

SKRIPSI

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN *QRIS*
(*QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN
STANDARD*) TERHADAP PENDAPATAN UMKM
DI KECAMATAN BALIKPAPAN UTARA**



POLITEKNIK NEGERI BALI

NAMA : DHIVA FEBRI YOLANDA

NIM : 2015644202

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN
AKUNTANSI MANAJERIAL JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI
2024**

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN *QRIS* (*QUICK RESPONSE CODE* *INDONESIAN STANDARD*) TERHADAP PENDAPATAN UMKM
DI KECAMATAN BALIKPAPAN UTARA**

**Dhiva Febri Yolanda
2015644202**

(Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial, Politeknik Negeri Bali)

ABSTRAK

Pentingnya peran UMKM dalam perekonomian Indonesia dan tantangan yang dihadapi dalam mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan pendapatan. Digital marketing dan *QRIS* merupakan dua elemen penting dalam pemasaran modern yang dapat membantu UMKM dalam meningkatkan pendapatan serta efisiensi operasionalnya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Digital Marketing dan *QRIS* terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Balikpapan Utara, Kota Balikpapan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 97 UMKM sebagai responden dalam penelitian ini. Analisis data dilakukan dengan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Selain itu, penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji hubungan antara variabel independen (Digital Marketing dan *QRIS*) dan variabel dependen (pendapatan UMKM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel independen, yaitu Digital Marketing dan *QRIS*, berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.631, yang berarti kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 63.1% variasi pendapatan UMKM. Hasil uji-t menunjukkan bahwa Digital Marketing memiliki nilai $t_{hitung} 4,404 > t_{tabel} 1,985$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ dan *QRIS* memiliki nilai t sebesar 5.084, yang keduanya signifikan pada tingkat $0.000 < 0.05$. Hasil uji-F juga menunjukkan bahwa secara simultan, Digital Marketing dan *QRIS* berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM dengan nilai F sebesar 83.079 dan sig. 0.000. Penggunaan teknologi digital dalam bentuk Digital Marketing dan *QRIS* dapat meningkatkan pendapatan UMKM di Kecamatan Balikpapan Utara. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pelaku UMKM dan pemangku kepentingan untuk lebih mendorong adopsi teknologi digital dalam kegiatan operasional UMKM guna meningkatkan daya saing dan pendapatan UMKM.

Kata Kunci: Digital Marketing, *QRIS*, Pendapatan UMKM

**THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING AND QRIS (QUICK
RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD) ON THE INCOME MSMEs
IN NORTH BALIKPAPAN DISTRICT**

Dhiva Febri Yolanda

2015644202

(Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial, Politeknik Negeri Bali)

ABSTRACT

The importance of the role of MSMEs in the Indonesian economy and the challenges faced in adopting digital technology to increase revenue. Digital marketing and QRIS are two important elements in modern marketing that can help MSMEs increase their revenue and operational efficiency. This study aims to examine the effect of Digital Marketing and QRIS on MSME revenue in North Balikpapan District, Balikpapan City.

The research method used is a quantitative method with data collection techniques through questionnaires distributed to 97 MSMEs as respondents in this study. Data analysis was carried out by validity testing, reliability testing, and classical assumption testing including normality testing, multicollinearity testing, and heteroscedasticity testing. In addition, this study uses multiple linear regression analysis to test the relationship between the independent variables (Digital Marketing and QRIS) and the dependent variable (MSME revenue).

The results of the study show that both independent variables, namely Digital Marketing and QRIS, have a positive and significant effect on MSME revenue. This is indicated by the Adjusted R Square value of 0.631, which means that the two variables are able to explain 63.1% of the variation in MSME income. The t-test results show that Digital Marketing has a t-value of 4.404 > t-table 1.985 with a significance level of 0.000 < 0.05 and QRIS has a t-value of 5.084, both of which are significant at the level of 0.000 < 0.05. The F-test results also show that simultaneously, Digital Marketing and QRIS have a significant effect on MSME income with an F value of 83.079 and sig. 0.000. The use of digital technology in the form of Digital Marketing and QRIS can increase MSME income in North Balikpapan District. These findings provide practical implications for MSME actors and stakeholders to further encourage the adoption of digital technology in MSME operational activities in order to increase MSME competitiveness and income.

Keywords: Digital Marketing, QRIS, MSMEs Income

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN *QRIS (QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD)* TERHADAP PENDAPATAN UMKM
DI KECAMATAN BALIKPAPAN UTARA**

SKRIPSI

**Dibuat sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan
Akuntansi pada Program Studi Akuntansi Manajerial Jurusan Akuntansi
Politeknik Negeri Bali**

**NAMA : DHIVA FEBRI YOLANDA
NIM : 2015644202**

**JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI**

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN
AKUNTANSI MANAJERIAL JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI
2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Dhiva Febri Yolanda

NIM : 2015644202

Program Studi : Akuntansi Manajerial

Menyatakan bahwa sesungguhnya Skripsi:

Judul : Pengaruh Digital Marketing dan *QRIS* (Quick Response Indonesian Standard) Terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Balikpapan Utara

Pembimbing : 1. I Wayan Karmana, S.E., M.M
2. Ketut Nurhayanti, S.Pd.H.

Tanggal Uji : 20 Agustus 2024

Skripsi yang ditulis merupakan karya sendiri dan orisinal, bukan merupakan kegiatan plagiat atau saduran karya pihak lain serta belum pernah diajukan sebagai syarat atau sebagai bagian dari syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan dari perguruan tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Balikpapan, 31 Juli 2024



Dhiva Febri Yolanda

SKRIPSI

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN *QRIS (QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD)* TERHADAP PENDAPATAN UMKM
DI KECAMATAN BALIKPAPAN UTARA**

DIAJUKAN OLEH:

NAMA : DHIVA FEBRI YOLANDA

NIM : 2015644202

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik Oleh:

DOSEN PEMBIMBING I



I Wayan Karmana S.E., M.M.
NIP. 197610071996021001

DOSEN PEMBIMBING II



Ketut Nurhayanti, S.Pd.H., M.Pd.H.
NIP. 198709282015042003

**JURUSAN AKUNTANSI
KETUA**



I Made Bagiada. S.E., M.Si, Ak
NIP. 197512312005011003

SKRIPSI

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN *QRIS (QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD)* TERHADAP PENDAPATAN UMKM
DI KECAMATAN BALIKPAPAN UTARA**

Telah Diuji Dan Dinyatakan Lulus Ujian Pada:

Tanggal 20 Bulan Agustus Tahun 2024

PANITIA PENGUJI

KETUA :



I Wayan Karmana, S.E., M.M
NIP. 197610071996021001

ANGGOTA :



2. Prof. Dr. Dra. Ni Nyoman Aryaningsih, MM
NIP. 196809131993032002

3. I Made Sura Ambara Jaya, SE, MMA
NIP. 196705111993031003

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya serta karunia-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial pada Politeknik Negeri Bali. Disadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE, M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan menuntut ilmu di Politeknik Negeri Bali.
2. Bapak I Made Bagiada. S.E., M.Si, Ak selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan motivasi dalam menyelesaikan studi di Politeknik Negeri Bali
3. Bapak Wayan Hesadijaya Utthavi, S.E., M.Si. selaku Kepala Program Studi Akuntansi Manajerial Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan saran-saran untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak I Wayan Karmana, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan serta bimbingan dengan baik dalam menyusun skripsi ini.
5. Ibu Ketut Nurhayanti, S.Pd.H., M.Pd.H selaku dosen pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan semangat arahan serta bimbingan dengan baik dalam menyusun skripsi ini.
6. Seluruh pelaku usaha mikro kecil menengah di Kecamatan Balikpapan Utara yang telah membantu penulis untuk menjawab pernyataan kuesioner penelitian dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Ayahanda Eddy Purnomo, cinta pertama dan panutan, terima kasih atas segala pengorbanan dan kasih sayang yang telah Ayah berikan. Meskipun Ayah tidak sempat menuntaskan pendidikan formal hingga perguruan tinggi, Ayah telah berhasil mendidik, memotivasi, dan memberikan dukungan hingga

dapat menyelesaikan studi ini. Semoga Ayah selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan, dan umur panjang.

8. Ibunda tercinta, Iswanti, yang selalu menjadi sumber kekuatan dan inspirasi, terima kasih atas segala dukungan, doa, dan kasih sayang yang tiada henti. Berkat doa dan dukungan Ibu, dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Semoga Ibu selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan, dan umur panjang.
9. Kakak pertama, Angga Prawitra A.Md.Kom., dan istri, Yulia Rahmawati, atas segala dukungan moril dan materiil yang diberikan dari keduanya. Hingga dapat menyelesaikan studi ini.
10. Kakak kedua, Hesti Anggraini S.Pd dan suami Ardiansyah Noor atas doa, motivasi, dukungan moril dan materil yang tak terhingga. Hingga dapat menyelesaikan studi ini
11. Kakak ketiga, Tiurrimay Purnama Sari A.Md.Keb, dan suami Iswahyudi Kurniawan Pratama atas doa motivasi, dukungan moril dan materil yang tak terhingga. Hingga dapat menyelesaikan studi ini.
12. Haykal Yumnaa Najlaa Rafi S.T., B.Eng. atas dukungan, hiburan, dan semangat untuk pantang menyerah yang diberikan, serta telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis.
13. Sahabat tercinta, Stupitur, Eva, Afifah, dan Adhima yang selalu memberikan doa, penyemangat dalam masa kuliah dan juga banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Dhiva Febri Yollanda, *last but not least*, apresiasi sebesar-besarnya untuk diri sendiri karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap proses yang bisa dibilang tidak mudah. Terima kasih sudah bertahan, semoga bahagia selalu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan yang masih harus penulis tingkatkan lagi agar dapat lebih baik kedepannya. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pihak

manapun agar terciptanya kesempurnaan dalam skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu, secara khusus yang berkaitan dengan akuntansi manajerial.

Balikpapan, 31 JULI 2024



Dhiva Febri Yolanda



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	1
Abstrak.....	i
<i>Abstract</i>	ii
Halaman Prasyarat Gelar Sarjana Terapan	iii
Halaman Surat Pernyataan Orisinalitas Karya Ilmiah	iv
Halaman Persetujuan	v
Halaman Penetapan Kelulusan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Kajian Teori.....	9
B. Kajian Penelitian Yang Relevan.....	12
C. Kerangka Pikir dan Konseptual	14
D. Hipotesis Penelitian	15
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Jenis Penelitian	20
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	20
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	20
D. Variabel Penelitian dan Definisi.....	23
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	23
F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	24
G. Teknik Analisis Data	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
A. Deskripsi Hasil Penelitian	30
B. Pembahasan	47
C. Keterbatasan Penelitian.....	50
BAB V PENUTUP	52
A. Simpulan.....	52
B. Implikasi	52
C. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN-LAMPIRAN	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah UMKM di Kota Balikpapan	2
Tabel 3. 1 Variabel Penelitian dan Definisi	23
Tabel 3. 2 Bobot Nilai Skala Likert	24
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	31
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha	32
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Usaha	33
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Digital Marketing yang Digunakan	34
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan Sebelum Menggunakan Digital Marketing dan QRIS	35
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan Setelah Menggunakan Digital Marketing dan QRIS	36
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	38
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	40
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas	41
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	42
Tabel 4. 13 Analisis Regresi Linier Berganda	43
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	44
Tabel 4. 15 Hasil Uji t (Parsial)	45
Tabel 4. 16 Hasil Uji F (Simultan)	47

JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir Penelitian	15
Gambar 2. 2 Hipotesis Penelitian	19



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	61
Lampiran 2: Tabulasi Data Karakteristik Responden.....	65
Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Kuesioner	69
Lampiran 4: Hasil Uji Validitas.....	73
Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas.....	76
Lampiran 6: Hasil Uji Normalitas.....	77
Lampiran 7: Hasil Uji Multikolinieritas	77
Lampiran 8: Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	77
Lampiran 9: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	78
Lampiran 10: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	78
Lampiran 11: Hasil Uji-t (Parsial).....	78
Lampiran 12: Hasil Uji-F (Simultan).....	78
Lampiran 13: Tabel Titik Persentase Distribusi r	79
Lampiran 14: Tabel Titik Persentase Distribusi t	80
Lampiran 15: Tabel Titik Persentase Distribusi F	81
Lampiran 16: Hasil Cek Plagiasi Turnitin	81

JURUSAN AKUNTANSI

POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tercantum pada UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diartikan yakni UMKM merupakan kelompok usaha yang dioperasikan oleh individu atau entitas bisnis tertentu. Kriteria UMKM tersebut telah diperbarui dengan PP Nomor 7 Tahun 2021. UMKM berfungsi yakni sebagai pilar utama dalam ekonomi Indonesia, dengan memberikan kontribusi substansial dalam penciptaan lapangan kerja, penggerakan pertumbuhan ekonomi, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. (Vinatra, 2023).

Kalimantan Timur merupakan wilayah dengan kontribusi UMKM terbesar di Pulau Kalimantan, khususnya di Kota Balikpapan yang memiliki perekonomian industri yang relatif pesat berlandaskan data Dinas Koperasi, UMKM, dan Perindustrian Kota Balikpapan, menunjukkan bahwa pertumbuhan UMKM di tahun 2023 terjadi penurunan berdasarkan tahun sebelumnya, tahun 2023 total data sebaran UMKM khususnya di Kota Balikpapan sebanyak 13.732 dengan dibagi menjadi enam sektor wilayah kecamatan. Kecamatan Balikpapan Utara menjadi wilayah nomor satu yang paling banyak memiliki sebaran UMKM di Kota Balikpapan dengan jumlah sebanyak 3.530 UMKM setelah kecamatan Balikpapan Selatan hal ini bisa dilihat melalui tabel 1.1.

Tabel 1. 1
Jumlah UMKM di Kota Balikpapan

KECAMATAN	2021	2022	2023
Balikpapan Selatan	3.655	7.884	3.305
Balikpapan Kota	2.560	2.461	1.724
Balikpapan Timur	3.134	2.407	2.137
Balikpapan Utara	3.095	5.679	3.530
Balikpapan Tengah	3.126	2.693	1.593
Balikpapan Barat	3.942	1.554	1.443
JUMLAH UMKM	19.512	22.678	13.732

Sumber Dinas Koperasi, UMKM, dan Perindustrian

Perkembangan teknologi informasi yang kian pesat selama beberapa tahun belakangan ini telah mengubah dunia pemasaran, salah satu hasil dari kemajuan ini adalah peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia (Nafsi & Kususma, 2023). Pemasaran modern mengalami peralihan bertahap dari model pemasaran konvensional, pada masa lalu kegiatan pemasaran dilakukan melalui saluran media tradisional berupa majalah, surat kabar, radio serta televisi. Namun, kini pemasaran telah mengalami transformasi signifikan dengan pemanfaatan teknologi internet, yang sering disebut sebagai pemasaran *online* (Anggraini, 2023). Pemasaran *online* menawarkan berbagai keuntungan dibandingkan dengan pemasaran *offline*, karena teknologi dan media digital menawarkan beberapa keuntungan diantaranya memungkinkan bisnis untuk menjangkau calon pembeli atau pelanggan diseluruh dunia tanpa batasan waktu dan ruang, membantu bisnis mengotomatiskan dan menganalisis proses pemasaran sehingga meningkatkan efisiensi dan efektifitas dengan biaya pemasaran *online* yang lebih rendah dibandingkan dengan pemasaran *offline*

(Paranoan et al., 2022). Pemerintah Kota terus melakukan upaya perubahan terhadap UMKM konvensional menjadi UMKM digital.

Digital marketing merupakan upaya bisnis atau organisasi dalam memperkenalkan produk atau jasanya kepada calon pelanggan melalui internet, penyampaian informasi dalam pemasaran digital umumnya dilakukan dengan menggunakan format video atau foto yang menarik, salah satu cara guna melakukan pemasaran digital yakni menggunakan media sosial, situs web, dan *e-commerce* (Fadhli dan Pratiwi, 2021). Digital marketing merupakan bidang bisnis yang berlandaskan etika dan memanfaatkan teknologi digital untuk membangun, mengomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada konsumen serta membangun hubungan yang baik (Nasution dan Silalahi, 2022). Komunikasi yang baik dengan konsumen atau pelanggan dapat meningkatkan citra baik usaha yang berdampak terhadap pendapatan UMKM.

Era digital saat ini memang tidak dapat dihindari, UMKM seolah-olah diharuskan untuk meningkatkan daya saing mereka dengan menggunakan teknologi digital. Dalam konteks keuangan, teknologi digital menunjukkan potensi signifikan untuk memperbesar pendapatan usaha terutama untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang masih pada tahap awal dan mengalami keterbatasan modal dalam pengembangan bisnis mereka (Astuti dan Wulandari, 2023). UMKM saat ini bisa memanfaatkan media sosial atau internet sebagai suatu media dalam mengenalkan usahanya lebih luas dengan memanfaatkan teknologi sebagai media pemasaran UMKM akan dapat meningkatkan pendapatan penjualan. Pendapatan adalah aliran bruto dari

manfaat keuangan yang dihasilkan operasi normal perusahaan selama periode dimana pendapatan mengalir menyebabkan peningkatan ekuitas yang bukan dari kontribusi penanam modal (Hidayah, 2023).

Ditengah tingginya penggunaan platform digital sebagai media pemasaran secara *online*, Dinas koperasi, UMKM, dan perindustrian Kota Balikpapan menunjukkan jumlah UMKM yang menggunakan platform digital *e-commerce* ada sebanyak 293 dari 314 UMKM binaan dengan besar kontribusi 93% untuk pengguna digital marketing (DKUMKMP, 2024). Terbatasnya pengetahuan tentang teknologi dan platform digital adalah kendala utama yang sering menghalangi UMKM untuk beralih ke digital (Ayu Dwijayanti et al., 2023). Penting untuk dicatat bahwa potensi pertumbuhan optimal bagi UMKM masih terkendala oleh sejumlah tantangan, termasuk keterbatasan dalam modal kerja, rendahnya mutu sumber daya manusia, serta kekurangan pengetahuan mengenai teknologi dan ilmu pengetahuan (Ramadia et al., 2022). Menurut Supandi dan Johan (2022) para pelaku UMKM saat ini menghadapi berbagai tantangan, termasuk kurangnya pengetahuan mengenai teknologi serta keterbatasan dalam memanfaatkan media sosial. Diharapkan, pembuatan konten media sosial yang terstruktur dengan baik, menarik, dan memiliki kesan yang mendalam dapat memikat minat calon konsumen untuk melakukan pembelian produk (Novita et al., 2022). Penggunaan digital marketing yang kurang efektif oleh UMKM dapat menimbulkan beberapa dampak negatif. Pertama, komunikasi dengan pelanggan menjadi kurang optimal, sehingga berpotensi menyebabkan pelanggan beralih ke UMKM lain yang memanfaatkan media

digital dengan lebih baik. Hal ini pada akhirnya dapat berakibat pada penurunan pendapatan UMKM tersebut. Penggunaan teknologi digital dan internet membuka peluang bagi UMKM untuk meningkatkan pendapatan mereka (Ayu Dwijayanti et al., 2023).

