

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lokasi usaha merupakan salah satu hal yang harus dipertimbangkan dengan matang oleh pelaku usaha dalam memulai usaha. Pertimbangan tersebut dapat berupa lokasi usaha yang dekat dengan aktivitas masyarakat, lokasi yang strategis, dan lokasi yang memudahkan konsumen mendapatkan akses ke tempat penjual (Aji dan Listyaningrum, 2021). Tujuan mempertimbangkan ketiga hal tersebut adalah supaya pelaku usaha mendapatkan keuntungan sehingga meningkatkan pendapatan usaha secara berkelanjutan. Apabila penentuan lokasi usaha tidak tepat, maka akan memberikan dampak negatif terhadap penjualan produk usaha (Lesmana, K, dan Suyatin, 2018).

Namun di sisi yang berbeda, adanya teknologi saat ini yang berkembang sangat pesat, menyebabkan masyarakat lebih tertarik pada hal-hal yang mudah untuk didapat dan dijangkau dengan instan sehingga dalam hal lokasi usaha sebelumnya menjadi hal yang diabaikan. Perkembangan teknologi yang biasa disebut era digital ini menyajikan kemudahan bagi konsumen agar dapat melakukan dimana saja dan dalam kondisi apapun sehingga era digital lebih cepat direspon dan dalam waktu singkat menjadi gaya hidup masyarakat perkotaan (Febriyantoro dan Arisandi, 2018).

Perkembangan ini dapat dilihat dengan munculnya *online shop*, platform *e-commerce*, model *e-business*, dan grup dagang online serta inovasi lainnya yang memanfaatkan kemajuan online guna mempermudah konsumen memperoleh produk yang diinginkan (Ayuni, Cangara, and Arianto, 2019). Jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 202.6 juta orang dimana angka tersebut menunjukkan peningkatan sebesar 15,5% dari tahun sebelumnya pada tahun 2020. Jumlah penduduk Indonesia pada tahun tersebut sebanyak 274,9 juta orang, ketika 202,6 juta pengguna internet maka sebanyak 73,3% penduduk Indonesia sudah mendominasi ke internet (We are social, 2021).

Usaha yang menjadi perhatian peneliti adalah pada industri kecil menengah di Sumatera Barat dipilih karena menurut Delviari (2021) kebanyakan dari IKM ini berkembang dengan mengambil manfaat dari sumber daya alam yang tersedia di lingkungan sekitar sehingga menambah nilai jual dari sumber daya alam itu sendiri dan menyerap banyak tenaga kerja karena membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar.

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sumatera Barat pada tahun 2018 mencatat bahwa sektor Industri Kecil Menengah (IKM) telah menjadi salah satu pilar utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Sumatera Barat. Ini terjadi bersamaan dengan lima sektor lainnya yang juga berperan penting dalam ekonomi daerah tersebut, yaitu sektor perdagangan besar dan eceran, reparasi kendaraan bermotor, sektor pertanian, kehutanan, perikanan, dan industri pengolahan/IKM (Badan Pusat Statistik Sumatera Barat, 2019).

Sementara itu, pertumbuhan jumlah Industri Kecil Menengah (IKM) di Sumatera Barat mengalami perkembangan yang cepat, terutama di tiga sektor utama, yaitu makanan, gambir, dan tekstil. Ketiga sektor ini juga termasuk dalam 12 industri unggulan Sumatera Barat yang disebut dalam basis Rencana Pembangunan Industri daerah Provinsi yang disingkat RPIP (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sumatera Barat (2020) dalam Delviari, 2021).

Sejalan dengan itu Industri Kecil Menengah (IKM) makanan juga menjadi salah satu komoditi industri unggulan di Kota Padang. Industri makanan menjadi sektor unggulan karena industri makanan merupakan industri yang tahan pangan, mampu bertahan dari goncangan krisis yang membuat roda ekonomi terus berjalan serta menjadi kebutuhan hidup masyarakat banyak. Menurut data dari BPS Kota Padang (2021), kapasitas produksi industri makanan di periode 2016-2020 terus meningkat setiap tahun. Pada tahun 2016, kapasitas produksinya mencapai 1.524 ton. Pada tahun 2017, kapasitas produksi industri makanan tersebut naik menjadi 2.085 ton. Sementara itu, tahun 2018 mencatat kapasitas produksi sebesar 2360 ton. Tahun 2020 menunjukkan peningkatan mencapai 3.122 ton.

Lokasi usaha sektor makanan pada Industri Kecil Menengah berada di lokasi yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan mereka strategis ataupun tidak strategis. Menurut Saiman (2014) ada beberapa alasan pemilik usaha memilih suatu lokasi sebagai tempat beroperasinya usaha. *Pertama*, pemilihan lokasi didasarkan pada kedekatan antara tempat usaha dan sumber daya. *Kedua*, pemilik usaha mengutamakan wilayah dengan biaya pekerja yang terjangkau. *Ketiga*, pertimbangan melibatkan anggota keluarga, sehingga pemilik usaha memilih lokasi berfokus pada kedekatan dengan rumah. *Keempat*, memastikan aksesibilitas yang mudah bagi konsumen untuk mengakses lokasi usaha. *Kelima*, faktor-faktor bisnis seperti jarak dengan pesaing, jenis usaha lain, pelanggan, dan pemasok juga diperhitungkan. *Keenam*, pemilik usaha memperhitungkan biaya dan ketersediaan tempat sebelum menetapkan lokasi usaha.

Namun demikian, pemilik usaha memiliki cara lain guna mempromosikan produk serta menambah keuntungan dalam penjualan terutama dalam sektor makanan tidak hanya dari lokasi yang strategis ataupun tidak serta dari penjualan online namun bisa juga dari penjualan titip menitip (konsinyasi). Penjualan dengan sistem konsinyasi adalah opsi alternatif yang bisa dipertimbangkan, karena biasanya keuntungan tidak hanya diperoleh oleh orang yang menitipkan barang, tetapi juga bisa dinikmati oleh pihak yang menerima barang atau komisioner. Selain itu, pelaku usaha tidak perlu repot-repot menyewa tempat untuk berjualan (Jalaluddin dan Ulfiyani, 2020).

Oleh karena itu, dalam penelitian ini maka disusunlah penelitian berjudul **“Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Industri Kecil Menengah Makanan Kota Padang di Era Digital”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan Industri Kecil Menengah Makanan Kota Padang di era digital?
2. Bagaimana pengaruh penjualan online terhadap pendapatan Industri Kecil Menengah Makanan Kota Padang di era digital?

3. Bagaimana pengaruh konsinyasi terhadap pendapatan Industri Kecil Menengah Makanan Kota Padang di era digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Penulis berupaya agar penelitian ini dapat mencapai tujuan yang telah disusun sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan industri kecil menengah makanan Kota Padang di era digital.
2. Menganalisis pengaruh penjualan online terhadap pendapatan industri kecil menengah makanan Kota Padang di era digital.
3. Menganalisis pengaruh konsinyasi terhadap pendapatan industri kecil menengah makanan Kota Padang di era digital.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa pemahaman yang luas dan ilmu pengetahuan yang bertambah bagi pembaca untuk dijadikan sumber, referensi maupun studi literatur, terutama yang berhubungan dengan pengaruh lokasi usaha di era digital serta variabel sejenis yang digunakan. Bagi peneliti sendiri supaya mampu mengasah serta mempertajam pemikiran ilmiah dalam studi yang dipelajari dalam penelitian ini. Kemudian bagi pemerintah diharapkan agar dapat menjadi sebuah pertimbangan dalam memilih komponen penting dalam memulai usaha mengenai pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan industri kecil menengah makanan Kota Padang di era digital.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan berfokus pada:

1. Pelaku IKM Makanan yang aktif di Kota Padang pada tahun 2020 (Disnakerin Kota Padang), dengan variabel independen yang diteliti yaitu lokasi usaha, penjualan online dan konsinyasi.
2. Selanjutnya jenis IKM makanan dalam penelitian ini terdiri dari 3 yaitu industri keripik kerupuk peyek, dan sejenisnya (KBLI 10794), industri produk roti dan kue (KBLI 10710), dan industri kue basah (KBLI 10792). Dipilih karena ketiga industri tersebut merupakan industri makanan yang

banyak jumlah unit usahanya (Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Kota Padang, 2020).

3. Penjualan online yang digunakan adalah media penjualan online yang dibatasi pada 1) Pesan instan: Whatsapp 2) Media sosial: Facebook, Instagram, 3) Platform: Shopee. Dipilih karena merupakan media penjualan online yang paling banyak digunakan konsumen (berdasarkan statistik E-commerce, 2021).

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Bagian ini menyajikan latar belakang, mengenali isu-isu yang dihadapi, merumuskan pertanyaan penelitian, menetapkan tujuan, memberikan gambaran manfaat, merinci cakupan serta sistematika penulisannya.

BAB II Kerangka Teori

Bagian ini meliputi mencakup dasar teoritis yang terkait dengan variabel yang sedang diselidiki, penelitian sebelumnya, kerangka penelitian dan hipotesis yang digunakan.

BAB III Metode Penelitian

Bagian ini menguraikan aspek-aspek penelitian mengenai jenis penelitian yang digunakan, lokasi penelitian, populasi dan sampel yang dipilih, sumber data yang diakses, metode pengumpulan data yang digunakan, teknik analisis dan terakhir definisi operasional variabel.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bagian sub bab ini menyajikan gambaran umum dari objek penelitian yang diteliti, kemudian memaparkan seluruh hasil pengumpulan data berupa karakteristik responden yang dikumpulkan, serta beberapa pernyataan dalam kuesioner. Selanjutnya dilakukan analisa data, yang secara jelas memaparkan hasil analisis data serta interpretasi data dengan analisis regresi linear berganda, jenis penelitian metode kuantitatif dilengkapi dengan variabel yang digunakan.

BAB V Penutup

Bagian ini menyajikan rangkuman komprehensif dari temuan penelitian, saran yang dapat menjadi kontribusi bagi penelitian mendatang, keterbatasan penelitian serta implikasi kebijakan penelitian.