



Optimized using
trial version
www.balesio.com

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi strategis dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian dan UKM (2022), UMKM menyumbang sekitar 60,51% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, dengan penyerapan tenaga kerja mencapai lebih dari 97% dari total angkatan kerja di Indonesia. Di tengah tantangan ekonomi global dan dampak pandemi COVID-19, UMKM telah menjadi motor penggerak ekonomi nasional, memberikan stabilitas dan ketahanan ekonomi pada berbagai wilayah, termasuk Kabupaten Gowa.

Di Kabupaten Gowa, perkembangan sektor UMKM menunjukkan tren peningkatan yang signifikan. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Gowa, jumlah UMKM meningkat dari 7.233 unit pada tahun 2019 menjadi 63.402 unit pada awal tahun 2022, mencakup 53.045 usaha mikro, 3.179 usaha kecil, dan 266 usaha menengah. Peningkatan ini menandakan potensi ekonomi lokal yang besar. UMKM di Gowa tersebar di berbagai sektor seperti perdagangan, kuliner, kerajinan, pertanian, dan jasa. Perkembangan UMKM di daerah ini diharapkan mampu mendorong peningkatan nilai produksi, yang pada akhirnya akan berimplikasi terhadap kesejahteraan Masyarakat. Namun kenyataannya tidak semua UMKM di Kabupaten Gowa dapat meningkatkan nilai uksinya secara optimal. Nilai produksi yang optimal sangat penting untuk



memastikan keberlanjutan usaha, peningkatan nilai produksi, dan kontribusi terhadap perekonomian daerah.

Kabupaten Gowa telah meluncurkan berbagai inisiatif untuk mendukung UMKM, seperti pelatihan kewirausahaan, digitalisasi, bantuan permodalan, dan insentif pajak. Namun efektivitas program-program ini masih perlu dievaluasi, terutama dalam hal bagaimana kontribusinya terhadap peningkatan nilai produksi UMKM. Sebagai contoh, meskipun program digitalisasi terus didorong, data menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital oleh UMKM di Kabupaten Gowa masih rendah. Menurut Romadhoni et al. (2022), keterbatasan literasi digital dan kurangnya akses ke infrastruktur digital menjadi hambatan utama yang perlu diatasi.

Menurut penelitian Sari (2020), keterbatasan modal merupakan factor utama yang menghambat peningkatan produksi UMKM di Jawa Timur, di mana modal berpengaruh signifikan terhadap jumlah output yang dihasilkan. Selanjutnya, Rahman (2021) juga mengatakan bahwa kualitas sumber daya manusia (SDM) berpengaruh besar terhadap produktivitas, dimana UMKM dengan tenaga kerja terampil cenderung memiliki tingkat efisiensi yang lebih tinggi.

Selain modal dan SDM, adopsi digitalisasi juga berperan penting. Penelitian Rahman (2021) di kota Makassar menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam manajemen usaha dan pemasaran dapat meningkatkan kapasitas produksi sekaligus memperluas pangsa pasar. Hal ini sejalan dengan laporan OECD (2020) yang menyatakan bahwa UMKM yang mengadopsi



teknologi digital memiliki pertumbuhan lebih cepat disbanding UMKM konvensional.

Faktor eksternal seperti bantuan pemerintah juga mempengaruhi perkembangan UMKM. Penelitian Andi (2022) di Sulawesi Selatan menunjukkan bahwa bantuan pemerintah berupa akses permodalan, pelatihan, dan pendampingan usaha memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan produksi UMKM. Sementara itu, aspek biaya produksi juga menjadi variabel penting. Menurut Mankiw (2018), efisiensi dalam biaya produksi akan menentukan kemampuan usaha dalam meningkatkan output dan menekan harga pokok produksi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor utama yang mempengaruhi peningkatan nilai produksi UMKM di Kabupaten Gowa, seperti modal, insentif pemerintah, kualitas SDM, penggunaan teknologi digital, dan biaya produksi. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam menyusun strategi peningkatan nilai produksi UMKM, baik oleh pelaku usaha maupun pemerintah daerah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :



1. Apakah Modal dapat berpengaruh terhadap peningkatan nilai produksi UMKM di Kabupaten Gowa?
2. Apakah Insentif Pemerintah dapat berpengaruh terhadap peningkatan nilai produksi UMKM di Kabupaten Gowa?
3. Apakah Sumber Daya Manusia dapat berpengaruh terhadap peningkatan nilai produksi UMKM di Kabupaten Gowa?
4. Apakah Penggunaan Digitalisasi dapat berpengaruh terhadap peningkatan nilai produksi UMKM di Kabupaten Gowa?
5. Apakah Biaya Produksi dapat berpengaruh terhadap peningkatan nilai produksi UMKM di Kabupaten Gowa?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh modal terhadap peningkatan nilai produksi UMKM di Kabupaten Gowa
2. Untuk mengetahui pengaruh insentif pemerintah terhadap peningkatan nilai produksi UMKM di Kabupaten Gowa
3. Untuk mengetahui pengaruh sumber daya manusia terhadap peningkatan nilai produksi UMKM di Kabupaten Gowa
4. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan Digitalisasi terhadap peningkatan nilai produksi UMKM di Kabupaten Gowa



5. Untuk mengetahui pengaruh Biaya Produksi terhadap peningkatan nilai produksi UMKM di Kabupaten Gowa

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diantaranya :

1. Bagi peneliti dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang peningkatan nilai produksi UMKM
2. Bagi masyarakat khususnya pelaku UMKM, sebagai media informasi untuk mengetahui tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai produksi UMKM.
3. Untuk Pemerintah agar mengetahui kondisi yang ada di masyarakat khususnya lingkup UMKM, agar dapat membuat perencanaan yang lebih baik.



BAB II.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

2.1.1 Teori Produksi

Produksi Adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah nilai guna suatu barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan manusia. Dalam ilmu ekonomi, teori produksi membahas hubungan antara input (faktor produksi) dan output (barang/jasa yang dihasilkan).

Menurut Sukirno (2016), produksi Adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan manusia. Konsep ini menekankan bahwa produksi tidak hanya berarti membuat barang baru, melainkan juga dapat meningkatkan nilai atau manfaat barang yang sudah ada. Sejalan dengan itu, Tambunan (2012) menekankan bahwa dalam konteks UMKM, produksi Adalah kemampuan usaha untuk mengubah input seperti modal, tenaga kerja, bahan baku, dan teknologi menjadi output berupa barang atau jasa yang bernilai ekonomi.

Lebih lanjut Mankiw (2012) menjelaskan bahwa teori produksi berhubungan dengan cara Perusahaan mengombinasikan input yang dimiliki untuk menghasilkan output dengan Tingkat efisiensi tertentu. Efisiensi produksi menjadi kunci karena semakin efisien Perusahaan dalam menggunakan faktor produksi, semakin besar pula output yang dapat dihasilkan tanpa harus meningkatkan biaya secara signifikan.



Salah satu hukum penting dalam teori produksi Adalah *Law of Diminishing Returns* atau hukum hasil yang semakin berkurang. Hukum ini pertama kali dikemukakan oleh Davis Ricardo. Menurut hukum ini, apabila salah satu faktor produksi terus ditambah sementara faktor lainnya tetap, maka tambahan output yang dihasilkan akan semakin menurun, (Todaro & Smith, 2016).

Dalam praktiknya, UMKM sering menghadapi situasi ini, misalnya menambah jumlah tenaga kerja tanpa menambah mesin atau modal justru menimbulkan inefisiensi, karena produktivitas per tenaga kerja akan menurun. Oleh karena itu, keseimbangan dalam penggunaan faktor produksi sangat penting untuk mencapai efisiensi produksi.

2.1.2 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

a. Definisi UMKM

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang



usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, perbedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara. Karena itu, memang sulit membandingkan pentingnya atau peran UMKM antar negara.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia. masa depan pembangunan terletak pada kemampuan usaha mikro kecil dan menengah untuk berkembang mandiri. Kontribusi usaha mikro kecil dan menengah pada GDP di Indonesia tahun 1999 sekitar 60%, dengan rincian 42% merupakan kontribusi usaha kecil dan mikro, 18% merupakan usaha menengah.



Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya. Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki nilai produksi tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.

Beberapa Keunggulan UMKM terhadap usaha besar antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Inovasi dalam teknologi yang telah dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
- b. Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil.
- c. Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak atau penyerapannya terhadap tenaga kerja.
- d. Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang pada umumnya birokrasi.
- e. Terdapat dinamisme manajerial dan peran kewirausahaan



Criteria UMKM

Di Dalam Undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai asset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 (Lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000 (Tiga ratus juta rupiah).
- b. Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria, yakni:
 - 1) Memiliki kekayaan lebih dari Rp.50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).



c. Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau

menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar. Kriteria Usaha Menengah yakni:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,- (Lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,- (lima puluh milyar rupiah). (Tambunan, 2012)

Selain menggunakan nilai moneter sebagai kriteria, sejumlah lembaga pemerintahan seperti Departemen Perindustrian dan Badan Usaha Statistik (BPS), selama ini juga menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran untuk membedakan skala usaha antara usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Badan Pusat Statistik (BPS) mengemukakan bahwa batasan usaha mikro, kecil dan menengah adalah :

- a. Usaha mikro yaitu suatu yang memiliki pekerja kurang dari 5 orang, termasuk tambahan anggota keluarga yang tidak dibayar.
- b. Usaha kecil yaitu usaha yang memiliki pekerja sampai 19 orang.
- c. Usaha menengah yaitu usaha yang memiliki pekerja 19 sampai 99 orang.

Sedangkan Bank Indonesia mendefinisikan usaha mikro, kecil dan menengah adalah:

1. Usaha mikro. (SK. Direktur BI No. 31/24//Kep/DER tanggal 5 mei 1998).

Usaha yang dijalankan oleh rakyat miskin atau mendekati miskin. Dimiliki



oleh keluarga sumber daya local dan teknologi sederhana. Lapangan usaha mudah untuk keluar dan masuk.

2. Usaha kecil. Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000,00.
3. Usaha menengah. (SK Dir. BI No. 30/45/Dir/Uk tanggal 5 Jan 1997). Omzet tahunan < Rp.3.000.000.000,00, aset = Rp.5.000.000.000,00 untuk sektor industri aset = Rp.600.000.000,00 di luar tanah dan bangunan untuk sektor non industri manufaktur.

Menurut peraturan menteri keuangan RI No. 12/PMK.06/2005 tanggal 14 Februari 2005 pengertian usaha mikro adalah usaha produktif milik keluarga atau perorangan warga Negara Indonesia (WNI), secara individu atau tergabung dalam koperasi dan memiliki hasil penjualan individu paling banyak Rp.100.000.000,00 per tahun.

Menurut keputusan menteri keuangan No. 40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003 UMKM dapat diartikan sebagai berikut:

1. Usaha Mikro



Usaha Mikro yaitu usaha produktif milik keluarga atau perorangan WNI dan memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.100.000.000 per tahun. Usaha mikro dapat mengajukan kredit kepada bank paling banyak Rp.50.000.000.

Ciri-ciri usaha mikro adalah sebagai berikut:

- a. Jenis barang/komoditi usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berubah.
- b. Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tempat.
- c. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha.
- d. Pengusaha atau SDM-nya berpendidikan rata-rata sangat rendah, umumnya tingkat SD dan belum memiliki kewirausahaan yang memadai.
- e. Umumnya belum mengenal perbankan tetapi lebih mengenal rentenir.
- f. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.
- g. Tenaga kerja atau karyawan yang dimiliki kurang dari 4 orang.

2. Usaha Kecil

Menurut Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995, usaha kecil adalah usaha produktif berskala kecil dan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.1.000.000.000 pertahun serta dapat menerima kredit dari bank diatas Rp.50.000.000 sampai Rp.500.000.000.

Ciri-ciri Usaha Kecil antara lain:



- a. SDM-nya sudah lebih maju, rata-rata pendidikannya SMA dan sudah ada pengalaman usahanya,
- b. Pada umumnya sudah melakukan pembukuan/manajemen keuangan walau masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, dan sudah membuat neraca usaha.
- c. Pada umumnya sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya, termasuk NPWP.
- d. Sebagian besar sudah berhubungan dengan perbankan, namun belum dapat membuat perencanaan bisnis, studi kelayakan dan proposal kredit kepada bank, sehingga masih sangat memerlukan jasa konsultasi/pendampingan, tenaga kerja yang dipekerjakan antara 5-19 orang.

3. Usaha Menengah

Menurut Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1999, usaha menengah adalah Usaha bersifat produktif yang memenuhi kriteria kekayaan bersih lebih besar dari Rp.200.000.000 sampai dengan paling banyak sebesar Rp.10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Ciri-ciri usaha menengah yaitu:

- a. Pada umumnya telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur bahkan lebih modern, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran, dan bagian produksi.



- b. Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur, sehingga memudahkan untuk audit dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan.
- c. Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan, telah ada jamsostek, pemeliharaan kesehatan dll,
- d. Sudah memiliki segala persyaratan legalitas antara lain izin tetangga, izin usaha, izin tempat, NPWP, upaya pengelolaan lingkungan dll
- e. Sudah akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan
- f. Pada umumnya telah memiliki sumber daya manusia yang terlatih dan terdidik. (Hamdani, n.d.)

Kekuatan dan Kelemahan UMKM

UMKM memiliki beberapa kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah:

- a. Penyediaan lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan maupun menyerap sampai 50% tenaga kerja yang tersedia.
- b. Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru.
- c. Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar.
- d. Memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil dari industri besar atau industri lainnya.



- e. Memiliki potensi untuk berkembang. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.

Kelemahan, yang sering juga menjadi faktor penghambat dan permasalahan dari UMKM terdiri dari 2 faktor:

1) Faktor Internal

Faktor internal merupakan masalah klasik dari UMKM yaitu diantaranya:

- a. Masih terbatasnya kemampuan sumber daya manusia.
- b. Kendala pemasaran produk, sebagian besar pengusaha Industri Kecil lebih memprioritaskan pada aspek produksi sedangkan fungsi-fungsi pemasaran kurang mampu dalam mengakseskannya, khususnya dalam informasi pasar dan jaringan pasar, sehingga sebagian besar hanya berfungsi sebagai tukang saja.
- c. Kecenderungan konsumen yang belum mempercayai mutu produk industri kecil.
- d. Kendala permodalan usaha sebagian besar industri kecil memanfaatkan modal sendiri dalam jumlah yang relatif kecil.

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan masalah yang muncul dari pihak pengembang dan Pembina UMKM. Misalnya solusi yang diberikan tidak tepat sasaran, tidak adanya monitoring dan program yang tumpang tindih.

Dari kedua faktor tersebut muncullah kesenjangan diantara faktor internal dan eksternal, yaitu disisi perbankan. BUMN dan lembaga pendamping



lainnya sudah siap dengan pemberian kredit, tapi tidak semua UMKM akan diberikan kredit karena ada berbagai ketentuan yang harus dipenuhi UMKM. Disisi lain UMKM juga mengalami kesulitan mencari dan menentukan lembaga mana yang dapat membantu dengan keterbatasan yang mereka miliki dan kondisi ini ternyata masih berlangsung meskipun berbagai usaha telah diupayakan untuk memudahkan bagi para pelaku UMKM memperoleh kredit, dan ini telah berlangsung 20 tahun.

2.1.3 Teknologi Digital

Definisi Teknologi Digital

Teknologi Digital adalah teknologi yang pengoperasiannya tidak lagi membutuhkan banyak tenaga manusia dan bertujuan untuk menggunakan sistem otomatis dengan sistem komputer. teknologi analog, suara, dan gambar diubah menjadi gelombang frekuensi radio, sedangkan pada teknologi digital gambar dan suara diubah menjadi data digital. Teknologi digital dirancang untuk menyimpan informasi dan memproses informasi. Pada dasarnya, teknologi digital hanyalah sistem komputasi yang sangat cepat yang memproses semua jenis informasi sebagai nilai numerik.

Digitalisasi adalah suatu jenis perubahan dari teknologi mekanik dan elektronik analog menjadi teknologi digital. Bentuk digitalisasi diluncurkan pada tahun 1980-an dan berlanjut hingga saat ini. Sejarah teknologi digital modern dapat ditelusuri kembali ke penemuan semikonduktor, bahan pilihan Michael day untuk chip komputer pada akhir abad ke-19.



Digital adalah modernisasi atau pembaharuan penggunaan teknologi, sering dikaitkan dengan kehadiran internet dan teknologi informasi. Di mana segala sesuatu menjadi mungkin dengan perangkat canggih untuk mempermudah orang.

Dalam dunia ekonomi, teknologi memainkan peran penting, misalnya dalam pengenalan metode pembayaran digital baru seperti penggunaan domper digital di toko online yang tidak memerlukan pertemuan tatap muka atau disebut Bisnis Digital. Digital *disruption* ialah ketika teknologi digital mempengaruhi perubahan nilai dari transaksi bisnis sehingga terjadi model bisnis baru. Digital *disruption* misalnya dialami oleh GO-JEK dengan mengubah nilai dan cara berbisnis ojek tradisional lewat interkoneksi jaringan internet. Pengemudi ojek dapat bekerja lebih produktif karena dapat memperoleh order pelanggan yang paling dekat dengan lokasinya. Di sisi lain, pelanggan dapat memesan ojek dengan lebih cepat karena dihubungkan dengan armada ojek besar yang sebagian berada di sekitar lokasinya. Akibatnya, pelanggan dapat mengurangi *searching costs* yang ditanggungnya. Bagi perusahaan, *transaction costs* dapat berkurang secara signifikan karena beroperasi dengan sepeda motor yang tidak dimilikinya sehingga menghilangkan biaya investasi, biaya perawatan sepeda motor, biaya gudang, dan lainnya. Akhirnya, perusahaan dapat menciptakan *switching costs* untuk memenangkan persaingan.

Perkembangan Teknologi Digital



e-commerce merupakan salah satu produk teknologi digital. Perkembangan *e-commerce* di Indonesia bisa dikatakan sangat pesat. Apabila

dibandingkan dengan Negara lain yang ada disekitar. Secara umum, ada beberapa jenis *e-commerce* yang berkembang di tanah air. Di bawah ini akan dibahas secara tuntas jenis-jenis *e-commerce* yang ada di Indonesia.

1. *Business to Business*

Jenis *e-commerce* satu ini memiliki skala paling besar. Karena transaksi yang dilakukan adalah antar perusahaan. Pada *business to business*, kegiatan transaksi diaplikasikan secara fisik dan elektronik. Dan konsumennya adalah suatu kelompok yang juga menjalankan bisnis. Contohnya adalah distributor, reseller, dan sebagainya.

2. *Business to Consumers*

Ini adalah jenis *e-commerce* yang paling terkenal, khususnya di Indonesia. Dimana produsen atau perusahaan (pihak penjual), memasarkan produk secara langsung dengan customer (pembeli) sebagai mangsa pasar. Jadi, diibaratkan seperti toko ritel berbasis online. Dimana pembeli bisa membeli produk secara eceran, tanpa jumlah minimal tertentu.

3. *Consumer to Business*

Dalam jenis *Consumer to Business*, transaksi penjualan dilakukan oleh pihak konsumen sedangkan perusahaan adalah target pasarnya. Jadi, individu memberikan penawaran mengenai sebuah produk berupa barang atau jasa. Kepada perusahaan-perusahaan yang memang membutuhkan. Misalnya saja desainer grafis yang menawarkan kemampuannya.

4. *Consumer to Consumer*



; *e-commerce* ini dilakukan dari konsumen ke konsumen. Klasifikasinya terdiri dari 2 model, yaitu *classified* dan *marketplace*. Kalau dalam *classified*,

pembeli dan penjual melakukan transaksi secara langsung. Sementara dalam marketolace, konsumen memerlukan platform untuk tempat melakukan transaksi, contohnya seperti shopee, lazada, tiktokshop, dan sebagainya.

5. *Online to Offline*

Di zaman modern sekarang ini, jenis *e-commerce* satu ini sangat populer. Dimana pihak seller melakukan kegiatan promosi, mencari pembeli, dan menyediakan produk dengan memanfaatkan jaringan online sebagai media. Namun pembeli memiliki opsi untuk dapat belanja langsung di toko offline.

2.1.4 Modal

Jika membahas tentang modal dalam perusahaan merupakan persoalan yang tidak akan pernah berakhir, mengingat masalah modal mengandung begitu banyak aspek. Pengertian modal dalam keputusan pendanaan dapat dipahami melalui definisi-definisi model yang dikemukakan oleh para ahli.

Polak dalam (Riyanto, 2010) mengartikan modal sebagai suatu kekuasaan untuk menggunakan barang-barang modal. Dengan demikian modal adalah yang terdapat dalam neraca sebelah kredit. Adapun yang dimaksud dengan barang-barang modal adalah barang-barang yang ada dalam perusahaan yang belum digunakan. Jadi yang terdapat dalam neraca sebelah debit.



Meij dalam (Riyanto, 2010) mengartikan modal sebagai “*keloktifitas*” dari barang-barang modal yang terdapat dalam neraca sebelah debit, sedangkan yang dimaksud dengan barang-barang modal adalah barang-barang yang ada dalam perusahaan yang belum digunakan. Jadi yang terdapat dalam neraca sebelah debit

Dalam buku yang sama, Bakker juga mengartikan modal adalah baik yang berupa barang-barang konkrit yang masih ada di dalam rumah tangga perusahaan yang terdapat di neraca sebelah debit, maupun berupa daya beli atau nilai tukar dari barang-barang itu yang tercatat di sebelah kredit.

Pengertian modal menurut PSAK No. 21 paragraf 2. Modal atau ekuitas adalah “bagian hak milik dalam perusahaan yaitu selisih antara aktiva dan kewajiban yang ada, dan dengan demikian tidak merupakan ukuran nilai jual perusahaan tersebut”.

Sumber modal dilihat dari asalnya, menurut Kasmir terdapat dua jenis modal yaitu modal sendiri dan modal asing. Modal sendiri pada dasarnya adalah modal yang berasal dari perusahaan sendiri (cadangan, laba) atau berasal dari pengambil bagian, peserta atau pemilik (modal saham, modal peserta dan lain-lain).

Sementara modal yang diperoleh dari pihak luar usaha dan biasanya diperoleh dari pinjaman disebut modal asing. Modal asing berasal dari pinjaman dari bank, lembaga keuangan, maupun dengan mengeluarkan surat hutang, atas penggunaan sumber dana ini perusahaan harus memberikan



kompensasi berupa bunga yang menjadi beban tetap bagi perusahaan (sutrisno 2007).

Karakteristik modal asing :

- a. Modal asing merupakan modal yang memperhatikan kepentingan kreditur.
- b. Tidak memiliki pengaruh terhadap penyelenggaraan perusahaan.
- c. Modal asing menuntut adanya pembayaran bunga tetap, tanpa memandang adanya keuntungan atau kerugian perusahaan.
- d. Sifatnya hanya sementara turut bekerja sama dengan perusahaan.

Modal asing terbagi dalam 3 golongan yaitu modal asing/hutang jangka pendek (*short-term debt*) kurang dari 1 tahun. Modal asing/hutang jangka menengah (*intermediate-term debt*) yang jangka waktunya antara 1 sampai 10 tahun. Modal asing/hutang jangka panjang (*long-term debt*) yaitu jangka panjang yang waktunya lebih dari 10 tahun.

2.1.5 Sumber Daya Manusia

Dalam sebagian besar sejarah, tingkat pendapatan masih rendah, umur yang pendek dan pertumbuhan ekonomi yang sedikit atau bahkan tidak ada sama sekali. Kini kita memiliki kehidupan yang lebih sehat, lebih lama, lebih kaya, dan lebih bahagia. Pergeseran rezim ini melibatkan peningkatan pengetahuan dan rebarannya, tingkat pelatihan dan pendidikan yang lebih tinggi, kesehatan yang lebih baik, lebih banyak migrasi, perubahan kesuburan, dan transisi



demografis. Singkatnya, proses ini melibatkan kemajuan dalam sumber daya manusia.

Sumber daya manusia didefinisikan dalam Kamus Bahasa Inggris Oxford sebagai “keterampilan yang dimiliki oleh tenaga kerja dan dianggap sebagai sumber daya atau aset”. Ini mencakup gagasan bahwa ada investasi pada manusia (misalnya pendidikan, pelatihan, kesehatan) dan bahwa investasi ini meningkatkan produktivitas individu.

Di masa lalu, buku teks tentang sumber daya manusia sering kali menghindari generalisasi, dengan alasan bahwa setiap situasi berbeda. Pendekatan ekonom justru sebaliknya. Datipada menganggap setiap peristiwa sumber daya manusia sebagai hal yang terpisah dan didorong oleh institusi, para ekonom lebih mengutamakan identifikasi prinsip-prinsip umum yang mendasarinya, dan penggunaan detail kelembagaan yang spesifik untuk mengidentifikasi sumber penyebab dari prinsip-prinsip umum tersebut. Empat blok bangunan utama dari Ilmu Ekonomi membentuk landasan ekonomi personalia:

1. Ekonomi personalia mengasumsikan bahwa baik pekerja maupun perusahaan adalah agen pemaksimalan yang rasional, yang mencari utilitas dan keuntungan. Pendekatan ekonomi memungkinkan adanya kendala atau ketidaksempurnaan, seperti ketidaksempurnaan informasi dan biaya transaksi, dan memungkinkan utilitas individu dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti identitas pribadi, persaingan, dan tekanan teman sebaya.



2. Ekonomi personalia berasumsi bahwa pasar tenaga kerja dan pasar produk harus mencapai keseimbangan harga-kuantitas, yang memberikan disiplin pada model kita.
3. Efisiensi merupakan konsep sentral dari ekonomi personalia. Dalam berbagai keadaan dimana efisiensi muncul, para ekonom mendorong analisis ini ketingkat yang lebih tinggi dengan menanyakan dimana kegagalan dalam menyeimbangkan kekuatan pasar, dan menanyakan tindakan apa yang mungkin diambil oleh perusahaan dan/atau pekerja untuk mengurangi inefisiensi.
4. Ekonom personalia menekankan penggunaan ekonometrik dan desain eksperimental untuk mengidentifikasi hubungan sebab akibat yang mendasarinya. Misalnya, beberapa perusahaan mengamati bahwa jika perusahaan beralih ke upah borongan, produktivitas akan meningkat. Namun, ternyata upah borongan mendorong pekerja paling produktif untuk bergabung dengan perusahaan, serta mengubah produktivitas pekerja yang ada.

Praktik sumber daya manusia telah berubah secara sistematis. Misalnya, kompensasi sekarang jauh lebih bervariasi antar individu. Meningkatkan variasi upah ini terjadi dalam berbagai jenis pekerjaan dan antar jenis pekerjaan. Variasi upah juga meningkat di dalam perusahaan dan antar perusahaan. Meningkatnya variasi upah antar individu tentunya mencerminkan perubahan permintaan akan keterampilan, namun juga mencerminkan perubahan dalam praktik sumber daya manusia.



