FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN UMKM BIDANG FASHION DI KOTA PONTIANAK

TUGAS AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana

ADINDA ELFARIANI
NIM. B1011211097

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama	:	Adinda Elfariani
NIM	:	B1011211097
Jurusan	:	Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan
Program Studi	:	Ekonomi Pembangunan
Judul Proposal / TA	:	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Bidang Fashion di Kota Pontianak

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir (TA) dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Tugas Akhir (TA) dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 16 September 2025



Adinda Elfariani
NIM. B1011211097

PERTANGGUNGJAWABAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama	:	Adinda Elfariani
NIM	:	B1011211097
Jurusan	:	Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan
Program Studi	:	Ekonomi Pembangunan
Tanggal Ujian	:	23 Juli 2025
Judul Proposal / TA	:	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Bidang Fashion di Kota Pontianak

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir (TA) ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar.

Pontianak, 16 September 2025



Adinda Elfariani
NIM. B1011211097

LEMBAR YURIDIS

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Bidang Fashion di Kota Pontianak

Penanggung Jawab Yuridis

Adinda Elfariani
B1011211097

Jurusan	:	Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Program Studi	:	Ekonomi Pembangunan
Tgl Ujian Tugas Akhir (TA)	:	23 Juli 2025

Majelis Penguji

No.	Majelis Penguji	Nama/NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
1.	Pembimbing Utama	Dr. Akhmad Yani, S.E., M.Si. NIP 196212291988101001	11/08/2025	
2.	Ketua Penguji	Muz'an Sulaiman, S.E., M.M. NIP 196108241987031003	04/08/2025	
3.	Anggota Penguji	Fara Dina, S.E., M.E. NIP 198607302019032010	31/07/2025	

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus
Dalam Ujian Tugas Akhir (TA)

Pontianak, 19 SEP 2025
Koordinator Program Studi Ekonomi Pembangunan

Yanto, S.E., M.Sc.
NIP 197706152003121004

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat dan kasih karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan dan penulisan Tugas Akhir ini. Shalawat beserta salam juga senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Tugas Akhir ini merupakan syarat akademis dalam memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura. Adapun judul Tugas Akhir ini adalah **"Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Bidang Fashion di Kota Pontianak"**.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari keterlibatan banyak pihak yang membantu, membimbing, mendukung, dan memberikan saran, masukan, serta doa. Dalam kesempatan ini penulis dengan ketulusan dan kerendahan hati menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Hj. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
2. Ibu Nurul Bariyah, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
3. Bapak Yanto, S.E., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
4. Bapak Dr. Akhmad Yani, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membimbing, membantu, serta memberikan masukan dan arahan kepada penulis sehingga penulisan tugas akhir ini dapat berjalan lancar dan selesai.
5. Bapak Muz'an Sulaiman, S.E., M.M. selaku dosen penguji pertama yang telah banyak memberikan masukan dan saran dalam penulisan tugas akhir ini.
6. Ibu Fara Dina, S.E., M.E. selaku dosen penguji kedua yang telah banyak memberikan masukan dan saran dalam penulisan tugas akhir ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen yang telah membagikan banyak ilmunya kepada penulis terkhusus Dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
8. Seluruh Staf Akademik, Perpustakaan, dan Tata Usaha serta seluruh karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura yang membantu dalam proses admnistrasi demi kelancaran tugas akhir ini.
9. Cinta pertamaku, Ayah tercinta yaitu Agus Taher. Terima kasih selalu berjuang dalam mengupayakan yang terbaik untuk kehidupan penulis, yang tiada hentinya memberikan motivasi, perhatian, kasih sayang, serta dukungan dari segi finansial sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini untuk mendapat gelar sarjana.
10. Belahan jiwaku, Mama tercinta yaitu Eni Dewi Susana. Terima kasih atas setiap semangat, ridho, perhatian, kasih sayang dan doa yang selalu terselip disetiap sholatnya demi keberhasilan penulis dalam mengenyam pendidikan sampai menjadi sarjana.
11. Saudara tercinta, Adik saya yaitu Albani Dwi Saputra yang selalu membuat penulis termotivasi untuk bisa terus belajar menjadi sosok kakak yang dapat memberikan

pengaruh *positif*, baik dalam bidang akademik maupun *non*-akademik, serta berusaha menjadi panutannya di masa yang akan datang kelak.

12. Teruntuk Rizka Triandryani dan Vanny Rahmasari, sahabat penulis yang selalu menemani, memberi motivasi dan semangat yang luar biasa hingga saat ini. Terima kasih sudah menjadi sahabat yang sangat baik bahkan seperti saudara. Terima kasih karena tidak pernah meninggalkan penulis sendirian, dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama ini.
13. Pada teman seperjuangan di angkatan 2021 yaitu Elvina, Suci, Riyantika, Noveinda, dan Dayang. Terima kasih atas setiap dukungan, semangat, dan tawa yang kalian bagi sejak semester pertama hingga akhirnya kita bisa menutup perjalanan ini bersama. Meskipun setelah ini akan menjalani kehidupan masing-masing yang berbeda, kesibukan yang berbeda, semoga pertemanan ini selalu terjaga selamanya.
14. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Farel Mahesa Hendri. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan tugas akhir ini, baik tenaga maupun waktu yang diberikan kepada penulis. Terima kasih telah sabar menemani, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, dan meyakinkan penulis untuk pantang menyerah.
15. Terakhir untuk diri sendiri, Adinda Elfariani. Apresiasi sebesar-besarnya karena sudah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah dimulai. Perjalanan ini tidak mudah, ada malam-malam panjang yang penuh kecemasan, ada rasa lelah yang tak bisa dibagi, namun kamu berhasil melewatinya, bukan karena segalanya mudah, tapi karena kamu tidak berhenti mencoba. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini.

Pontianak, 22 September 2025



Adinda Elfariani
NIM. B1011211097

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN UMKM BIDANG FASHION DI KOTA PONTIANAK

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bidang fashion di Kota Pontianak. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner terbuka dan wawancara terstruktur kepada pelaku UMKM yang dipilih secara purposive. Fokus utama penelitian ini meliputi tiga faktor, yaitu modal, harga, dan penggunaan e-commerce, yang dinilai memiliki kontribusi terhadap besarnya pendapatan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal berperan penting dalam menentukan kapasitas produksi dan variasi produk yang ditawarkan. Faktor harga juga memengaruhi minat beli konsumen, terutama jika disesuaikan dengan daya beli masyarakat setempat. Sementara itu, penggunaan e-commerce membantu pelaku UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi promosi. Dengan demikian, pengelolaan yang tepat terhadap ketiga faktor tersebut berkontribusi pada peningkatan pendapatan UMKM fashion di Kota Pontianak.

Kata Kunci : Pendapatan UMKM, Modal, Harga, E-commerce.

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN UMKM BIDANG FASHION DI KOTA PONTIANAK

Oleh : Adinda Elfariani
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura

RINGKASAN

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, baik di negara maju maupun berkembang. Di Indonesia, UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap perluasan kesempatan kerja dan pengurangan ketimpangan pendapatan, tetapi juga menjadi penggerak utama dalam pembangunan ekonomi daerah. Salah satu sektor UMKM yang mengalami perkembangan pesat adalah usaha di sektor fashion. Di Kota Pontianak, jumlah pelaku usaha fashion terus meningkat seiring dengan kemunculan tren mode dan tingginya permintaan pasar. Pertumbuhan ini menunjukkan adanya potensi ekonomi yang besar serta kontribusi nyata terhadap dinamika usaha lokal.

Meskipun demikian, perkembangan tersebut masih dihadapkan pada berbagai tantangan yang memengaruhi pendapatan pelaku UMKM fashion. Modal, harga, dan penggunaan e-commerce menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan usaha. Keterbatasan modal dapat menghambat peningkatan kapasitas produksi, kualitas produk, dan perluasan jangkauan pasar. Penetapan harga yang tidak selaras dengan daya beli konsumen atau kondisi pasar dapat mengurangi daya saing. Sementara itu, pemanfaatan e-commerce yang belum optimal, terutama akibat rendahnya konsistensi dalam pengelolaan penjualan berbasis digital, membuat potensi pasar daring belum tergarap sepenuhnya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam bagaimana modal, harga, dan pemanfaatan e-commerce berperan dalam membentuk pendapatan UMKM fashion di Kota Pontianak, serta memahami strategi dan tantangan yang dihadapi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian dilaksanakan di Kota Pontianak pada bulan Mei 2025. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari pelaku UMKM di bidang fashion melalui kuesioner terbuka dan wawancara terstruktur, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur, jurnal, dokumen instansi terkait, dan sumber online yang relevan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan pola

berpikir induktif, dimulai dari temuan di lapangan kemudian ditarik kesimpulan untuk memahami peran modal, harga, dan e-commerce terhadap pendapatan UMKM fashion di Kota Pontianak.

3. HASIL PENELITIAN

1. Modal menjadi salah satu faktor utama yang menunjang keberlangsungan dan perkembangan usaha. Dengan modal yang memadai, pelaku usaha dapat menambah jumlah stok, meningkatkan kualitas produk, serta melakukan inovasi untuk menarik minat konsumen. Modal yang cukup juga digunakan untuk memperluas jangkauan pemasaran baik secara langsung maupun melalui media digital. Hal ini berperan penting dalam mendorong pertumbuhan usaha dan meningkatkan pendapatan.
2. Harga memegang peranan penting dalam menentukan besarnya pendapatan yang diperoleh. Penetapan harga yang tepat, seimbang antara kualitas produk dan daya beli konsumen, dapat meningkatkan minat pembelian. Harga yang kompetitif membantu mempertahankan pelanggan sekaligus menarik konsumen baru. Selain itu, strategi harga yang konsisten mampu menjaga stabilitas pendapatan dan kelancaran usaha.
3. Pemanfaatan e-commerce menjadi salah satu strategi efektif untuk meningkatkan pendapatan. Melalui platform digital, pelaku usaha dapat mempromosikan produk secara luas tanpa batasan geografis. E-commerce juga mempermudah interaksi dengan konsumen, mempercepat proses transaksi, dan meningkatkan peluang penjualan. Semakin aktif penggunaan e-commerce, semakin besar potensi pertumbuhan pendapatan yang diperoleh.

4. SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan:

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, diperoleh bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM fashion di Kota Pontianak meliputi faktor modal, faktor harga, dan faktor penggunaan e-commerce. Hal ini disebabkan karena semakin besar modal yang dimiliki pelaku UMKM, maka semakin luas kapasitas stok pakaian dan variasi produk yang dapat ditawarkan kepada konsumen. Penetapan harga produk yang tepat juga akan mempengaruhi minat beli dan loyalitas pelanggan. Selain itu, pemanfaatan e-commerce dapat menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga meningkatkan peluang penjualan. Keuntungan yang diperoleh dapat digunakan kembali sebagai modal untuk memperbesar skala usaha. Dengan demikian, semakin efektif pengelolaan terhadap faktor-faktor tersebut, maka semakin besar pula pendapatan yang diterima pelaku UMKM fashion di Kota Pontianak, sehingga pendapatan yang dihasilkan akan semakin meningkat.

Rekomendasi:

1. Pelaku UMKM disarankan untuk lebih bijak mengelola modal yang dimiliki, seperti memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta memutar kembali keuntungan untuk

pengadaan stok. Selain itu, perlu memanfaatkan program bantuan modal dari pemerintah atau koperasi yang sesuai dengan jenis usahanya agar skala produksi dapat ditingkatkan secara bertahap.

2. Pelaku UMKM perlu menetapkan harga jual yang sesuai dengan kualitas dan segmen pasar yang dituju. Strategi harga yang tepat, tidak terlalu mahal namun tetap menguntungkan, dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan membangun loyalitas pelanggan. Selain itu, konsistensi dalam harga juga penting untuk menjaga kepercayaan pasar.
3. Pelaku UMKM perlu mengelola kehadiran digital mereka secara aktif. Hal ini dapat mencakup pengelolaan toko online yang konsisten, penggunaan foto produk yang profesional, deskripsi produk yang menarik, serta strategi promosi melalui media sosial dan platform e-commerce. Selain itu, pelatihan digital marketing dan peningkatan kualitas konten promosi sangat penting untuk menarik konsumen dan meningkatkan penjualan secara daring.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT i
PERTANGGUNGJAWABAN TUGAS AKHIR ii
LEMBAR YURIDIS iii
UCAPAN TERIMA KASIH iv
ABSTRAK vi
RINGKASAN vii
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR LAMPIRAN xii

1. PENDAHULUAN 2
2. KAJIAN LITERATUR 5
   2.1 Tinjauan Teori 5
      2.1.1 Teori Pendapatan 5
      2.1.2 Modal 6
      2.1.3 Harga 6
      2.1.4 E-commerce 7
      2.1.5 UMKM dan Perkembangan Ekonomi 7
   2.2 Tinjauan Empiris 8
3. METODE PENELITIAN 10
   3.1 Bentuk Penelitian 10
   3.2 Metode dan Alat Analisis 11
4. HASIL DAN PEMBAHASAN 11
   4.1 Gambaran Umum UMKM Bidang Fashion 11
   4.2 Penyajian Data dan Analisis Deskriptif 11
      4.2.1 Modal 12
      4.2.2 Harga 13
      4.2.3 Penggunaan E-commerce 14
      4.2.4 Pendapatan (Omzet) UMKM 15
   4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Bidang Fashion 16
   4.4 Pembahasan 18
5. SIMPULAN DAN REKOMENDASI 20
   5.1 Simpulan 20
   5.2 Rekomendasi 20

DAFTAR PUSTAKA 22
LAMPIRAN 25

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Jumlah UMKM di Kota Pontianak 3
Tabel 2. Pelaku Usaha Fashion di Kota Pontianak 3
Tabel 3. Distribusi Sumber Modal Utama Usaha 12
Tabel 4. Distribusi Besar Modal Awal Usaha 12
Tabel 5. Distribusi Harga Jual Rata-Rata Produk 13
Tabel 6. Distribusi Kisaran Harga Produk yang Sering dibeli Konsumen 13
Tabel 7. Distribusi Platform E-commerce 14
Tabel 8. Distribusi Frekuensi Unggah Produk 14
Tabel 9. Distribusi Total Omzet Bulanan 15
Tabel 10. Distribusi Sumber Omzet Terbesar 15
Tabel 11. Distribusi Kecenderungan Pendapatan 16

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Alat Pengumpulan Data (APD) 25
Lampiran 2. Rekap Tabulasi Kuesioner 26
Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian 35

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN UMKM BIDANG FASHION DI KOTA PONTIANAK

Adinda Elfariani[1]
Universitas Tanjungpura, Indonesia

Dr. Akhmad Yani, S.E., M.Si[2]
Universitas Tanjungpura, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to describe the factors that influence the income of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the fashion sector in Pontianak City. The research uses a descriptive qualitative approach, with data collected through open-ended questionnaires and structured interviews with selected MSME actors using purposive sampling. The main focus of this research includes three key factors: capital, pricing, and the use of e-commerce, which are considered to contribute to the level of business income. The findings reveal that capital plays a crucial role in determining production capacity and product variety. Pricing also affects consumer purchasing interest, especially when aligned with the local community's purchasing power. Meanwhile, the use of e-commerce enables MSMEs to reach a wider market and improve promotional efficiency. Thus, proper management of these three factors contributes to increasing the income of fashion MSMEs in Pontianak City.

Keywords : *MSME Income, Capital, Price, E-commerce.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bidang fashion di Kota Pontianak. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner terbuka dan wawancara terstruktur kepada pelaku UMKM yang dipilih secara purposive. Fokus utama penelitian ini meliputi tiga faktor, yaitu modal, harga, dan penggunaan e-commerce, yang dinilai memiliki kontribusi terhadap besarnya pendapatan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal berperan penting dalam menentukan kapasitas produksi dan variasi produk yang ditawarkan. Faktor harga juga memengaruhi minat beli konsumen, terutama jika disesuaikan dengan daya beli masyarakat setempat. Sementara itu, penggunaan e-commerce membantu pelaku UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi promosi. Dengan demikian, pengelolaan yang tepat terhadap ketiga faktor tersebut berkontribusi pada peningkatan pendapatan UMKM fashion di Kota Pontianak.

Kata Kunci : *Pendapatan UMKM, Modal, Harga, E-commerce.*

*B1011211097@student.untan.ac.id

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi setiap negara, baik negara maju maupun berkembang. Sebagai negara berkembang, Indonesia berusaha mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur dengan meningkatkan ekonomi, mengatasi ketidaksamaan pendapatan, dan mengurangi kemiskinan (Putri & Purwanti, 2022). Pertumbuhan ekonomi berkaitan erat dengan kesejahteraan masyarakat dan menjadi dasar dalam perencanaan pembangunan. Untuk menjadi negara maju, Indonesia perlu fokus pada penguatan ekonomi nasional (Wirawan & Indrajaya, 2019). Kemajuan ekonomi tidak hanya bergantung pada sektor formal, tetapi juga didukung oleh sektor informal seperti UMKM. Peran yang signifikan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia dimiliki oleh sektor informal, serta pendapatan masyarakat dan dampak yang tidak langsung terhadap pendapatan nasional juga dihasilkan oleh kontribusi yang diberikan oleh sektor tersebut (Ainun Iliana et al., 2023).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki banyak jenis bidang yang berbeda, termasuk UMKM di bidang fashion. UMKM fashion merupakan bisnis yang bergerak dalam produksi dan penjualan produk fashion, seperti pakaian, alas kaki, dan aksesori (Ayunda, 2023). Di Kota Pontianak, UMKM fashion terus berkembang pesat seiring dengan munculnya tren fashion terbaru setiap bulan. Peluang bisnis di sektor ini sangat menjanjikan karena pakaian merupakan kebutuhan sekunder Berdasarkan data dari Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kalimantan Barat, jumlah UMKM bidang fashion antara tahun 2019 hingga 2023 menunjukkan fluktuasi signifikan. Untuk menghadapi kondisi ini, pelaku usaha harus meningkatkan pengelolaan sumber daya dan waktu guna memberikan pelayanan berkualitas, sehingga konsumen puas dan loyal. Adaptasi strategi yang efektif dan pemanfaatan platform digital juga penting untuk menjangkau pasar dan menghasilkan produk unggul yang mampu bersaing (Gustina et al., 2022).

Dalam pelaksanaan dan keberlangsungan UMKM fashion ini terdapat beberapa faktor yang memiliki peran penting dalam mendukung jalannya usaha serta pencapaian pendapatan yang optimal. Di antaranya, faktor modal, harga, dan e-commerce menjadi komponen utama yang dapat mendorong peningkatan pendapatan serta mendukung perkembangan usaha secara keseluruhan.

Modal adalah salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM fashion. Modal dibutuhkan saat memulai dan mengembangkan suatu usaha, jika tidak tercukupi, maka kelancaran operasional usaha akan terhambat, yang pada akhirnya berdampak pada pendapatan yang dihasilkan (Candraningrat et al., 2021). Menurut Putri (2022), peningkatan modal dapat memberikan dampak positif terhadap pendapatan. Memungkinkan UMKM untuk membeli lebih banyak bahan baku, menyewa tempat yang lebih besar, menambah tenaga kerja, serta memperluas jangkauan pasar melalui promosi dan strategi pemasaran, yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan.

Harga adalah faktor penting dalam usaha UMKM fashion. Strategi penetapan harga yang tepat dapat mempengaruhi daya beli konsumen serta menentukan tingkat keuntungan usaha (Widiyanto et al., 2021). Sebagai bagian dari bauran pemasaran, harga harus ditetapkan dengan jelas untuk mencerminkan profesionalisme serta kualitas produk. Produk dengan mutu tinggi cenderung dihargai lebih mahal dan tetap diminati konsumen

(Luthfiyah & Rachman, 2023). Dalam persaingan yang semakin ketat, pelaku UMKM harus mampu menetapkan harga yang kompetitif agar tetap bertahan dan meningkatkan penjualan.

E-commerce adalah faktor penting yang digunakan untuk kelancaran usaha UMKM fashion. Menurut Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pontianak, penggunaan e-commerce berperan penting dalam meningkatkan pendapatan usaha mikro. Kurangnya pemahaman tentang perkembangan teknologi informasi dapat menghambat kemajuan sarana dan prasarana usaha. Banyak pelaku UMKM yang belum mempergunakan platform digital secara maksimal untuk memasarkan produknya. Sementara, salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan usaha adalah dengan kemampuan untuk beradaptasi terhadap perkembangan teknologi, termasuk penggunaan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional (Tajuddin & Manan, 2017).

Tabel 1. Data Jumlah UMKM di Kota Pontianak

Jumlah UMKM							
No.	**Kecamatan**	**Jenis**	**Tahun**				
			2019	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**
1.	Pontianak Barat	Unit	5138	6052	5001	2166	6336
2.	Pontianak Selatan	Unit	7205	7541	4988	2177	4346
3.	Pontianak Utara	Unit	3366	3631	5002	799	4846
4.	Pontianak Timur	Unit	2804	2343	5005	1113	6145
5.	Pontianak Kota	Unit	8361	8782	5000	3102	3722
6.	Pontianak Tenggara	Unit	1832	2157	4979	1156	2733
	Jumlah	**Unit**	**28706**	**30506**	**29975**	**10513**	**28128**

Sumber: Satu Data Kota Pontianak, 2024

Berdasarkan Tabel 1, jumlah UMKM di Kota Pontianak mengalami fluktuasi yang signifikan selama periode 2019 hingga 2023. Jumlahnya meningkat pada tahun 2020, turun drastis pada tahun 2022, dan kembali meningkat pada tahun 2023. Dari 6 kecamatan, Pontianak Barat mencatatkan peningkatan terbesar, dengan jumlah UMKM meningkat menjadi 6.336 unit pada tahun 2023. Sementara itu, Pontianak Timur juga menunjukkan peningkatan signifikan, dengan jumlah UMKM naik menjadi 6.145 unit pada tahun 2023. Penelitian ini penting untuk memahami dinamika dan tren perkembangan UMKM di Kota Pontianak, yang berkontribusi pada perencanaan kebijakan dan strategi pengembangan ekonomi lokal.

Tabel 2. Pelaku Usaha Fashion di Kota Pontianak

No.	**Kecamatan**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**
1.	Pontianak Barat	5	6	23	76	147
2.	Pontianak Selatan	27	23	128	50	103
3.	Pontianak Utara	13	23	15	19	49
4.	Pontianak Timur	117	113	56	38	65
5.	Pontianak Kota	60	57	29	121	197
6.	Pontianak Tenggara	36	30	15	16	43
	Jumlah	**258**	**252**	**266**	**320**	**604**

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pontianak, 2024

Berdasarkan Tabel 2, UMKM di bidang fashion di Kota Pontianak mengalami pertumbuhan signifikan dalam periode 2019-2023. Kenaikan terbesar terjadi di Pontianak Barat, di mana jumlah usaha meningkat dari 5 pada tahun 2019 menjadi 147 pada tahun 2023. Pontianak Kota juga mencatat pertumbuhan, dari 60 pelaku usaha pada tahun 2019 menjadi 197 pada tahun 2023. Secara keseluruhan, jumlah usaha di Kota Pontianak menunjukkan peningkatan yang signifikan, mengindikasikan adanya peluang dan potensi besar dalam sektor fashion di wilayah ini.

Meskipun pertumbuhan jumlah usaha menunjukkan hasil yang positif, keberhasilan ini sangat bergantung pada beberapa faktor kunci. Modal usaha yang cukup, sangat penting untuk mendukung kelancaran operasional dan pengembangan usaha. Selain itu, penetapan harga yang tepat berperan penting dalam menarik minat konsumen dan memastikan keuntungan yang optimal bagi pelaku usaha. Penerapan e-commerce menjadi strategi yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar, karena dapat mendukung kegiatan penjualan dan meningkatkan pendapatan. Aktivitas penjualan menjadi tujuan utama karena setiap transaksi yang berhasil akan membawa aliran pendapatan bagi pelaku usaha (Vera Maria et al., 2024).

Berdasarkan hasil prasurvei yang dilakukan pada tanggal 5 Mei 2025 melalui wawancara dengan beberapa pelaku UMKM fashion di Kota Pontianak, diketahui bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah menjalankan usahanya dalam kurun waktu yang cukup lama dan memiliki toko fisik di kawasan strategis. Jenis produk yang dijual umumnya berupa pakaian jadi seperti kaos, celana, gamis, dan kemeja dengan berbagai model yang mengikuti tren pasar. Pelaku UMKM menyampaikan bahwa dalam menjalankan usaha, mereka menggunakan sumber modal yang beragam, seperti dari tabungan pribadi, bantuan keluarga, maupun pinjaman. Modal tersebut digunakan untuk membeli stok barang dari distributor dan membiayai kebutuhan operasional harian seperti sewa toko dan perlengkapan usaha. Penjualan dilakukan secara langsung di toko fisik, dan seluruh pelaku usaha juga telah menggunakan platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop sebagai sarana pendukung pemasaran. Penggunaan e-commerce ini dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan konsumen dan meningkatkan penjualan. Meskipun demikian, pelaku UMKM menyampaikan bahwa pengelolaannya belum sepenuhnya konsisten, terutama dalam hal pembaruan produk, promosi digital, dan interaksi dengan pembeli secara online.

Dari hasil wawancara juga ditemukan bahwa pendapatan yang diperoleh pelaku UMKM fashion masih mengalami fluktuasi. Pada momen tertentu seperti menjelang hari besar keagamaan atau akhir tahun, penjualan meningkat dan pendapatan lebih stabil. Namun di luar periode tersebut, penjualan bisa menurun. Beberapa pelaku UMKM menyebutkan bahwa harga produk yang mereka tetapkan sudah bersifat tetap dan tidak bisa ditawar, namun belum tentu selalu sesuai dengan daya beli konsumen. Hal ini menyebabkan sebagian produk tidak laku terjual dan berdampak pada penurunan omzet. Selain itu, keterbatasan modal juga membuat mereka tidak bisa memperbarui stok secara rutin atau menambah variasi produk, padahal permintaan konsumen sering kali berubah. Meskipun sebagian besar pelaku UMKM sudah mengenal platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop, pemanfaatannya belum dijalankan secara optimal. Banyak yang sudah memiliki akun toko online, namun tidak rutin mengunggah produk atau melakukan promosi. Interaksi dengan calon pembeli pun masih minim karena

keterbatasan waktu dan kurangnya pemahaman tentang pengelolaan toko digital. Kondisi ini membuat pemasaran secara online belum memberikan hasil yang signifikan terhadap pendapatan. Padahal, potensi e-commerce cukup besar dalam memperluas jangkauan pasar. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan UMKM fashion tidak hanya bergantung pada produk yang dijual di toko fisik, tetapi juga pada sejauh mana pelaku usaha mampu memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari strategi penjualan.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, dapat dipahami bahwa pendapatan UMKM fashion di Kota Pontianak tidak hanya dipengaruhi oleh aktivitas penjualan, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana pelaku usaha mengelola modal, menetapkan harga secara tepat, serta memanfaatkan platform digital sebagai sarana pemasaran. Ketiga hal tersebut merupakan bagian dari aktivitas usaha yang berpengaruh terhadap pencapaian pendapatan. Oleh karena itu, penting untuk dilakukan suatu penelitian guna memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai kondisi UMKM fashion di Kota Pontianak, khususnya dalam kaitannya dengan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan.