

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dianggap memiliki peran penting dalam menggerakkan perekonomian sebuah negara. Audretsch et al. (2009) Sektor UMKM dianggap memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia karena mereka berkontribusi pada penyerapan tenaga kerja, pembentukan PDB atau Produk Domestik Bruto, ekspor, dan penciptaan modal tetap dan investasi (Kementrian Koperasi dan UMKM, 2015). Selain itu, karena struktur organisasi dan tenaga kerja UMKM yang lebih fleksibel dalam menyesuaikan dengan perubahan pasar, UMKM memiliki daya tahan yang lebih baik terhadap krisis terlepas dari tingkat produktivitasnya yang rendah. Akibatnya, UMKM digunakan oleh sebagian besar masyarakat sebagai sumber utama penghidupan (Hamza & Agustien, 2019). Maka dari itu, peran dan ketahanan fungsi UMKM harus dapat terus bertahan dan meningkat sejalan dengan roda perekonomian negara.

Terdapat beberapa masalah yang dihadapi sektor UMKM di Indonesia yang berasal dari eksternal dan internal. Permasalahan pertama yang dihadapi pelaku UMKM di Indonesia adalah yang bersumber dari factor internal. Sumber utama masalah UMKM dalam hal ini adalah dari kemampuan sumber daya manusia yang terlibat dalam usaha tersebut.

Beberapa diantaranya adalah tidak adanya informasi keuangan yang terorganisir dan transparan yang menyebabkan para pelaku UMKM kesulitan dalam mengelola keuangannya untuk menjalankan roda usahanya. Widayanti et al. (2017) menambahkan permasalahan internal lain yang dihadapi adalah minat rendah pelaku UMKM dalam mencatat dan membukukan semua transaksi, yang mengakibatkan informasi keuangan yang tidak terorganisir dan tidak transparan. Dalam menyikapi hal tersebut harus ada upaya yang dilakukan oleh pelaku UMKM agar bisnis yang dijalankan bertahan dan membaik. Hal tersebut didukung oleh (Aribawa, 2016) yang mengungkapkan memperbanyak pengetahuan para pelaku UMKM terhadap pengetahuannya dalam mengelola bisnis yang dijalankan dan mengembangkannya dapat memberikan dampak yang baik yaitu pengelolaan dan akuntabilitas usaha yang dijalankan akan lebih baik layaknya perusahaan besar. Peningkatan *financial literacy* pada pelaku UMKM merupakan upaya efektif dalam meningkatkan kemampuan dasar sumber daya manusia.

Tingkat *financial literacy* pelaku UMKM di Indonesia tergolong rendah. Hal ini dibuktikan oleh Otoritas Jasa Keuangan dalam publikasi Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022 yang menyatakan bahwa presentase tingkat *financial literacy* pelaku UMKM hanya sebesar 14,4%. Angka ini menunjukkan tingkat literasi pelaku UMKM di Indonesia masuk ke dalam kategori Less literate atau dengan kata

lain hanya memiliki pengetahuan dasar tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.

Peningkatan kemampuan dengan membaca dan menambah ilmu akan sesuatu merupakan hal yang dianjurkan untuk dilakukan oleh setiap individu. Anjuran dalam menuntun ilmu ini selaras dengan hadist yang diriwayatkan oleh Muslim yang berbunyi:

وَمَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَلْتَمِسُ فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ بِهِ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ

Artinya: "Siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan mudahkan baginya jalan menuju surga." (HR Muslim, no. 2699)

Hadits ini menjelaskan bahwa seseorang yang senantiasa meningkatkan kapasitas dirinya dengan memperbanyak ilmu dan memperdalam pengetahuannya akan sesuatu akan senantiasa Allah SWT berikan kemudahan baginya jalan untuk apa yang ia tuju. Dalam hal ini bagi para pengusaha khususnya pelaku UMKM yang meningkatkan kapasitas dirinya dengan memperbanyak ilmu dan bacaan akan pengetahuan keuangannya akan diberikan kemudahan baginya jalan untuk mewujudkan usaha yang stabil, baik, dan berkelanjutan.

Permasalahan kedua yang dihadapi UMKM di Indonesia adalah bersumber dari factor eksternal atau yang berasal dari luar UMKM. Salah

satu contohnya adalah adanya pengaruh globalisasi pada sektor perdagangan dan pertumbuhan ekonomi negara. Globalisasi berdampak pada kuatnya persaingan di pasar bebas yang menyebabkan banyak dari produk UMKM kehilangan fungsinya sebagai roda usaha karena tidak dapat bersaing dengan produk yang dihasilkan produk perusahaan besar dan produk luar negeri. Hal tersebut yang akhirnya memaksa para pelaku UMKM harus mampu menghadirkan produk yang memiliki daya saing. Sedyastuti (2018) mengungkapkan upaya pemberdayaan UMKM dalam menghadapi tantangan global dan ketatnya persaingan bisa dilakukan dalam bentuk perluasan area pemasaran, pengembangan teknologi dan sumber daya manusia, serta inovasi produk. Inovasi produk bertujuan untuk memenuhi permintaan pasar yang terus berubah seiring berjalannya waktu.

