

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu Negara maupun daerah. Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat saat ini. Hal ini keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu, Usaha Mikro Kecil Menengah juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Konsep, strategi serta rancangan merupakan faktor kunci keberhasilan dari sebuah UMKM itu sendiri. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dan pembangunan ekonomi. Sektor UMKM sangat menjanjikan untuk menciptakan pertumbuhan dan lapangan pekerjaan. UMKM dapat dengan mudah beradaptasi dengan pasang surut perekonomian Nasional dan Global serta dengan mudah juga menciptakan lapangan pekerjaan yang lebih cepat dibandingkan sektor usaha lainnya.

Perkembangan UMKM memiliki arti tersendiri dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan menurunkan angka kemiskinan. Kunci UMKM untuk bertahan dan bersaing adalah kemampuannya dalam menerapkan pengelolaan keuangan perusahaan yang baik (Aliyah, 2022). Selain koperasi, UMKM Indonesia merupakan salah satu penopang perekonomian Indonesia. Hal ini terlihat dari bukti nyata bahwa pada saat krisis global, sebagian besar UMKM di Indonesia tidak menghadapi krisis. UMKM terbukti mampu bertahan dari krisis yang terjadi di Indonesia, seperti krisis ekonomi tahun 1997-1998 dan krisis ekonomi global tahun 2008. Perkembangan jumlah UMKM dari tahun ke tahun semakin bertambah. Perkembangan UMKM baru terlihat dari sisi jumlahnya saja. Secara umum, khususnya dalam aspek *financial*, hanya sedikit UMKM yang mengalami perkembangan dalam hal kinerja keuangannya. Hal ini

dikarenakan pelaku UMKM kurang menyadari pentingnya pengelolaan keuangan usahanya.

Persaingan Industri UMKM di Indonesia telah menjadi kian ketat seiring dengan derasnya arus perdagangan bebas yang membuat kompetisi datang dari segala penjuru baik domestik, regional, maupun global. UMKM dihadapi oleh keterbatasan dalam infrastruktur, pengurusan perizinan, permasalahan SDM, pangsa pasar, permodalan, inovasi, kualitas produk dan faktor lingkungan serta sosial (*green*) untuk memasuki pasar ekspor.

Perkembangan UMKM di Kota Jambi dapat kita lihat dari data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jambi pada tahun 2019-2022 pada tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah UMKM Kota Jambi Tahun 2019-2022

TAHUN	JUMLAH UMKM
2019	11.143
2020	10.763
2021	47.813
2022	50.747

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi, 2023

Berdasarkan dari data tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah UMKM di Kota Jambi pada tahun 2019 berjumlah 11.143 dan pada tahun 2020 berjumlah 10.763, dan Jumlah UMKM di Kota Jambi pada tahun 2021 berjumlah 47.813 dan pada tahun 2022 berjumlah 50.747 UMKM. Dapat kita lihat bahwa dari tahun ke tahun terus berkembang menjadikan UMKM salah satu penggerak ekonomi terbesar di Indonesia dan UMKM di Kota Jambi terus mengalami peningkatan, hal tersebut dikarenakan menurut Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UMKM Provinsi Jambi para pelaku UMKM mendapatkan bantuan dana usaha dari pemerintah.

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, sesuai pengertian UMKM tersebut maka kriteria

UMKM dibedakan secara masing-masing meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sebuah indikator tingkat partisipasi dari masyarakat dalam berbagai sektor kegiatan ekonomi. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ini dijadikan sebagai katup pengaman dalam keadaan krisis ekonomi melalui mekanisme penciptaan kesempatan kerja. Pada dasarnya yang menjadi perbedaan antara usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah umumnya berdasarkan nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata pertahun atau jumlah pekerja tetap. Untuk mengetahui jenis usaha apa yang sedang dijalankan perlu memperhatikan kriteria-kriterianya terlebih dahulu. Adapun kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada tabel 1.2 sebagai berikut:

Tabel 1.2
Kriteria UMKM

No.	Jenis Usaha	Kriteria	
		Aset	Omset
1.	Usaha Mikro	Maksimal 50 Juta	Maksimal 300 Juta/Tahun
2.	Usaha Kecil	>50 Juta – 500 Juta	>300 juta – 2,5 M/Tahun
3.	Usaha Menengah	>500 Juta – 10 M	>2,5 M – 50 M/Tahun

Sumber : Undang-Undang, 2008

Hal ini penting digunakan untuk pengurusan surat izin usaha kedepannya dan juga menentukan besaran pajak yang akan dibebankan kepada pemilik UMKM. Berikut pengertian UMKM dan kriterianya:

1. Usaha Mikro

Usaha mikro merupakan usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro. Usaha yang termasuk kriteria usaha mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih mencapai Rp.50.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan usaha mikro setiap tahunnya paling banyak Rp.300.000.000,-

2. Usaha Kecil

Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. dikuasai dan dimiliki serta menjadi bagian baik langsung ataupun tidak langsung dari usaha menengah. Usaha yang masuk kriteria usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp.50.000.000,- dengan maksimal yang dibutuhkannya mencapai Rp.500.000.000,-. Hasil penjualan bisnis setiap tahunnya antara Rp.300.000.000,- sampai paling banyak Rp.2.500.000.000,-.

3. Usaha Menengah

Usaha menengah merupakan usaha dalam ekonomi produktif yang bukan merupakan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat serta menjadi bagian secara langsung ataupun tidak langsung terhadap usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan bersihnya sesuai yang sudah diatur dengan peraturan perundang-undangan. Usaha menengah dapat dikategorikan sebagai bisnis besar dengan kriteria kekayaan bersih yang dimiliki pemilik usaha mencapai lebih dari Rp.500.000.000,- hingga Rp.10.000.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan tahunannya mencapai Rp.2.500.000.000,- milyar sampai Rp.50.000.000.000,-.

Financial Literacy (literasi keuangan) adalah kemampuan memahami, mengelola, mengembangkan rencana dan strategi, serta mengalokasikan sumber daya keuangan yang terdiri dari modal dan pendapatan untuk mencapai kesehatan keuangan dan taraf hidup yang lebih baik. *Financial Literacy* merupakan keterampilan yang harus dikuasai setiap orang untuk meningkatkan taraf hidupnya dengan memahami perencanaan dan alokasi sumber daya keuangan yang tepat dan efektif (Lusardi, 2012). Literasi keuangan juga merupakan pengetahuan dasar yang harus dipahami dan dikuasai setiap orang karena mempengaruhi keadaan keuangan seseorang dan mempengaruhi pengambilan keputusan ekonomi yang baik dan tepat (Ardianto et al., 2015).

E-Commerce juga banyak digunakan UMKM dimasa sekarang. Perdagangan elektronik atau *e-commerce* adalah hasil teknologi informasi yang saat ini sedang berkembang dengan begitu cepat terhadap pertukaran barang, jasa dan informasi melalui sistem eletronik seperti internet, televisi dan jaringan komputer lainnya. *E-commerce* merupakan perantara antara teknologi informasi dalam pemasaran dan pendistribusian produk yang berpotensi meningkatkan skala kinerja UMKM. Dengan memanfaatkan *e-commerce*, UMKM tetap dapat menjalankan bisnisnya dan menjangkau banyak konsumen serta memperluas pasarnya. Pemanfaatan *e-commerce* yang ada, dapat memberikan strategi keunggulan kompetitif dalam bersaing di pasar untuk keberlanjutan usaha di masa sekarang. Hal ini didukung dengan penelitian (Purba et al., 2021) yang menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *e-commerce* terhadap keberlanjutan usaha. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Yolanda et al., 2020) yang menunjukkan hasil bahwa *e-commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha.

Pesatnya perkembangan dunia usaha bagi pemerintah menyebabkan persaingan usaha semakin ketat dan aspek keberlanjutan atau *sustainability* suatu usaha ikut menjadikan sorotan dalam perekonomian, sehingga konsep dan praktik *sustainability* sangat dibutuhkan dalam pengelolaan perekonomian. Hal ini didukung dengan penelitian (Purba et al., 2021) yang menunjukkan hasil bahwa *digital marketing* dan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap *business sustainability*. *Sustainability* mencerminkan kemampuan usaha untuk memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengintervensi. Selain mengandalkan pemanfaatan literasi keuangan dan *e-commerce* yang digunakan pelaku UMKM, pelaku UMKM juga harus memiliki keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) agar dapat tercapai tujuan *Business Sustainability*.

Untuk keberlangsungan kegiatan usahanya, UMKM harus memikirkan cara yang tepat demi keberhasilan usaha yang dijalani. Tanpa kita kira, UMKM sering mengalami keterlambatan dalam pengembangannya. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memang sangat dibutuhkan dalam menyerap tenaga kerja, namun kenyataannya dilapangan banyak masalah yang dialami oleh para UMKM

seperti, kapasitas sumber daya manusia, pembiayaan investor, legalitas, pemasaran dan berbagai masalah dalam operasional manajemen UMKM itu sendiri sehingga sulit untuk bersaing dengan perusahaan besar.

Maka dari itu UMKM perlu untuk dievaluasi agar *business sustainability* terus berjalan, keberhasilan perusahaan untuk berinovasi, mengelola karyawan dan customer serta pengelolaan keuangan menjadi poin penting dalam hal ini. Dengan poin ini dapat dilihat bahwa UMKM berorientasi untuk melakukan pengembangan serta berinovasi yang terus-menerus.

Solusi UMKM bisa bertahan di perubahan besar-besaran ini, pelaku usaha perlu mempunyai dasar pengetahuan tentang manajemen perusahaan, manajemen keuangan dan literasi keuangan yang baik, Puspitasari, Wibowo, & Indriastuti (2019). Dengan penguasaan literasi keuangan yang bagus, pelaku UMKM akan bisa mengelola keuangan usahanya dengan lebih akuntabel dan bisa dipertanggungjawabkan seperti perusahaan besar.

Sosialisasi atau pemberdayaan literasi keuangan di kalangan UMKM sangatlah penting, karena rata-rata tingkat pengetahuan literasi keuangan di Indonesia tergolong rendah. Menurut Hilmawati & Kusumaningtias (2021) literasi keuangan berdampak pada kinerja dan keberlanjutan sektor UMKM. Pelaku UMKM harus bekerja keras untuk menjaga keberlangsungan usahanya dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, khususnya dalam literasi keuangan.

Pemilik usaha umumnya berusaha untuk selalu mencapai tujuan Keberlanjutan Bisnis dalam kondisi persaingan yang semakin ketat. Keberhasilan pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan hanya mungkin terjadi apabila perusahaan mempunyai Kinerja Bisnis. Keberlanjutan usaha akan menempatkan UMKM pada posisi yang strategis dan mampu bersaing dengan kompetitornya.

Financial Literacy dan *E-commerce* dimanfaatkan sebagai keunggulan bersaing dari pemilik usaha. Di era digitalisasi ini perlunya strategi-strategi yang tepat untuk menunjang *business sustainability*. Pemanfaatan dari *financial*

literacy dan *E-Commerce* merupakan wujud implementasi revolusi 4.0 yang menjadi sarana bagi UMKM (Ismaya et al., 2020); (Leu dan Masri, 2021).

Merujuk pada penelitian Suryandari (2018) yang menyatakan bahwa literasi keuangan mempunyai kontribusi positif terhadap kinerja UMKM karena hal ini disebabkan oleh banyak hal. Literasi keuangan pada usaha Batik Lasem bukan menjadi sumber utama faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM. Kinerja pada usaha Batik Tulis Lasem lebih dipengaruhi oleh faktor produksi, operasional, kemampuan sumber daya manusia dan kemampuan mempromosikan produk. Literasi keuangan juga berpengaruh terhadap kinerja keuangan pengrajin batik di Surakarta. Puspitasari dkk (2019).

Menurut Ambarwati & Zuraida (2020), literasi keuangan mempunyai pengaruh sebesar 33,8% terhadap keberlangsungan usaha UMKM di desa Panggungharjo. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya penguasaan pemahaman keuangan bagi pengusaha kecil yang ada melalui pelatihan peningkatan kualitas di bidang keuangan berdampak pada perkembangan UMKM. Literasi keuangan merupakan bagian dari manajemen perusahaan dan mempunyai peran penting dalam menjaga atau mempertahankan keberlangsungan UMKM di masyarakat. Dan dalam situasi perekonomian yang kurang kondusif saat ini, peran UMKM sangat penting dalam menggerakkan perekonomian bangsa.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Financial Literacy* dan *E- Commerce* terhadap *Business Sustainability* melalui Kinerja Usaha (Studi Kasus pada UMKM Makanan dan Minuman di Kota Jambi)”**. Peneliti memilih judul ini karena melihat pentingnya peran UMKM Makanan dan Minuman di Kota Jambi agar lebih berkembang dan mampu bersaing dengan usaha sejenis di daerah sekitarnya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini berfokus pada beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja usaha dan *business sustainability* UMKM di Kota Jambi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka terdapat beberapa point masalah yang terjadi dan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *Business Sustainability* ?
2. Apakah *Financial Literacy* berpengaruh terhadap Kinerja Usaha?
3. Apakah *E-Commerce* berpengaruh terhadap *Business Sustainability* ?
4. Apakah *E-Commerce* berpengaruh terhadap Kinerja Usaha ?
5. Apakah Kinerja Usaha berpengaruh terhadap *Business Sustainability* ?
6. Apakah *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *Business Sustainability* melalui Kinerja Usaha ?
7. Apakah *E-Commerce* berpengaruh terhadap *Business Sustainability* melalui Kinerja Usaha ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *financial literacy* terhadap *business sustainability* pada UMKM Makanan dan Minuman di Kota Jambi
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *financial literacy* terhadap kinerja usaha pada UMKM Makanan dan Minuman di Kota Jambi
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *e-commerce* terhadap *business sustainability* pada UMKM Makanan dan Minuman di Kota Jambi
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja usaha pada UMKM Makanan dan Minuman di Kota Jambi
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kinerja usaha terhadap *business sustainability* pada UMKM Makanan dan Minuman di Kota Jambi
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *financial literacy* terhadap *business sustainability* melalui kinerja usaha pada UMKM Makanan dan Minuman di Kota Jambi

7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *e-commerce* terhadap *business sustainability* melalui kinerja usaha pada UMKM Makanan dan Minuman di Kota Jambi

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Pengelola UMKM di Kota Jambi

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dengan memberikan informasi lebih lanjut tentang pentingnya memiliki *financial literacy* dan *e-commerce* terhadap *business sustainability* melalui kinerja usaha pada UMKM Makanan dan Minuman di Kota Jambi.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan, wawasan serta pengalaman terutama pada bidang akuntansi dan juga salah satu syarat untuk menyelesaikan S1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi penelitian ini dapat menambah referensi bagi peneliti lainnya yang ingin menguji *Business Sustainability*.

3. Bagi Peneliti Lainnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta sebagai bahan pembandingan dengan penelitian terdahulu yang serupa sehingga dapat membantu dalam menyelesaikan penelitian.