

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usaha Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi juga menjadi sumber penghasilan bagi sebagian besar masyarakat. Menurut Putri dan Fietroh (2025), UMKM memberikan kontribusi sebesar 61,97% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan mampu menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia. Besarnya kontribusi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM dalam memperoleh pendapatan memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mendukung pembangunan ekonomi daerah.

Pendapatan merupakan salah satu indikator yang mencerminkan keberhasilan suatu usaha. Semakin tinggi pendapatan yang diperoleh, semakin besar pula kemampuan pelaku usaha dalam mempertahankan kelangsungan usahanya, memenuhi kebutuhan operasional, serta melakukan pengembangan usaha. Sebaliknya, rendahnya pendapatan dapat menjadi hambatan bagi pelaku UMKM untuk berkembang dan bersaing. Oleh karena itu, pendapatan menjadi aspek yang sangat penting dalam keberlangsungan UMKM. Meskipun demikian, tingkat pendapatan UMKM pada umumnya tidak selalu sama. Perbedaan kemampuan dalam memperoleh pendapatan masih menjadi fenomena yang sering ditemukan di kalangan pelaku UMKM. Bahkan pada usaha yang menjual produk

sejenis, tingkat pendapatan yang diperoleh dapat berbeda antara satu pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat berbagai faktor yang dapat memengaruhi tingkat pendapatan UMKM.

Fenomena yang sama juga ditemukan pada pelaku UMKM yang mengikuti kegiatan Sunday Market Buat Orang Kupang (SABOAK). SABOAK merupakan program pasar mingguan yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Kupang sebagai wadah pemasaran dan promosi produk UMKM lokal. Berdasarkan ANTARA News (2025), kegiatan ini melibatkan sekitar 600 pelaku UMKM dan mampu menghasilkan perputaran ekonomi yang cukup besar bagi masyarakat Kota Kupang. Kehadiran SABOAK memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan usahanya. Namun, berdasarkan hasil wawancara awal yang telah dilakukan dengan beberapa pelaku UMKM peserta SABOAK, ditemukan bahwa pendapatan yang diperoleh selama mengikuti kegiatan tersebut masih bervariasi. Sebagian pelaku usaha mengaku memperoleh pendapatan yang relatif stabil, sedangkan sebagian lainnya memperoleh pendapatan yang relatif lebih rendah. Bahkan terdapat pelaku usaha yang mengalami perubahan tingkat pendapatan pada setiap periode pelaksanaan SABOAK. Kondisi ini menunjukkan bahwa peluang memperoleh pendapatan dalam kegiatan SABOAK belum dirasakan secara sama oleh seluruh pelaku UMKM.

Perbedaan pendapatan tersebut diduga berkaitan dengan berbagai kondisi yang dihadapi pelaku usaha selama mengikuti kegiatan SABOAK. Berdasarkan hasil wawancara awal, pelaku UMKM mengikuti kegiatan secara bergiliran

sehingga tidak selalu memperoleh posisi usaha yang sama pada setiap periode pelaksanaan. Selain itu, terdapat perbedaan dalam waktu operasional yang digunakan oleh masing-masing pelaku usaha selama kegiatan berlangsung. Di sisi lain, kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi juga berbeda-beda. Selain itu, pelaku UMKM yang berpartisipasi dalam SABOAK juga memiliki karakteristik usaha yang berbeda, dimana sebagian merupakan usaha yang baru dibangun sejak adanya SABOAK dan sebagian lainnya merupakan usaha yang telah beroperasi sebelum bergabung dalam kegiatan tersebut. Perbedaan kondisi tersebut diduga dapat memengaruhi peluang penjualan dan pada akhirnya berdampak pada pendapatan yang diperoleh.

Menurut Kare *et al.* (2025), pendapatan UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya lokasi usaha dan jam kerja. Lokasi usaha berkaitan dengan kemudahan konsumen dalam menjangkau usaha, sedangkan jam kerja berkaitan dengan kesempatan pelaku usaha dalam melakukan aktivitas penjualan. Selain itu, perkembangan teknologi digital juga menjadikan media sosial sebagai salah satu sarana yang dapat membantu pelaku UMKM memperluas jangkauan pemasaran produknya. Sejalan dengan itu penelitian Safitri & Saharsini (2023) menjelaskan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan UMKM adalah modal usaha, pencatatan akuntansi, lokasi usaha dan jam kerja.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa lokasi usaha memiliki hubungan dengan pendapatan UMKM. Fahlifi *et al.* (2025) menemukan bahwa lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Hasil yang sama juga ditemukan oleh Astutik *et al.* (2024). Akan tetapi, Salim dan

Rahmadhani (2024) serta Innayah dan Windrayadi (2024) menemukan bahwa lokasi usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan masih adanya research gap mengenai pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan UMKM. Pada variabel jam kerja, Putri dan Dewi (2025) menemukan bahwa jam kerja berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM. Hasil tersebut didukung oleh Sinaga *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa peningkatan waktu operasional usaha dapat meningkatkan peluang memperoleh pendapatan. Namun, Sundari dan Lindayani (2023) menemukan bahwa jam kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengaruh jam kerja terhadap pendapatan UMKM masih perlu diteliti lebih lanjut.

Selain lokasi usaha dan jam kerja, penggunaan media sosial juga berpotensi memengaruhi pendapatan UMKM. Rizal *et al.* (2024) menunjukkan bahwa media sosial dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan jangkauan pemasaran dan mendukung peningkatan pendapatan usaha. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penggunaan media sosial dipertimbangkan sebagai variabel kontrol agar pengaruh lokasi usaha dan jam kerja terhadap pendapatan UMKM dapat dianalisis secara lebih akurat.

Berdasarkan fenomena perbedaan pendapatan UMKM dalam kegiatan SABOAK, hasil wawancara awal yang menunjukkan adanya variasi kondisi usaha antar pelaku UMKM, serta masih adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan UMKM, maka penelitian ini penting dilakukan dengan judul “Analisis Pengaruh Lokasi Usaha dan Jam

Kerja terhadap Pendapatan UMKM dalam Kegiatan Sunday Market Buat Orang Kupang (SABOAK) dengan Penggunaan Media Sosial sebagai Variabel Kontrol”.

1.2. Masalah Penelitian

Permasalahan dalam penelitian ini adalah adanya perbedaan tingkat pendapatan yang diperoleh pelaku UMKM dalam kegiatan Sunday Market Buat Orang Kupang (SABOAK). Meskipun seluruh pelaku UMKM berpartisipasi dalam kegiatan yang sama, pendapatan yang diperoleh tidak selalu menunjukkan hasil yang seragam. Sebagian pelaku usaha memperoleh pendapatan yang relatif tinggi, sedangkan sebagian lainnya memperoleh pendapatan yang lebih rendah atau mengalami penurunan pada periode tertentu. Kondisi ini menunjukkan bahwa masih terdapat faktor-faktor yang memengaruhi tingkat pendapatan UMKM dalam kegiatan SABOAK. Berdasarkan kondisi lapangan, perbedaan tersebut diduga berkaitan dengan lokasi usaha dan jam kerja yang berbeda pada masing-masing pelaku UMKM. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh lokasi usaha dan jam kerja terhadap pendapatan UMKM dalam kegiatan SABOAK.

1.3. Persoalan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah lokasi usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM dalam kegiatan SABOAK?
2. Apakah jam kerja berpengaruh terhadap pendapatan UMKM dalam kegiatan SABOAK?

3. Apakah media sosial sebagai variabel kontrol berpengaruh terhadap pendapatan UMKM dalam SABOAK?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan UMKM dalam kegiatan SABOAK
2. Untuk menguji pengaruh jam kerja terhadap pendapatan UMKM dalam kegiatan SABOAK
3. Untuk menguji pengaruh media sosial sebagai variabel kontrol terhadap pendapataam UMKM dalam kegiatan SABOAK

1.5. Manfaat penelitian

1. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di lingkungan akademik, khususnya Akuntansi Keuangan, sebagai referensi mengenai pengaruh lokasi usaha dan jam kerja terhadap pendapatan UMKM dengan media sosial sebagai variabel kontrol. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmiah serta menambah wawasan dan pengalaman peneliti dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pelaku UMKM dalam menentukan lokasi usaha dan mengelola jam kerja secara optimal serta memberika binaan agar untuk memanfaatkan media sosial dengan

baik. Serta bagi pemerintah dan penyelenggara SABOAK dalam meningkatkan efektivitas kegiatan ekonomi lokal