

SKRIPSI

**PENGARUH MODAL USAHA DAN INTENSITAS
PEMASARAN DIGITAL TERHADAP PERTUMBUHAN
PENDAPATAN UMKM DI BALIKPAPAN**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**NAMA : AFIFAH FAKHRUN NISA
NIM : 2015644207**

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

PENGARUH MODAL USAHA DAN INTENSITAS PEMASARAN DIGITAL TERHADAP PERTUMBUHAN PENDAPATAN UMKM DI BALIKPAPAN

Afifah Fakhrun Nisa
2015644207

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

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah memberikan kontribusi tak kalah penting dalam perkembangan perekonomian di Indonesia. Serta arus globalisasi yang cepat membuat perkembangan teknologi ke arah serba *digital* saat ini semakin pesat. Dalam menjalankan sebuah usaha faktor yang paling mendukung adalah modal usaha serta adanya pemasaran produk secara *digital* untuk di kenal lebih jauh. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari modal usaha dan intensitas pemasaran *digital* dalam meningkatkan pertumbuhan pendapatan UMKM di Balikpapan.

Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kuantitatif dan menggunakan data primer. Data yang digunakan adalah hasil jawaban kuesioner dengan cara menyebarkan kepada responden melalui *google forms*. Populasi penelitian yaitu pelaku UMKM yang berada di Balikpapan kota dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 95 responden. Teknik pengambilan sampel adalah menggunakan *purposive random sampling* dan dibantu dengan perhitungan rumus *slovin*. Metode analisis penelitian ini dilakukan menggunakan regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa modal usaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan pendapatan UMKM, hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai $t_{hitung} 3,717 > t_{tabel} 1,986$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Intensitas pemasaran *digital* secara parsial tidak berpengaruh signifikan dalam meningkatkan pertumbuhan pendapatan UMKM, hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai $t_{hitung} 1,912 < t_{tabel} 1,986$ dan nilai sig. $0,059 > 0,05$. Sedangkan modal usaha dan intensitas pemasaran *digital* secara bersama-sama berpengaruh signifikan dalam meningkatkan pertumbuhan pendapatan UMKM, hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai nilai $F_{hitung} 11,188 > F_{tabel} 2,70$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Simpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal usaha dan intensitas pemasaran *digital* secara bersama-sama berpengaruh dalam meningkatkan pertumbuhan pendapatan UMKM. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi pertumbuhan pendapatan UMKM seperti jam operasional maupun lokasi usaha.

Kata Kunci: Modal Usaha, Intensitas Pemasaran Digital, Pertumbuhan Pendapatan UMKM

THE INFLUENCE OF BUSINESS CAPITAL AND DIGITAL MARKETING INTENSITY ON MSME INCOME GROWTH IN BALIKPAPAN

Afifah Fakhrun Nisa
2015644207

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

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises make an equally important contribution to economic development in Indonesia. As well as the rapid flow of globalization, technological developments in the digital direction are currently increasingly rapid. In running a business, the most supporting factors are business capital and digital product marketing to get to know more. Therefore, this research was conducted with the aim of finding out the influence of business capital and digital marketing intensity in increasing MSME income growth in Balikpapan.

This research was conducted using quantitative research methods and using primary data. The data used is the results of answers to questionnaires by distributing them to respondents via Google Forms. The research population is MSMEs in Balikpapan City and the sample in this study was 95 respondents. The sampling technique is to use purposive random sampling and is assisted by calculating the Slovin formula. This research analysis method was carried out using multiple linear regression.

Based on the research results, it shows that business capital partially has a positive and significant effect in increasing MSME income, this is proven by the tcount value of $3.717 > t_{table} 1.986$ and the sig value. $0.000 < 0.05$. Partial digital marketing intensity does not have a significant effect in increasing MSME income growth, this is proven by the tcount value of $1.912 < t_{table} 1.986$ and the sig value. $0.059 > 0.05$. Meanwhile, business capital and digital marketing intensity together have a significant effect in increasing MSME income growth, this is proven by the Fcount value of $11.188 > F_{table} 2.70$ and the sig value. $0.000 < 0.05$. The conclusion from the results of this research shows that business capital and digital marketing intensity together have an influence on increasing MSME income growth. It is recommended for future researchers to add other variables that can influence MSME income growth, such as operating hours and business location.