Dalam persaingan organisasi atau perusahaan harus memiliki sumber daya yang tangguh. Untuk menjalankan perusahaan, sumber daya yang dibutuhkan tidak dapat dilihat sebagai bagian yang berdiri sendiri. Tetapi harus dilihat sebagai satu kesatuan yang tangguh membentuk suatu sinergi. Dalam hal ini peran sumber daya manusia sangat menentukan. Sumber Daya Manusia (SDM) yang awalnya merupakan terjemahan dari "*human resources*", namun ada pula ahli yang menyamakan sumber daya manusia dengan "*manpower*" (tenaga kerja). Bahkan sebagian orang menyertakan pengertian sumber daya manusia dengan personal (personalia, kepegawaian dan sebagainya).

Sumber daya manusia dapat diartikan pegawai yang siap, mampu dan siaga dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi serta mampu menciptakan nilai-nilai komparatif, generative, inovatif, dengan menggunakan: *intelligence*, *creativity*, dan *imagination* tidak lagi semata-mata menggunakan energy kasar, seperti bahan mentah, lahan, air, tenaga otot, dan sebagainya.

Sumber daya manusia (SDM) adalah individu produktif yang bekerja sebagai penggerak suatu organisasi, baik itu di dalam institusi maupun perusahaan yang memiliki fungsi sebagai asset sehingga harus dilatih dan dikembangkan kemampuannya. Pengertian sumber daya manusia makro secara umum terdiri dari dua yaitu SDM makro ialah jumlah penduduk dalam usia produktif yang ada di sebuah wilayah dan SDM mikro dalam arti sempit yaitu individu yang bekerja pada sebuah institusi atau perusahaan.



Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam suatu perusahaan di samping faktor lain seperti modal. Pengelolaan SDM

dengan baik dan tepat akan mendukung organisasi untuk lebih berkembang dan selaras dengan tujuan organisasi yang telah ditetapkan (Kusuma et al., 2022). Oleh karena itu, SDM harus dikelola dengan baik untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi, sebagai salah satu fungsi dalam perusahaan yang dikenal dengan manajemen sumber daya manusia (MSDM). manajemen sumber daya manusia menghadapi berbagai macam kendala yang dapat bersumber dari luar atau dari dalam perusahaan itu sendiri serta dari keadaan dan perubahan teknologi.

2.1.6 Insentif Pemerintah

Subsidi merupakan salah satu instrument kebijakan oleh Negara untuk mengoreksi ketidaksempurnaan pasar atau *market imperfections*. Dia dapat menstimulus produksi dan sekaligus juga menjamin terwujudnya proses konsumsi, sehingga subsidi diharapkan dapat memainkan peran untuk menutupi ketidaksempurnaan pasar.

Menurut (Prayitno, 2004) Subsidi adalah proses pemberian bantuan yang dilakukan oleh orang yang ahli kepada seseorang atau beberapa orang individu, baik anak-anak, remaja, maupun dewasa agar orang-orang yang dapat bantuan sosial dapat mengembangkan kemampuan dirinya sendiri dan mandiri, dengan memanfaatkan kekuatan individu dan sarana yang ada dan dapat dikembangkan asarkan norma-norma yang berlaku.



Subsidi dapat diartikan sebagai dana bantuan sosial yang merupakan transfer uang atau barang yang diberikan kepada masyarakat guna menjaga ketahanan pangan. Subsidi dapat berbentuk kebijakan proteksionisme atau hambatan perdagangan (*trade barrier*) dengan cara menjadikan barang dan jasa domestik bersifar kompetitif terhadap barang dan jasa impor. Subsidi dapat dikategorikan dengan berbagai macam cara, tergantung alasan dibalik subsidi, pihak penerima, dan sumber pembiayaan subsidi (bisa dari pemerintah, konsumen, penerimaan pajak, dan lain-lain).

Subsidi merupakan wujud dorongan yang diberikan oleh pemerintah kepada sebagian warga yang bisa menurunkan harga yang dibayarkan oleh konsumen buat suatu benda karena pemerintah membantu menurunkan biaya produksi. Tujuan subsidi yaitu membantu agar lebih baik dengan metode yang disediakan pemerintah untuk warga miskin serta kurang sanggup dan dengan mengoreksi mekanisme kegagalan pasar dengan menghasilkan efisiensi alokasi benda serta jasa (Triest, 2009).

Menurut (Habib Nazir, 2004) subsidi adalah cadangan keuangan dan sumber-sumber daya lainnya untuk mendukung suatu kegiatan usaha atau kegiatan perorangan oleh pemerintah.

Hal yang sama juga dikemukakan oleh (Spencer & Amos, 1993) yang menyatakan bahwa subsidi adalah pembayaran pemerintah kepada perusahaan atau rumah tangga dengan tujuan agar masyarakat dapat memproduksi atau mengkonsumsi sebuah produk dengan kuantitas yang besar atau dengan harga yang lebih murah. Jadi subsidi yang dilakukan oleh pemerintah biasanya



dimaksudkan untuk mengurangi harga atau menambah output/produksi. Ada beberapa jenis subsidi yang dikeluarkan oleh pemerintah, antara lain:

1. Bantuan Langsung Tunai (BLT) subsidi gaji
2. Kartu prakerja
3. BLT UMKM
4. Subsidi BBM
5. Subsidi Pajak
6. Subsidi pupuk
7. Subsidi Pangan

2.1.7 Biaya Produksi

a. Definisi Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan langsung menjadi sebuah produk (Mulyadi, 2015). Sedangkan Hansen dan Mowen (2007) mendefinisikan biaya produksi sebagai biaya yang berkaitan dalam menghasilkan suatu barang atau penyediaan suatu jasa. Biaya produksi dapat diklasifikasikan dalam tiga elemen yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja, dan biaya pabrik.

b. Biaya Tenaga Kerja

Menurut (Mowen, 2007) biaya bahan baku merupakan biaya bahan yang ditelusuri secara langsung baik pada produk maupun jasa. Biaya bahan ini dapat dibebankan secara langsung karena biaya ini dapat dilihat secara



fisik dan dapat digunakan untuk mengukur kuantitas bahan yang dikonsumsi dalam proses produksi pada tiap produk. Contohnya adalah kayu pada furniture.

c. **Biaya Tenaga Kerja**

Menurut (Mowen, 2007) biaya tenaga kerja merupakan tenaga kerja yang dapat ditelusuri secara langsung pada barang atau jasa ketika proses produksi berlangsung. Seperti halnya biaya bahan baku diatas, biaya tenaga kerja ini dapat dibebankan secara langsung karena biaya ini dapat dilihat dan diamati untuk mengukur jumlah dan lamanya tenaga kerja yang digunakan untuk memproduksi suatu barang atau jasa.

d. **Biaya *Overhead* Pabrik**

Menurut (Mowen, 2007) biaya overhead merupakan biaya keseluruhan bahan baku dan tenaga kerja, namun tidak dapat ditelusuri secara langsung pada barang atau jasa yang diproduksi. Contohnya adalah depresiasi peralatan atau mesin, biaya bahan penolong dan lain sebagainya. Menurut (Mulyadi, 2015) biaya overhead dapat digolongkan dalam tiga cara yaitu:

1. Penggolongan biaya overhead menurut sifatnya

a. Biaya bahan tidak langsung.

Biaya bahan tidak langsung merupakan bahan yang tidak dapat ditelusuri secara langsung walaupun biaya bahan tidak langsung ini menjadi bagian



dalam menghasilkan produk jadi, namun nilainya tetap relatif kecil jika dibandingkan dengan total keseluruhan harga pokok produksi pada suatu produk.

b. Biaya reparasi dan pemeliharaan.

Biaya reparasi dan pemeliharaan merupakan biaya suku cadang yang digunakan untuk perawatan dan perbaikan mesin dan peralatan yang digunakan oleh perusahaan untuk kegiatan produksi.

c. Biaya tenaga kerja tidak langsung.

Biaya tenaga kerja tidak langsung merupakan biaya upah yang dibayarkan kepada tenaga kerja pabrik, namun tenaga kerja yang masuk dalam kriteria ini merupakan tenaga kerja yang tidak terlibat secara langsung pada proses produksi. Contohnya adalah karyawan akuntan, mandor dan lain sebagainya.

d. Biaya yang timbul sebagai akibat penilaian aktiva tetap.

Biaya yang termasuk dalam kriteria ini antara lain adalah biaya depresiasi mesin, bangunan, dan aktiva tetap lainnya yang digunakan oleh perusahaan.

e. Biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu.

Biaya yang termasuk dalam kriteria ini antara lain adalah biaya asuransi mesin, asuransi kendaraan dan lain sebagainya.

f. Biaya overhead lain yang secara langsung memerlukan pengeluaran uang tunai.

Biaya yang termasuk dalam kriteria ini antara lain adalah biaya listrik PLN, biaya reparasi yang diserahkan kepada pihak luar perusahaan.

Penggolongan biaya *overhead* menurut perilakunya dalam hubungan perubahan volume produksi.



- a. Biaya *overhead* pabrik tetap merupakan biaya overhead yang tidak berubah pada kisaran volume tertentu.
 - b. Biaya *overhead* pabrik variable merupakan biaya overhead yang berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
 - c. Biaya *overhead* semivariabel merupakan biaya overhead yang berubah, namun tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
3. Penggolongan biaya *overhead* menurut hubungannya dengan departemen.
- a. Biaya *overhead* langsung departemen (*direct department overhead expenses*) merupakan biaya overhead yang terjadi pada departemen tertentu pada suatu perusahaan dan dana tersebut dimanfaatkan hanya pada departemen tersebut.
 - b. Biaya *overhead* tidak langsung (*indirect department overhead expenses*) merupakan biaya overhead yang dinikmati oleh beberapa departemen dalam suatu perusahaan.

2.2 Hubungan Antar Variabel

2.2.1 Hubungan Antara Teknologi Digital dan Nilai produksi UMKM

Nilai produksi pertama kali diteliti oleh (McFarland dan McKenney, 1983) yang datang dengan grid untuk menempatkan organisasi berdasarkan dampak strategis aplikasi Teknologi Informasi yang ada dan dampak strategis dari jembangan aplikasi TI saat ini dalam perusahaan. Teknologi Digital dapatambah nilai ekonomi bagi suatu organisasi melalui pengurangan biaya yang



dikeluarkan oleh organisasi, dan membedakan produk atau layanan organisasi. Teknologi digital bisa dikatakan mendongkrak nilai produksi UMKM sehingga pemiliknya dapat memiliki kesempatan untuk bersaing dengan pelaku usaha lainnya yang bergerak pada bidang yang sama (Yulianto, 2018).

Teknologi Digital yang memfasilitasi perdagangan barang dan jasa melalui e-commerce. Ekspansi sektor digital telah menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi dalam beberapa tahun terakhir, dan pergeseran menuju dunia digital berdampak pada masyarakat yang jauh melampaui konteks teknologi digital saja.

Dalam meningkatkan nilai produksi UMKM menggunakan Teknologi Digital merupakan jalan yang sangat baik, mengingat pemerintah Kabupaten Gowa juga turun mendorong para pelaku UMKM Kabupaten Gowa untuk terus berinovasi dan mengikuti perkembangan zaman yang ada. Dalam dunia bisnis, teknologi digital merupakan sebuah inovasi yang sangat mempermudah proses transaksi antara pembeli dan penjual. Dapat menghemat biaya transportasi, biaya operasional dan biaya-biaya lainnya yang biasanya timbul saat pembelian offline.

Tentu saja teknologi digital tetap memerlukan bantuan dari manusia untuk dioperasikan, maka dari itu UMKM tetap membutuhkan Sumber Daya Manusia yang mumpuni untuk menjalankan program atau aplikasi yang mereka gunakan untuk menjalankan bisnis atau transaksi menggunakan teknologi digital. Dengan

lain, sumber daya manusia dan teknologi digital juga saling membutuhkan sama lain. Teknologi digital dapat mempermudah kinerja sumber daya



manusia dari segi waktu dan tenaga sehingga pekerjaan akan jauh lebih mudah dengan adanya teknologi digital.

Pembayaran menggunakan teknologi digital juga dapat mempermudah proses transaksi dikarenakan dapat menghemat waktu dan tempat karena pembeli tidak perlu menyediakan uang tunai dan penjual tidak perlu menyiapkan uang tunai bernominal kecil sebagai kembalian yang dapat memperlambat proses transaksi.

Di masa sekarang pembeli cenderung mencari toko atau penjual yang menyediakan dan menerima pembayaran online berbasis digital karena sangat mudah dan praktis, dapat menghemat waktu apalagi bagi mereka yang memiliki banyak kesibukan. Pembeli juga cenderung mencari toko online melalui ponsel mereka sehingga mereka tidak perlu keluar rumah untuk membeli keperluan rumah tangga atau keperluan lainnya, membuat konsumen dapat mengerjakan beberapa pekerjaan sekaligus dalam satu waktu yang hamper bersamaan.

Dengan begitu, toko atau bisnis yang menerapkan digitalisasi akan lebih diminati pelanggan karena kemudahan dan kecepatan transaksinya sehingga dapat meningkatkan nilai produksi untuk toko tersebut.

2.2.2 Hubungan Antara Modal Usaha dan Nilai produksi UMKM

Modal merupakan salah satu pilar bisnis yang sangat penting. Meskipun in syarat mutlak keberhasilan dalam bisnis. Namun setidaknya kekuatan



permodalan dapat mendongkrak keberhasilan atau mempermudah jalan dalam mendapatkan kesuksesan.

(Tazki, 2020) mengatakan bahwa modal usaha yang tinggi akan diikuti dengan semakin tingginya nilai produksi UMKM. Hal ini dikarenakan Modal usaha merupakan hal yang sangat penting dalam membangun sebuah usaha. Disaat usaha tengah berjalan pun tetap membutuhkan modal usaha untuk terus berkembang dan mempertahankan sebuah usaha agar tetap berjalan dengan baik.

Dalam meningkatkan nilai produksi, modal usaha adalah hal yang sangat penting karena akan membantu pelaku usaha lebih mudah dalam memulai dan menjalankan usahanya. Sebuah usaha juga dapat berkembang dengan modal usaha yang baik. Seiring berjalannya waktu, untuk memperlancar usaha yang telah dijalankan, selain bergantung pada hasil keuntungan yang telah didapat, para pelaku UMKM juga dapat menambah modal pinjaman dari pihak eksternal seperti bank dan koperasi untuk mendukung keberlanjutan usaha yang tengah berjalan.

Besar kecilnya modal awal yang digunakan dapat dijadikan patokan untuk memperlancar dan mengembangkan usaha dalam menghadapi nilai produksi pada UMKM. Modal kerja merupakan sarana yang digunakan oleh para pelaku bisnis dalam memproduksi barang dan jasa yang dimiliki. Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap usaha atau perusahaan membutuhkan dana atau biaya untuk dapat operasi. Hal ini sebenarnya menjadi persoalan yang dihadapi oleh hamper ua pengusaha, karena untuk memulai usaha dibutuhkan pengeluaran



sejumlah uang sebagai modal awal. Pengeluaran tersebut digunakan untuk membeli bahan baku yang mana menghasilkan sejumlah output yang kemudian dapat dijual untuk mendapatkan sejumlah uang pengembalian modal dan keuntungan.

Besar kecilnya modal usaha yang dimiliki akan berpengaruh terhadap nilai produksi suatu usaha. Semakin besar jumlah modal yang dimiliki maka akan mendorong UMKM untuk bersaing. Kurangnya modal merupakan penyebab umum gagalnya bisnis karena perusahaan kekurangan modal sebelum mereka mampu menghasilkan arus kas positif.

2.2.3 Hubungan Antara Sumber Daya Manusia dan Nilai produksi UMKM

Sumber daya manusia merupakan suatu rancangan dari berbagai sistem formal pada sebuah organisasi dengan tujuan memastikan penggunaan dari keahlian manusia secara efektif. Nilai produksi dapat diciptakan maupun ditingkatkan dengan penerapan strategi bersaing yang tepat, salah satunya dengan pengelolaan sumber daya manusia secara efektif dan efisien. Umkm yang memiliki nilai produksi tinggi ditandai dengan sumber daya manusia yang handal, oleh karena itu dibutuhkan sumber daya manusia yang cukup kompeten, penguasaan pengetahuan yang tinggi dan penguasaan perekonomian dalam menghadapi persaingan.



2.2.4 Hubungan Antara Insentif Pemerintah dan Nilai produksi UMKM

Subsidi merupakan wujud dorongan yang diberikan oleh pemerintah kepada sebagian warga yang bisa menurunkan harga yang dibayarkan oleh konsumen buat suatu benda karena pemerintah membantu menurunkan biaya produksi. Tujuan subsidi yaitu membantu agar lebih baik dengan metode yang disediakan pemerintah untuk warga miskin serta kurang sanggup, dan dengan mengoreksi mekanisme kegagalan pasar dengan menghasilkan efisiensi alokasi benda serta jasa. Sehingga bantuan dari pemerintah akan sangat membantu pelaku usaha untuk membangun dan mengembangkan usaha mereka. Bantuan pemerintah dapat menjadi tambahan modal untuk pelaku usaha, dimana semakin besar modal akan mempermudah dalam meningkatkan nilai produksi UMKM.

2.2.5 Hubungan Antara Biaya Produksi dan Nilai produksi UMKM

Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan langsung menjadi sebuah produk (Mulyadi, 2015). Sedangkan (Hansen dan mowen, 2007) mendefinisikan biaya produksi sebagai biaya yang berkaitan dalam menghasilkan suatu barang atau penyediaan suatu jasa. Biaya produksi dapat diklasifikasikan dalam tiga elemen yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja, dan biaya tak terduga.

Dengan biaya produksi yang kecil, akan memudahkan pemilik usaha untuk memproduksi lebih banyak barang untuk memenuhi jumlah permintaan konsumen. Dengan begitu pelaku usaha dapat meningkatkan pendapatan yang diikuti dengan peningkatan jumlah modal tambahan untuk memproduksi



lebih banyak barang sehingga dapat dikatakan biaya produksi dapat meningkatkan nilai produksi UMKM.

2.3 Kerangka Konsep

Berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya, maka penulis memiliki kerangka berpikir dengan variabel-variabel independen adalah Modal Usaha, Sumber Daya Manusia, Biaya Produksi, Teknologi Digital, dan Insentif Pemerintah, kemudian variabel dependen adalah Nilai produksi UMKM yang dapat digambarkan dengan skema berikut:

Modal cenderung berpengaruh positif terhadap peningkatan nilai produksi, dalam hal ini yaitu UMKM. Semakin besar modal sebuah UMKM akan mempengaruhi produksi baik pada kuantitas maupun kualitas sebuah usaha. Modal yang digunakan secara efisien dapat meningkatkan kualitas produk dan daya saing bisnis di pasar, sehingga pada akhirnya akan berpengaruh pada peningkatan sebuah usaha. Semakin besar modal yang dikeluarkan maka pendapatan akan cenderung meningkat, begitu pula sebaliknya.

Jumlah tenaga kerja cenderung berpengaruh positif terhadap nilai produksi, karena tenaga kerja merupakan salah satu faktor produksi utama yang menentukan efisiensi dan produktivitas operasional usaha. Jumlah tenaga kerja yang cukup dalam menjalankan usaha dapat mempercepat waktu penyelesaian tugas. Tenaga kerja yang terlatih, serta pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang dapat mendorong kunjungan berulang sehingga pada akhirnya akan berkontribusi terhadap nilai produksi.



Biaya produksi cenderung memiliki pengaruh positif terhadap nilai produksi karena jika biaya produksi dapat ditekan melalui manajemen yang efisien, maka pelaku usaha dapat menghasilkan barang dengan harga yang lebih kompetitif. Hal ini berdampak pada peningkatan permintaan, sehingga nilai produksi juga meningkat. Biaya produksi yang dialokasikan untuk peningkatan keterampilan tenaga kerja atau penggunaan mesin yang lebih modern dapat meningkatkan produktivitas. Produktivitas yang tinggi pada akhirnya meningkatkan nilai produksi. UMKM yang mampu mengendalikan biaya produksi dapat menjual produknya dengan harga lebih rendah tanpa mengurangi kualitas. Hal ini meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan secara langsung menaikkan nilai produksi.

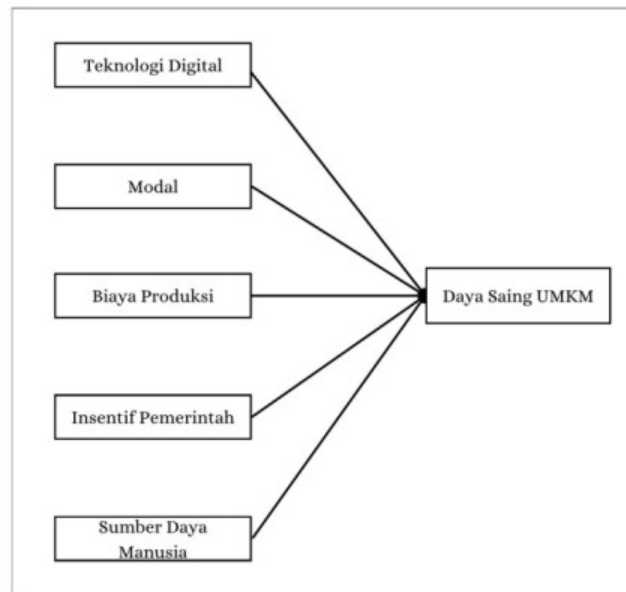
Teknologi digital cenderung berpengaruh positif terhadap nilai produksi karena pemanfaatan perangkat, aplikasi, dan system berbasis internet atau komputerisasi untuk mendukung aktivitas produksi, distribusi, maupun pemasaran. Digitalisasi pada sektor UMKM mencakup penggunaan internet, e-commerce, system pembayaran digital, aplikasi akuntansi, software manajemen usaha untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Dalam konteks UMKM, teknologi digital tidak hanya berperan dalam pemasaran, tetapi juga dalam proses produksi, mulai dari pengadaan bahan baku, manajemen stok, hingga distribusi barang. Penggunaan teknologi digital seperti software manajemen produksi, mesin otomatis, dan aplikasi monitoring dapat mengurangi pemborosan bahan baku, meningkatkan akurasi, dan mempercepat proses produksi. Hal ini

berdampak pada peningkatan jumlah output yang dihasilkan. Digitalisasi juga memungkinkan UMKM mengakses informasi tren pasar dan teknologi produksi



baru. Hal ini memudahkan mereka melakukan inovasi produk yang bernilai tambah tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan nilai produksi.

Insentif pemerintah cenderung berpengaruh positif terhadap peningkatan nilai produksi karena dukungan dalam bentuk kebijakan, regulasi, maupun fasilitas yang diberikan kepada pelaku UMKM untuk mendukung keberlangsungan dan pertumbuhan usahanya. Dukungan pemerintah berperan penting dalam menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi UMKM untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing. Insentif berupa bantuan modal memungkinkan UMKM menambah kapasitas produksi dengan membeli bahan baku lebih banyak atau menggunakan peralatan produksi yang lebih modern, hal ini berdampak pada meningkatnya nilai produksi.



Gambar 1. Kerangka Pikir



2.4 Tinjauan Empiris

Dari hasil penelitian (Muchayatin & Purwiardhani, 2021) meneliti tentang “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai produksi UMKM Kuliner di Kota Semarang”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai produksi; sumber daya manusia berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai produksi; modal usaha berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai produksi; kemampuan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai produksi.

Dari hasil penelitian (Tazki, 2020) meneliti tentang “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai produksi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Keripik Buah di Kota Malang”. Hasil penelitian ini adalah adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara keunggulan produk, inovasi produk, sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi, dan modal kerja.

Dari hasil penelitian (Riyoko & Lofian, 2021) meneliti tentang “Model Pengembangan Pemasaran Berbasis Teknologi Dalam Meningkatkan Nilai produksi UMKM di Jepara”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM di Jepara terdorong untuk menggunakan teknologi informasi yaitu untuk mengakses pasar global, mempromosikan produk, membangun merek, mendekatkan dengan pelanggan, membantu komunikasi lebih cepat dengan pelanggan dan memuaskan pelanggan. Oleh karena itu keberadaan analisis lingkungan makro informasi, terutama ekonomi dan Teknologi memiliki peran yang sangat penting dalam merumuskan strategi pemasaran UMKM.



Sehubungan dengan ketentuan ini informasi mutlak yang dibutuhkan oleh UMKM maka strategi pemasaran yang mencakup strategi pasar, strategi bauran pemasaran harus ditanggapi dengan serius. Disamping hal tersebut model strategi pemasaran berbasis teknologi informasi harus diintegrasikan dengan agen web.

Dari hasil penelitian (Winarno & Ainy, n.d.) yang meneliti tentang “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai produksi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta (Studi Kasus pada UMKM Kuliner)”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Inovasi, keunggulan produk, pemanfaatan *e-commerce*, dan modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai produksi UMKM di Kota Yogyakarta. Namun sumber daya manusia tidak berpengaruh terhadap nilai produksi UMKM di Kota Yogyakarta sebab pelaku usaha kuliner di Kota Yogyakarta tidak memberikan persyaratan khusus dalam mencari dan menerima tenaga kerja seperti mempunyai keterampilan khusus atau sudah mengikuti pelatihan UMKM, jadi dalam persaingan UMKM kuliner pemilik usaha tidak tergantung pada tenaga kerja.

Dari hasil penelitian (Haq, 2016) penelitian ini membahas tentang “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai produksi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul”. Penelitian tersebut mengatakan bahwa hasil regresi linier berganda penelitian ini menghasilkan bahwa Keunggulan Produk, Inovasi, Sumber Daya Manusia dan Pemasaran Secara Teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai produksi Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul.



2.5 Hipotesis

Untuk menjawab permasalahan sesuai dengan tujuan penelitian dan berdasarkan tinjauan pustaka serta landasan teoritis maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga bahwa Modal Usaha berpengaruh positif terhadap peningkatan nilai produksi UMKM di Kabupaten Gowa.
2. Diduga bahwa Teknologi Digital berpengaruh terhadap peningkatan nilai produksi UMKM di Kabupaten Gowa.
3. Diduga bahwa Sumber Daya Manusia berpengaruh positif terhadap peningkatan nilai produksi UMKM di Kab. Gowa.
4. Diduga bahwa Insentif Pemerintah berpengaruh terhadap peningkatan nilai produksi UMKM di Kabupaten Gowa.
5. Diduga bahwa Biaya Produksi berpengaruh positif terhadap peningkatan nilai produksi UMKM di Kabupaten Gowa.





Optimized using
trial version
www.balesio.com