

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia menjadi salah satu prioritas dalam pengembangan ekonomi nasional, berperan sebagai tulang punggung ekonomi rakyat. UMKM memiliki peran penting dan strategis dalam pertumbuhan ekonomi negara. Sebagai penopang perekonomian, UMKM memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menciptakan lapangan kerja.¹ Menurut data kementerian UMKM pada tahun 2024, terdapat 65,5 juta unit usaha mikro kecil di Indonesia atau setara dengan 99,9% dari total usaha yang ada.

Jumlah usaha besar sekitar 5550 unit usaha atau 0.01%. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp9.300 triliun. UMKM juga menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia.² Berdasarkan data diatas, Indonesia mempunyai potensi basis ekonomi nasional yang kuat karena jumlah UMKM yang sangat banyak dan daya serap tenaga kerja sangat besar. Persentase UMKM yang bertambah setiap tahunnya sehingga pengurangan jumlah pengangguran di Indonesia juga akan berkurang.

Salah satu UMKM yang memiliki peluang yang sangat besar dalam membantu perekonomian suatu negara yaitu UMKM bidang kuliner. Usaha di

¹ Iwan Ridwan Zaelani, "Peningkatan Daya Saing Ukm Indonesia," *Jurnal Transborder* 3, no. 1 (2019): 15–34, <https://doi.org/10.23969/transborder.v3i1.1746>.

² "UMKM Berkelanjutan Kunci Masa Depan Ekonomi Indonesia | Republika Online," n.d., <https://analisis.republika.co.id/berita/sqo3ff377/umkm-berkelanjutan-kunci-masa-depan-ekonomi-indonesia-part2>.

bidang makanan merupakan salah satu jenis bisnis yang memiliki prospek cerah, mengingat makanan adalah kebutuhan dasar yang selalu ada dalam kehidupan manusia. Setiap kategori dalam bisnis makanan memiliki peluang untuk berkembang dengan signifikan. UMKM di bidang kuliner berperan dalam menciptakan lapangan kerja dan mengurangi pengangguran. Usaha ini membutuhkan pasokan dari petani dan pedagang lokal, sehingga mendukung perekonomian lokal secara tidak langsung.

Selain itu, bisnis kuliner UMKM sering kali menjadi daya tarik wisata kuliner di daerah-daerah tertentu, yang dapat meningkatkan pendapatan daerah dan membuka peluang bisnis lain seperti penginapan dan transportasi.³ Melihat potensi yang dimiliki oleh UMKM kuliner dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan Masyarakat, berbagai daerah di Indonesia mulai memberikan perhatian serius terhadap pengembangannya, termasuk Kota Padang.

Kota Padang, sebagai salah satu pemerintah daerah di Provinsi Sumatera Barat, menunjukkan komitmennya dalam memajukan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) tahun 2019-2024. Visi dari RPJMD ini adalah "Mewujudkan masyarakat Kota Padang yang madani berbasis pendidikan, perdagangan, dan pariwisata unggul serta berdaya saing". Dalam RPJMD tersebut, terdapat tujuh misi yang dirancang untuk mencapai visi tersebut. Misi keempat secara khusus

³ Nurmala Nurmala et al., "Usaha Kuliner Sebagai Penggerak Umkm Pada Masa Pandemi Covid 19," *AKM: Aksi Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2022): 65–74, <https://doi.org/10.36908/akm.v3i1.458>.

berfokus pada pengembangan sektor UMKM dan perekonomian lokal.⁴ Sebagai bagian dari upaya memajukan UMKM, Pemerintah Kota Padang juga berkomitmen untuk mengurangi angka kemiskinan dan meningkatkan kualitas pendidikan serta kesehatan masyarakat. Selain itu, program-program yang mendukung UMKM juga bertujuan untuk menciptakan lapangan kerja baru dan mengurangi pengangguran di kota ini. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di sektor kuliner saji di Kota Padang menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, terutama dalam beberapa tahun terakhir. Kota Padang, sebagai salah satu pusat perekonomian di Sumatera Barat, mengalami pertumbuhan yang terus meningkat dalam jumlah usaha kuliner dari tahun ke tahun.

