

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi (Tambunan, 2012). Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMi), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM) dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai asset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata pertahun atau jumlah pekerja tetap. Namun definisi UMKM berdasarkan ketiga alat ukur ini berbeda disetiap Negara.

UMKM dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor menurut (Eniola & Ektebang, 2008) yaitu kondisi dan kemampuan pedagang; transaksi jual beli yaitu mampu menyakinkan para pembeli untuk membeli dagangannya dan sekalipun memperoleh pendapatan yang diinginkan; kondisi pasar; financial capital; kondisi organisasi penjualan; faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan. Sedangkan menurut Artianto (2010) dalam penelitiannya bahwa faktor yang mempengaruhi UMKM, yaitu: Financial capital, Lama usaha, Jumlah tenaga kerja, Tingkat pendidikan, dan Lokasi.

Belkaoui memiliki konsep tentang financial capital dalam (Syafri, 2012) yaitu *money maintenance* adalah financial capital yang di ukur menurut unit uang. Menurut

konsep ini modal yang ditanamkan oleh pemilik tetap terpelihara. Menghasilkan konsep laba dimana terjadi perubahan *net asset* dengan menyesuaikan transaksi modal yang dijabarkan dalam bentuk uang.

Menurut (Lamb, 2013) Lokasi merupakan faktor yang sangat penting dalam bauran pemasaran (*market mix*). Karena pada lokasi usaha yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses dibanding gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun sama-sama menjual produk yang sama dan juga mempunyai pramuniaga yang sama banyak dan terampilnya. perbedaan lokasi yang baik, merupakan keputusan yang sangat penting. Pertama, karena keputusan lokasi mempunyai dampak yang permanen dan jangka panjang, apakah lokasi tersebut telah dibeli atau hanya disewa. Kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan usaha dimasa mendatang. Lokasi yang dipilih haruslah mampu mengalami pertumbuhan ekonomi sehingga usahanya dapat bertahan. Dan yang terakhir, apabila nilai lokasi memburuk untuk menjalankan suatu usaha, para pengusaha/pelaku perlu mempertimbangkan beberapa faktor, diantaranya:

1) Akses yaitu kemudahan untuk menjangkau, 2) Visibilitas yaitu kemudahan untuk dilihat, 3) Lalu, ada dua hal yang perlu diperhatikan yaitu banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang yang besar terjadinya *impuls buying* dan kepadatan serta kemacetan bisa menjadi hambatan. 4) Tempat parkir yang luas dan

aman, 5) Ekspansi yaitu tersedia tempat yang luas untuk perluasan dikemudian hari,

6) Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan, 7) Persaingan yaitu lokasi dengan pesaing sejenis, 8) Peraturan pemerintah. Perkembangan teknologi terbaru, termasuk mesin cetak, telepon dan internet telah mengurangi hambatan fisik untuk komunikasi dan memungkinkan manusia untuk berinteraksi secara bebas dalam skala global. Perkembangan yang sangat pesat dalam teknologi informasi saat ini yang sering disebut medos atau media sosial, setiap hari bisa kita temui tidak ada yang tidak memanfaatkan teknologi ini dari dewasa sampai anak-anak, bahkan ada istilah penggunaan teknologi ini yaitu dunia dalam genggamannya, teknologi tersebut berupa alat perangkat lunak misalnya internet, Facebook, twitter, whatsapp dan perangkat keras misalnya laptop, telepon dan lain sebagainya.

Telepon seluler digunakan oleh hampir semua orang untuk kepentingan pribadi ataupun bisnis. Untuk menggunakan telepon seluler, tentunya diperlukan pulsa. Untuk itulah, hadir peluang bisnis pulsa elektronik yang bersifat dinamis dan *mobile*. Bisnis agen pulsa elektronik dapat dikerjakan di rumah dengan memasang *counter* atau dilakukan sambil bekerja di kantor (Novia & Adri, 2011).

Rata-rata pertumbuhan bisnis seluler GSM (*Global System for Mobile Communication*) berkembang sangat pesat. Meningkatnya minat dan kebutuhan akan telepon seluler (ponsel) mengakibatkan permintaan *simcard* yang cukup tinggi dan ikut mendorong pertumbuhan populasi ponsel di Indonesia. Berbisnis ponsel,

umumnya dimulai dari berjualan *voucher* isi ulang. Selain modalnya lebih kecil, risiko kerugiannya pun hampir tidak ada. Bisnis *voucher* isi ulang yang dimaksud di sini adalah jual beli nominal yang digunakan untuk mengisi ulang nomor telepon pa ponsel prabayar agar bisa digunakan untuk berkomunikasi baik melalui layanan suara (telepon), SMS, maupun layanan data. Jumlah penjual *voucher* isi ulang memang sangat banyak, mulai dari gerai di mal, pasar modern, pinggir jalan, hingga via Internet. Hal ini tidak menyurutkan dan memperkecil potensi pasar yang ada karena pangsa yang disasar sangat besar dan terus tumbuh.

