

ANALISA PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA TERHADAP PENINGKATAN OMZET HARIAN UMKM WARUNG KOPI SAMPING KAMPUS

Khairin Annisa¹, Risma Septi Maharani², Salwa Nabila³,
Chaterina Charessa Hutagalung⁴, Saridawati⁵

¹⁻⁵Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Bekasi, Indonesia
1khairinannisa210602@gmail.com, 2rismaseptimaharani@gmail.com,
3salwanabila708@gmail.com 4chaterinacaresa03@gmail.com, 5saridawati.sti@bsi.ac.id

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) continue to be the main pillars in the Indonesian economy, especially amidst global economic challenges in 2024. This research examines the role of MSME Strategic Locations in increasing the number of daily sales which is influenced by student consumer behavior. Currently, MSMEs are starting to transform towards a digital economy, although they are still faced with challenges with capital, market access and mastery of technology. Government policies in 2024 that encourage financial inclusion and support digital infrastructure will further strengthen the potential of MSMEs as economic motors. The results of this research underline the importance of adapting to digital marketing for business promotion that is supported by a strategic location

Keywords: MSMEs, economy, digitalization, marketing contribution, strategic location

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terus menjadi pilar utama dalam perekonomian Indonesia, khususnya di tengah tantangan ekonomi global pada tahun 2024. Penelitian ini mengkaji peran Lokasi Strategis UMKM dalam meningkatkan jumlah penjualan harian yang dipengaruhi oleh perilaku konsumtif Mahasiswa. Saat ini UMKM mulai bertransformasi menuju ekonomi digital, meskipun masih dihadapkan pada tantangan modal, akses pasar, dan penguasaan teknologi. Kebijakan pemerintah pada 2024 yang mendorong inklusi keuangan dan dukungan infrastruktur digital semakin memperkuat potensi UMKM sebagai motor ekonomi. Hasil penelitian ini menggarisbawahi penting tidaknya beradaptasi dalam melakukan pemasaran secara digital untuk promosi usaha yang sudah di dukung oleh lokasi yang strategis

Kata kunci: UMKM, ekonomi, digitalisasi, kontribusi pemasaran, lokasi strategis

Article History

Received: November 2024
Reviewed: November 2024
Published: November 2024

Plagiarism Checker No 234
Prefix DOI : Prefix DOI :
10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author
Publish by : Musytari



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat penting bagi perekonomian Indonesia. Dengan jumlah yang sangat banyak, UMKM memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menjadi sumber utama lapangan kerja. Di tengah tantangan global, seperti krisis ekonomi dan pandemi COVID-19, peran UMKM semakin penting dalam memulihkan ekonomi negara.

UMKM mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar, menciptakan inovasi, dan membantu pengembangan ekonomi lokal. Namun, mereka juga menghadapi berbagai tantangan, seperti kesulitan mendapatkan modal, kurangnya teknologi, dan masalah dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, penting untuk memahami kontribusi dan tantangan yang dihadapi agar UMKM dapat terus mempertahankan usahanya untuk jangka panjang.

Untuk memahami salah satu resiko digitalisasi yang seringkali menjadi faktor penghambat UMKM dalam mempertahankan usahanya, Maka hal tersebut dapat di kaji dalam penelitian ini dengan mengidentifikasi apakah digitalisasi mempengaruhi jalannya usaha Warkop Samping Kampus yang sudah berdiri di lokasi yang strategis untuk mempertahankan penjualan hariannya.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kategori usaha yang didefinisikan berdasarkan jumlah karyawan dan omset tahunan. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, usaha mikro memiliki aset maksimal Rp50 juta dan omzet tahunan tidak lebih dari Rp300 juta. Usaha kecil didefinisikan memiliki aset antara Rp50 juta hingga Rp500 juta dengan omzet tahunan maksimum Rp2,5 miliar, sedangkan usaha menengah memiliki aset antara Rp500 juta sampai Rp10 miliar dan omzet tahunan tidak lebih dari Rp50 miliar.

2.2 Peran UMKM dalam Ekonomi

UMKM memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, di antaranya adalah kontribusi terhadap PDB yaitu (1) UMKM menyumbang sekitar 60% hingga 61% dari PDB Indonesia, yang menunjukkan betapa pentingnya sektor ini bagi pertumbuhan ekonomi negara. (2) Penciptaan Lapangan Kerja: Sektor UMKM menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di sektor non-formal, sehingga menjadi salah satu faktor utama dalam mengurangi tingkat pengangguran. (3) Terjadinya peningkatan kesejahteraan dikarenakan UMKM memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk meningkatkan pendapatan dan kualitas hidup melalui usaha mandiri.

2.3 Tantangan yang Dihadapi UMKM

Meskipun kontribusinya besar, UMKM menghadapi berbagai masalah, antara lain: Kesulitan Akses Modal: Banyak UMKM mengalami kesulitan dalam mendapatkan pembiayaan dari bank atau lembaga keuangan formal karena kurangnya jaminan dan laporan keuangan yang memadai. Kekurangan Pengetahuan dan Keterampilan: Banyak pelaku UMKM yang tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup dalam mengelola usaha dan teknologi yang dibutuhkan. Persaingan yang Ketat: UMKM harus bersaing dengan pelaku usaha lain, termasuk perusahaan besar yang memiliki lebih banyak sumber daya.

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode Literatur review yang sistematis, eksplisit dan reproduibel untuk melakukan identifikasi, evaluasi dan sintesis terhadap karya-karya hasil penelitian dan hasil pemikiran yang sudah dihasilkan oleh para peneliti dan praktisi. Serta menggunakan kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara langsung kepada pemilik UMKM yang berlokasi tepat di samping Kampus Universitas Bina Sarana Informatika serta mewawancarai para pelanggan mahasiswa yang seringkali berkunjung di warung kopi ini guna mendukung kelengkapan data pada penelitian ini.

3.1. Data

Pengumpulan data dimulai dengan identifikasi sumber literatur yang relevan mengenai peran UMKM terhadap perekonomian Indonesia. Proses pengumpulan data dilakukan dengan mengkaji sumber pustaka dari database akademik seperti Google Scholar dan perpustakaan digital, menggunakan kata kunci seperti "peran UMKM" dan "perekonomian Indonesia." Kriteria pemilihan yang ditetapkan mencakup literatur yang diterbitkan dalam lima tahun terakhir untuk memastikan informasi yang terkini.

Setelah mengumpulkan artikel dan buku yang sesuai, data akan dievaluasi secara mendalam terhadap setiap publikasi. Informasi yang dicatat mencakup tujuan penelitian, metodologi, dan temuan utama terkait kontribusi UMKM dalam pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan. Data tersebut kemudian diklasifikasikan menggunakan metode tipologi.

Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini akan ditipologikan menjadi dua bagian. Tipologi pertama membahas peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) dalam pembangunan ekonomi nasional. Penelitian oleh Fahmi, I. (2019) berjudul "Tantangan dan Peluang UMKM dalam Perekonomian Global" menjelaskan tantangan dan peluang yang dihadapi UMKM dalam konteks global. Selanjutnya, penelitian oleh Asep Hidayat, Surya Lesmana, dan Zahra Latifah berjudul "Peran UMKM dalam Pembangunan Ekonomi Nasional" menekankan kontribusi signifikan UMKM terhadap pembangunan ekonomi, meskipun mereka dihadapkan pada berbagai tantangan. Penelitian ini juga menyoroti upaya pemerintah dalam menyediakan stimulus untuk mendukung perkembangan UMKM agar tetap berdaya saing. Lebih lanjut, penelitian oleh Novta Winkey Pradana dan Sumiyana yang berjudul "Analisis Kebutuhan UMKM Indonesia Dengan Menggunakan Pendekatan Penalaran Hierarki Maslow Secara Organisasional" menunjukkan bahwa kemudahan akses modal, teknologi informasi, kualitas layanan, keunggulan kompetitif, dan inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Penelitian oleh Amanda Aisyah dan rekan-rekan yang berjudul "Dampak Perkembangan UMKM Indonesia Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Selama Pandemi Covid-19" menjelaskan bahwa UMKM mampu mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Tipologi kedua membahas pembangunan ekonomi Indonesia dengan tantangan transformasi digital. Penelitian oleh Nina Rahayu dan rekan-rekan berjudul "Pembangunan Ekonomi Indonesia Dengan Tantangan Transformasi Digital" menunjukkan bahwa ekonomi digital dapat menciptakan ketidaksetaraan, di mana hanya kelompok tertentu yang dapat beradaptasi dengan perkembangan digital. Penelitian ini juga membahas manfaat digitalisasi bagi pelaku UMKM. Selain itu, artikel oleh Tanjung, R. & Siahaan, F. (2021) berjudul "Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia di Era Digital" mengeksplorasi kontribusi UMKM dalam era digital dan tantangan yang dihadapi dalam proses digitalisasi. Lebih lanjut, penelitian oleh Aphief Tri Artanto, Kusnarto, Nanang Haryono, dan Endang Sholihatin berjudul "Digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Membangun Ketahanan Bisnis di Era New Normal"

menyimpulkan bahwa kesiapan digitalisasi UMKM untuk membangun ketahanan bisnis di era new normal belum sepenuhnya optimal, terutama dalam hal transisi ke penggunaan perangkat digital seperti smartphone atau laptop.

Dengan pembagian tipologi ini, diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai peran, tantangan, dan dukungan bagi UMKM dalam konteks perekonomian Indonesia.

3.2 Metode Analisis

Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui kajian pustaka. Pendekatan ini bertujuan untuk menggali dan menganalisis literatur yang relevan mengenai peran UMKM dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Dengan mengkaji berbagai sumber, termasuk artikel, buku, dan laporan penelitian, penelitian ini akan mengidentifikasi tema-tema kunci, tantangan, dan peluang yang dihadapi oleh UMKM. Data yang terkumpul akan dianalisis secara tematik untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kontribusi dan peran UMKM dalam konteks perekonomian Indonesia.

3.3 Metode Kualitatif Deskriptif

Penelitian ini juga menggunakan menggunakan teknik wawancara langsung kepada pelaku bisnis UMKM dengan lokasi yang strategis tepat di samping Kampus guna mendalami kendala apa saja yang dialami dan memahami sejauh apa pentingnya pemilihan lokasi yang tepat untuk mengatasi sulit nya beradaptasi dalam era digitalisasi.

4. HASIL dan PEMBAHASAN

Peranan UMKM terhadap perekonomian yang ada di indonesia. UMKM juga memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian indonesia, UMKM mampu berkontribusi 60% - 61% terhadap PDB dan menjadi sumber utama untuk lapangan pekerjaan. UMKM juga mampu beradaptasi dengan cepat, mampu menciptakan inovasi dan pengembangan ekonomi lokal. Oleh karena itu, penting untuk memahami tantangan yang dihadapi UMKM di era digital dan apa yang dapat menjadi faktor pendukung untuk mengatasi resiko dari tantangan tersebut.

Dengan tingginya tingkat penyerapan tenaga kerja, UMKM berperan penting dalam pengentasan kemiskinan. Meskipun dari sisi skala bisnis yang ditargetkan oleh bisnis UMKM masih relatif tidak sebesar perusahaan dengan skala besar. UMKM memegang peran yang sangat krusial dalam perekonomian indonesia. Dengan kontribusi yang luar biasa dalam berbagai aspek, UMKM tidak hanya menjadi penggerak utama perekonomian negara tetapi juga menjadi tulang punggung bagi masyarakat luas.

Salah satu indikator pembagunan ekonomi di suatu negara adalah pertumbuhan ekonomi di negara tersebut. Dengan adanya statatment tersebut, pembangunan ekonomi harus terjadi terus menerus sehingga berusaha untuk mendapatkan tingkat pendapatan perkapita. Dengan adanya UMKM di Indonesia menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan perekonomian Indonesia, sehingga berdampak terhadap angka pengganguran menjadi kecil dan berpengaruh besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB).