Keywords: Business Capital, Digital Marketing Intensity, MSME Income Growth

**PENGARUH MODAL USAHA DAN INTENSITAS
PEMASARAN DIGITAL TERHADAP PERTUMBUHAN
PENDAPATAN UMKM DI BALIKPAPAN**

SKRIPSI

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

**NAMA : AFIFAH FAKHRUN NISA
NIM : 2015644207**

**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 : Afifah Fakhrun Nisa

NIM : 2015644207

Program Studi : Akuntansi Manajerial

Menyatakan bahwa sesungguhnya Skripsi:

Judul : Pengaruh Modal Usaha dan Intensitas Pemasaran *Digital* Terhadap
Pertumbuhan Pendapatan UMKM di Balikpapan

Pembimbing : 1. Prof. Dr. Dra. Ni Nyoman Aryaningsih, MM
2. I Made Sura Ambara Jaya, SE, MMA

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



Afifah Fakhrun Nisa

SKRIPSI

PENGARUH MODAL USAHA DAN INTENSITAS PEMASARAN DIGITAL TERHADAP PERTUMBUHAN PENDAPATAN UMKM DI BALIKPAPAN

DIAJUKAN OLEH:

NAMA : AFIFAH FAKHRUN NISA
NIM : 2015644207

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik oleh:

DOSEN PEMBIMBING 1

DOSEN PEMBIMBING 2



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

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

JURUSAN AKUNTANSI
KETUA



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

SKRIPSI

**PENGARUH MODAL USAHA DAN INTENSITAS PEMASARAN *DIGITAL*
TERHADAP PERTUMBUHAN PENDAPATAN UMKM DI BALIKPAPAN**

Telah Diuji Dan Dinyatakan Lulus Ujian Pada:

Tanggal 20 Bulan Agustus Tahun 2024

PANITIA PENGUJI

KETUA :



Prof. Dr. Dra. Ni Nyoman Aryaningsih, MM

NIP. 196809131993032002

ANGGOTA :



2. I Komang Sugiarta, SE, MMA

NIP. 196201061992121001

3. Desak Putu Suciwati, SE.M.Si

NIP. 197309252002122001



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, serta segala nikmat berupa kesehatan, kekuatan, dan inspirasi yang sangat banyak dalam proses penyelesaian skripsi ini sehingga saya dapat menyelesaikan tepat pada waktunya. Ada suka maupun duka yang saya rasakan saat menulis karya ini, saya menyadari tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, mulai dari awal masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.eCom, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan menuntut pendidikan.
2. Bapak I Made Bagiada, SE., M.Si, Ak, selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pengarahan dan petunjuk serta bantuan dalam menyelesaikan studi.
3. Bapak Wayan Hesadijaya Utthavi, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial, yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi sebagai syarat kelulusan.
4. Prof. Dr. Dra. Ni Nyoman Aryaningsih, MM, selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan dan menyediakan waktu, tenaga, pikiran serta masukan, dan kesabaran sehingga skripsi ini dapat selesai.
5. I Made Sura Ambara Jaya, SE, MMA, selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan saran maupun arahan dalam menyusun skripsi ini.
6. Semua dosen yang telah mengajar dan mendidik saya, baik dosen Poltekba maupun PNB dengan penuh rasa sabar dan ikhlas. Sehingga ilmu yang didapatkan menjadi

bermanfaat untuk banyak orang.

7. Seluruh pelaku UMKM di wilayah Balikpapan kota yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu untuk melakukan pengisian kuesioner dalam proses penelitian ini.
8. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda tercinta Mat Soleh. Beliau berperan penting dalam penyelesaian studi dan menjadi inti tulang punggung keluarga yang telah berjuang sampai saya bisa ke tahap ini dan meraih gelar sarjana S1. Terima kasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan serta doa, dan dukungan baik secara material maupun moril juga motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi. Terima kasih telah mendidik dan selalu berjuang untuk kehidupan saya hingga saat ini. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan di dunia serta tempat terbaik di akhirat kelak, karena telah menjadi ayah terbaik.
9. Pintu surgaku, ibunda Rahini. Terima kasih sebesar-besarnya saya berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat dan doa yang tiada hentinya. Terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi saya yang keras kepala ini. Bunda menjadi pengingat dan penguat paling hebat. Terima kasih sudah menjadi tempatku untuk pulang, bun. Semoga bunda selalu sehat dan panjang umur serta bahagia selalu.
10. Kedua adikku tersayang, Hafidh dan Qisa yang selalu memberikan inspirasi untuk terus melangkah maju ke depan, menjadi teman dan *support system* terbaik bagi saya dalam proses menyelesaikan skripsi. Terima kasih atas segala doa yang senantiasa di langit kan serta seluruh hal baik yang diberikan selama ini.
11. Ketiga sahabatku tercinta, Adhima, Eva dan Dhiva selaku teman seperjuangan yang selalu membantu dan memberikan dukungan dimulai dari awal masuk hingga menyelesaikan perkuliahan ini. Terima kasih banyak untuk selalu memberikan semangat dan mendengarkan keluh kesahku, semoga Allah membalas kebaikan kalian.

