

LOKASI USAHA DAN LITERASI DIGITAL DALAM MEMPENGARUHI PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM

Ridaul Innayah^{1*}, Yosia Dian Purnama Windrayadi²

^{1,2}Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Ronggolawe

*Email: innayahridaul@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan UMKM, menganalisis ulang pengaruh literasi digital terhadap pendapatan UMKM, serta menganalisis pengaruh lokasi usaha dan literasi digital secara bersama-sama terhadap pendapatan UMKM. berjenis kuantitatif asosiatif dengan analisis statistik regresi berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM yang berada di wilayah Tuban Jawa Timur dan menggunakan teknik Accidental Sampling dalam pengambilan sampelnya. Dengan teknik sampling tersebut, siapa saja pelaku UMKM yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai responden. Penelitian ini menggunakan 3 metode dalam mengumpulkan data, yaitu observasi, wawancara, dan angket. Terdapat 101 responden yang telah mengisi angket penelitian baik melalui angket yang disebar secara konvensional maupun angket yang dibagikan melalui google form. Nilai signifikansi variabel lokasi usaha $0,109 > 0,05$ yang bermakna lokasi usaha tidak memiliki pengaruh terhadap pendapatan UMKM. Hasil analisis dengan uji t juga menunjukkan nilai signifikansi literasi digital adalah $0,503 > 0,05$ dan artinya literasi digital juga tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Kemudian untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha dan literasi digital terhadap pendapatan UMKM dapat dilihat pada nilai signifikansi dari hasil uji F nya. Taraf signifikansi adalah $0,250 > 0,05$ yang berarti secara bersama-sama lokasi usaha dan literasi digital tidak mempengaruhi pendapatan UMKM.

Kata Kunci: lokasi usaha; literasi digital; pendapatan; UMKM

PENDAHULUAN

Sebagian besar masyarakat Indonesia bekerja dalam sektor UMKM. UMKM memberikan sumbangsih 61% terhadap Produk Domestik Bruto, yang tentu saja menunjukkan tingginya peran UMKM dalam peningkatan pendapatan perkapita negara.

UMKM adalah kegiatan yang dapat memperbanyak kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan menggerakkan pertumbuhan ekonomi (Hadi, 2015). Sebagai salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi, upaya peningkatan pendapatan UMKM dirasa penting untuk diperhatikan. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi peningkatan pendapatan tersebut, diantaranya adalah pemilihan lokasi usaha.

Lokasi usaha yang semakin jauh dari pangsa pasar atau kurang tepat biasanya akan berpengaruh terhadap penurunan omset pendapatan. Asumsi tersebut senada dengan pernyataan dari Mardiana (2017) yaitu salah satu bentuk strategi usaha adalah mendekatkan lokasi usaha dengan pangsa pasarnya. Pemilihan lokasi sepenuhnya memiliki kekuatan untuk melancarkan atau menghancurkan suatu usaha (Tinneke dkk., 2020). Menurut temuan Syahputra dkk. (2022) lokasi usaha mempengaruhi Pendapatan UMKM di Deli Serdang Medan. Kemudian temuan berikutnya dari Aji & Listyaningrum (2021) juga menyatakan lokasi usaha yang strategis berpengaruh terhadap pendapatan pelaku usaha karena dengan tempat yang strategis maka pendapatan juga akan bertambah. Sayangnya tidak semua pelaku usaha mendapatkan lokasi usaha strategis seperti yang diharapkan.

Menurut laporan We Are Social and Hootsuite dalam Farhan dkk. (2022), Indonesia merupakan negara dengan pengguna jaringan internet terbanyak di dunia. Fenomena tersebut seharusnya memberikan keuntungan tersendiri, karena melalui media internet memudahkan pelaku usaha dan calon pembeli untuk bertemu dan mempersempit jarak. Fungsi internet salah satunya untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas (Wijaya & Nailufaroh, 2022). Berbagai macam kegiatan masyarakat sekarang ini dengan menggunakan internet, sehingga meningkatkan peluang

untuk pelaku usaha. Penggunaan teknologi internet/digital dipraktikkan hampir di setiap aspek kehidupan manusia, termasuk dalam aspek ekonomi.

Ekonomi digital adalah kegiatan ekonomi yang menggunakan media internet untuk melakukan transaksi antara penjual dan pembeli (Syikin, 2020). Banyak platform digital yang dapat dipakai pelaku usaha guna menaikkan volume pendapatannya dengan cara menghapus jarak antara penjual dan pembeli. Penjual yang memanfaatkan platform digital dalam pemasarannya hasilnya lebih besar 258% daripada yang tidak memakai (Parluhutan & Setiawan, 2020). Akan tetapi sebagian pelaku usaha belum menggunakan ekonomi digital tersebut untuk menjalankan usahanya, hal ini dikarenakan perbedaan literasi digital yang dimiliki oleh mereka.

Menurut Oktaviani (2018) literasi digital berasal dari pengetahuan tentang sistem komputer dan informasi yang dimiliki yang mempermudah kinerja UMKM dan tidak membatasi jarak sehingga memudahkan konsumen. Sekarang ini menjadi sebuah urgensi untuk mendorong UMKM guna bertransisi melakukan usaha dengan memanfaatkan teknologi digital (Setyawan dkk., 2021). Hal ini agar pelaku UMKM tetap dapat bertahan di era persaingan yang ketat dengan perkembangan teknologi digital yang sangat cepat.

Strategi pemasaran digital adalah salah satu solusi yang dapat menumbuhkan kekuatan ekonomi UMKM. Penelitian Farhan dkk (2022) menemukan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap performa UMKM. Penelitian tersebut menunjukkan dengan melibatkan literasi digital dalam menumbuhkan usaha, mampu memberikan keuntungan bagi usahanya.

Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian dari (Mila dkk., 2022) menemukan inovasi digital tidak berpengaruh pada kinerja UMKM. Berdasarkan adanya permasalahan serta perbedaan hasil penelitian di atas, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh lokasi usaha pada perolehan pendapatan, menganalisa ulang literasi digital dalam mempengaruhi pendapatan, serta menganalisa lokasi usaha dan literasi digital dalam mempengaruhi pendapatan UMKM secara bersama-sama.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjenis kuantitatif asosiatif dengan analisis statistik regresi berganda. Populasinya adalah seluruh pelaku UMKM yang berada di Tuban Jawa Timur dan menggunakan teknik *Accidental Sampling* dalam pengambilan sampelnya. Dengan teknik sampling tersebut, siapa saja pelaku UMKM yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai responden. Penelitian ini menggunakan 3 metode dalam mengumpulkan data, yaitu observasi, wawancara, dan angket. Terdapat 101 responden yang telah mengisi angket penelitian baik melalui angket yang disebar secara konvensional maupun angket yang dibagikan melalui *google form*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil analisis data untuk menguji hipotesis penelitian adalah berikut ini:

Tabel 1. Uji Hipotesis menggunakan Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3427405.731	448970.410		7.634	<.001
	LokasiUsaha	-28826.660	17829.029	-.207	-1.617	.109
	Literasidigital	13288.846	19777.822	.086	.672	.503

a. Dependent Variable: Pendapatan

Tabel 1. di atas menunjukkan signifikansi variabel lokasi usaha adalah $0,109 > 0,05$, artinya hipotesis pertama yang mengatakan lokasi usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM ditolak. Berikutnya dari tabel uji t di atas juga dapat diketahui bahwa nilai signifikansi literasi digital adalah $0,503$ yang artinya $> 0,05$ dan hipotesis kedua: literasi digital berpengaruh terhadap pendapatan UMKM juga ditolak. Kemudian untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama lokasi usaha dan literasi digital terhadap pendapatan dapat dilihat pada nilai signifikansi dari hasil uji F nya. Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2. Uji Hipotesis menggugurkan Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	106119345 4000.070	2	53059672 7000.035	1.405	.250 ^b
	Residual	370032619 91544.500	98	37758430 6036.168		
	Total	380644554 45544.570	100			

a. Dependent Variable: Pendapatan

Tabel 2 menunjukkan angka sig. adalah $0,250 > 0,05$ yang berarti hipotesis ketiga, lokasi usaha dan literasi digital secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan UMKM ditolak. Supaya rumusan masalah dapat terjawab dengan lebih jelas, hasil dari penelitian tersebut akan dibahas berikut ini:

1. Pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan UMKM

Lokasi usaha tidak mempengaruhi pendapatan UMKM. Artinya tempat yang dipilih pelaku UMKM untuk melakukan usahanya dalam penelitian ini tidak memberikan pengaruh dalam peningkatan pendapatan. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor. Menurut hasil observasi maupun wawancara terhadap responden, meskipun lokasi yang tepat dapat memudahkan konsumen akan tetapi apabila bidang usaha sejenis sudah banyak yang melakukan dengan lokasi yang sama-sama mudah dijangkau, ditambah beberapa pelaku usaha lebih kreatif dan inovatif dalam memasarkan produknya dengan didukung modal yang lebih banyak, maka akan lebih berat untuk meningkatkan pendapatan yang diperoleh. Sehingga pada kasus tertentu lokasi usaha tidak mempengaruhi pendapatan. Hasil penelitian ini senada dengan beberapa temuan penelitian terdahulu diantaranya dari (Cahyani dkk., 2023) yang mengatakan pendapatan tidak dipengaruhi lokasi usaha. Penelitian dari (Pambudi dkk., 2023) yang juga mengatakan lokasi usaha tidak mempengaruhi pendapatan pedagang sayur.

2. Pengaruh literasi digital terhadap pendapatan UMKM,

Menurut uji t yang disajikan di atas, literasi digital memiliki taraf signifikansi 0,503 berarti literasi digital tidak mempengaruhi pendapatan UMKM. Yang berarti juga literasi digital dalam penelitian ini tidak memiliki peran apapun dalam mempengaruhi atau menentukan tingkat besar kecilnya pendapatan yang diperoleh pelaku usaha walaupun literasi digital cukup memiliki peran yang penting dalam mendekatkan jarak penjual dengan konsumen. Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor. Menurut hasil wawancara dan pengamatan kepada responden, walaupun sebagian responden telah menggunakan bantuan media digital dalam pemasarannya, tetapi mereka memiliki faktor penghambat tersendiri. Diantaranya seperti banyaknya pesaing, terkendala dengan modal sehingga kesusahan mencari peluang, dan naiknya harga bahan baku secara terus-menerus akan tetapi harga jual tetap. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari (Mila dkk., 2022) juga mengatakan kalau literasi digital tidak berpengaruh pada pendapatan usaha.

3. Pengaruh lokasi usaha dan literasi digital secara bersama-sama terhadap pendapatan UMKM

Hasil uji F menunjukkan signifikansi kedua variabel independen $0,250 > 0,05$ yang memiliki arti secara bersama-sama lokasi usaha dan literasi digital tidak mempengaruhi pendapatan UMKM. Artinya dalam penelitian ini lokasi usaha yang strategis dan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital tidak memiliki peran atau dampak dalam upaya peningkatan pendapatannya. Penelitian terdahulu yang juga menghasilkan temuan serupa adalah (Fitriasari dkk., 2021) inovasi digital tidak memiliki hubungan terhadap performa u s a h a .

KESIMPULAN

Dari hasil analisis data, dan pembahasan di atas, beberapa yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini adalah: lokasi usaha tidak mempengaruhi pendapatan UMKM, literasi digital tidak berperan dalam mempengaruhi pendapatan UMKM, serta secara bersama-sama lokasi usaha dan literasi digital tidak mempengaruhi pendapatan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, A. W., & Listyaningrum, S. P. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Dan Teknologi Informasi Terhadap Pendapatan Umkm Di Kabupaten Bantul. *JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*, 6(1).
- Cahyani, P. D., Ridho, T. N., & Asmara, N. A. (2023). Pengaruh Modal Usaha, Bahan Baku, Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan (Studi Pada Sentra Kerajinan Topeng Bopung, Patuk, Gunung Kidul). *Journal Ekonomi Integra*, 13(1), 1–10.
- Farhan, M. T., Eryanto, H., & Saptono, A. (2022). Pengaruh literasi digital dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM. *TRANSEKONOMIKA: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(6), 35-48.
- Fitriasari, P., Himawan, B., Yanida, M., & Widyatama, A. (2021). Apakah Literasi Keuangan Dan Inovasi Digital Mampu Meningkatkan Kinerja UMKM Saat Menghadapi Covid-19?. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 11(2), 195-202.
- Hadi, D. P. (2015). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pada Usaha Kecil Dan Menengah Berbasis Sumber Daya Lokal Dalam Rangka Millenium Development Goals 2015 (Studi Kasus Di Pnpm-Mp Kabupaten Kendal). *Jurnal Ilmiah CIVIS*, 5(1), 725–736.
- Mardiana, S., & Annisarizki, A. (2017). Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Paguyuban Wirausaha Cilegon (Pawon) dalam Cilegon Car Free Day. *Sains: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1).
- Mila, S., & Nurhidayah, S. A. (2022). Peran Literasi Finansial dan Inovasi Digital dalam Meningkatkan Business Performance dan Business Sustainability Pada UMKM di Kabupaten Pekalongan. *Akuisisi: Jurnal Akuntansi*, 18(2), 212-227.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness. *PROfesi Humas*, 3(1), 1-20.
- Pambudi, H. W., Ningsih, G. M., & Mazwan, M. Z. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sayur Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Pasar Besar Batu Dan Pasar Besar Malang. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 7(2), 743.
- Parluhutan, H. V., & Setiawan, A. H. (2021). Pengaruh Modal, Pengalaman Usaha, Strategi Promosi dan Pendidikan Terhadap Keuntungan Pelaku UMKM Fashion pada Marketplace Online di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Economics*, 9(3), 38-49.
- Setiawan, T., Susetyo, D. P., & Pranajaya, E. (2021). Edukasi Literasi Digital: Pendampingan Transformasi Digital Pelaku UMKM Sukabumi Pakidulan. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(7), 1599-1606.
- Syahputra, A., Eryana, E., & Melisa, M. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Pendapatan UMKM. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 183–198.
- Syikin, N. (2020). Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Kuliner Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar (*Doctoral dissertation*, UNIVERSITAS BOSOWA).
- Tinneke, L., Kolanus, O., Rumat, V. A., & Engka, D. S. M. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Mikro Kecil (Umk) Di Kota Manado. *Jurnal Pembangunan Ekonomi dan Keuangan Daerah*, 21(4), 46–62.
- Wijaya, H., & Nailufaroh, L. (2022). Pengaruh Ekonomi Digital: Knowledge Terhadap Produktivitas Karyawan Dengan Motivasi Sebagai Variabel Mediasi Di PT BPR BKK Wonogiri. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(4), 1941–1949.