Tabel 1. 1
Rekapitulasi Pemantauan Wilayah Setempat (Pws) Usaha Mikro Kota
Padang Bulan Desember 2024

No.	Kecamatan	Usaha Mikro	Jenis Usaha Saji
1.	Padang Barat	4320	1922
2.	Padang Selatan	4530	1841
3.	Padang Timur	4791	1694
4.	Padang Utara	3352	1207
5.	Nanggalo	2411	841
6.	Koto Tangah	7276	2064
7.	Kuranji	7095	2051
8.	Pauh	3570	1040
9.	Lubuk Kilangan	2336	672
10.	Lubuk Begalung	5764	1623
11.	Bungus Teluk Kabung	2247	637

⁴ “Perencanaan Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Padang (Roadmap Ekonomi Kreatif Kota Padang 2021 - 2026),” 2021, 113.

No.	Kecamatan	Usaha Mikro	Jenis Usaha Saji
Total Kecamatan		47692	15592

Sumber: Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Padang

Berdasarkan data dari tabel atas dapat diketahui mengenai bidang kuliner UMKM di Koto Tangah Kota Padang memiliki jumlah yang banyak dimana masuk peringkat terbesar UMKM bidang kuliner di Kota Padang yaitu 7.276 UMKM mikro. Akan tetapi pada UMKM kuliner jenis saji Koto Tangah memiliki jumlah usaha mikro terbanyak yaitu 2.064 UMKM mikro.⁵ Oleh karena itu Kecamatan Koto Tangah menjadi yang menarik untuk diteliti.

Meskipun UMKM memiliki kedudukan yang sangat penting dalam perekonomian nasional, namun bisnis UMKM tidak selalu berjalan mulus dikarenakan masih banyak hambatan dan kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Kendala tersebut antara lain keterbatasan modal usaha, keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dan keterbatasan teknologi.⁶ Keterbatasan modal menjadi masalah utama yang sering dialami pelaku UMKM karena banyak dari mereka memulai usaha dengan dana yang terbatas. Kondisi ini membuat mereka kesulitan untuk mengembangkan usaha, membeli bahan baku dalam jumlah besar, atau meningkatkan kapasitas produksi. Di samping itu, keterbatasan sumber daya manusia juga menjadi hambatan karena masih rendahnya kemampuan dalam mengelola keuangan, pemasaran, dan strategi bisnis. Selain itu, banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan teknologi secara

⁵ “Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Padang,” 2024.

⁶ Suyadi; Syahdanur; Suryani Susie, “Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Bengkalis-Riau,” *Jurnal Infoskop* 1, no. Upaya pengembangan umkm (2004): 1, <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/12249/6227>.

optimal, padahal di era digital saat ini teknologi sangat penting untuk promosi, pemasaran online, dan sistem pembayaran elektronik.

Perkembangan teknologi digital telah membawa banyak perubahan dalam berbagai sektor, termasuk sektor usaha mikro. Di era digitalisasi, aspek teknologi menjadi semakin krusial, terutama dalam sistem pembayaran dan strategi pemasaran. Teknologi digital memberikan peluang baru melalui platform media sosial dan sistem pembayaran non-tunai seperti QRIS (Quick Response Code Indonesia Standard).⁷

QRIS merupakan sistem pembayaran digital yang dirancang oleh Bank Indonesia sebagai sistem pembayaran terintegrasi, efisien dan aman. Menurut *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), adopsi teknologi sangat dipengaruhi oleh dua faktor utama: *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan pengguna). Penerapan QRIS pada UMKM kuliner berpotensi meningkatkan efisiensi transaksi, mempercepat proses pembayaran dan mencatat data penjualan secara real-time yang berdampak pada peningkatan pendapatan.⁸

Media sosial telah berkembang menjadi salah satu instrumen utama dalam strategi pemasaran bagi usaha mikro. Melalui berbagai platform seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp, pelaku usaha memiliki kesempatan untuk

⁷ Nadhifa Alifia, Erwin Permana, and Harnovinsah Harnovinsah, "Analisis Penggunaan Qris Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM," *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 25, no. 1 (2024): 61–68, <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v25i1.1273>.

⁸ Lidya Anggraeni and Dessy Anggraini, "Pengaruh E-Commerce Dan QRIS Terhadap Pendapatan UMKM Berbasis E-Digital Di Kota Jambi," *Iltizam Journal of Shariah Economic Research* 9, no. 1 (2025): 31–49, <https://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojs/index.php/iltizam/article/view/3148>.

mengenalkan produk, menjalin hubungan dengan konsumen, serta memperluas cakupan pasar hingga ke wilayah yang lebih luas. Berbagai studi menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial secara aktif dapat meningkatkan eksposur usaha, memperluas aksesibilitas pasar, dan berkontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha mikro.⁹

Kecamatan Koto Tangah sebagai salah satu wilayah dengan pertumbuhan UMKM yang cukup pesat di Kota Padang, juga tidak terlepas dari pengaruh digitalisasi ini. Banyak pelaku UMKM di Koto Tangah mulai mengadopsi QRIS sebagai metode pembayaran dan memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk mereka. Namun, sejauh mana pengaruh penggunaan QRIS dan media sosial terhadap pendapatan UMKM di wilayah tersebut masih perlu dikaji lebih lanjut secara ilmiah.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji **“Pengaruh Penggunaan QRIS dan Media Sosial terhadap Pendapatan UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Koto Tangah”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah penulis uraikan di atas maka penulis membuat rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh penggunaan QRIS terhadap pendapatan UMKM kuliner saji di Kecamatan Koto Tangah, Kota Padang?

⁹ Prasetyo Nur Cahyo et al., “Pengaruh Media Sosial Dan Perluasan Akses Pasar,” *Seminar Nasional LPPM UMMAT 22* (2024): 342–49.

2. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap pendapatan UMKM kuliner saji di Kecamatan Koto Tengah, Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh penggunaan QRIS dan media sosial terhadap pendapatan UMKM kuliner saji di Kecamatan Koto Tengah, Kota Padang?

C. Batasan Masalah

Untuk lebih terarahnya penelitian ini, penulis memberikan batasan masalah. Penelitian ini dibatasi pada pelaku UMKM kuliner saji di Kecamatan Koto Tengah. Fokus penelitian hanya mencakup penggunaan QRIS dan pemanfaatan media sosial sebagai variabel bebas, serta pendapatan usaha sebagai variabel terikat.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan QRIS terhadap pendapatan UMKM kuliner saji di Kecamatan Koto Tengah, Kota Padang
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh media sosial terhadap pendapatan UMKM kuliner saji di Kecamatan Koto Tengah, Kota Padang
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan QRIS dan media sosial terhadap pendapatan UMKM kuliner saji di Kecamatan Koto Tengah, Kota Padang

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

a. Bagi pemerintah Kecamatan Koto Tengah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pemerintah, khususnya pemerintah daerah Kecamatan Koto Tengah sebagai pertimbangan supaya lebih memperhatikan dan mengembangkan UMKM.

b. Bagi pelaku UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi berhubungan dengan pendapatan UMKM. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai ilmu pengetahuan agar UMKM dapat mengetahui faktor apa saja yang bisa mempengaruhi pendapatan sehingga dapat mengembangkan usahanya.

c. Bagi penelitian selanjutnya

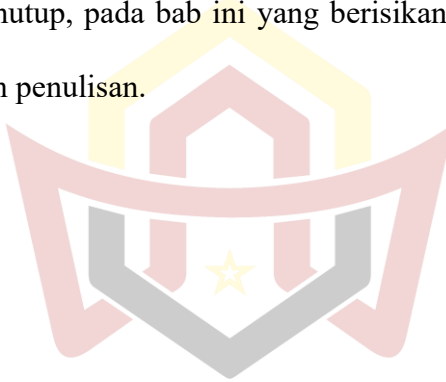
Penelitian ini diharapkan dapat membantu dan memberikan informasi mengenai pengaruh penggunaan qris, media sosial terhadap pendapatan UMKM. Kemudian sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

F. Sistematika Penulisan

Secara garis besar sistematika penulisan terdiri dari:

BAB I : Pendahuluan yang berkaitan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

- BAB II : Landasan teori yang membahas tentang teori yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti dan berkaitan dengan judul.
- BAB III : Metode penelitian, pada bab ini membahas metode penelitian, jenis, lokasi, sumber data, jenis data, serta teknik pengumpulan data.
- BAB IV : Hasil penelitian, pada bab ini akan menerapkan hasil dari penelitian dan hasil dari pembahasan.
- BAB V : Penutup, pada bab ini yang berisikan Kesimpulan dan saran-saran penulisan.



UIN IMAM BONJOL
PADANG