, tidak terdapat jangkauan usaha, serta susah nya pendirian cabang-cabang usaha akibat kurangnya modal usaha.
3. Keterbatasan modal usaha menjadi tantangan utama bagi UMKM dalam melakukan ekspansi bisnis karena mayoritas UMKM hanya mengandalkan modal pribadi sehingga hal tersebut akan menghambat upaya pengembangan usaha
4. Para pelaku UMKM di Kecamatan Buleleng masih memiliki rasa ragu guna memanfaatkan pembiayaan melalui utang (seperti KUR) karena adanya tanggung jawab pembayaran dan risiko gagal bayar yang dapat mengancam keberlangsungan usaha mereka.
5. Pelaku UMKM di Kecamatan Buleleng belum semua nya mengimplementasikan teknologi *E-Commerce* dalam menjalankan usahanya dan terdapat beberapa pelaku juga yang sudah namun tidak berjalan efektif.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk memastikan agar penelitian tetap fokus dan tidak melenceng dari tujuannya, maka peneliti membatasi penelitian pada tiga faktor utama yang diyakini memiliki pengaruh signifikan terhadap Pendapatan UMKM yang terdapat di Kecamatan Buleleng pasca pemulihan pandemi Covid-19, yaitu Kredit Usaha Rakyat (KUR), *E-Commerce*, dan Inovasi Produk

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan pembatasan masalah tersebut, maka pertanyaan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Apakah Kredit Usaha Rakyat (KUR) berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Buleleng ?
2. Apakah *E-Commerce* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Buleleng ?
3. Apakah Inovasi Produk berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Buleleng?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, berikut tujuan penelitian yang didapat meliputi :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kredit Usaha Rakyat (KUR) terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Buleleng
2. Untuk mengetahui pengaruh *E-Commerce* terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Buleleng
3. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Buleleng

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Terdapat beberapa manfaat dari penelitian tersebut, yang meliputi :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan melalui penguatan teori tentang pembiayaan UMKM berbasis KUR, *E-*

Commerce, dan strategi inovasi produk yang mendukung pendapatan UMKM

- b. Hasil penelitian dapat menjadi referensi akademis yang komprehensif untuk penelitian selanjutnya, khususnya dalam konteks pemulihan ekonomi pasca pandemi dan analisis hubungan antara akses pembiayaan dengan kinerja UMKM khususnya pada pendapatan.
- c. Penelitian menghasilkan model konseptual yang menjelaskan keterkaitan antara KUR, *E-Commerce*, dan inovasi produk sehingga dapat menjadi landasan teoretis dalam pengembangan kebijakan UMKM.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi UMKM

Program ini tidak hanya memperoleh pemahaman terkait pentingnya pemanfaatan KUR secara efektif, tetapi juga menyediakan strategi mengenai inovasi produk yang tepat sasaran dan penggunaan *E-Commerce* dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Hasil penelitian ini dapat membantu UMKM dalam menyusun perencanaan pengembangan usaha yang berkelanjutan serta memberikan panduan praktis guna meningkatkan pendapatan

b. Bagi Pemerintah di Kecamatan Buleleng

Penelitian bermanfaat untuk evaluasi sejauh mana efektivitas program KUR berpengaruh dan dapat membantu pemerintah dalam merancang program pendampingan UMKM yang lebih baik. Manfaat penelitian ini

juga memperoleh panduan penting dalam pengimplementasian program pembiayaan UMKM secara keseluruhan melalui KUR ini.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini juga sangat bermanfaat bagi masyarakat karena memberikan dampak yang positif dimana seperti mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam program pengembangan UMKM. Selain itu, penelitian ini juga berperan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya memberikan dukungan kepada UMKM lokal. Penelitian ini juga dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai peran UMKM sebagai penggerak perekonomian daerah yang mampu menciptakan lapangan kerja dan mengurangi tingkat pengangguran. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat mendorong terjalinnya kerja sama yang lebih baik antara masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah dalam menciptakan ekosistem usaha yang produktif, inovatif, dan berkelanjutan.