12. Seseorang yang sedang bersama saya. Terima kasih telah memahami diriku, percaya kepadaku, membantuku dan selalu memberi semangat selama proses pembuatan skripsi. Terima kasih sudah menjadi bagian menyenangkan dalam perjalanan hidupku.
13. *Last but not least*, untuk diri saya Afifah Fakhrun Nisa. Apresiasi sebesar-besarnya karena kuat dan mampu berusaha keras berjuang serta memilih untuk tidak menyerah dalam kondisi apapun. Saya bangga kepada diri saya sendiri karena bisa menyelesaikan skripsi ini dengan penuh lika-liku kehidupan yang dijalani walaupun bukan jurusan yang di inginkan. Terima kasih banyak diriku semoga tetap rendah hati, ini baru awal permulaan hidup tetap semangat kamu pasti bisa. Kamu keren dan hebat, pip.

Terima kasih telah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini, kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan namun tidak dapat disebutkan satu persatu, semoga Allah SWT melimpahkan karunianya dalam setiap amal kebaikan kita dan diberikan balasan, Aamiin. Saya menyadari sepenuhnya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman, waktu, dan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca agar terciptanya kesempurnaan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini menambah wawasan dan bermanfaat bagi saya dan pihak yang memerlukan.

Balikpapan, 26 Juli 2024



Afifah Fakhrun Nis

DAFTAR ISI

Halaman Judul Depan.....	i
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
Halaman Persyaratan Gelar Sarjana Terapan.....	viii
Halaman Surat Pernyataan Orisinalitas Karya Ilmiah.....	v
Halaman Persetujuan.....	ix
Halaman Penetapan Kelulusan	vii
Kata Pengantar	xi
Daftar Isi.....	xiii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Tabel	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
B. Kajian Penelitian yang Relevan	17
C. Kerangka Pikir dan Konseptual	21
D. Hipotesis Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian	26
B. Tempat dan Waktu Penelitian	26
C. Populasi dan Sampel Penelitian	27
D. Variabel Penelitian dan Definisi	29
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	30
F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	31
G. Teknik Analisis Data	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
A. Deskripsi Hasil Penelitian	47
B. Hasil Uji Hipotesis.....	47
C. Pembahasan	51

D. Keterbatasan Penelitian	54
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	56
A. Simpulan	56
B. Implikasi	56
C. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	63



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir Penelitian	22
Gambar 2. 2 Hipotesis Penelitian	25



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Kota Balikpapan	3
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi.....	29
Tabel 3.2 Bobot Skor Pilihan Respons	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	37
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha	38
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemasaran Digital	38
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Modal.....	39
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Besaran Modal	40
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	40
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	41
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	42
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Normalitas	43
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Multikolinieritas	44
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Heteroskedastisitas	45
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	45
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	47
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Parsial X1 Terhadap Y.....	48
Tabel 4.16 Hasil Uji X2 Regresi Parsial Terhadap Y.....	48
Tabel 4.17 Hasil Uji t (Parsial).....	49
Tabel 4.18 Hasil Uji F (Simultan)	51

JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Lampiran 2: Data Karakteristik Responden

Lampiran 3: Data Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 4: Hasil Uji Validitas

Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 6: Hasil Uji Normalitas

Lampiran 7: Hasil Uji Multikolinieritas

Lampiran 8: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Lampiran 9: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 10: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Lampiran 11: Hasil Uji Regresi Parsial

Lampiran 12: Hasil Uji t

Lampiran 13: Hasil Uji F (Simultan)

Lampiran 14: Tabel Titik Distribusi r

Lampiran 15: Tabel Titik Persentase Distribusi t

Lampiran 16: Tabel Titik Persentase Distribusi F

JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian masa kini menghadapi tantangan besar yang memerlukan perhatian serius serta berbagai upaya untuk menanganinya. Suatu cara untuk meraih hal tersebut yakni dengan memperkuat sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM memainkan peran krusial pada perekonomian Indonesia, berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan lapangan kerja serta menyumbang pendapatan pajak terhadap negara. Hal ini dibuktikan oleh data Badan Pusat Statistik tahun 2022-2023 bahwa terjadi peningkatan PDRB Provinsi Kalimantan Timur dari 4,48% menjadi 6,22%. Usaha mikro serta kecil telah membuktikan kemampuannya sebagai sumber ketahanan ekonomi, terutama dalam situasi krisis. Pemberdayaan masyarakat merupakan strategi yang bertujuan untuk memberikan peran aktif kepada masyarakat dalam kegiatan sosial. Dalam konteks ini, perkembangan UMKM sangat dipengaruhi peran pemilik usaha dan berbagai komponen yang mendukung keberlanjutan usaha (Pamungkas dan Hidayatulloh, 2019).

Balikpapan terletak di provinsi Kalimantan Timur, Indonesia, berfungsi sebagai pusat ekonomi utama dengan perekonomian terbesar di Kalimantan. Pertumbuhan ekonomi kota ini dapat diukur melalui pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) atau Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) tiap

tahunnya. Berlandaskan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), ekonomi Kaltim diperkirakan mencapai Rp843,57 triliun pada tahun 2023, meningkat 6,22% dibandingkan dengan pertumbuhan 4,48% pada tahun 2022. Pertumbuhan ini mengungguli provinsi lain di Kalimantan, termasuk Kalimantan Barat, Kalimantan Utara, Kalimantan Selatan serta Kalimantan Tengah. Meskipun UMKM memiliki dampak signifikan terhadap perekonomian regional dan nasional, mereka sering menghadapi berbagai kendala dan tantangan, seperti keterbatasan modal dan kesulitan dalam pemasaran, yang menyebabkan produk lokal sering kali tertinggal dibandingkan produk luar.

Pandemi *Covid-19* telah menghambat pertumbuhan ekonomi Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. *Covid-19* memiliki dampak yang signifikan pada banyak industri, salah satunya ekonomi dan telah membatasi aktivitas masyarakat Indonesia serta memengaruhi aspek komunikasi tatap muka. Selain itu, UMKM telah merasakan dampak ekonomi dari pandemi *covid-19*. Kebijakan PPKM atau Pembatasan Kegiatan Masyarakat, dan seluruh aktivitas yang dilakukan secara *online* telah mengurangi pelanggan dan menyebabkan penurunan pendapatan bagi para pelaku usaha. Pelaku usaha menghadapi tantangan karena pandemi *covid-19*, mereka membutuhkan inovasi dan kreatif untuk beradaptasi secepat mungkin. Salah satunya adalah mendorong UMKM memanfaatkan teknologi, termasuk melalui pemanfaatan pemasaran *digital*. Pemasaran *digital* dapat menjadi solusi penjualan di masa pandemi, karena banyak masyarakat menghentikan aktivitas di luar rumah dan memilih menggunakan gadget dalam berbelanja *online* untuk menghindari *covid-19*.

Hingga masa pemulihan pandemi, tercatat data terkini dari dinas koperasi UMKM dan perindustrian bahwa UMKM aktif di kota Balikpapan tahun 2023 mencapai 13.732 dan terjadi penurunan berdasarkan tahun sebelumnya dengan dibagi menjadi enam sektor wilayah kecamatan, 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

Pengembangan diperlukan untuk memperluas dan mempertahankan suatu usaha agar dapat bertahan dan beroperasi dengan baik. Untuk mempertahankan pertumbuhan UMKM, diperlukan peningkatan setiap tahun meskipun perkembangan perekonomian terkadang mengalami pasang surut (Liantifa dan Fiqri, 2023). Pengusaha harus memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi kinerja mereka jika ingin meningkatkan usaha. Salah satunya adalah modal dan pemasaran, yang berarti bahwa keduanya perlu dipertimbangkan dalam meningkatkan pendapatan usaha.

Keterbatasan modal selalu menjadi masalah yang memengaruhi pendapatan UMKM. Untuk usaha yang tumbuh dan berkembang dengan lancar

memerlukan modal yang cukup karena usaha susah untuk berkembang jika tidak memiliki modal yang cukup (Suryani *et al.*, 2023). Modal merupakan hal yang sangat penting serta harus tersedia untuk menjalankan suatu usaha dan pendapatan perusahaan dipengaruhi oleh besar kecilnya modal awal suatu perusahaan. Kurangnya modal menjadi permasalahan yang menghambat UMKM, dan banyak pelaku usaha lebih memilih memulai usaha dengan modal sendiri karena kekhawatiran akan ketidakmampuan membayar bunga pinjaman dan proses peminjaman yang rumit. Serupa dengan proses pembangunan rumah dan peluncuran usaha, modal berperan sebagai komponen dasar dalam pembangunan sebuah entitas. Kekuatan pondasi tersebut berbanding lurus dengan ketahanan dan stabilitas entitas yang dibangun. Artinya dengan modal yang lebih besar, pelaku usaha dapat mempercepat pertumbuhan pendapatan mereka dan menjual lebih banyak produk.

Banyak orang mengetahui suatu produk ketika produk tersebut diperkenalkan ke masyarakat dan pengenalan produk harus dilakukan dengan rencana yang matang. Pemasaran adalah proses memperkenalkan produk yang telah dirancang agar bisa memenuhi kebutuhan konsumen, dan kemudian mengembangkan kebutuhan tersebut menjadi produk yang dapat diedarkan di pasaran serta diperdagangkan untuk memperoleh keuntungan. Pelaku usaha melakukan banyak hal untuk meningkatkan pendapatan dan mempertahankan bisnis mereka, salah satunya adalah dengan pemasaran. Pemasaran harus dilaksanakan karena setiap produk baik barang maupun jasa tidak menemukan konsumennya sehingga harus melalui tahapan.

Salah satu upaya pemasaran yang ditempuh dalam meningkatkan serta mengembangkan UMKM adalah melalui pemasaran *digital*. Saat ini, terjadi pergeseran dari model pemasaran konvensional menuju model pemasaran *digital* yang lebih modern. Pemasaran *digital* merupakan strategi pemasaran inovatif yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelanggan mengenai produk dan layanan. Pemasaran *digital* memiliki ciri khas dan dinamika tertentu yang perlu dipahami dengan baik untuk dapat menentukan taktik dan strategi pemasaran yang efektif (Suwandi *et al.*, 2023). Dalam aspek ekonomi *digital*, persaingan antara UMKM semakin ketat seiring berkembangnya teknologi. Dengan demikian, penting untuk mengenal dan memahami fenomena ini serta menguasai pengetahuan terkait pemasaran.

Salah satu peluang bagi UMKM di Balikpapan adalah mengadopsi *e-commerce*. Namun, hanya terdapat 293 UMKM binaan yang menggunakan *e-commerce* berdasarkan data dari Dinas Koperasi, UMKM, dan Perindustrian kota. Dari data tersebut dapat dikatakan minim mengingat peran teknologi memberikan dampak yang signifikan terhadap pelaku usaha. Fenomena ini menuntut peningkatan intensitas penggunaan platform *digital* sebagai strategi untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan pendapatan UMKM. Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi menyatakan bahwa pemerintah aktif mendorong UMKM untuk terhubung dengan platform *digital* melalui berbagai inisiatif, dengan tujuan utama untuk memperbaiki pemasaran dan meningkatkan pendapatan mereka. Selain itu, kehadiran *e-commerce* menawarkan berbagai jenis peluang yang membantu dan

memudahkan UMKM dalam mengembangkan bisnis mereka.

UMKM perlu memanfaatkan media *online* untuk memperluas jangkauan bisnisnya karena akses internet yang mudah, keuntungan besar, dan biaya yang rendah (Rafiah dan Kirana, 2019). Belanja *online* menjadi lebih populer di kalangan masyarakat Indonesia karena semakin banyak orang yang menggunakan internet, ponsel, dan media sosial. Selain itu, tren pemasaran *digital* yang terus berkembang memungkinkan orang untuk berkomunikasi dan berbisnis secara *real-time* di mana saja bahkan di seluruh dunia.

Penelitian (Musvira. *et al.*, 2022) menunjukkan modal usaha berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Namun hasil bertentangan ditunjukkan peneliti lain (Purwati *et al.*, 2021) bahwa modal usaha tidak berdampak signifikan terhadap pendapatan UMKM. Disimpulkan bahwa modal usaha adalah salah satu komponen penting dalam berwirausaha, tetapi tidak sangat penting. Tidak peduli seberapa besar modal yang dimiliki perusahaan, mereka dapat tetap beroperasi dan berkembang.

Merujuk pada fenomena dan konteks permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, perlu dilakukan analisis yang lebih mendalam untuk mengevaluasi dampak modal usaha dan intensitas pemasaran *digital* terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM di Balikpapan.

B. Rumusan Masalah

Setelah membahas latar belakang, peneliti merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh modal usaha terhadap pertumbuhan pendapatan

usaha mikro kecil menengah di Balikpapan?

2. Bagaimanakah pengaruh intensitas pemasaran *digital* terhadap pertumbuhan pendapatan usaha mikro kecil menengah di Balikpapan?
3. Bagaimanakah pengaruh modal usaha dan intensitas pemasaran *digital* terhadap pertumbuhan pendapatan usaha mikro kecil menengah di Balikpapan?

C. Batasan Masalah

Penulis menetapkan bahwa penelitian ini menekankan pembahasan tentang modal usaha dan intensitas pemasaran *digital* untuk pertumbuhan pendapatan UMKM di Balikpapan agar penelitian ini lebih fokus, mendalam dan sempurna. Selain itu, ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada UMKM yang beroperasi di Kecamatan Balikpapan kota dengan dampak *covid* dari tahun 2021 ke 2022 mengalami penurunan yang paling kecil sebesar 4% serta sarana IT dan sumber daya manusia di kota memungkinkan pengembangan pemasaran digital. Temuan dari analisis mengenai dampak modal usaha dan intensitas pemasaran *digital* terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM di Balikpapan diharapkan dapat mengikuti perkembangan dalam digitalisasi.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor yang memengaruhi modal usaha, intensitas pemasaran *digital*, dan dampaknya terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM di Balikpapan. Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk menyajikan analisis empiris dari variabel

ekonomi dan non-ekonomi yang dapat digunakan untuk mengembangkan UMKM di wilayah tersebut.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi pelaku UMKM di Balikpapan

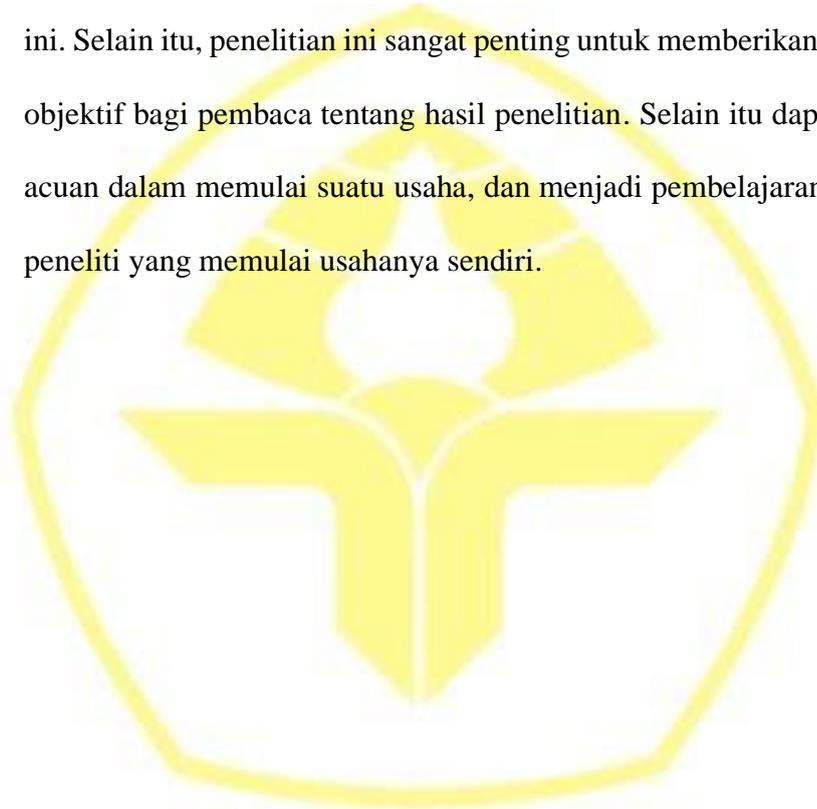
Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran kepada pelaku usaha mengenai modal usaha dan intensitas pemasaran *digital* terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM, sehingga dapat membantu operasional bisnisnya. Temuan dari penelitian ini berfungsi sebagai dasar pertimbangan ketika merumuskan kebijakan guna memajukan usaha. Di samping hal tersebut, temuan penelitian ini juga berpotensi membuat adanya dorongan, wawasan dan pembelajaran bagi pelaku usaha, agar dapat mengelola modal dan memanfaatkan pemasaran *digital* secara efektif untuk meningkatkan pendapatan mereka.

b. Bagi Politeknik Negeri Bali

Politeknik Negeri Bali (PNB) adalah institusi pendidikan vokasi yang berfokus pada penelitian terapan, dengan manfaat signifikan bagi UMKM. Temuan dari penelitian ini berfungsi sebagai referensi dan evaluasi literatur bagi peneliti berikutnya dalam mengeksplorasi dampak modal usaha dan intensitas pemasaran *digital* terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM. Penelitian ini diharapkan memberikan dampak positif internal dan bertujuan untuk secara jelas menjelaskan serta menyoroti potensi yang dihasilkan dari temuan tersebut.

c. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan menjadi wadah pengetahuan untuk memberikan solusi kepada pembaca dalam membantu kelancaran UMKM dengan mengatasi permasalahan yang dihadapi pada studi kasus ini. Selain itu, penelitian ini sangat penting untuk memberikan perspektif objektif bagi pembaca tentang hasil penelitian. Selain itu dapat menjadi acuan dalam memulai suatu usaha, dan menjadi pembelajaran bagi para peneliti yang memulai usahanya sendiri.



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan temuan dari penelitian yang telah dilaksanakan, beberapa kesimpulan dapat diambil sebagai berikut:

1. Modal usaha berpengaruh signifikan dalam meningkatkan pertumbuhan pendapatan UMKM di Balikpapan kota, dikarenakan pendapatan UMKM di Balikpapan meningkat jika modal yang dikeluarkan cukup besar.
2. Intensitas pemasaran *digital* tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan UMKM di Balikpapan kota, karena pelaku UMKM memiliki kepercayaan terhadap pelanggan sehingga tidak perlu menggunakan pemasaran *digital* untuk melakukan pemasaran dan pelanggan pun tetap membeli dagangan mereka.
3. Modal usaha dan intensitas pemasaran *digital* secara simultan berpengaruh dalam meningkatkan pertumbuhan pendapatan UMKM di Balikpapan kota.

B. Implikasi

Penelitian ini mengungkapkan beberapa implikasi, baik teoritis maupun manajerial. Berikut ini adalah rincian dari implikasi-implikasi tersebut:

1) Implikasi Teoritis

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan konsep mengenai dampak modal usaha dan intensitas pemasaran *digital*, sejalan dengan temuan-temuan dari studi sebelumnya, serta memberikan dukungan untuk

penelitian berikutnya mengenai pentingnya modal usaha dan pemasaran *digital* dalam memaksimalkan pertumbuhan pendapatan UMKM. Meskipun demikian, mengingat adanya berbagai faktor yang saling memengaruhi, pendekatan yang menyeluruh tetap diperlukan dalam pelaksanaan usaha.

2) Implikasi Manajerial

Temuan penelitian ini mengindikasikan yakni modal usaha berdampak signifikan terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha dapat meningkatkan pendapatan mereka secara substansial dengan memiliki modal yang memadai tanpa bergantung pada pinjaman. Dengan cara ini, mereka dapat mengurangi beban finansial dan menjadi lebih produktif dalam mengembangkan usaha mereka.

C. Saran

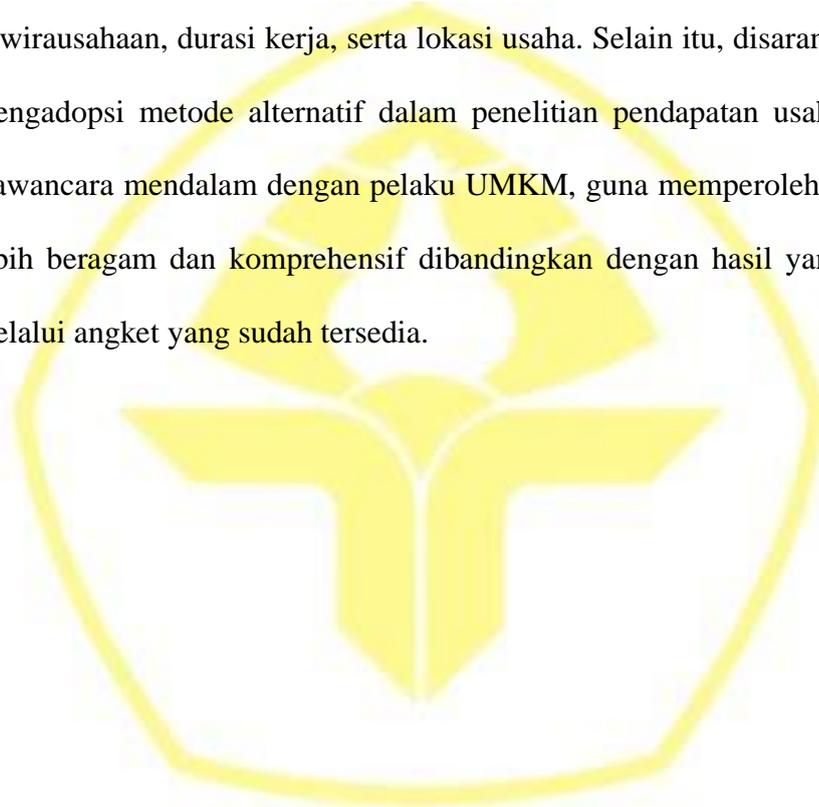
Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut beberapa rekomendasi yang dapat memberikan kontribusi bagi penelitian di masa mendatang:

1. Bagi pelaku usaha

Bagi pelaku UMKM di Balikpapan kota agar dapat mengelola modal usaha dan menyesuaikan barang dagangan yang ingin dijual, sehingga sesuai dengan kebutuhan konsumen dan memperoleh keuntungan usaha yang lebih banyak. Serta untuk selalu menjaga kebersihan lokasi usaha sehingga memberi perhatian lebih serta memberikan kenyamanan tersendiri untuk konsumen maupun pelaku usaha dan membuat konsumen datang kembali.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti berikutnya diharapkan agar bisa memperluas cakupan penelitian ini dengan memasukkan variabel tambahan yang mungkin memengaruhi pertumbuhan pendapatan usaha, seperti keterampilan kewirausahaan, durasi kerja, serta lokasi usaha. Selain itu, disarankan untuk mengadopsi metode alternatif dalam penelitian pendapatan usaha, seperti wawancara mendalam dengan pelaku UMKM, guna memperoleh data yang lebih beragam dan komprehensif dibandingkan dengan hasil yang didapat melalui angket yang sudah tersedia.



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

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), 87–102. <https://doi.org/10.32528/jiai.v6i1.5067>
- Alfrida Sekar Ayuningtyas, Arif Farida, & Era Trianita Saputra. (2024). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lama Usaha dan Teknologi Informasi terhadap Pendapatan Thrift Shop di Kota Surakarta. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2), 128–147. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i2.2268>
- Alifiana, D., Susyanti, J., & Dianawati, E. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Usaha pada Pelaku Ekonomi Kreatif di Masa Pandemi Covid-19 (Sub Sektor Fashion-Kuliner Malang Raya). *E –Jurnal Riset Manajemen*, 10(4), 72–81. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/13029/10215>
- Aprilyan, Y., Elin, E. S., & Nurabiah. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(2), 292–306. <https://doi.org/10.29303/risma.v2i2.216>
- Aryaningsih, N. N., Trimurti, C. P., & Hardika, N. S. (2024). *View of Bank Credit Performance Based on Credit Decisions, Business Growth, and Credit Risk_ Banking Credit Financing Applications in Indonesia*. 30(3), 442–457. <https://doi.org/10.53555/kuey.v30i3.1287>
- Brehm, J. W., Wright, R. A., Solomon, S., Silka, L., & Greenberg, J. (1983). Perceived difficulty, energization, and the magnitude of goal valence. *Journal of Experimental Social Psychology*, 19(1), 21–48. [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(83\)90003-3](https://doi.org/10.1016/0022-1031(83)90003-3)
- 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. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v5i1.941>
- Gustina, L., Welia, N., & Yohan, T. (2022). Pengaruh E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Padang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(1), 152–161. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v4i1.392>
- Hasanah, R. L., Nur, K. D., & Alamsyah, D. P. (2022). Pengaruh modal, tingkat pendidikan dan teknologi terhadap UMKM di kabupaten Purbalingga. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 6(2), 305–313. <https://doi.org/10.30872/jkin.v17i2.7492>