Kabupaten Tanjung Jabung Barat adalah salah satu Kabupaten yang berada di Provinsi Jambi. Dengan jumlah populasi yaitu 320.108 jiwa, jenis kelamin laki-laki berjumlah 164.103 dan perempuan 156.005. Ibu Kotanya ialah Kota Kuala Tungkal, letaknya berada di Kecamatan Tungkal Ilir yang memiliki 13 Kecamatan, 20 Kelurahan dan 114 Desa dan memiliki luas 4.650 km². Setiap rumah yang ada di Tanjung Jabung Barat sudah mempunyai telepon seluler untuk melakukan komunikasi. Sedangkan untuk jumlah counter yang ada di Kabupaten Tanjung Jabung Barat yaitu berjumlah 108 konter.

Melihat kondisi perusahaan kartu perdana yang semakin lama semakin berkembang, hal ini menjadi ladang bisnis bagi para pengusaha perseorangan untuk mendirikan usaha dibidang counter selular yang menjual berbagai macam produk kartu perdana selular.

Kota Tanjung Jabung Barat sendiri merupakan wilayah dengan penduduk yang padat dan sangat memerlukan alat untuk berkomunikasi. Melihat banyaknya masyarakat

yang bergantung pada alat modern ini, sehingga para pelaku usaha mengambil kesempatan untuk melakukan usaha yang bergerak dibidang perdagangan pulsa atau yang biasa kita sebut dengan counter pulsa. Disamping karena ketergantungan masyarakat akan kebutuhan untuk berkomunikasi secara modern, juga membantu masyarakat yang mau membuka usaha-usaha kecil sebagai pembantu perekonomian mereka karena lebih mudah dikerjakan dan dengan biaya yang memungkinkan untuk dicapai. Meningkatnya kehidupan perekonomian kota Tanjung Jabung Barat akan mempengaruhi tingkat konsumsi dan hal ini harus didukung dengan mengadakan kegiatan ekonomi.

Sumber daya (keuangan dan nonkeuangan) adalah salah satu faktor internal sebagai kekuatan atau kelemahan perusahaan tertentu, terdiri dari aset berwujud dan tidak berwujud (Eniola & Ektebang, 2014). UKM telah mendapatkan fasilitas dan akses memperoleh bantuan dana untuk mengembangkan usahanya. Umumnya, pengusaha mulai usahanya dengan modal sendiri. Kemudian, mereka meningkatkan kegiatan usaha menggunakan sumber dana pinjaman (Munizu, 2010). Fungsi keuangan/akuntansi terdiri dari tiga keputusan: keputusan investasi, keputusan pembiayaan dan keputusan dividen. Keputusan akuntansi juga dikenal dengan *Capital Budgeting* yaitu realisasi modal dan sumber daya untuk proyek, produk, aset dan pembagian organisasi. Keputusan pendanaan menentukan struktur modal terbaik untuk perusahaan dan termasuk evaluasi berbagai metode yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menghasilkan modal (misalnya dengan menerbitkan saham, meningkatkan utang, menjual aset atau kombinasi dari pendekatan tersebut) (Indris & Primiana, 2015). Proses penciptaan suatu nilai usaha tergantung pada kondisi

usaha dalam meningkatkan nilai perusahaan. Kondisi usaha dapat menentukan keputusan

usaha dalam menggunakan sumber penyediaan dana (Eniola & Ektebang, 2014)

Maka hipotesis financial capital berpengaruh positif terhadap kinerja usaha

Berdasarkan hasil penelitian (Pramestiningrum & Iramani, 2020) dengan judul

penelitian Pengaruh literasi keuangan, financial capital, dan kebijakan pemerintah

terhadap kinerja usaha pada usaha kecil dan menengah di Jawa Timur. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa *financial capital* berpengaruh positif signifikan

terhadap kinerja usaha memiliki hasil *path coefficient* sebesar 0.16 dan *p-values*

sebesar 0.02. Hasil estimasi model tersebut dapat diartikan bahwa penggunaan dan

pemilihan *financial capital* oleh pengelola UKM dengan tepat akan meningkatkan

kinerja UKM. Pengelola UKM harus mengetahui apa yang menjadi kebutuhan UKM

seperti, apakah UKM sedang dalam kondisi membutuhkan dana untuk

pengembangan usaha ataukah UKM dalam kondisi telah tercukupi dari modal

sendiri. Pemilihan yang tepat berdasarkan kondisi tersebut membuat UKM semakin

efektif dalam menjalankan usaha.

(Tarigan, 2005) berpendapat bahwa untuk menentukan lokasi usaha perlu adanya

pertimbangan yang matang karena lokasi usaha merupakan salah satu strategi dalam

usaha yang dapat menentukan tingkat pendapatan suatu usaha. Faktor-faktor

pemilihan tempat atau lokasi usaha di antaranya 1) aksesibilitas; 2) visibilitas; 3) la-

lu lintas (*traffic*); 4) ekspansi; 5) lingkungan; 6) persaingan. Maka dapat

disimpulkan bahwa teori lokasi pendekatan losch mengatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang digarapnya. Semakin jauh dari tempat penjual, konsumen makin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual semakin mahal. Produsen harus memilih lokasi yang menghasilkan penjualan terbesar yang identik dengan pen-erimaan terbesar. Dalam hal ini lokasi usaha sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan karena lokasi usaha yang strategis dapat mempengaruhi tingkat pendapatan usaha. Salah satu hal yang sangat menentukan tingkat keberhasilan dan kegagalan bisnis untuk masa depan yaitu memilih lokasi bisnis yang tepat dan strategis. Dalam memilih dan menetapkan lokasi bisnis terdapat dua langkah yang perlu ditetapkan yaitu menentukan masyarakat yang akan dilayani dan memilih lokasi disekitar masyarakat tersebut, dalam menentukan lokasi di dalam masyarakat tertentu.

Teori ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Setiaji & Fatuniah, 2018) dengan judul penelitian pengaruh financial capital, lama usaha dan lokasi terhadap kinerja usaha pedagang pasar pasca rekolasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi usaha memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang mana nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi yang diinginkan yaitu 0,05. Oleh karena itu hasil signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis pertama diterima dengan hasil yang signifikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori lokasi pendekatan pasar Agust Losch (Tarigan, 2005) yaitu lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen

yang dapat digarapnya. Makin jauh dari tempat penjual, konsumen semakin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual semakin mahal. Produsen harus memilih lokasi yang menghasilkan penjualan terbesar yang identik dengan penerimaan terbesar. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa lokasi penjualan berkaitan erat dengan keterikatan para pembeli untuk membeli barang dan akan berpengaruh terhadap pendapatan dari pedagang tersebut. Semakin baik atau strategis lokasi usaha maka pendapatan akan semakin tinggi

Berdasarkan survey awal yang peneliti lakukan di Kabupaten Tanjung Jabung Barat bahwa bahwa Harga jual yang digunakan oleh pedagang pulsa counter tidak jauh berbeda dengan counter 1 dan yang lainnya. Seperti harga jual voucher pulsa, kuota, kartu perdana provider 3 di counter andi cell dan waroeng kuota di Tanjung Jabung Barat tidak jauh berbeda. 7 dari 10 orang mengatakan modal sangat dibutuhkan agar konter banyak menyediakan voucher pulsa, pulsa elektrik serta kuota internet. lokasi juga sangat berpengaruh agar pelanggan terus berbelanja dicounter tersebut karena lokasi yang padat, parkir yang sempit dan lokasi yang jauh dari masyarakat akan berpengaruh dengan pendapatan counter tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Financial Capital Dan Lokasi Terhadap Usaha Kecil Menengah (UKM) Pada Agen Pulsa Prabayar di Kabupaten Tanjung Jabung Barat”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Capital berpengaruh signifikan terhadap Usaha Kecil Menengah (UKM) Pada Agen Pulsa Prabayar di Kabupaten Tanjung Jabung Barat?
2. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Usaha Kecil Menengah (UKM) Pada Agen Pulsa Prabayar di Kabupaten Tanjung Jabung Barat
3. Capital, lokasi secara stimulan berpengaruh signifikan terhadap Usaha Kecil Menengah (UKM) Pada Agen Pulsa Prabayar di Kabupaten Tanjung Jabung Barat?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1 Diketahui pengaruh capital terhadap Usaha Kecil Menengah (UKM) pada agen pulsa prabayar di Kabupaten Tanjung Jabung Barat.
- 2 Diketahui pengaruh lokasi terhadap kinerjausaha pada agen pulsa prabayar di Kabupaten Tanjung Jabung Barat.
- 3 Diketahui apakah capital dan lokasi berpengaruh signifikan secara

simultan terhadap kinerja usaha pada agen pulsa prabayar di Kabupaten Tanjung Jabung Barat.

Manfaat Peneletian

Penelitian ini akan dapat memberikan sumbangan baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

Manfaat Teoritis

Bermanfaat untuk memberikan tambahan informasi bagi pembaca dan bahan rujukan penelitian yang akan mengembangkan penelitian sejenis.

Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menghasilkan suatu interpretasi pemikiran dan dapat dijadikan landasan penelitian selanjutnya untuk mengkaji pendapatan UKM

