

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Sektor UMKM berperan strategis dalam upaya pemerintah memerangi kemiskinan dan pengangguran. UMKM memiliki peran dalam menciptakan pendapatan negara, meningkatkan daya saing dan mendorong pembangunan ekonomi secara luas (Kawira et al., 2019). Selain itu UMKM juga menciptakan peluang pekerjaan bagi masyarakat. Pandemi Covid-19 yang telah melanda hampir di semua negara di dunia, termasuk Indonesia sejak awal tahun 2020 sangat mempengaruhi semua aspek kehidupan. Penurunan kinerja terjadi pada sektor UMKM. Survei kinerja UMKM di masa pandemi Covid-19 dilakukan oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia pada tahun 2020, data survei menunjukkan bahwa selama pandemi, 94,69% usaha mengalami penurunan penjualan (Oktarini et al., 2021). Jika pandemi tidak segera berakhir, sebanyak 47,13% usaha hanya mampu bertahan hingga Agustus 2020, 72,02% usaha akan tutup setelah November 2020, dan 85,42% usaha dapat bertahan paling lama dalam rentang waktu satu tahun sejak pandemi.

Kinerja UMKM menjadi hal yang sangat penting dan menjadi tolak ukur atas keberhasilan UMKM itu sendiri. Kinerja adalah hasil yang dicapai oleh seseorang sehubungan dengan tujuan perusahaan. UMKM yang memiliki hasil kinerja yang baik maka akan semakin kuat untuk berperan penting dalam

perekonomian nasional (Siswanti, 2020). Pandemi Covid-19 telah membawa berbagai perubahan dari berbagai macam aspek. Adanya perubahan terhadap pola konsumsi masyarakat dari *offline* ke *online* membuat para pelaku UMKM kesulitan dalam mencapai target-target yang harus dicapai saat perekonomian terganggu sehingga berpengaruh terhadap kinerja usaha mereka. Kemampuan bertahan UMKM yang melakukan penjualan *online* lebih kuat dibandingkan UMKM yang hanya melakukan penjualan secara *offline*. Pasca pandemi Covid-19, para pelaku UMKM mulai berfokus dengan perkembangan pasar. Pelaku UMKM selalu melakukan berbagai kegiatan dan pengembangan usaha sejalan dengan banyaknya pesaing yang terus menerus melakukan inovasi seiring berkembangnya teknologi. Setiap pelaku usaha selalu memastikan usahanya memiliki daya tarik dan mempertahankan pelanggan untuk menghasilkan keuntungan (Jeconia, 2017). Gaya hidup masyarakat modern yang lebih menyukai belanja *online* dibandingkan konvensional mendorong para pelaku UMKM untuk turut beradaptasi akan hal tersebut. Dalam berkompetitif pelaku UMKM harus melakukan inovasi dan berdemonstrasi serta melakukan *update* teknologi (Armiani et al., 2021). Melalui pemasaran digital pelaku UMKM berusaha untuk mengikuti arah keinginan dan kebutuhan masyarakat sehingga diharapkan dapat meningkatkan kinerja usaha mereka.

Pemasaran digital merupakan pengembangan dari pemasaran tradisional yang bertujuan untuk meningkatkan *market share*, meningkatkan jumlah tanggapan di blog atau *website*, meningkatkan volume penjualan, mengurangi beban usaha, mencapai kepuasan pelanggan, serta meningkatkan tingkat persediaan (Djakasaputra et al., 2021). Lingkungan pemasaran digital sangat dinamis, bergerak

cepat, dan tidak stabil sehingga membutuhkan kemampuan pemasaran yang aktif dan adaptif (Chinakidzwa & Phiri, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh (Kawira et al., 2019) yang melakukan penelitian mengenai pengaruh pemasaran digital terhadap kinerja UMKM dan hasilnya pemasaran digital menyumbang 38,8% dari variasi kinerja UMKM. Studi lebih lanjut menunjukkan korelasi positif yang kuat antara pemasaran digital dan kinerja UMKM. Temuan regresi bivariat lebih lanjut mengungkapkan bahwa digital marketing berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja UMKM. Penelitian lain juga dilakukan oleh (Edim Eka James et al., 2021) tentang strategi e-marketing dan kinerja UMKM menunjukkan hasil e-marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di era new normal.

Kinerja UMKM yang baik dapat dicapai jika pelaku UMKM memiliki kemampuan yang baik dalam melaksanakan aktivitas usaha untuk mencapai tujuan usaha mereka (Oktarini et al., 2021). Namun demikian, ada berbagai permasalahan yang menghambat perkembangan kinerja UMKM di Indonesia. Adanya keterbatasan modal menjadi salah satu faktor yang menghambat kinerja usaha. Begitu juga dengan akses permodalan yang sulit didapatkan oleh para pelaku UMKM baik dari perbankan maupun lembaga keuangan (Rudiyanto, 2022). Modal usaha bisa didapatkan dari modal sendiri, bantuan dana pemerintah, pinjaman bank, dan pinjaman dari lembaga keuangan bukan bank. Umumnya banyak pelaku UMKM yang memakai modal sendiri ataupun modal keluarga untuk menjalankan usahanya, namun ketika ada permintaan atau pergerakan pasar yang cukup besar mengakibatkan para pelaku UMKM tersebut mengalami keterbatasan modal (Rudiyanto, 2022). Menurut survei Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020,

total 69,02% dari UMKM mengalami kesulitan permodalan selama pandemi Covid- 19, sementara itu, menurut laporan pengaduan Kementerian Koperasi dan UKM pada Oktober 2020, tak kurang dari 39,22% UMKM menghadapi kesulitan permodalan selama pandemi Covid-19 (www.kemenkeu.go.id) dalam (Oktarini et al., 2021). Sulitnya akses pembiayaan karna tidak terpenuhinya persyaratan permohonan pembiayaan telah menjadi permasalahan yang sering dialami oleh kebanyakan pelaku UMKM. Menurut informasi Bank Indonesia, dari sisi pembiayaan masih banyak pelaku UMKM yang kesulitan untuk mendapatkan akses kredit dari bank atau lembaga keuangan lainnya, baik karna kendala teknis seperti tidak mempunyai/tidak cukup agunan, maupun kendala non teknis, seperti keterbatasan akses informasi ke perbankan. Dari data Bank Indonesia dan OJK, sebanyak 70% dari total hampir 60 juta unit UMKM di Indonesia belum mendapat akses pembiayaan dari perbankan. Permasalahan tersebut terjadi karena masih minimnya sistem yang mendukung dari segi permodalan UMKM walaupun tidak memungkir bank dan pemerintah yang sudah membuat suatu progam untuk UMKM sendiri tetapi pada kenyataanya banyak hal yang menjadi penghalang untuk distribusinya, sehingga menjadi tidak efektif dalam pencapaiannya.

Sulitnya akses pembiayaan UMKM dari bank maupun lembaga keuangan juga dikarenakan masih minimnya tingkat literasi keuangan para pelaku UMKM (Kunci, 2020). Literasi keuangan merupakan pengetahuan dan keterampilan seseorang dalam mengatur tata kelola keuangan serta penyajian laporan keuangan yang baik dan benar berdasarkan prinsip akuntansi secara umum. literasi keuangan sangat penting dalam keberlangsungan usaha, namun menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi oleh setiap pengusaha khususnya pelaku UMKM. (Adi

et al., 2021) mengemukakan sebagian besar pelaku usaha cenderung mengabaikan peran dari literasi keuangan. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2019 menunjukkan literasi keuangan pelaku UMKM di Indonesia hanya 38,03%. Sementara dari hasil data Bank Indonesia jumlah UMKM mencapai 64 juta, yang artinya hanya sekitar 38 juta UMKM yang sudah menggunakan produk perbankan. Dilihat dari angka tersebut, maka dapat disimpulkan tingkat literasi keuangan UMKM di Indonesia masih tergolong rendah.

Literasi keuangan merupakan pengetahuan dan keyakinan seseorang mengenai keuangan sehubungan dengan proses memaksimalkan kebijakan dan pengelolaan keuangan (Apriyanto, 2021). UMKM seringkali mengalami keterlambatan dalam berkembang dikarenakan UMKM memiliki orientasi jangka pendek, kurangnya inovasi konsep yang berkelanjutan, aktivitas bisnis yang tidak konsisten, dan sistem pengelolaan keuangan yang belum terstruktur (Hilmawati & Kusumaningtias, 2021). Pelaku UMKM yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik cenderung lebih produktif dalam menjalankan usahanya, sehingga memiliki tingkat daya saing yang tinggi dalam mengembangkan usaha menjadi lebih baik lagi. Literasi keuangan terus menjadi perbincangan dan perhatian yang lebih oleh para pelaku usaha. Selain itu, literasi keuangan juga mendapatkan perhatian lebih dari pemerintah yang pastinya berkeinginan untuk memiliki kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas dan berkompeten, serta memiliki pemahaman keuangan yang baik dan menguntungkan bagi perekonomian negara.

Penelitian yang dilakukan oleh (Wahyuni et al., 2021) mengenai pengaruh E-Commerce, budaya organisasi, penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM memberikan hasil bahwa e-commerce

dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Sedangkan budaya organisasi dan sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Penelitian lainnya yang dilakukan (Apriyanto, 2021) menunjukkan *financial capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha kecil dan menengah (UKM) di Kabupaten Malang, dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha kecil dan menengah (UKM) di Kabupaten Malang.

Berdasarkan uraian di atas diharapkan pemasaran digital bisa terus-menerus berkontribusi dalam kinerja UMKM. Penelitian mengenai pemasaran digital masih menarik untuk diteliti, karena dari waktu ke waktu semakin banyak UMKM yang beralih dari pemasaran konvensional ke pemasaran digital, bahkan banyak UMKM baru yang langsung menggunakan metode pemasaran digital dalam menjalankan usahanya. Disamping itu, kemampuan pengelolaan keuangan masih menjadi isu yang terus dibahas oleh para pelaku UMKM dan juga akses pemodal yang selalu dibutuhkan dan menjadi faktor penting bagi kinerja usaha masih menarik untuk diteliti lebih lanjut. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Gresik Pasca Pandemi Covid-19”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *digital marketing* berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah di Gresik ?

2. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah di Gresik ?
3. Apakah akses permodalan berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah di Gresik ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menguji dan menganalisis pengaruh *digital marketing* terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah di Gresik
2. Menguji dan menganalisis pengaruh literasi akuntansi terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah di Gresik
3. Menguji dan menganalisis pengaruh akses permodalan terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah di Gresik

1.4. Manfaat Penelitian

1. Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi para peneliti selanjutnya untuk mengevaluasi dan mengembangkan penelitian mengenai *digital marketing* , literasi keuangan dan akses permodalan terhadap kinerja UMKM.

2. Praktis

Bagi UMKM hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan dalam meningkatkan pemahaman literasi keuangan, penerapan pemasaran digital dan akses permodalan .