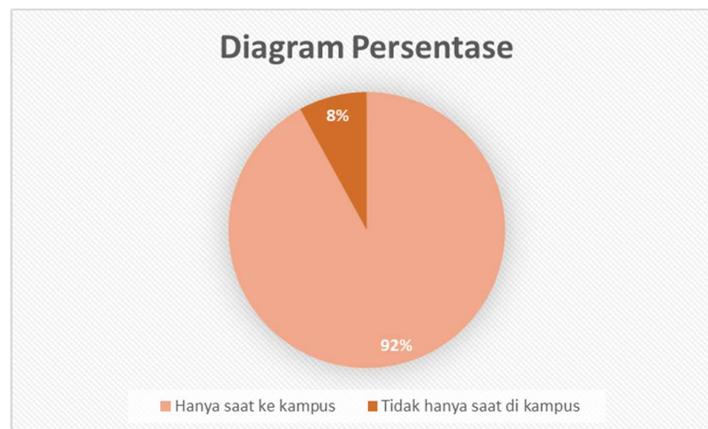
Untuk melengkapi penelitian ini kami mendatangi langsung salah-satu Warung Kopi yang berada di samping Kampus Universitas BSI. Pelaku usaha yang bernama Bapak Sarimin sudah mendirikan warung kopi ini sejak tahun 2011 dimana pada saat sebelumnya bapak Sarimin merupakan seorang karyawan swasta yang terkena PHK. Namun, dengan bermodalkan tabungan yang ada dari semenjak masih bekerja, bapak Sarimin pun membangun usaha Warung Kopi dan memilih tempat di samping kampus ini sebagai pilihan dalam menjalankan usahanya.

Berdasarkan hasil wawancara yang kami lakukan dari pelaku bisnis Warung Kopi Samping kampus, dan beberapa Mahasiswa pengunjung untuk menggali seberapa pentingnya pengaruh lokasi terhadap omset harian UMKM. Pertanyaan yang kami berikan adalah apa alasan mahasiswa mendatangi Warung Kopi ini untuk menjadi pilihan utamanya. Dari jawaban pemilik usaha Bapak Sarimin, Warung kopinya sering ramai oleh mahasiswa dikarenakan sangat dekat dengan kampus dan harga yang diberikan terjangkau oleh mahasiswa.

“Warung saya ramai saat kampus buka, mahasiswa datang kesini untuk nugas, main game, atau makan dengan teman-temannya. Disini banyak pilihan cemilannya dan gak saya kasih mahal, jadi mereka sering datang kesini.”

Jawaban Pak Sarimin juga selaras dengan keterangan salah satu mahasiswa yang kami wawancarai. Setidaknya berikut yang disampaikan oleh, Rio Agung Wibowo salah satu mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika yang menjadi pelanggan tetap di Warkop Bapak Sarimin. “Saya mah dari semester satu udah sering kesini sekarang saya sudah semester lima, kalo dirumah saya gak ke Warkop. Disini enak dekat dengan kampus juga banyak stop kontak jadi bisa sambil nugas lama”.

Kemudian dari hasil keseluruhan wawancara kepada beberapa mahasiswa, kami menanyakan seberapa sering mereka ke warung kopi pada kesehariannya.



Berdasarkan hasil dari 50 responders, ditemukan 92% dari mahasiswa tidak akan ke warung kopi jika mereka tidak ke kampus. Sementara 8 % lainnya tetap mengunjungi warung kopi lain di daerah rumahnya.

Mayoritas responden hanya akan ke warung kopi Bapak Sarimin dikarenakan dekat dengan Kampus. Hal ini menunjukkan lokasi yang strategis sangat mempengaruhi peningkatan penjualan harian UMKM dalam kegiatan perekonomiannya dalam kasus ini peningkatan penjualannya di pengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa tanpa diperlukan pemasaran digital. Menurut keterangan Pak Sarimin, pemasukan dari usaha warung kopi yang dekat dengan kampus tidak dapat diharapkan saat kampus sedang libur dan tidak ada mahasiswa yang datang. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa sangat berkaitan dengan pemasukan harian UMKM, dan mencerminkan lingkaran perekonomian yang terjadi di sektor UMKM. “Kalau kampus libur, usaha ini tidak bisa diharapkan pemasukannya. Kadang saya malah mencari penghasilan sampingan lainnya saat kampus libur,” ungkap Pak Sarimin.

Selama menjalankan usahanya, Pak Sarimin mengeluhkan kendala terkait modal. Agar usahanya tetap berjalan, beliau memiliki supplier yang memasok produk dengan metode kasbon. Niat dan usaha yang keras menjadi kunci bagi keberlangsungan warung kopi Pak Sarimin hingga saat ini.

“Saya juga mengikuti permintaan pelanggan, jadi kadang saya membuat menu baru di warung, dan menu-menu itu saya pelajari dari internet,” ungkap Pak Sarimin. Hal ini menunjukkan bahwa beliau terus berinovasi dan berupaya mengembangkan usahanya.

Kami juga menanyakan beberapa pertanyaan terkait digitalisasi kepada Pak Sarimin. Pertanyaan pertama adalah mengenai perlunya promosi melalui pemasaran digital untuk warung kopi yang ia kelola. “Untuk pemasaran digital, bisa saja perlu, sih. Tapi karena lokasinya dekat kampus, jadi nggak terlalu diperlukan, karena target pembelinya ya mahasiswa yang ke kampus saja. Nggak perlu sampai promosi, karena kita jualan menu-menu biasa, dan perputaran uangnya juga paling kisaran 500-600 ribu per hari,” jawab Pak Sarimin. Dari jawaban ini, dapat disimpulkan bahwa meskipun digitalisasi penting mengingat perkembangan zaman, pemasaran digital tidak menjadi hambatan bagi usahanya karena beliau sudah memiliki lokasi strategis dan target pasar yang jelas.

Di sisi lain, Pak Sarimin belum mengembangkan usahanya ke era digital untuk mendapatkan target pasar yang lebih luas, mengingat hambatan terkait modal. Perputaran modal dalam usaha warung kopi miliknya belum cukup untuk menjadikannya warung makanan cepat saji yang bisa dipesan secara online, meskipun sebenarnya sudah memiliki banyak menu. Meski demikian, usahanya tetap berjalan dengan menyesuaikan permintaan pelanggan. Sifat konsumtif mahasiswa berperan penting terhadap frekuensi omzet yang diterima Pak Sarimin dari usaha warung kopi yang menjadi sumber penghasilan rumah tangganya. Pembelian produk dari Pak Sarimin kepada agen untuk dijual kembali akhirnya menjadi pemasukan bagi agen tersebut, dan seterusnya. Siklus perputaran uang ini menjelaskan bahwa UMKM berperan dalam perekonomian nasional.

5. KESIMPULAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memainkan peran penting dalam membangun perekonomian Indonesia, dengan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penciptaan lapangan pekerjaan. Meskipun menghadapi tantangan, seperti keterbatasan modal dan adaptasi terhadap digitalisasi, UMKM tetap mampu berinovasi dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar.

Lokasi usaha yang strategis terbukti menjadi faktor kunci dalam meningkatkan penjualan harian UMKM. Kasus Warung Kopi milik Pak Sarimin menunjukkan bahwa kedekatan dengan kampus menarik perhatian mahasiswa dan meningkatkan frekuensi kunjungan. Sifat konsumtif mahasiswa berkontribusi pada pendapatan harian, yang menciptakan siklus perputaran uang yang mendukung perekonomian lokal.

Meskipun digitalisasi pemasaran menjadi semakin penting, bagi UMKM dengan lokasi yang tepat, pemasaran konvensional tetap efektif. Oleh karena itu, pemilihan lokasi usaha yang strategis merupakan langkah penting untuk memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan UMKM dalam era digital. Keseluruhan, UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penggerak ekonomi, tetapi juga sebagai tulang punggung masyarakat, membantu mengentaskan kemiskinan dan menciptakan kesempatan kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). *Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) dalam Pembangunan Ekonomi Nasional*. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
- Pradana, N. W., & Sumiyana. (2023). *Analisis Kebutuhan UMKM Indonesia Dengan Menggunakan Pendekatan Penalaran Hierarki Maslow Secara Organisasional*.
- Aisiyah, A., Ayu, E. B., Khoerunnisa, & Rahayu, M. (2023). *Dampak Perkembangan UMKM Indonesia Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Selama Pandemi Covid-19*. Program Studi Ekonomi Syariah, UIN Sunan Gunung Djati Bandung; Program Studi Ekonomi Syariah, STAI Miftahul Huda.
- Tri Artanto, A., Kusnarto, H., Haryono, N., & Sholihatin, E. (2022). *Digitalization of Micro, Small and Medium Enterprises in Building Business Resilience in the New Normal Era*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur; Universitas Airlangga.
- Rahayu, N., Supriyono, I. A., Mulyawan, E., Nurfadhillah, F., Yulianto, D. R., & Ramadhan, A. Z. (2022). *Pembangunan Ekonomi Indonesia Dengan Tantangan Transformasi Digital*.
- Tanjung, R., & Siahaan, F. (2021). *Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia di Era Digital*. Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia.
- Fahmi, I. (2019). *Tantangan dan Peluang UMKM dalam Perekonomian Global*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
- Badan Pusat Statistik (BPS)
- Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO)
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia