

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar, fashion Muslim berkembang pesat melalui banyak platform digital (Alkahfi et al., 2022). Kesadaran berbusana sesuai syariat Islam mendorong meningkatnya permintaan produk fashion Muslim.

Fashion Muslim telah menjadi elemen penting dalam identitas individu, terutama di kalangan generasi muda. Fashion Muslim bukan hanya sekadar gaya berpakaian, melainkan juga merupakan bentuk ekspresi dari keyakinan dan identitas agama (Muliana & Dewi, 2024). Para Muslim khususnya mahasiswa, kerap memanfaatkan media sosial untuk menemukan inspirasi fashion yang sesuai dengan kebutuhan budaya dan syariat.

UMKM sekarang menjadi sektor yang banyak diminati oleh semua kalangan, UMKM juga menjadi satu diantara yang banyak digeluti di Indonesia, khususnya di Aceh. (Cut Zahratul Afra, 2025). UMKM berkontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, penyediaan barang dan jasa, serta mendistribusikan pendapatan.

Kecamatan Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur memiliki jumlah UMKM sebanyak 242 UMKM yang mencakup berbagai sektor, salah satunya sector pakaian (UKM, 2024), menunjukkan potensi yang besar dalam mendukung perekonomian lokal, dengan berbagai usaha yang menawarkan produk fashion baik untuk kebutuhan sehari-hari maupun acara khusus.

Untuk terus berkembang dalam mempertahankan pendapatan UMKM yang stabil khususnya UMKM fashion muslim, volume penjualan, lama usaha, dan promosi menjadi hal yang penting dalam peningkatan pendapatan usaha.

Dalam industri fashion muslim, tingginya volume penjualan secara langsung dapat meningkatkan pendapatan UMKM. Pendapatan yang lebih besar memungkinkan perluasan jangkauan pasar dan peningkatan daya saing. Volume penjualan tinggi juga mendorong efisiensi produksi. Selain itu, hal ini membantu menekan biaya operasional..

Volume penjualan adalah total produk yang terjual dalam periode tertentu (Fadhila, 2023). Semakin banyak produk terjual, semakin besar potensi laba. Oleh karena itu, volume penjualan penting untuk dievaluasi agar usaha tetap menguntungkan. Volume penjualan yang baik membuat pendapatan fashion muslim lebih stabil karena permintaan konsumen yang konsisten. Produk yang menarik perhatian pasar dan sesuai preferensi konsumen menghasilkan arus penjualan yang lebih teratur.

Tabel 1. 1
Data Penjualan Fashion Muslim Di Idi Rayeuk Kab.Aceh Timur

No.	Tahun	Volume penjualan (Rata-rata Perbulan)	Pendapatan (Rata-rata perbulan)
1.	2021	20Pcs	Rp1.000.000
2.	2022	23Pcs	Rp1.600.000
3.	2023	34Pcs	Rp2.000.000
4.	2024	38Pcs	Rp3.000.000
5.	2025 (Januari-Mei)	50Pcs	Rp5.000.000

(Sumber : data prasurei, 2025)

Berdasarkan hasil pra survei terhadap 30 responden pelaku usaha fashion muslim, jumlah volume penjualan pada UMKM fashion muslim di idi rayeuk dengan rata-rata 10 hingga 50 pcs produk perbulan, Dan beberapa pelaku usaha memiliki peningkatan volume penjualan pada hari-hari tertentu.

Lama usaha pada UMKM fashion muslim berperan penting dalam kesuksesan dan pertumbuhan bisnis. Semakin lama beroperasi, pemilik memperoleh pengalaman dan pengetahuan yang membantu memahami tren pasar, preferensi konsumen, serta tantangan dalam industri fashion muslim. Lamanya usaha yang dijalankan berdampak pada banyaknya pelanggan dan akan mendapat dampak yang positif untuk penjual, Penjual mendapat perolehan efisiensi dengan jumlah konsumen yang lebih besar dan secara tidak langsung meningkat, maka sangat baik untuk bisnis. (Hanum, 2017) dan (Silviana, 2021).

Pelaku usaha fashion muslim di Idi Rayeuk memiliki lama usaha yang bervariasi, mulai dari 3,5–5 tahun hingga 15–50 tahun. Perbedaan pengalaman ini memungkinkan mereka lebih mudah menyesuaikan diri dengan perubahan tren, preferensi konsumen, dan tantangan dalam industri fashion muslim.

Dalam UMKM fashion muslim, promosi berperan penting untuk meningkatkan kesadaran dan minat konsumen, sekaligus memengaruhi pendapatan secara signifikan. Promosi didefinisikan sebagai upaya memberikan informasi, menarik perhatian, dan mendorong peningkatan penjualan. Jika dilakukan dengan tepat, promosi akan memengaruhi keputusan konsumen dalam membelanjakan pendapatannya (Mappatempo, 2022).

Berdasarkan prasurvei, sebagian pelaku usaha fashion muslim di Idi Rayeuk melakukan promosi, sementara sebagian lainnya tidak. Bentuk promosi yang dilakukan meliputi penggunaan media sosial, seperti TikTok (contoh: pemilik usaha Mubaraqah Jaya Idi: <https://vt.tiktok.com/ZSrQN2x5G/>) dan Instagram (<https://www.instagram.com/mubarakahjaya.idi/>).

Pendapatan UMKM fashion muslim dipengaruhi oleh meningkatnya kesadaran dan minat konsumen terhadap produk. Konsumen yang semakin menyadari pentingnya pakaian sesuai nilai dan budaya Islam cenderung memilih produk fashion muslim yang berkualitas dan sesuai kebutuhan. Pendapatan dapat didefinisikan sebagai selisih antara total penerimaan dan total biaya yang dikeluarkan. Bagi pengusaha, pendapatan berasal dari hasil penjualan setelah dikurangi semua biaya terkait pengelolaan produktivitas (Rinjaya, 2020)

Berdasarkan hasil pra survei terhadap 30 responden pelaku usaha fashion muslim di Idi Rayeuk, pendapatan dari produk fashion muslim dengan rata-rata Rp.2.000.000 hingga Rp.5.000.000 perbulan. dan di event tertentu perkiraan pendapatan bisa berkisar hingga Rp.20.000.000 perbulan.

UMKM fashion muslim di Idi Rayeuk memiliki pendapatan yang tidak menentu, dikarenakan ketidakstabilan ekonomi yang mempengaruhi daya beli masyarakat. Ketika kondisi ekonomi memburuk, konsumen cenderung lebih berhati-hati dalam pengeluaran mereka yang berdampak langsung pada penjualan produk fashion.

Maka berdasarkan fenomena diatas, peneliti tertarik untuk melanjutkan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Volume Penjualan, Lama Usaha,**

Dan Promosi Terhadap Pendapatan Usaha UMKM Fashion Muslim Di Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur”

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan disajikan dalam objek penelitian adalah :

1. Bagaimana pengaruh volume penjualan terhadap pendapatan usaha UMKM fashion muslim di Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur ?
2. Bagaimana pengaruh lama usaha terhadap pendapatan usaha UMKM fashion muslim di Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur ?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap pendapatan usaha UMKM fashion muslim di Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur ?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan-tujuan yang disusun oleh penulis secara jelas terkait dengan setiap rumusan masalah yang diajukan, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh volume penjualan terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM fashion muslim di Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur
2. Untuk mengetahui pengaruh lama usaha terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM fashion muslim di Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur
3. Untuk mengetahui pengaruhpromosi terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM fashion muslim di Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi pendapatan, dapat memahami pentingnya volume penjualan, lama usaha dan promosi dalam meningkatkan pendapatan usaha UMKM fashion muslim di Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Karya ini dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman penulis mengenai pentingnya volume penjualan, lama usaha, dan promosi terhadap pendapatan usaha fashion muslim idi rayeuk di Aceh Timur.

2. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan, pengalaman, dan wawasan yang lebih mendalam tentang pengaruh volume penjualan, lama usaha, dan promosi terhadap pendapatan usaha fashion muslim idi rayeuk di Aceh Timur.