

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah peran sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki potensi yang sangat besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, ekonomi daerah, maupun ekonomi keluarga. Hal ini tercermin dari kontribusi UMKM terhadap pendapatan nasional dan pendapatan daerah. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM per Oktober 2025 menunjukkan terdapat 30,19 juta unit UMKM yang terdata dalam Sistem Informasi Data Tunggal (SIDT-UMKM). UMKM menjadi tulang punggung ekonomi dengan kontribusi 61-63% terhadap PDB nasional dan menyerap lebih dari 120 juta tenaga kerja pada tahun 2025. Pemerintah juga fokus pada digitalisasi dengan 3,79 juta UMKM *Go Online* (Kementerian Koperasi dan UKM, 2025).

Salah satu provinsi di Indonesia yang perekonomiannya ditopang oleh sektor UMKM adalah Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT). UMKM di wilayah ini berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. UMKM merupakan usaha yang dibangun oleh perorangan maupun kelompok, bersifat independen atau berdiri sendiri, dan bukan merupakan cabang atau anak perusahaan (Magdalena, 2024). Meskipun memiliki peran yang strategis, UMKM juga merupakan sektor yang paling rentan terhadap perubahan lingkungan

ekonomi khususnya dalam menghadapi perkembangan teknologi dan persaingan usaha yang semakin ketat di era digital.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia saat ini. Informasi dan aktivitas ekonomi dapat diakses dengan cepat melalui pemanfaatan teknologi digital. Kondisi ini dikenal dengan istilah Revolusi Industri 4.0, yaitu suatu fase perkembangan industri yang ditandai dengan penggabungan teknologi digital dan fisik untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, serta fleksibilitas sistem produksi (Magdalena, 2024). Revolusi Industri 4.0 telah mendorong perubahan signifikan dalam berbagai sektor termasuk sektor UMKM (Magdalena, 2024).

Salah satu dampak dari perkembangan Revolusi Industri 4.0 adalah munculnya pemasaran digital sebagai strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi dan media digital untuk mempromosikan produk atau jasa kepada konsumen. Menurut Ramidah *et al.*, (2022) Pemasaran digital merupakan kegiatan saling aktif dan terintegrasi untuk memfasilitasi antar hubungan antara penghasil barang ataupun jasa, distribusi, dan pelanggan potensial. Lain hal pemasaran digital juga menawarkan ruang bagi para pelaku usaha untuk berkumpul dan menyampaikan seluruh yang diperlukan ataupun kemauan calon pelanggan (Ramidah *et al.*, 2022). Platform yang sering digunakan dalam pemasaran digital adalah media sosial atau jejaring sosial. Jejaring sosial yang tersedia terkadang memiliki karakteristik yang berbeda. Ada yang sifatnya untuk pertemanan seperti Facebook, Path, Instagram, dan Twitter, ada pula yang khusus untuk mencari dan membangun relasi seperti yang ditawarkan

Linkedin (Purwana *et al.*, 2017). Selain itu tersedia pula media yang lebih pribadi seperti *electronic mail*(e-mail) dan pesan teks. *Search engine* seperti Google dan Yahoo pun dapat diberdayakan. Selain itu pelaku usaha juga dapat memanfaatkan media blog ataupun situs pribadi (Purwana *et al.*, 2017). Selain Pemasaran Digital, perkembangan sistem pembayaran digital juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap aktivitas UMKM. Salah satu sistem pembayaran digital yang berkembang pesat di Indonesia adalah *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS).

Menurut Bank Indonesia, QRIS merupakan mekanisme pembayaran menggunakan kode QR berupa barcode dua dimensi yang pertama kali dikembangkan oleh perusahaan Jepang, Denso Wave. QRIS mengintegrasikan berbagai platform sistem pembayaran digital seperti GoPay, OVO, ShopeePay, Dana, kartu Flazz, dan layanan pembayaran lainnya. QRIS resmi diluncurkan di Indonesia pada tanggal 17 Agustus 2019 oleh Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) bekerja sama dengan Bank Indonesia dengan tujuan menciptakan sistem pembayaran yang efisien, mudah, dan aman.

Berdasarkan Pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa jumlah *merchant* QRIS di Provinsi Nusa Tenggara Timur mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun 2019 hingga 2023 pada semua kategori usaha baik usaha mikro, kecil maupun menengah. Peningkatan ini menunjukkan bahwa QRIS semakin banyak digunakan oleh pelaku UMKM dalam kegiatan usahanya(Sereh *et al.*, 2026). Kondisi ini juga mencerminkan bahwa sistem pembayaran digital semakin berkembang di kalangan pelaku usaha.

Tabel 1. 1 Jumlah *Merchant* Per Klasifikasi Usaha Provinsi NTT Tahun 2019-2023

Provinsi NTT	2019	2020	2021	2022	2023
Usaha Mikro	9.090	20.388	70.333	114.666	168.113
Usaha Kecil	161	7.163	16.684	19.971	40.712
Usaha Menengah	326	1.735	3.575	9.655	10.702

Sumber: Bank Indonesia, 2024

Berdasarkan kondisi tersebut, terlihat bahwa jumlah *merchant* dan transaksi QRIS di Provinsi Nusa Tenggara Timur terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital semakin berkembang dan mulai banyak dimanfaatkan oleh pelaku UMKM maupun masyarakat. Namun demikian, peningkatan tersebut belum tentu diikuti dengan peningkatan pendapatan UMKM.

Perkembangan teknologi digital di Indonesia mendorong transformasi dalam berbagai sektor termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pemanfaatan pemasaran digital dan sistem pembayaran digital seperti QRIS semakin meningkat seiring dengan upaya digitalisasi ekonomi yang dilakukan pemerintah. Berbagai kebijakan dan inovasi teknologi tersebut diharapkan mampu meningkatkan kinerja usaha, khususnya dalam hal penjualan dan pendapatan UMKM.

Kondisi ini juga terlihat di Kota Kupang sebagai salah satu daerah di Provinsi Nusa Tenggara Timur. Meskipun penggunaan pemasaran digital dan QRIS terus mengalami peningkatan, tidak semua pelaku UMKM mampu memanfaatkan teknologi tersebut secara optimal. Hal ini dapat disebabkan oleh keterbatasan

kemampuan dalam mengelola media digital, kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital yang efektif, serta tingkat penggunaan pembayaran non-tunai yang masih bervariasi di kalangan konsumen. Akibatnya, pemanfaatan teknologi digital belum tentu memberikan dampak yang sama terhadap peningkatan pendapatan setiap UMKM.

Tabel 1. 2 Daftar UMKM Yang Terdaftar Di Kelurahan Oesapa

Jenis UMKM	Jumlah
Kios	312
Kos	184
Pangkas Rambut	7
Salon	7
Fotocopy	14
Mebel	6
Bengkel	5
Toko	33
Pedagang Kaki Lima	20
Total	588

Sumber : Data UMKM Kelurahan Oesapa 2025

Kondisi serupa juga terjadi di Kelurahan Oesapa yang memiliki sekitar 588 UMKM pada tahun 2025. Meskipun jumlah UMKM tergolong cukup banyak, tidak semua pelaku usaha mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam menjalankan usahanya. Sebagian UMKM telah menggunakan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, Tiktok dan Instagram untuk memasarkan produk serta menyediakan pembayaran melalui QRIS. Namun, Kondisi ini menimbulkan perbedaan tingkat pemanfaatan teknologi digital yang diduga berpengaruh terhadap kemampuan usaha dalam meningkatkan penjualan dan pendapatan. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui

pengaruh pemasaran digital dan penggunaan QRIS terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Oesapa.

Penelitian mengenai Pemasaran Digital, Penggunaan QRIS, dan Peningkatan pendapatan telah banyak dilakukan, namun menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Akbar *et al.*, (2022), digital marketing dapat membantu UMKM memperluas jangkauan pasar melalui pemanfaatan media sosial dan platform digital, sehingga berkontribusi pada peningkatan penjualan produk. Penelitian Huntehu *et al.*, (2024) menemukan bahwa pemanfaatan digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM Dahlia Padebuolo Kota Gorontalo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik pemanfaatan digital marketing, maka semakin meningkat pula pendapatan UMKM. Penelitian Alifia *et al.*, (2024) menunjukkan bahwa QRIS berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM karena memudahkan dan mempercepat proses transaksi

Selain itu, Penelitian yang dilakukan Fadhilah dan Mustikawati (2024) menunjukkan bahwa pemasaran digital berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pendapatan UMKM, yang mengindikasikan bahwa penggunaan pemasaran digital belum mampu meningkatkan pendapatan usaha secara optimal. Penelitian oleh Hasna dan Kusherawati (2025) di Kota Madiun menunjukkan bahwa penggunaan sistem QRIS juga tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya inkonsistensi temuan mengenai pengaruh pemasaran digital dan penggunaan QRIS terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Beberapa penelitian menemukan pengaruh positif dan signifikan, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan pengaruh negatif maupun tidak signifikan. Perbedaan hasil tersebut mengindikasikan bahwa efektivitas pemasaran digital dan penggunaan QRIS dapat dipengaruhi oleh karakteristik wilayah, tingkat adopsi teknologi, serta kondisi usaha yang berbeda. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemasaran digital dan penggunaan QRIS terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Oesapa.

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka masalah penelitian adalah: **“Pengaruh Pemasaran Digital Dan Penggunaan QRIS Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang”**.

1.3 Persoalan Penelitian

Berdasarkan uraian masalah penelitian di atas, maka persoalan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Pemasaran Digital berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang?
2. Apakah Penggunaan QRIS berpengaruh terhadap peningkatan Pendapatan UMKM di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang?

3. Apakah Pemasaran Digital dan penggunaan QRIS secara simultan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang?

1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan persoalan penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh Pemasaran Digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang.
2. Untuk menguji pengaruh penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang.
3. Untuk menguji pengaruh Pemasaran Digital dan penggunaan QRIS secara simultan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan Pemasaran Digital dan Penggunaan QRIS terhadap Peningkatan Pendapatan.

1. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan Pemasaran Digital, QRIS, dan Peningkatan pendapatan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi pelaku UMKM mengenai pentingnya pemanfaatan Pemasaran Digital dan QRIS dalam meningkatkan pendapatan usaha.