Belakangan ini isu *business sustainability* marak dibicarakan di negara Indonesia. Pasalnya Indonesia sudah mengalami masa krisis pandemic covid 19 yang memberikan dampak di segala sektor baik kesehatan, social, maupun perekonomian. Masalah ini berkaitan erat dengan isu *business sustainability* karena banyak dari unit-unit sektor perekonomian yang tidak bisa bertahan selama masa covid 19 berlangsung. Sepanjang tahun 2020 Kemenkeu mengungkapkan bahwa produksi IKM (Industri Kecil Menengah) mengalami penurunan hingga 17,63%. Dibanding tahun-tahun sebelumnya, pertumbuhan negative ini merupakan penurunan yang terhitung drastis.

Business sustainability atau keberlangsungan usaha adalah bentuk pencapaian konsistensi dari kondisi usaha. Keberlangsungan usaha adalah proses bertahannya usaha yang mencakup pertumbuhan, perkembangan, strategi untuk menjaga kelangsungan usaha, dan pengembangan, semua yang berujung pada keberlangsungan dan eksistensi (ketahanan) usaha (Handayani, 2007). Penelitian ini akan membahas terkait keberlanjutan usaha dan strateginya khususnya pada sektor UMKM. Konsep keberlanjutan yang dimaksud dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan teori sustainability yang dikemukakan oleh Harrington (2016). Teori ini berfokus pada upaya yang dilakukan dalam pertahanan karakteristik, fungsi berkepanjangan, dan pembangunan berkelanjutan yang selalu diartikan sebagai upaya yang mengarah pada jangka waktu yang panjang. Pelaku usaha dalam mempertahankan bisnisnya harus mampu merancang strategi dan upaya yang mengarah pada pertahanan dan peningkatan usaha yang dijalankan. Inovasi produk dan peningkatan *financial literacy* merupakan kedua upaya yang dapat dilakukan dalam mempertahankan suatu bisnis agar bisnis yang dijalankan dapat diprediksikan bertahan untuk jangka waktu yang panjang.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas dapat disimpulkan bahwa isu *business sustainability* serta upaya dalam mempertahankannya penting dan layak untuk dikaji, sehingga penelitian ini mengambil penelitian Widayanti et al. (2017) sebagai referensi utama. Pada penelitian tersebut menguji pengaruh variabel *financial literacy* terhadap keberlangsungan

UMKM yang berada di Desa Jatisari, Wonogiri. Sedangkan berdasarkan penjelasan sebelumnya dalam menciptakan konsep keberlanjutan pada sebuah bisnis inovasi produk juga menjadi strategi dalam mewujudkan sustainability pada UMKM. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali variabel *financial literacy* dengan variabel lainnya yaitu inovasi produk yang diuji dengan sustainability di UMKM. Selain itu, penelitian ini juga mengambil subjek dan objek penelitian yang berbeda dari sebelumnya yaitu pada pelaku UMKM Pasar Tradisional Beringharjo Yogyakarta.

Pasar Beringharjo menjadi salah satu pusat perbelanjaan oleh-oleh khas Yogyakarta. Pasar Beringharjo memiliki jumlah pengunjung harian mencapai 16.000 pengunjung yang berasal dari penduduk lokal, wisatawan lokal, hingga wisatawan mancanegara. Badan Pusat Statistik provinsi DIY mencatat hingga pada Bulan September 2023 terdapat 3.556 wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Pasar Tradisional Beringharjo Yogyakarta. Hal tersebut membuat Pasar Beringharjo menjadi salah satu pusat perputaran ekonomi di Daerah Istimewa Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *financial literacy* terhadap *business sustainability*?

2. Apakah terdapat pengaruh inovasi produk terhadap *business sustainability*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh *financial literacy* terhadap *business sustainability*
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh inovasi produk terhadap *business sustainability*

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak sebagai berikut:

- 1) Manfaat akademik

Setelah penelitian ini dilaksanakan harapannya dapat menjadi acuan dan menjadi referensi bagi mahasiswa untuk mengetahui faktor-faktor yang mendukung keberlangsungan bisnis di UMKM. Sehingga mahasiswa mendapatkan wawasan baru tentang factor yang berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha pada sektor UMKM.

- 2) Manfaat pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pemerintah dalam menentukan kebijakan yang dapat mendukung

keberlangsungan bisnis di sektor UMKM agar tercipta kestabilan ekonomi di seluruh lapisan masyarakat.

3) Manfaat UMKM

Diharapkan dengan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi para pelaku UMKM dalam menentukan strategi yang baik dalam menciptakan bisnis yang berkelanjutan.