

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan fondasi utama dalam pembangunan ekonomi nasional Indonesia. Dalam berbagai krisis yang melanda, mulai dari krisis moneter tahun 1998 hingga pandemi global 2020, UMKM terbukti menjadi sektor yang paling tangguh dalam menopang aktivitas ekonomi masyarakat. Sektor ini tidak hanya berfungsi sebagai penyedia lapangan kerja, tetapi juga sebagai penggerak utama roda perekonomian yang menghubungkan produksi, distribusi, dan konsumsi di tingkat lokal maupun nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024).

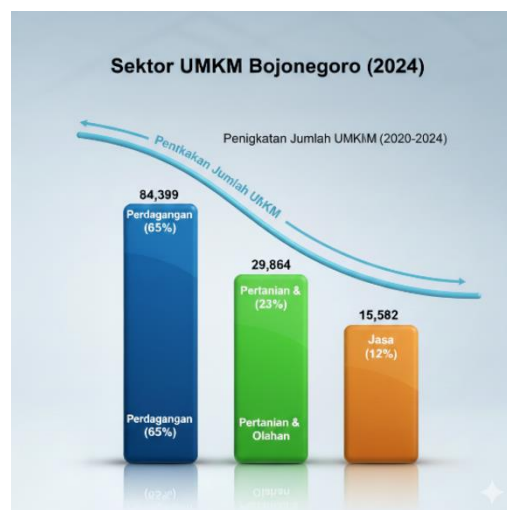
Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai lebih dari 60 persen, sementara daya serap tenaga kerja dari sektor ini melebihi 97 persen. Angka tersebut menunjukkan bahwa UMKM memiliki peranan vital dalam menjaga kestabilan ekonomi dan mengurangi tingkat kemiskinan di Indonesia. Sejalan dengan penelitian (Putri, Mutiara Rosmelia, 2025) UMKM terbukti memiliki kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan Masyarakat dan pertemuan ekonomi daerah melalui perluasan kesempatan kerja serta inovasi berbasis potensi lokal. Tidak hanya itu, UMKM juga menjadi wadah pemberdayaan ekonomi masyarakat di pedesaan yang memungkinkan distribusi pendapatan berjalan lebih merata di seluruh wilayah. Perkembangan UMKM yang dinamis turut dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah dalam menciptakan ekosistem ekonomi yang inklusif. Sejalan dengan

agenda Sustainable Development Goals (SDGs), pemerintah berupaya memperkuat peran UMKM sebagai agen transformasi ekonomi lokal berbasis inovasi dan digitalisasi. Salah satu strategi penting yang dijalankan ialah mendorong pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital agar dapat meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Namun demikian, keberhasilan implementasi strategi ini tidak selalu merata di seluruh daerah (Hapiz et al., 2025). Di sejumlah wilayah, terutama yang berbasis pertanian dan pariwisata, berbagai hambatan masih menghambat optimalisasi pendapatan pelaku UMKM.

Kabupaten Bojonegoro merupakan salah satu wilayah strategis di Provinsi Jawa Timur yang memiliki potensi ekonomi yang sangat beragam. Selama ini Bojonegoro dikenal sebagai daerah penghasil minyak dan gas bumi, namun di balik citra tersebut tersimpan kekuatan ekonomi berbasis sektor pertanian dan hortikultura yang tumbuh pesat. Sektor ini menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat pedesaan, terutama di wilayah kecamatan dengan sumber daya alam yang subur. Hasil pertanian utama Bojonegoro meliputi padi, jagung, dan buah-buahan tropis, salah satunya belimbing. Dari potensi pertanian inilah kemudian muncul inisiatif masyarakat untuk mengembangkan kawasan wisata yang tidak hanya menonjolkan keindahan alam, tetapi juga aktivitas pertanian yang edukatif dan produktif.

Upaya tersebut melahirkan sebuah destinasi unggulan, yaitu Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo, yang berlokasi di Kecamatan Kalitidu. Kawasan Agrowisata Belimbing Ngringinrejo menjadi contoh nyata keberhasilan

masyarakat dalam mengelola potensi lokal menjadi kekuatan ekonomi baru. Awalnya, kawasan ini hanyalah hamparan kebun belimbing yang dikelola secara tradisional oleh warga. Namun dengan adanya dukungan dari pemerintah daerah dan partisipasi aktif masyarakat, wilayah tersebut berkembang menjadi destinasi wisata edukatif yang menawarkan pengalaman pertanian langsung bagi pengunjung (Nurliana et al., 2020). Kini, kawasan ini tidak hanya menjadi tempat wisata alam, tetapi juga menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat. Beragam kegiatan ekonomi tumbuh di sekitar kawasan tersebut. Masyarakat membuka usaha kuliner berbasis olahan belimbing, menjual cendera mata khas daerah, menyediakan jasa wisata, hingga mengembangkan produk-produk kreatif yang memanfaatkan bahan lokal. Aktivitas ini menciptakan efek berganda terhadap peningkatan pendapatan masyarakat sekitar (Sutisna et al., 2024). Wisatawan yang berkunjung tidak hanya menikmati keindahan kebun, tetapi juga menjadi konsumen langsung produk UMKM lokal.



Gambar 1. 1 Sektor UMKM Bojonegoro

Sumber: Data sekunder, dinas Koperasi kabupaten Bojonegoro

Gambar 1.1 pada halaman 3 menunjukkan dominasi sektor perdagangan yang mencapai 65% dari total UMKM di Kabupaten Bojonegoro pada tahun 2024. Tingginya angka pada sektor perdagangan ini mengindikasikan bahwa struktur ekonomi masyarakat telah bertransformasi menjadi lebih dinamis dan berbasis konsumsi, yang dipicu oleh berkembangnya sektor pariwisata dan Agrowisata. Sementara itu, sektor pertanian dan olahan menyumbang 23%, yang mencerminkan upaya hilirisasi produk lokal, diikuti oleh sektor jasa sebesar 12% sebagai pendukung ekosistem ekonomi. Secara keseluruhan, tren kurva yang melandai ini mengonfirmasi bahwa pertumbuhan jumlah UMKM dari 112.745 unit di tahun 2020 menjadi 129.845 unit di tahun 2024 didorong oleh pergeseran orientasi ekonomi daerah yang kini lebih bertumpu pada aktivitas jasa dan perdagangan produk olahan.

Perkembangan Agrowisata Belimbing Bojonegoro membawa dampak positif bagi masyarakat lokal, terutama dalam peningkatan kegiatan ekonomi. Namun, potensi besar tersebut belum sepenuhnya memberikan hasil optimal terhadap peningkatan pendapatan pelaku UMKM. Berdasarkan observasi lapangan dan wawancara dengan pelaku usaha di kawasan tersebut, terdapat beberapa tantangan utama yang dihadapi, yaitu keterbatasan modal, rendahnya keterampilan tenaga kerja, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Keterbatasan modal membuat banyak pelaku usaha sulit memperluas produksi, memperbaiki fasilitas, atau melakukan inovasi produk (Oktayani & Dewi, 2024).

sebagian besar dari mereka masih mengandalkan modal pribadi yang relatif kecil dan tidak memiliki akses terhadap lembaga keuangan formal. Di sisi lain, tenaga kerja yang terlibat sebagian besar berasal dari masyarakat sekitar yang belum memiliki pelatihan khusus dalam pengelolaan usaha wisata. Sementara itu, pemanfaatan digital marketing masih terbatas karena minimnya pengetahuan dan kemampuan teknis dalam menggunakan media digital untuk promosi dan penjualan. Kondisi tersebut membuat potensi ekonomi yang ada di Agrowisata Belimbing Bojonegoro belum dapat dimaksimalkan sepenuhnya. Padahal, jika ketiga aspek utama tersebut akses permodalan, tenaga kerja, dan digital marketing dapat ditingkatkan, maka peluang peningkatan pendapatan UMKM akan semakin besar.

Permodalan merupakan salah satu fondasi paling penting dalam keberlangsungan kegiatan ekonomi, khususnya bagi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (Salim & Rahmadhani, 2024) tanpa modal yang memadai, pelaku usaha tidak dapat melakukan ekspansi, memperbaiki kualitas produk, atau mengembangkan inovasi baru. Modal juga berfungsi sebagai sumber daya dasar untuk menutupi biaya produksi, membiayai distribusi, serta memperkuat daya saing usaha di pasar yang semakin kompetitif.

Dalam konteks ekonomi mikro, keterbatasan modal sering kali menjadi penghambat utama bagi pelaku usaha dalam meningkatkan pendapatan. Banyak UMKM yang memiliki potensi ide dan pasar, tetapi tidak dapat memaksimalkan produksinya karena minimnya dana untuk investasi. Situasi ini banyak dijumpai di berbagai daerah, termasuk di Kabupaten Bojonegoro, di mana sebagian besar

pelaku UMKM menjalankan usaha dengan modal pribadi yang terbatas (Nafik, 2021). Berdasarkan laporan Otoritas Jasa Keuangan 2024, proporsi pembiayaan untuk sektor UMKM secara nasional masih berada di kisaran 20 persen dari total kredit perbankan. Artinya, masih banyak pelaku usaha kecil yang kesulitan memperoleh pembiayaan dari lembaga keuangan formal. Hal ini disebabkan oleh sejumlah faktor, seperti persyaratan administrasi yang rumit, kurangnya jaminan, hingga rendahnya literasi keuangan. Akibatnya, pelaku usaha cenderung mengandalkan sumber modal alternatif, seperti pinjaman dari keluarga atau lembaga informal dengan bunga tinggi yang justru menekan keuntungan usaha. Kondisi tersebut juga terjadi di Agrowisata Belimbing Bojonegoro.

Banyak pelaku UMKM yang beroperasi di kawasan ini menyatakan bahwa keterbatasan modal menjadi hambatan paling mendasar dalam mengembangkan usaha mereka. Misalnya, pelaku usaha olahan belimbing yang ingin memperluas kapasitas produksi harus menunda karena tidak memiliki modal untuk membeli peralatan tambahan. Begitu pula pedagang kuliner yang ingin memperbaiki tempat usaha agar lebih nyaman bagi wisatawan, namun terkendala biaya renovasi.

Permodalan tidak hanya berdampak pada skala produksi, tetapi juga pada kualitas produk dan daya tarik wisata. Ketika pelaku usaha memiliki akses terhadap sumber pembiayaan yang mudah dan terjangkau, mereka dapat meningkatkan kualitas bahan baku, memperindah tampilan tempat usaha, serta menciptakan produk yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Dengan demikian, modal yang memadai akan berkontribusi langsung terhadap peningkatan

pendapatan pelaku UMKM. Pemerintah daerah sebenarnya telah melakukan berbagai upaya untuk memperluas akses pembiayaan bagi UMKM di Bojonegoro.

Melalui program kemitraan dan kredit usaha rakyat (KUR), pelaku usaha diberikan kesempatan untuk memperoleh modal dengan bunga rendah. Namun, pelaksanaan program ini belum berjalan optimal. Masih banyak pelaku UMKM yang belum mengetahui prosedur pengajuan atau merasa takut berurusan dengan lembaga keuangan. Di sisi lain, lembaga keuangan juga belum sepenuhnya memiliki pendekatan yang inklusif bagi pelaku usaha di sektor agrowisata. Hal ini sejalan dengan temuan (Soebiantoro & Haryanti, 2024) yang menjelaskan bahwa peningkatan akses permodalan bagi UMKM menjadi faktor penting dalam memperkuat keberlanjutan usaha, karena kemudahan memperoleh pembiayaan mampu mendorong ekspansi, inovasi, dan peningkatan daya saing pelaku usaha kecil.

Selain permasalahan akses, faktor lain yang tidak kalah penting adalah kemampuan pengelolaan modal. Banyak pelaku usaha yang telah mendapatkan pembiayaan, namun belum mampu mengelolanya secara efektif. Penggunaan modal yang tidak terarah, seperti pencampuran antara keuangan pribadi dan usaha, sering kali menyebabkan usaha tidak berkembang. Oleh karena itu, literasi keuangan menjadi aspek penting dalam mengoptimalkan manfaat permodalan terhadap peningkatan pendapatan (Ariyati et al., 2021). Apabila akses permodalan diperluas dan kemampuan manajerial pelaku UMKM diperkuat, maka dampak positifnya akan terlihat jelas pada peningkatan pendapatan. Modal yang cukup memungkinkan pelaku usaha di Agrowisata Belimbing Bojonegoro untuk

memperluas skala produksi, memperbaiki fasilitas wisata, serta mengembangkan inovasi produk berbasis potensi lokal. Dengan begitu, keberadaan UMKM tidak hanya menopang perekonomian keluarga, tetapi juga menjadi penggerak utama ekonomi daerah. Lebih jauh, penguatan permodalan juga berdampak pada keberlanjutan ekonomi kawasan.

Modal yang stabil memungkinkan pelaku UMKM untuk terus beroperasi meskipun menghadapi fluktuasi permintaan wisata. Hal ini penting, karena sektor pariwisata memiliki sifat musiman yang membuat pendapatan pelaku usaha cenderung naik turun. Dengan adanya cadangan modal dan sistem keuangan yang sehat, UMKM di kawasan agrowisata dapat menjaga kestabilan pendapatan sepanjang tahun. Dari sudut pandang ekonomi daerah, peningkatan akses permodalan bagi UMKM juga memiliki efek pengganda (*multiplier effect*) (Y. F. A. Pasaribu et al., 2024). Ketika modal mengalir ke sektor usaha kecil, maka aktivitas ekonomi di sekitar kawasan tersebut ikut meningkat mulai dari meningkatnya penyerapan tenaga kerja lokal, meningkatnya permintaan bahan baku, hingga bertambahnya transaksi di sektor jasa dan perdagangan. Efek ini secara langsung akan memperkuat pendapatan masyarakat dan memperluas basis ekonomi lokal.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa permodalan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan UMKM. Tanpa modal yang memadai, pelaku usaha akan kesulitan berkembang, dan pada akhirnya tidak dapat memberikan kontribusi optimal terhadap kesejahteraan Masyarakat (Gitayuda & Mawardi, 2022). Oleh karena itu, memperkuat akses permodalan yang inklusif

dan berkelanjutan menjadi langkah strategis untuk meningkatkan pendapatan pelaku UMKM, khususnya di kawasan Agrowisata Belimbing Bojonegoro yang memiliki potensi ekonomi berbasis wisata dan pertanian.

Selain faktor permodalan, tenaga kerja juga merupakan komponen utama yang menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam teori ekonomi produksi, tenaga kerja dipandang sebagai faktor input yang memiliki pengaruh langsung terhadap tingkat output. Produktivitas tenaga kerja yang tinggi biasanya berbanding lurus dengan peningkatan kapasitas produksi, efisiensi usaha, dan pada akhirnya berdampak positif terhadap pendapatan pelaku usaha. UMKM, terutama yang berada di sektor wisata dan pengolahan, sangat bergantung pada tenaga kerja yang tidak hanya banyak secara jumlah, tetapi juga memiliki keterampilan yang memadai (Widiastuti et al., 2024). Kemampuan tenaga kerja dalam mengelola produksi, memberikan pelayanan, dan memasarkan produk akan menentukan daya saing usaha di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, kualitas sumber daya manusia menjadi penentu utama dalam keberhasilan UMKM untuk meningkatkan pendapatan. Dalam konteks Kabupaten Bojonegoro, tenaga kerja di sektor UMKM sebagian besar berasal dari masyarakat lokal. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2024), sekitar 75 persen pelaku UMKM di daerah ini mempekerjakan tenaga kerja dari keluarga atau lingkungan sekitar. Kondisi ini menunjukkan bahwa sektor UMKM menjadi salah satu penyerap tenaga kerja penting, sekaligus wadah pemberdayaan ekonomi masyarakat pedesaan. Namun, sebagian besar tenaga kerja tersebut masih

berpendidikan menengah ke bawah dan belum memiliki pelatihan kewirausahaan yang memadai.

Hal serupa juga terjadi di Kawasan Agrowisata Belimbing Ngringinrejo, di mana sebagian besar tenaga kerja berasal dari masyarakat sekitar yang sebelumnya berprofesi sebagai petani atau buruh tani. Peralihan profesi menjadi pelaku usaha pariwisata dan pengolahan hasil pertanian menuntut keterampilan baru, seperti kemampuan melayani wisatawan, mengelola usaha, hingga memasarkan produk. Namun kenyataannya, banyak tenaga kerja yang belum mampu beradaptasi dengan tuntutan tersebut karena minimnya pelatihan dan pengalaman di bidang pariwisata dan kewirausahaan. Keterbatasan keterampilan tenaga kerja ini berdampak langsung terhadap kinerja usaha. Misalnya, pelayanan terhadap pengunjung sering kali belum konsisten, promosi produk masih bersifat sederhana, dan inovasi produk olahan belum banyak berkembang (Wulandari et al., 2023). Padahal, sektor agrowisata menuntut kreativitas dan profesionalitas yang tinggi agar mampu menarik minat wisatawan secara berkelanjutan. Tanpa dukungan tenaga kerja yang kompeten, upaya peningkatan pendapatan pelaku UMKM di kawasan ini menjadi sulit tercapai.

Selain keterampilan, faktor lain yang juga penting adalah produktivitas tenaga kerja. Produktivitas berkaitan dengan seberapa efisien tenaga kerja dapat menghasilkan output dalam waktu tertentu. Tenaga kerja yang produktif tidak hanya mampu menghasilkan lebih banyak produk, tetapi juga mampu menjaga kualitas yang konsisten. Dalam banyak kasus, rendahnya produktivitas tenaga

kerja di sektor UMKM disebabkan oleh kurangnya pelatihan, motivasi kerja, dan insentif yang memadai.

Di Agrowisata Belimbing, fenomena ini terlihat dari banyaknya usaha kecil yang masih dikelola secara manual dengan sistem kerja yang belum efisien. Untuk mengatasi hal tersebut, beberapa langkah strategis dapat dilakukan. Pemerintah daerah bersama pengelola agrowisata dapat menyediakan program pelatihan keterampilan yang relevan, seperti pelatihan pelayanan wisata, pembuatan produk olahan, dan pemasaran digital. Pelatihan semacam ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis tenaga kerja, tetapi juga membentuk sikap kerja yang profesional dan berorientasi pada kualitas layanan. Ketika tenaga kerja memahami pentingnya pelayanan yang baik dan inovasi produk, maka kepuasan pelanggan akan meningkat, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan (Widyastuti, 2021). Selain peningkatan keterampilan, penting juga untuk memperhatikan kesejahteraan tenaga kerja. Tenaga kerja yang memperoleh upah layak dan lingkungan kerja yang mendukung akan memiliki motivasi kerja lebih tinggi. Dalam jangka panjang, hal ini akan menciptakan loyalitas dan semangat inovasi di kalangan pekerja. Bagi UMKM di sektor agrowisata, hubungan yang harmonis antara pemilik usaha dan tenaga kerja menjadi modal sosial penting untuk menjaga kesinambungan usaha.

Tenaga kerja yang berkualitas juga memiliki peran strategis dalam membangun citra positif kawasan wisata. Dalam sektor pariwisata, kesan pertama pengunjung sering kali ditentukan oleh interaksi mereka dengan tenaga kerja di lapangan, baik itu pedagang, pemandu wisata, maupun pengelola kios. Sikap

ramah, pelayanan cepat, dan kemampuan berkomunikasi yang baik menjadi faktor yang mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung. Semakin banyak wisatawan yang datang, maka semakin besar pula peluang pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan produk dan memperoleh pendapatan lebih tinggi (Supriatno et al., 2025).

Tenaga kerja yang kompeten juga mampu membantu pelaku usaha dalam mengelola inovasi dan diversifikasi produk. Misalnya, tenaga kerja yang kreatif dapat menciptakan produk olahan belimbing dengan varian baru seperti sirup, manisan, atau keripik, yang memiliki nilai jual lebih tinggi dibandingkan produk mentah. Inovasi semacam ini tidak hanya meningkatkan pendapatan, tetapi juga memperkuat identitas lokal Agrowisata Belimbing sebagai pusat produk khas Bojonegoro. Keterlibatan tenaga kerja perempuan dan pemuda lokal juga patut diperhatikan. Dalam beberapa tahun terakhir, semakin banyak pemuda desa yang mulai tertarik bergabung dalam kegiatan UMKM di sektor agrowisata. Mereka membawa semangat baru, ide-ide kreatif, dan keterampilan digital yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas pasar (Hutama, 2024). Dengan demikian, pemberdayaan tenaga kerja muda dapat menjadi kunci dalam meningkatkan produktivitas dan pendapatan UMKM secara berkelanjutan.

Perkembangan teknologi informasi dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan besar terhadap pola kehidupan ekonomi masyarakat. Salah satu dampak yang paling nyata adalah pergeseran cara masyarakat dalam melakukan transaksi dan berinteraksi bisnis. Kegiatan ekonomi yang sebelumnya berlangsung secara konvensional kini banyak beralih ke sistem digital, termasuk

dalam aktivitas pemasaran produk dan jasa (Nasution, 2023). Fenomena ini melahirkan istilah digital marketing, yaitu strategi pemasaran berbasis teknologi digital yang memanfaatkan berbagai platform daring untuk menjangkau konsumen secara luas, cepat, dan efisien. Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), digital marketing memiliki peran strategis sebagai sarana untuk memperkenalkan produk, meningkatkan penjualan, serta memperluas jaringan pasar tanpa harus bergantung pada lokasi fisik usaha.

Melalui media sosial, marketplace, situs web, dan platform komunikasi digital, pelaku UMKM dapat mempromosikan produknya secara langsung kepada konsumen, membangun hubungan jangka panjang, dan menciptakan citra merek yang kuat. Namun, tingkat adopsi digital marketing di kalangan pelaku UMKM Indonesia masih tergolong rendah. Berdasarkan data Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo, 2024), baru sekitar 30 persen UMKM di Indonesia yang telah memanfaatkan teknologi digital dalam aktivitas pemasaran. Rendahnya angka tersebut disebabkan oleh keterbatasan literasi digital, minimnya pelatihan, dan rendahnya kepercayaan terhadap transaksi daring. Kondisi ini menyebabkan sebagian besar pelaku usaha masih bergantung pada promosi konvensional seperti spanduk, brosur, atau penjualan langsung di lokasi.

Fenomena tersebut juga terlihat jelas di kawasan Agrowisata Belimbing Ngringinrejo Bojonegoro, yang meskipun memiliki potensi ekonomi tinggi dan daya tarik wisata yang kuat, namun belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan promosi dan penjualan. Sebagian besar pelaku usaha di

kawasan ini masih mengandalkan kunjungan langsung wisatawan untuk memperoleh pendapatan.

Digital marketing dapat memberikan sejumlah manfaat langsung bagi pelaku UMKM di Agrowisata Belimbing. Pertama, pemasaran digital memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa harus membuka cabang atau toko fisik di berbagai tempat. Melalui platform seperti Instagram, Facebook, atau TikTok, produk olahan belimbing dapat dipromosikan dengan visual menarik yang mampu menarik perhatian konsumen (Khairani et al., 2025). Kedua, pemasaran digital juga membuka ruang interaksi dua arah antara pelaku usaha dan pelanggan. Pelaku usaha dapat menanggapi pertanyaan, menerima masukan, dan menyesuaikan strategi penjualan berdasarkan umpan balik konsumen secara cepat. Selain itu, digital marketing juga memiliki biaya yang jauh lebih efisien dibandingkan dengan metode promosi konvensional. Pelaku usaha tidak perlu mencetak brosur atau menyewa tempat pameran untuk memperkenalkan produk mereka. Hanya dengan memanfaatkan jaringan internet dan kreativitas dalam membuat konten, promosi dapat dilakukan secara terus-menerus dengan jangkauan yang luas. Hal ini tentu memberikan keuntungan besar bagi pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan modal, karena dapat menekan biaya promosi sekaligus meningkatkan visibilitas produk mereka di pasar yang lebih besar.

Namun, tantangan utama bagi pelaku UMKM di Agrowisata Belimbing Bojonegoro dalam menerapkan digital marketing adalah keterbatasan literasi digital. Banyak pelaku usaha yang belum memahami cara membuat konten

promosi yang menarik, belum menguasai teknik fotografi produk, atau tidak mengetahui strategi penggunaan media sosial secara efektif. Selain itu, sebagian pelaku usaha masih memiliki pandangan bahwa promosi digital hanya cocok untuk bisnis besar, padahal platform daring justru memberikan peluang yang sama bagi semua pelaku usaha tanpa memandang skala bisnisnya. Untuk mengatasi kendala tersebut, perlu adanya pendampingan dan pelatihan digitalisasi usaha bagi pelaku UMKM di kawasan agrowisata. Pemerintah daerah, akademisi, dan komunitas wirausaha dapat berperan penting dalam memberikan pelatihan dasar seperti penggunaan media sosial untuk promosi, manajemen akun bisnis, hingga strategi konten digital. Dengan peningkatan kapasitas digital, pelaku usaha dapat mengelola akun pemasaran sendiri, merancang strategi promosi yang kreatif, dan memanfaatkan fitur-fitur digital untuk memperluas jangkauan pelanggan (Al-atsari et al., 2025). Pemanfaatan digital marketing juga dapat menciptakan efek berantai terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Ketika jangkauan pasar meluas, volume penjualan meningkat, maka pendapatan pelaku usaha juga akan mengalami pertumbuhan. Lebih jauh, penggunaan teknologi digital dapat menciptakan loyalitas pelanggan melalui sistem komunikasi yang cepat dan transparan. Konsumen yang puas akan memberikan ulasan positif dan rekomendasi di media sosial, yang pada gilirannya menarik minat pembeli baru. Dalam konteks Agrowisata Belimbing Bojonegoro, penerapan digital marketing juga memiliki potensi untuk memperkuat branding destinasi wisata daerah. Melalui promosi digital yang konsisten, kawasan ini dapat dikenal tidak hanya sebagai kebun belimbing, tetapi juga sebagai pusat produk unggulan lokal

Bojonegoro. Peningkatan citra kawasan akan berdampak langsung terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, yang kemudian membuka peluang pendapatan lebih besar bagi para pelaku usaha lokal.

Selain media sosial, pelaku UMKM juga dapat memanfaatkan platform marketplace seperti Shopee, Tokopedia, atau TikTok Shop untuk memasarkan produk olahan mereka ke luar daerah. Beberapa pelaku usaha muda di Bojonegoro sudah mulai mencoba menjual sirup belimbing dan olahan kering melalui platform daring, dan hasilnya cukup menjanjikan. Jika strategi ini diterapkan secara luas, maka pendapatan pelaku UMKM di Agrowisata Belimbing dapat meningkat secara signifikan tanpa harus menunggu musim wisata tiba. Lebih dari sekadar alat promosi, digital marketing juga berperan sebagai alat transformasi sosial dan ekonomi. Melalui dunia digital, pelaku UMKM memiliki kesempatan yang sama untuk berkembang, tanpa dibatasi oleh skala usaha atau lokasi geografis. (Hidayah, 2023) peningkatan kemampuan digital juga menciptakan generasi baru wirausaha muda di pedesaan yang melek teknologi, inovatif, dan berorientasi pada pasar modern. Dengan demikian, digital marketing bukan hanya instrumen bisnis, tetapi juga jembatan menuju ekonomi lokal yang mandiri dan berkelanjutan.

Pendapatan pelaku UMKM merupakan hasil dari berbagai aktivitas ekonomi yang saling berkaitan dan tidak berdiri sendiri. Faktor-faktor seperti akses permodalan, tenaga kerja, dan digital marketing memiliki hubungan yang erat satu sama lain dan secara simultan menentukan sejauh mana sebuah usaha mampu bertahan, berkembang, dan menghasilkan keuntungan (Huntehu et al.,

2024). Ketiga variabel tersebut ibarat tiga pilar yang menopang keberhasilan usaha: ketika salah satunya lemah, maka keseimbangan kinerja usaha pun terganggu. Akses permodalan memberikan fondasi keuangan bagi pelaku UMKM untuk menjalankan operasional usaha, memperluas kapasitas produksi, serta melakukan inovasi produk. Namun, modal yang besar tidak akan efektif tanpa adanya tenaga kerja yang kompeten dalam mengelolanya. Tenaga kerja berperan sebagai pelaksana utama dalam proses produksi, pelayanan, dan pemasaran. Di sisi lain, keberadaan tenaga kerja yang terampil perlu didukung oleh strategi pemasaran yang adaptif terhadap perubahan zaman, di sinilah digital marketing memainkan peran penting sebagai penghubung antara produk dan pasar (Choiriyah & Permatasari, 2024). Ketika ketiga faktor ini berjalan beriringan, maka pelaku UMKM akan memiliki daya saing yang kuat. Permodalan memberikan sumber daya untuk berinovasi, tenaga kerja mengubah sumber daya itu menjadi produk yang berkualitas, dan digital marketing memperkenalkan produk tersebut ke pasar yang lebih luas. Sinergi ini menciptakan peningkatan volume penjualan dan pada akhirnya mendorong peningkatan pendapatan usaha secara signifikan.

Dalam konteks Agrowisata Belimbing Bojonegoro, keterkaitan ini terlihat jelas dalam kehidupan ekonomi masyarakat sehari-hari. Pelaku usaha yang memiliki modal memadai dapat mempekerjakan tenaga kerja lebih banyak, memperbaiki kualitas layanan, dan memanfaatkan media sosial untuk menarik pengunjung. Sementara itu, pelaku usaha yang tidak memiliki akses modal dan belum memahami teknologi digital cenderung bergantung pada pengunjung

musiman, sehingga pendapatannya fluktuatif dan sulit berkembang. Sebagai contoh, beberapa pelaku usaha olahan belimbing di kawasan ini mulai memanfaatkan media sosial untuk promosi produk, dan hasilnya penjualan meningkat meskipun jumlah wisatawan menurun pada musim tertentu (Arifiyyati et al., 2022).

Sebaliknya, pelaku usaha yang masih bergantung pada sistem konvensional cenderung hanya memperoleh pendapatan pada akhir pekan atau masa liburan. Perbedaan ini menunjukkan betapa pentingnya peran integratif dari ketiga faktor modal, tenaga kerja, dan digital marketing dalam membentuk pendapatan yang stabil dan berkelanjutan bagi UMKM di kawasan agrowisata. Selain memberikan dampak ekonomi langsung, keterpaduan ketiga faktor tersebut juga menciptakan dampak sosial yang luas. Peningkatan pendapatan pelaku UMKM mendorong tumbuhnya lapangan kerja baru, memperkuat daya beli masyarakat, serta memperkuat ketahanan ekonomi keluarga (Clarita, sena angela ana, bei marselinus, 2024). Hal ini sejalan dengan tujuan pembangunan ekonomi daerah yang menekankan pada prinsip kemandirian dan pemberdayaan masyarakat. Dengan demikian, keberhasilan UMKM di Agrowisata Belimbing tidak hanya berdampak pada individu pelaku usaha, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat Bojonegoro secara umum.

Meskipun ketiga faktor tersebut memiliki peran penting dalam peningkatan pendapatan, kenyataannya masih terdapat berbagai kesenjangan yang perlu diatasi (Sitompul et al., 2025). Pertama, akses terhadap pembiayaan formal bagi pelaku UMKM masih sangat terbatas. Banyak pelaku usaha yang tidak

memiliki jaminan atau catatan administrasi yang memadai, sehingga sulit mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan resmi. Kedua, kualitas sumber daya manusia di sektor ini masih rendah karena keterbatasan pelatihan dan pendampingan usaha. Banyak tenaga kerja yang bekerja secara turun-temurun tanpa inovasi baru dalam produksi atau pelayanan. Ketiga, pemanfaatan digital marketing belum optimal karena rendahnya kemampuan teknis dan kurangnya dukungan infrastruktur digital di tingkat lokal.

Kesenjangan tersebut membuat peningkatan pendapatan UMKM berjalan lambat, bahkan stagnan pada beberapa periode. Beberapa pelaku usaha di Agrowisata Belimbing masih bergantung pada penjualan langsung tanpa strategi pemasaran yang berkelanjutan. Padahal, di tengah era digital seperti sekarang, peluang untuk memperluas pasar terbuka sangat lebar. Ketika pelaku usaha mampu mengombinasikan modal yang cukup, tenaga kerja yang produktif, dan strategi digital yang efektif, maka pendapatan mereka akan meningkat signifikan. Untuk mencapai kondisi ideal tersebut, perlu adanya sinergi antara pemerintah daerah, pelaku usaha, lembaga keuangan, dan masyarakat akademik. Pemerintah dapat berperan dalam menciptakan kebijakan yang mendukung akses pembiayaan inklusif serta menyediakan pelatihan keterampilan digital dan kewirausahaan. Lembaga keuangan dapat mengembangkan produk pembiayaan mikro dengan persyaratan yang lebih sederhana dan bunga yang lebih rendah. Sementara perguruan tinggi dapat berkontribusi melalui program pendampingan dan penelitian yang relevan dengan kebutuhan pelaku usaha.

Melihat kondisi yang telah diuraikan, penelitian mengenai pengaruh akses permodalan, tenaga kerja, dan digital marketing terhadap pendapatan UMKM di Agrowisata Belimbing Bojonegoro menjadi sangat penting untuk dilakukan. Pertama, penelitian ini relevan dengan kebutuhan nyata di lapangan, di mana pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala struktural dan teknis yang memengaruhi pendapatan mereka. Kedua, penelitian ini memberikan kontribusi ilmiah untuk memperkaya literatur tentang pengembangan ekonomi lokal berbasis agrowisata dan digitalisasi usaha mikro. Ketiga, penelitian ini memiliki nilai praktis karena hasilnya dapat dijadikan rujukan oleh pemerintah daerah, pengelola kawasan wisata, dan pelaku UMKM dalam merumuskan strategi peningkatan pendapatan yang efektif dan berkelanjutan.

Penelitian ini juga sejalan dengan upaya nasional dalam memperkuat sektor UMKM sebagai tulang punggung ekonomi rakyat. Dalam era digitalisasi ekonomi saat ini, keberhasilan UMKM tidak hanya bergantung pada kemampuan produksi, tetapi juga pada kemampuan beradaptasi terhadap perubahan teknologi dan pasar. Oleh karena itu, penelitian yang mengkaji keterkaitan antara akses modal, tenaga kerja, dan digital marketing terhadap pendapatan menjadi sangat relevan sebagai dasar kebijakan pembangunan ekonomi lokal.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian daerah karena mampu menyerap tenaga kerja dan menjadi sumber pendapatan masyarakat. Salah satu sektor UMKM yang berkembang di Kabupaten Bojonegoro adalah UMKM yang berada di kawasan Agrowisata Belimbing. Keberadaan UMKM di kawasan ini diharapkan mampu meningkatkan

pendapatan pelaku usaha melalui aktivitas wisata dan penjualan produk olahan belimbing. Namun, pada kenyataannya tidak seluruh UMKM di kawasan tersebut mengalami peningkatan pendapatan yang optimal, sehingga menunjukkan adanya permasalahan dalam pengelolaan usaha.

Pendapatan UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya **akses** permodalan, tenaga kerja, dan digital marketing. Akses permodalan diperlukan untuk menunjang keberlangsungan dan pengembangan usaha, baik untuk menambah kapasitas produksi maupun memperluas usaha. Tenaga kerja berperan dalam menjalankan proses produksi dan pelayanan, sementara digital marketing menjadi sarana penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji pengaruh akses permodalan, tenaga kerja, dan digital marketing terhadap pendapatan UMKM, namun menunjukkan hasil yang belum konsisten. Sejumlah penelitian menyatakan bahwa akses permodalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM, sementara penelitian lain menemukan bahwa akses permodalan tidak berpengaruh signifikan karena pelaku UMKM masih bergantung pada modal pribadi dan belum mampu memanfaatkan modal secara produktif. Penelitian mengenai tenaga kerja juga menunjukkan perbedaan hasil, di mana beberapa studi menyimpulkan bahwa tenaga kerja berpengaruh terhadap pendapatan UMKM, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan bahwa tenaga kerja belum memberikan kontribusi optimal akibat rendahnya produktivitas dan keterampilan kerja. Demikian pula dengan digital marketing, sebagian penelitian menemukan

pengaruh positif terhadap pendapatan UMKM, namun penelitian lain menunjukkan bahwa pemanfaatan digital marketing belum berdampak signifikan karena keterbatasan literasi digital pelaku usaha.

Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya research gap, yang mengindikasikan bahwa pengaruh akses permodalan, tenaga kerja, dan digital marketing terhadap pendapatan UMKM sangat bergantung pada kondisi dan karakteristik lokal. UMKM di kawasan agrowisata memiliki karakteristik yang berbeda dengan UMKM pada sektor lainnya, baik dari sisi pola usaha, ketergantungan pada kunjungan wisata, maupun kemampuan pelaku usaha dalam mengelola modal, tenaga kerja, dan pemasaran digital.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna mengkaji secara lebih mendalam pengaruh akses permodalan, tenaga kerja, dan digital marketing terhadap pendapatan UMKM di Agrowisata Belimbing Bojonegoro. Kebaruan penelitian ini terletak pada upaya memahami fenomena empiris yang dialami pelaku UMKM dalam konteks agrowisata, sehingga diharapkan hasil penelitian mampu memberikan gambaran yang lebih kontekstual serta menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku UMKM dan pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan pengembangan UMKM yang tepat sasaran.

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah pengaruh akses permodalan terhadap pendapatan UMKM di Agrowisata Belimbing Bojonegoro?
2. Apakah pengaruh tenaga kerja terhadap pendapatan UMKM di Agrowisata Belimbing Bojonegoro?
3. Apakah pengaruh digital marketing terhadap pendapatan UMKM di Agrowisata Belimbing Bojonegoro?
4. Apakah pengaruh akses permodalan, tenaga kerja, dan digital marketing secara simultan terhadap pendapatan UMKM di Agrowisata Belimbing Bojonegoro?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh akses permodalan terhadap pendapatan UMKM di Agrowisata Belimbing Bojonegoro.
2. Menganalisis pengaruh tenaga kerja terhadap pendapatan UMKM di Agrowisata Belimbing Bojonegoro.
3. Menganalisis pengaruh digital marketing terhadap pendapatan UMKM di Agrowisata Belimbing Bojonegoro.
4. Menganalisis pengaruh akses permodalan, tenaga kerja, dan digital marketing secara simultan terhadap pendapatan UMKM di Agrowisata Belimbing Bojonegoro.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu ekonomi dan manajemen, khususnya dalam kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian ini berupaya memperkaya literatur mengenai keterkaitan antara akses permodalan, tenaga kerja, dan digital marketing terhadap pendapatan usaha, terutama dalam konteks ekonomi lokal berbasis agrowisata. Melalui analisis empiris yang dilakukan, penelitian ini diharapkan mampu memperkuat pemahaman teoretis mengenai bagaimana ketiga variabel tersebut berperan secara simultan dalam meningkatkan kinerja ekonomi pelaku usaha. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi akademik bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji model peningkatan pendapatan UMKM melalui pendekatan integratif antara faktor keuangan, sumber daya manusia, dan teknologi digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya memberikan nilai tambah bagi pengembangan teori, tetapi juga memperluas perspektif tentang strategi pembangunan ekonomi daerah yang berkelanjutan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

- a. Bagi pelaku UMKM, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan strategi usaha, seperti pengelolaan modal yang lebih efektif, peningkatan keterampilan tenaga kerja, dan penerapan digital marketing untuk memperluas pasar serta meningkatkan pendapatan.
- b. Bagi Pemerintah Daerah, penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam merumuskan kebijakan yang mendukung penguatan sektor UMKM, terutama dalam hal akses pembiayaan, pelatihan sumber daya manusia, dan digitalisasi pemasaran di kawasan Agrowisata Belimbing Bojonegoro.
- c. Bagi Akademisi dan peneliti, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi dan referensi ilmiah untuk mengembangkan kajian lebih lanjut tentang strategi peningkatan pendapatan UMKM berbasis potensi lokal dan teknologi digital.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan agar pembahasan lebih terfokus dan hasil yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun batasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek Penelitian, dibatasi pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang beroperasi di kawasan Agrowisata Belimbing Ngringinrejo, Kecamatan Kalitidu, Kabupaten Bojonegoro. Penelitian tidak mencakup UMKM di luar kawasan tersebut agar hasil analisis lebih spesifik dan menggambarkan kondisi ekonomi lokal secara akurat.

2. Subjek Penelitian, dibatasi pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang beroperasi di kawasan Agrowisata Belimbing Ngringinrejo, Bojonegoro. Mereka dijadikan responden dalam pengumpulan data melalui kuesioner untuk memperoleh informasi mengenai kondisi usaha, permodalan, tenaga kerja, penggunaan digital marketing, dan tingkat pendapatan.
3. Variabel yang diteliti, hanya meliputi tiga faktor utama yang dianggap berpengaruh terhadap pendapatan UMKM, yaitu akses permodalan (X_1), tenaga kerja (X_2), dan digital marketing (X_3) sebagai variabel independen, serta pendapatan UMKM (Y) sebagai variabel dependen. Faktor lain seperti kebijakan pemerintah, lokasi usaha, atau kualitas produk tidak dibahas secara mendalam karena berada di luar ruang lingkup penelitian ini.
4. Pendekatan penelitian, yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM di kawasan Agrowisata Belimbing Bojonegoro, sehingga hasil penelitian bersifat deskriptif dan inferensial berdasarkan data numerik.
5. Periode Penelitian, ibatasi pada kondisi tahun 2025, sehingga hasil penelitian ini menggambarkan situasi dan pengaruh antarvariabel pada periode tersebut. Perubahan kondisi ekonomi, kebijakan, atau teknologi di masa mendatang dapat memengaruhi hasil jika penelitian diulang pada waktu berbeda.