Selain Digital Marketing, merujuk pada data yang diambil dari Dinas Koperasi, UMKM, dan Perindustrian Kota Balikpapan terdapat 129 atau 41% kontribusi UMKM binaan yang sudah menerapkan sistem pembayaran digital dengan menggunakan *QRIS*, namun jumlah tersebut hanya sebagian dari total keseluruhan UMKM binaan yang berjumlah 314 UMKM, dari data tersebut menunjukkan masih banyak pelaku UMKM yang tidak menyediakan pembayaran digital menggunakan *QRIS*.

Penerapan sistem pembayaran *QRIS* membawa manfaat bagi UMKM maupun konsumen. Sistem ini mempermudah ketika bertransaksi jual beli dengan lebih praktis, cepat serta aman bagi kedua pihak. Pelaku UMKM dapat melakukan pencatatan hasil penjualan secara *real-time* tanpa perlu menyediakan uang sisa menjadikan meringkas waktu dan terhindari dari peredaran uang palsu yang berbahaya (Lela et al., 2023). Secara keseluruhan, sistem pembayaran digital berperan dalam mendorong pertumbuhan bisnis kecil dan menengah, dikarenakan efisiensi dan hemat biaya yang ditawarkannya.

Penelitian Hardiansyah (2023) yang meneliti di Kecamatan Curup menunjukkan hasil bahwa media sosial (Instagram, Whatsapp dan Facebook) dan *QRIS* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Hasil bertentangan ditunjukkan oleh Pangesti et al. (2024) menunjukkan hasil bahwa penggunaan

financial technology *QRIS* tidak berdampak signifikan terhadap kinerja maupun tingkat pendapatan pedagang kaki lima di sekitar Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Berdasarkan fenomena, latar belakang masalah dan gap penelitian atau kesenjangan penelitian yang telah dijelaskan tersebut, maka diperlukan adanya analisis lebih mendalam terkait bagaimanakah pengaruh Digital Marketing serta *QRIS* terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kecamatan Balikpapan Utara.

B. Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya sehingga rumusan masalah penelitian:

1. Bagaimanakah pengaruh Digital Marketing terhadap Pendapatan UMKM?
2. Bagaimanakah pengaruh *QRIS* terhadap Pendapatan UMKM?
3. Bagaimanakah pengaruh Digital Marketing dan *QRIS* terhadap Pendapatan UMKM

C. Batasan Masalah

Penelitian ini mempunyai batasan masalah yaitu pada variabel independen Digital Marketing dan *QRIS*, pada variabel dependen yaitu Pendapatan UMKM di Kota Balikpapan khususnya di wilayah Kecamatan Balikpapan Utara yang memiliki jumlah UMKM terbesar di Kota Balikpapan. Tujuannya batasan penelitian ini agar terfokus sesuai rencana awal maka ditetapkan suatu batasan ruang dan waktu penelitian.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini guna menjawab rumusan masalah yang sudah dikemukakan sebelumnya. Dengan demikian, sasaran utama dari penelitian ini yakni:

- a. Guna menganalisis pengaruh Digital Marketing terhadap Pendapatan UMKM di Kota Balikpapan.
- b. Guna menganalisis pengaruh *QRIS* terhadap Pendapatan UMKM di Kota Balikpapan.
- c. Guna menganalisis pengaruh Digital Marketing dan *QRIS* terhadap Pendapatan UMKM di Kota Balikpapan.

2. Manfaat Penelitian

Pada perspektif teoritis, penelitian ini diharapkan bisa menghasilkan penemuan-penemuan inovatif yang akan memperdalam pemahaman kita mengenai manajemen strategi UMKM, terutama di wilayah Kecamatan Balikpapan Utara. Temuan berdasarkan penelitian ini diharapkan bisa menghasilkan sumbangan signifikan terhadap pengembangan manajemen bagi pelaku UMKM di Kota Balikpapan. Untuk peneliti di masa depan, studi ini dapat berfungsi sebagai sumber referensi tambahan mengenai topik penelitian yang serupa. Sedangkan secara praktis pada penelitian ini terbagi menjadi 3 yakni:

a. Bagi Pelaku UMKM di Kota Balikpapan

Dalam merumuskan manajemen strategi yang lebih efektif untuk keberlangsungan usaha dan meningkatkan daya saing dapat menggunakan penelitian ini sebagai acuan. Temuan hasil analisis ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi UMKM untuk menerapkan digital pada manajemen strategi untuk meningkatkan pendapatan usaha.

b. Bagi PNB

Hasil Temuan ini dapat berkontribusi positif untuk dimanfaatkan sebagai bahan kajian pustaka dan evaluasi untuk para peneliti, dan praktisi dalam merancang strategi pengembangan UMKM berbasis digital. Penelitian ini diharapkan dapat mempermudah pelaksanaan penelitian relevan di masa mendatang.

c. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharap bisa memperluas pengetahuan pengaruh Digital Marketing dan *QRIS* terhadap Pendapatan UMKM, menghasilkan sumbangan ide guna menjadi pengembangan ilmu akuntansi terutama dalam bidang manajemen strategi serta diharapkan bisa digunakan menjadi referensi bacaan di masa depan.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berlandaskan analisis penelitian serta evaluasi mengenai dampak Digital Marketing serta *QRIS* terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Balikpapan Utara, kesimpulan dari penelitian ini bisa dirumuskan yakni:

1. Digital Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Balikpapan Utara. Pendapatan meningkat disebabkan oleh adanya penggunaan teknologi dalam hal pemasaran dengan melakukan penjualan secara online dapat menjangkau konsumen lebih luas memberikan pelayanan yang lebih baik terhadap konsumen atau pelanggan.
2. *QRIS* menunjukkan dampak positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Balikpapan Utara. Penggunaan *QRIS* sangat berkontribusi pada efisiensi proses transaksi serta memberikan manfaat yang signifikan, khususnya dalam hal peningkatan pendapatan UMKM di wilayah tersebut.
3. Digital Marketing dan *QRIS* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Balikpapan Utara.

B. Implikasi

Penelitian tentang pengaruh Digital Marketing dan *QRIS* terhadap pendapatan UMKM memiliki implikasi baik bagi para pelaku UMKM,

pemangku kepentingan terkait, maupun pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen strategi. Penelitian ini memberikan bukti empiris yang mendukung gagasan yakni Digital Marketing dan *QRIS* dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan pendapatan UMKM. Hal ini memperkaya teori tentang strategi pemasaran dan teknologi keuangan yang dapat diterapkan oleh UMKM untuk mencapai kesuksesan, temuan ini dapat digunakan dalam waktu jangka panjang oleh para pelaku UMKM untuk menyusun strategi manajemen yang lebih inovatif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi dan tren pasar. Pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, dan organisasi nirlaba dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk merumuskan kebijakan dan program yang membantu UMKM dalam mengadopsi dan memanfaatkan Digital Marketing dan *QRIS* secara efektif. Hasil penelitian ini juga memberikan kontribusi jangka panjang untuk mata kuliah manajemen strategi untuk pengembangan studi kasus aktual dengan menggunakan data dan temuan dari penelitian ini untuk mencerminkan tantangan dan solusi strategis terkini yang dihadapi oleh pelaku UMKM secara nyata, memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk melakukan analisis mendalam berdasarkan scenario nyata, dan juga meningkatkan kemampuan kritis serta pemecahan masalah mereka.

C. Saran

Berlandaskan temuan penelitian yang telah dilaksanakan tentang pengaruh Digital Marketing dan *QRIS* terhadap pendapatan UMKM di

Kecamatan Balikpapan Utara, berikut merupakan saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini:

1. Bagi UMKM

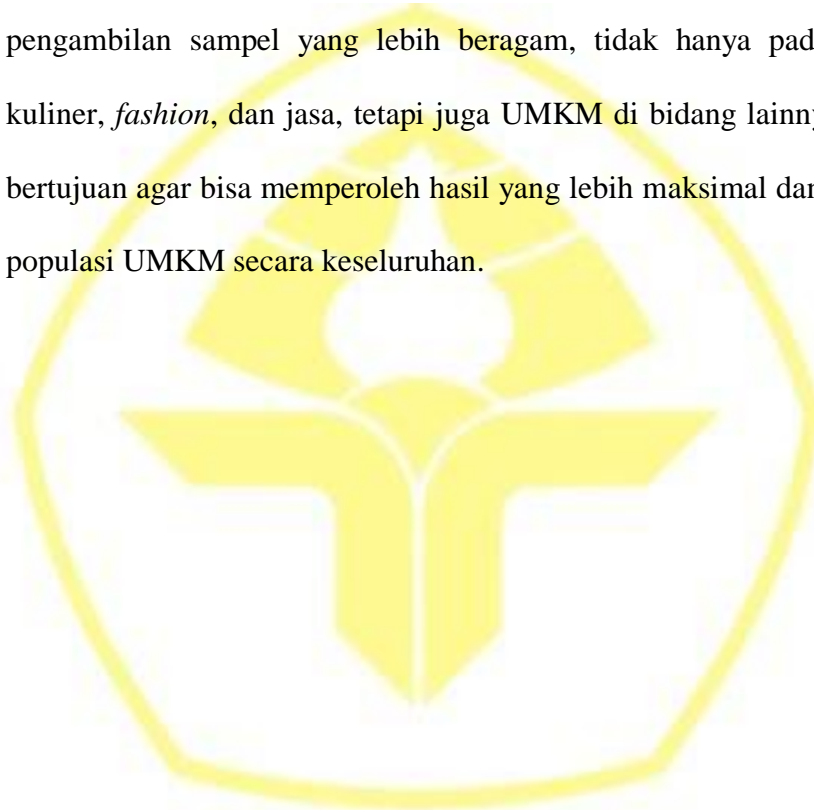
Bagi UMKM, di era digital yang berkembang pesat, usaha kecil dan menengah (UMKM) sebagai tulang punggung ekonomi Indonesia perlu terus memperbarui pengetahuan dan keterampilan mereka dalam bidang ekonomi digital, salah satunya dengan memperluas pemasaran produk melalui Digital Marketing. Hal ini penting untuk meningkatkan fleksibilitas, kreativitas, dan daya saing mereka di pasar digital yang semakin kompetitif. Dengan memperluas jangkauan pasar, UMKM dapat menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan pendapatan mereka.

2. Bagi Pemerintah

Pemerintah sebagai penyelenggara dan penggerak penggunaan teknologi transaksi pembayaran digital bagi masyarakat dan pelaku usaha, diharapkan dapat bekerja sama dengan berbagai pihak atau lembaga kemasyarakatan untuk menyosialisasikan *QRIS* atau transaksi digital kepada masyarakat. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan mendorong penggunaan transaksi digital secara luas dan sering di kalangan masyarakat. Upaya ini merupakan bentuk dukungan terhadap perkembangan ekonomi digital. Peneliti merekomendasikan agar sosialisasi *QRIS* terus dilakukan, terutama kepada pelaku UMKM di Kecamatan Balikpapan Utara.

3. Bagi Peneliti

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas wilayah atau daerah penelitian. Hal ini karena penelitian ini hanya mencakup wilayah Kecamatan Balikpapan Utara. Selain itu, disarankan pengambilan sampel yang lebih beragam, tidak hanya pada UMKM kuliner, *fashion*, dan jasa, tetapi juga UMKM di bidang lainnya. Hal ini bertujuan agar bisa memperoleh hasil yang lebih maksimal dan mewakili populasi UMKM secara keseluruhan.



JURUSAN AKUNTANSI

POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Alfira, M. T., & Susilo. (2023). analisis faktor yang mempengaruhi keputusan UMKM menggunakan QRIS dan pengaruhnya terhadap penghasilan UMKM di pasar rakyat kota malang. *Contemporary Studies in Echonomic, Finance and Banking*, 2(40), 544–558. <https://doi.org/10.21776/csefb.2023.02.4.1>
- Anggraini, G. N. (2023). Strategi Pemasaran UMKM Dalam Pemanfaatan Digital Marketing UMKM Dalam Bidang Perabot Rumah Tangga Di Desa Kampung Baru Kabupaten Tanah Bumbu. *JIEB : Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 9(1), 93–102. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dje>
- Astuti, W. A., & Wulandari, S. P. (2023). Dampak Digital Teknologi Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Indonesian Community Service and Empowerment Journal (IComSE)*, 4(2), 383–390. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/icomse/article/view/8309/4032>
- Ayu Dwijayanti, N. M., Eny Mariani, W., & Mega Abdi Utami, N. M. (2023). *Implementation of Financial Inclusion and Digital Transformation in MSMEs With Local Wisdom as Moderation Variabels*. 9(2), 181-191 Ayu Dwijayanti, N. M., Eny Mariani, W., M. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/ap/article/view/10555/pdf>
- Basuki. (2021). *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif* (Vol. 6).
- Damis, S., & Harun, H. (2024). Peningkatan Pendapatan Usaha Umkm Asoka Desa Tanra Tuo Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang Melalui Digitalisasi Bisnis. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 325–331.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. In *Management Informasi System Research Center*.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumenposkopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612. <https://stp-mataram-e-journal.id/JIP/article/view/684/585>
- Fahrudin, F., & Isnaini, P. L. (2023). Pengaruh Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Oleh UMKM Terhadap Pendapatan Usaha. *Jurnal Manajemen Stratejik Dan Simulasi Bisnis*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.25077/mssb.4.1.1-12.2023>
- Hairani, F., Damanik, R., Budhi, A. F., Pristiwanda, D., L, A. P. R., & Nasution, D. P. (2024). Pengaruh Penggunaan Qris Untuk Meningkatkan Efektifitas Dan Efisiensi Pembayaran Umkm Di Medan. ... *Dan Bisnis (JEMB)*, 1(3), 166–

171. <https://doi.org/10.62017/jemb>

Hardiansyah, E. (2023). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan QRIS (Quick Response Code Indonesia Standard) Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kecamatan Curup*. <http://e-theses.iaincurup.ac.id/id/eprint/4078>

Heriyadi, T., Widyastono, H., & Santoso, E. B. (2023). Implementasi Digital Marketing untuk Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM di Desa Sukorejo, Kecamatan Malo Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(4), 5881–5891. <https://doi.org/10.24815/jimps.v8i4.28466i>

Hidayah, G. R. (2023). *Pengaruh Digital Marketing, Dan Marketplaceterhadap Pendapatan Pelaku Usaha, Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) (Studi Empiris Pada Ukm Kota Semarang Tahun 2021)*. 31401900068, 1–94.

Jasri, Arfan, N., Hasanuddin, & Hasan, H. A. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah. In *Iltizam Journal of Shariah Economic Research* (Vol. 6, Issue 2).

Kafrawi, A., Sugiri, M. R. M., & Juardi. (2022). Pengaruh pemasaran digital dan modal usaha terhadap pendapatan umkm di tengah pandemi covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen (JEBM)*, 19(4), 827–835. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i4.11950>

Leilani, E. R., & Kusnanto, D. (2024). Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2547–2562. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i>

Lela, A., Kusmayati, N. kartika, Kurniawati, Y., & Wulansari, D. (2023). Dampak Sistem Pembayaran Qris Terhadap Omset Penjualan UMKM Di Surabaya. *RISK : Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 4(2), 148–155. <https://doi.org/10.30737/risk.v4i2.4842>

Maulia, P. (2021). *Dampak Penggunaan QRIS Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Kota Medan* [Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara]. <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/19306>

Nafsi, F. S., & Kususma, Y. B. (2023). Penerapan Digital Marketing pada E-commerce dan Media Sosial dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk PT Behaestex. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(3), 156–166. <https://ejurnalqarnain.stisnq.ac.id/index.php/MUQADDIMAH/article/view/369>

- Nasution, S., & Silalahi, P. R. (2022). Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm Kuliner Berbasis Syariah Di Kota Medan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 510–519. <https://doi.org/dx.doi.org/10.30651/jms.v7i2.13785> Volume
- Nurasyiah, M. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada UMKM Warung Jepang Mami Ale Telagasari. *PRIMER: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 322–330. <https://doi.org/10.55681/primer.v1i3.151>
- Nurhaliza, F., Nadila Putri, S., Atika, M., & Nofirda, F. A. (2023). Analisis Dampak Pengaruh Qris Terhadap Transaksi Bisnis Digital UMKM. *Pendidikan Tambusai*, 7(3), 30465–30468. <https://doi.org/doi.org/10.31004/jptam.v7i3.11923>
- Pangesti, F. M., Nadhiroh, A. F., Ghuri, E., Tanjung, D. S., Kusumaningrum, D. A., Rosyida, D., & Adiba, N. (2024). Pengaruh Penggunaan Financial Technology QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Sekitar Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 23–28. <https://jsr.lib.ums.ac.id/index.php/determinasi>
- Paranoan, N., Askikarno, C., Sau, M., Kristen, U., & Paulus, I. (2022). Mengungkap Strategi Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Produk Kuliner Di Makassar. In *Accounting Profession Journal (APAJI)* (Vol. 4, Issue 1). <https://doi.org/10.35593/apaji.v4i1>
- Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021. Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Puriati, N. M., Sugiartana, I. W., & Mertaningrum, N. P. E. (2023). Efektivitas Penerapan Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Pada Umkm Di Kabupaten Karangasem. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 13(3), 332–338. <https://doi.org/10.23887/jiah.v13i3.70942>
- Puspitaningrum, F., Kusumastuti, S. C., & Rimbawati, A. (2023). *Penggunaan QRIS Dalam Transaksi Jual Beli di Tengah Masyarakat UMKM Ketintang Surabaya*. 603–614.
- Ramadia, Mustari, Dinar, M., Supatminingsih, T., & Nurdiana. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 3(1), 310–326. <https://ojs.unm.ac.id/JE3S%0Ap-ISSN:>
- Saura, J. R. (2021). Using Data Sciences in Digital Marketing: Framework,

methods, and performance metrics. *Journal of Innovation and Knowledge*, 6(2), 92–102. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.08.001>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (M. Dr.Ir.Sutopo.S.Pd (ed.)). Alfabeta.

Supandi, A., & Johan, R. S. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Pendapatan Pelaku Umkm Di Kecamatan Cilandak. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(1), 15. <https://doi.org/10.30998/jabe.v9i1.13701>

Teo, T. (2011). Technology Acceptance in Education: Research and Issues. In *Technology Acceptance in Education: Research and Issues*.

Titasari, H. I. (2023). Pengaruh E-Commercedan Digital Payment terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Sunan Kalijaga: Islamic Economics Journal*, 2(1), 25–51. <https://doi.org/10.14421/skiej.2023.2.1.1750>

Undang No. 20 Tahun 2008. Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–08. <https://journal.widyakarya.ac.id/index.php/jap-widyakarya/article/view/832>

Wandra, R. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Persepektif Ekonomi Islam (Studi pada UMKM di Kecamatan Pesisir Tengah Kabupaten Pesisir Barat)* [Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung]. <https://repository.radenintan.ac.id/21508/#>

Yuniarum, F. L., & Achma, hendra S. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Sentra Batik di Kota Pekalongan. *Diponegoro Journal of Economics*, 9(4), 1–10. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dje>

POLITEKNIK NEGERI BALI