- Istinganah, N. F. W. (2020). Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan UKM. *Economic Education Analysis Journal (EEAJ)*, 9(2), 438–455. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i2.39293>
- Kafrawi, A., Muh, R. M. S., & 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>
- Liantifa, M., & Fiqri. (2023). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm. *Jurnal Cahaya Mandalika (JCM)*, 4(3), 665–673. <https://doi.org/10.35508/jom.v16i3.11953>
- Mustofa, N. H., & Afrilia, T. N. A. (2021). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Sketsa Bisnis (JSB)*, 8(2), 82–98. <https://doi.org/10.35891/jsb.v8i2.2687>
- Musvira., Natsir, M., & Asizah, N. (2022). Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, Dan Marketplace Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah: Pengalaman Dari Kota Kendari Sulawesi Tenggara. *Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(2), 65–72. <https://doi.org/10.26714/vameb.v18i2.10214>
- Pamungkas, H. A., & Hidayatulloh, A. (2019). Faktor penentu perkembangan umkm gerabah kasongan bantul yogyakarta. *Inovasi Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen (JEBM)*, 15(1), 65–71. <https://doi.org/10.30872/jinv.v15i1.4940>
- Polandos, P. M., Daisy, S. . E., & Krest, D. T. (2019). Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha, Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Langowan Timur. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(4), 36–47. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jbie/article/view/25782/25427>
- Purwati, D., Edward, Gagah, P.T.S, SE, M., & Patricia, Dhiana P, SE, M. (2021). Pengaruh Kemampuan Usaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Dengan Perkembangan Usaha Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Kawasan Desa Kedewan Kabupaten Bojonegoro). *Journal Of Management*, 7(1), 1–12. <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/1742>
- Rafiah, K. K., & Desty, H. K. (2019). Analisis Adopsi Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Digital Bagi UMKM Makanan dan Minuman di Jatinangor. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(1), 188–198. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i1.45>

- Rohmah, N. N. (2019). Efektifitas Digitalisasi Marketing Para Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Lombok (Analisis Media Equation Theory). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.31764/jail.v3i1.1363>
- Santi, N. W. A., Iyus, A., Haris, & I, N. S. (2019). Pengaruh Harga Jual Dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan Ud. Broiler Putra Di Dusun Batumulapan Kabupaten Klungkung Pada Tahun 2015-2017. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 116. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i1.20090>
- Sasongko, D., Intan, R. P., Vivi, N. A., Sasqia, D. Q., Riski, S. S., Pramania, E., & Allafa. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pengabdhi*, 6(2), 92–97. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i1.7625>
- Setyorini, D., Ety, N., & Rosmita. (2019). Pengaruh Transaksi Online (e-commerce) Terhadap Peningkatan Laba UMKM. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 3(5), 501–509. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i5.228>
- Sholihah, Mega, A. (2023). *Pengaruh Modal, Jam Kerja, Dan Lokasi Terhadap Pendapatan PKL Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus PKL Di Lapangan Karanglesem Purwokerto Selatan)*. Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
- Supriyanto, E. (2023). Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi (DINAMIKA)*, 3(2), 82–97. <https://doi.org/10.51903/dinamika.v3i2.384>
- Suwandi, Wardah, Sahrani Sibarani Lola, A. S., & Syafitri, H. (2023). Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 1(4), 116–127. <https://doi.org/10.59061/guruku.v1i4.501>
- Syukri, A. U., & Andi, N. S. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro , kecil , dan menengah. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen (JEBM)*, 19(1), 170–182. <https://doi.org/10.29264/jkin.v19i1.10207>
- Wahdia, M., & Rintasari, N. (2023). E-Commerce, Financial Technology, Media Sosial, Modal Usaha, dan Pendapatan UMKM Bidang Fashion. *PERWIRA: Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 6(2), 83–98. <https://doi.org/10.21632/perwira.6.2.83-98>
- Wandra, R. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada UMKM di Kecamatan Pesisir Tengah Kabupaten Pesisir Barat)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Timur. Ekonomi Provinsi Kalimantan Timur Tahun 2023 tumbuh sebesar 6,22 Persen.
<https://kaltim.bps.go.id/pressrelease/2024/02/05/1120/ekonomi-provinsi-kalimantan-timur-tahun-2023-tumbuh-sebesar-6-22-persen.html>

Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021. Kemudahan, Perlindungan dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/161837/pp-no-7-tahu>



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI