

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data kementerian koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. (INDONESIA K. K., 2021). UMKM memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian Indonesia dengan mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja. Meskipun demikian, keberadaan yang cukup besar dari UMKM di Indonesia juga dihadapkan pada berbagai tantangan. Sesuai dengan ketentuan dalam UU Cipta Kerja dan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), kriteria untuk mengklasifikasikan usaha sebagai mikro, kecil, dan menengah adalah sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro merupakan bentuk usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha milik seseorang dan memenuhi kriteria sebagai Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.
- b. Usaha Kecil merujuk pada kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilaksanakan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha menengah atau besar, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang memenuhi syarat sebagai Usaha Kecil sesuai ketentuan dalam Undang-Undang ini.

- c. Usaha Menengah merujuk pada kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilaksanakan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari Usaha Kecil atau besar, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan jumlah modal usaha yang sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang ini.

Berdasarkan UU Cipta Kerja dan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021, standar mengenai modal usaha terkait dengan Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi serta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah telah ditentukan. (BPK, 2021)

Tabel 1.1
Kriteria UMKM

No	Uraian	Kriteria	
		Aset	Omset
1	Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
2	Usaha Kecil	> 50 - 500 Juta	> 300 juta - 2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	> 500 juta - 10 Miliar	> 2.5 Miliar - 50 Miliar

Sumber: PP 7/2021

Penyakit *Coronavirus* 2019 (Covid-19) telah mengakibatkan berbagai perubahan dalam berbagai aspek. Tidak terkecuali, krisis ekonomi yang timbul sebagai dampak pandemi Covid-19 telah mempengaruhi kelangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sulitnya menjalankan bisnis telah menyebabkan banyak tenaga kerja harus dirumahkan. Selama masa pandemi, terjadi perubahan dalam pola konsumsi masyarakat dari offline ke online terhadap barang dan jasa. Para pelaku UMKM menghadapi kesulitan mencapai target mereka ketika perekonomian terganggu. Dalam

menghadapi perubahan pola tersebut, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berupaya bertahan dan berkembang agar dapat menghadapi kondisi *new normal*.

Perbaikan terus-menerus dalam kondisi ekonomi Indonesia setelah masa pandemi telah memberikan dorongan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk terus aktif. Hal ini tercermin dari peningkatan aktivitas bisnis UMKM pada kuartal IV-2022, di mana Indeks Bisnis UMKM mengalami kenaikan dari 103,2 (Q3-2022) menjadi 105,9 (Q4-2022). Meskipun terdampak oleh pandemi, lebih dari 60 juta pelaku UMKM tetap bertahan dan berkembang, menunjukkan ketangguhan sektor ini dalam menghadapi tantangan ekonomi.

Menurut data dari INDONESIA.GO.ID (2021), selama dua tahun pemerintahan kabinet Indonesia maju di bawah kepemimpinan Presiden Joko Widodo dan Wakil Presiden Ma'ruf Amin, kebijakan afirmasi terhadap sektor UMKM terbukti telah menjadikan sektor ini kokoh dan berperan sebagai penopang pertumbuhan ekonomi serta memberikan transformasi signifikan bagi perekonomian Indonesia. Sebagai hasilnya, dalam aspek kinerja ekonomi, pemerintah berhasil mengurangi kontraksi ekonomi pada tahun 2020 hanya sebesar -2,07% year on year (yoy), dan pencapaian ini menempatkan Indonesia di peringkat ke-4 di antara negara-negara G-20.

Data tersebut juga mencatat bahwa ekonomi Indonesia berhasil mempertahankan pertumbuhan sebesar 7,07% (yoy) pada kuartal II-2021. Prestasi ini merupakan pertumbuhan tertinggi dalam 16 tahun terakhir. Hal ini

dipicu oleh dukungan kuat dari pemerintah dalam upaya pengembangan bagi para pelaku usaha UMKM. Ini menjadi kunci penting dalam mengantisipasi kondisi ekonomi di masa depan serta memperkuat struktur ekonomi nasional. Dengan munculnya revolusi digital 4.0, terjadi perubahan signifikan bagi UMKM, terutama dalam gaya belanja konsumen yang beralih dari offline ke online. Oleh karena itu, memiliki wawasan yang memadai menjadi hal yang sangat penting bagi calon pengusaha UMKM atau mereka yang telah beroperasi dalam skala UMKM. Keberlanjutan usaha pada sebuah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah indikator keberhasilan bisnis dalam menerapkan inovasi, memastikan kesejahteraan karyawan dan kepuasan pelanggan, serta mengenai tingkat pengembalian ekuitas biasanya. Hal ini mencerminkan kemampuan perusahaan untuk terus tumbuh dan berinovasi secara berkelanjutan. (Sugita & Ekayani, 2022)

Mempertahankan kelangsungan usaha UMKM selama pandemi COVID-19 menjadi krusial, mengingat peran signifikan UMKM dalam mengurangi disparitas ekonomi dan sosial. Salah satu caranya adalah dengan meningkatkan daya beli masyarakat terhadap produk domestik. Pemerintah telah meluncurkan Gerakan Bangga Menjadi Indonesia (BMI) yang bertujuan untuk menginisiasi dan menargetkan digitalisasi 2 juta UMKM sebagai upaya konkret untuk membantu UMKM bertahan di tengah situasi pandemi. (Permata Sari & Arifin, 2023). Pentingnya peran ekonomi dalam Islam dapat dilihat sebagai faktor krusial yang berkontribusi pada kesejahteraan umat. Pernyataan tersebut diperkuat oleh pandangan Ismail Al-faruq yang dipetakan oleh Ahmad Dimiyati

(1988), yang menyatakan bahwa kegiatan ekonomi mencerminkan semangat ajaran Islam. Hal ini karena kemakmuran ekonomi umat merupakan tujuan yang diinginkan oleh komunitas Islam.

Dalam konsepnya, juga ditegaskan oleh ayat Al-Quran mengenai dorongan kepada umat Islam untuk meningkatkan sektor ekonominya dan bagaimana prinsip etika pengembangan ekonomi seharusnya diimplementasikan oleh seorang Muslim. Allah menyatakan dalam Al-Qur'an, surah at-taubah ayat 105 sebagai berikut:

قُلْ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا أَمْرُهُ إِذَا أَعْلَمْتُمْ أَنَّكُمْ تُعْتَدُونَ
 وَأَلَمْ يَأْتِكُمْ نَبَأُ الْفِتْنَةِ الَّتِي كَانَتْ بَيْنَ يَدَيْكُمْ وَأَنَّكُمْ تُعْتَدُونَ
 وَأَنَّكُمْ تُعْتَدُونَ
 وَأَنَّكُمْ تُعْتَدُونَ

“Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”

Ayat tersebut mengajak para pelaku UMKM untuk melakukan pekerjaan dan usaha dengan baik, karena hasilnya akan diberitahukan oleh Allah. Dengan demikian, pemilik UMKM diingatkan untuk menjalankan usaha mereka dengan etika dan kejujuran, yang pada gilirannya dapat mendukung keberlanjutan usaha mereka.

UMKM perlu dikenalkan dengan prinsip-prinsip keberlanjutan yang mempertimbangkan aspek lingkungan dan sosial sebagai dasar dalam menjalankan bisnis secara bertanggung jawab. Mendorong pelaku UMKM untuk mengadopsi praktik bisnis yang lebih berkelanjutan dianggap sebagai

pondasi penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM harus mempertimbangkan langkah-langkah yang tepat untuk memastikan keberhasilan usaha mereka. Adalah umumnya diakui bahwa UMKM seringkali menghadapi kendala dalam proses pengembangan. Oleh karena itu, evaluasi terus-menerus diperlukan agar keberlanjutan usaha dapat terus terjaga. Keberhasilan perusahaan dalam berinovasi, mengelola karyawan dan pelanggan, serta mengelola keuangan menjadi aspek yang sangat krusial dalam hal ini (Naufal & Purwanto, 2022)

Di era modern ini, dengan kemajuan teknologi dan terus berkembangnya bidang komunikasi, emasaran melalui platform media sosial telah menjadi opsi yang umum digunakan di kalangan para pelaku bisnis. Saat ini, media sosial telah menjadi kanal utama untuk menyampaikan informasi. Keuntungan utama dari penggunaan media sosial adalah potensinya yang besar dalam mengembangkan bisnis. Pemanfaatan media sosial dapat dioptimalkan untuk keperluan komunikasi bisnis, mempromosikan produk dan layanan, berinteraksi dengan pelanggan dan pemasok, memperkuat identitas merek, mengurangi biaya, dan mendukung penjualan secara online (Achmad , et al., 2020)

Media sosial memiliki tujuh fungsi potensial dalam bisnis, termasuk mengenali pelanggan, memfasilitasi komunikasi dua arah, membagikan informasi untuk memahami preferensi pelanggan, membangun hubungan antar pelanggan berdasarkan lokasi dan interaksi, membentuk reputasi perusahaan di mata pelanggan berdasarkan lokasi dan interaksi, membentuk reputasi

perusahaan di mata pelanggan, dan membentuk komunitas antar pelanggan. Teknologi distribusi yang didukung oleh media sosial dapat meningkatkan jumlah produk yang dapat mencapai konsumen. (Herdiyani, Barkah, Auliana, & Sukoco, 2022)

Media sosial, yang sedang populer di kalangan generasi milenial, merupakan kesempatan besar untuk digunakan sebagai alat periklanan dan promosi bisnis. Platform-platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, dan lain sebagainya saat ini banyak dimanfaatkan untuk keperluan bisnis. Hal ini terutama berlaku bagi produk-produk dari UMKM yang telah memahami dan mengadopsi sistem pemasaran digital atau online. Melalui sistem pemasaran digital atau online, produk-produk dari UMKM dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas, serta memungkinkan pemesanan dilakukan secara daring, sehingga mempermudah transaksi jual beli di era saat ini.

Satu aspek lain yang berpengaruh pada kesinambungan UMKM adalah adopsi teknologi keuangan. Bersamaan dengan perkembangan era digital, perusahaan internet, perusahaan teknologi, dan lembaga teknologi keuangan secara aktif memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan akses dan pemanfaatan layanan keuangan (Ngamal & Perajaka, 2021). Mereka terus berinovasi dengan mengembangkan model bisnis baru, mendorong perubahan dan peningkatan pada lembaga keuangan tradisional, dan memperkuat kapasitas melalui penerapan teknologi keuangan digital untuk mempromosikan pembangunan ekonomi. Pertumbuhan teknologi keuangan di Indonesia dinilai

sangat menguntungkan dan dianggap memiliki potensi untuk memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian negara.

Selain itu hasil dari kemajuan teknologi keuangan (*teknologi keuangan*) adalah maraknya perusahaan teknologi keuangan yang menawarkan layanan pinjaman, menarik minat dari para pelaku UMKM yang membutuhkan modal usaha. Mayoritas peminjam berasal dari kalangan UMKM. Alasan utama peminjam memilih pinjaman online adalah karena sulitnya akses ke layanan keuangan formal, yang sering kali mengharuskan memenuhi berbagai persyaratan yang rumit. Di sisi lain, persyaratan administrasi untuk pinjaman online cenderung lebih mudah. Menurut Peraturan OJK No. 77/PJOK.01/2016, *financial teknologi lending/ peer-to-peer lending/ P2P lending* adalah layanan pinjaman meminjam uang dalam mata uang rupiah secara langsung antara kreditur/*lender* (pemberi pinjaman) dan debitur/*borrower* (penerima pinjaman) berbasis teknologi informasi. *Financial technology lending* juga disebut sebagai Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (LPMUBTI). Teknologi keuangan *P2P lending* membuat *platform online* yang menyediakan fasilitas bagi pemilik dana untuk memberikan pinjaman secara langsung kepada debitur dengan *return* lebih tinggi, sedangkan peminjam dana bisa mengajukan kredit secara langsung kepada pemilik dana dengan syarat yang lebih mudah dan proses yang lebih cepat dibandingkan ke lembaga keuangan konvensional.

Oleh karena itu dengan adanya pertumbuhan teknologi keuangan yang semakin pesat, penting bagi masyarakat, termasuk pelaku UMKM, untuk meningkatkan pemahaman tentang layanan keuangan, produk, dan keputusan

finansial yang akan mereka pilih dan terapkan. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa manfaat dari akses keuangan, termasuk melalui teknologi keuangan dapat dirasakan secara maksimal dan tidak membawa kerugian bagi pelaku UMKM. Salah satu bentuk pembayaran digital adalah platform PPOB (*Payment Point Online Bank*) yang berfungsi untuk mempermudah pembayaran tagihan secara instan dan memfasilitasi pembelian produk digital dengan mudah (Yulianti & Rita, 2021). Dengan memanfaatkan teknologi keuangan, UMKM dapat mengotomatisasi proses-proses yang sebelumnya membutuhkan waktu dan sumber daya manusia yang besar. Contohnya, aplikasi akuntansi digital dan sistem pembayaran elektronik memungkinkan UMKM untuk melacak dan memproses transaksi dengan lebih cepat dan akurat, mengurangi risiko kesalahan manusia dan meningkatkan produktivitas secara keseluruhan. Selain itu dengan adanya teknologi keuangan dapat merangsang pertumbuhan inklusi keuangan. Inklusi keuangan pada dasarnya mengacu pada jumlah orang yang menjadi nasabah atau pengguna jasa keuangan. beberapa contoh jasa keuangan yang dimaksud meliputi semua jenis layanan perbankan dan juga asuransi.

Pada tahun 2019, Dewan Nasional Keuangan Inklusif (DKNI) menargetkan 75% inklusi keuangan. Namun, hingga saat ini target yang baru tercapai hanya menyentuh angka 49%. Itulah kenapa pemerintah Indonesia menyusun kebijakan inklusi keuangan demi menyasar masyarakat yang berada di piramida ekonomi terbawah. Teknologi keuangan adalah alternatif solusi untuk membantu mencapai target inklusi keuangan tersebut. Umumnya, layanan berbasis *online* dan dapat diakses di mana pun selama penggunaannya

memiliki jaringan internet. Hal ini sejalan dengan pilar ketiga dari pengembangan inklusi keuangan di Indonesia, yaitu Layanan Keuangan Digital Inovatif (Desy, 2023). Pandemi Covid-19 dan perkembangan teknologi keuangan menjadi ruang dalam peningkatan inklusi keuangan digital di Indonesia. Inklusi keuangan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi sebuah negara. Strategi yang dapat dilakukan agar inklusi keuangan digital berperan dalam mendorong pertumbuhan Indonesia yaitu yang pertama, peningkatan akses masyarakat terhadap produk dan transaksi keuangan berbasis digital dengan pemanfaatan teknologi keuangan yang ada. Meningkatkan akses masyarakat terhadap produk keuangan akan membantu sektor keuangan untuk memperoleh dana. Kemudian, dana yang diperoleh dapat diputar kembali untuk membiayai sektor-sektor produktif. Kedua, pengembangan dan pemanfaatan kemajuan teknologi untuk menciptakan inovasi dan berbagai produk keuangan. Perkembangan teknologi yang ada saat ini dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan sebuah inovasi yang membantu masyarakat dalam mengakses sektor keuangan, seperti pengembangan digital banking dan teknologi keuangan, seperti pengembangan digital banking dan teknologi keuangan yang berfokus pada kebutuhan konsumen, seperti pembiayaan, pembukaan rekening dan investasi. Strategi ketiga yang dapat dilakukan yaitu peningkatan edukasi dan literasi keuangan digital di masyarakat (BI, Institute, 2022)

Tabel 1.2
Jumlah UMKM pada daerah Bantul

No	Wilayah	Tahun		
		2020	2021	2023
1	Kabupaten Bantul	90.611,00	86.986,00	91.775,00
2	Kabupaten Gunung Kidul	55.429,00	53.960,00	57.761,00
3	Kabupaten Kulon Progo	36.954,00	36.141,00	37.398,00
4	Kabupaten Sleman	84.756,00	85.659,00	86.129,00
5	Kota Yogyakarta	39.289,00	32.793,00	39.807,00

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM DIY

Kepala Dinas UMKM Bantul, Agus Sulistiyana mengatakan, berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM DIY UMKM Bantul menjadi penyumbang terbesar terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Bantul merupakan kabupaten yang memiliki banyak industri kecil yang terbesar di setiap kecamatannya, dari pengolahan pangan, sandang dan kulit, kerajinan umum, kimia, bahan bangunan, logam dan jasa. Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Bantul mengadakan kerja sama (MoU) dengan salah satu perusahaan termuka yang bergerak di bidang ekonomi digital. Kerja sama ini terwujud sebagai bentuk kepedulian Pemkab Bantul terhadap para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang mengalami situasi sulit dan banyaknya pelaku UMKM gulung tikar selama pandemi COVID-19. Demi mewujudkan pemulihan UMKM, Pemkab Bantul terus melakukan berbagai Upaya, salah satunya dengan menggenjot sektor ekonomi digital. Bupati Bantul dengan diwakili oleh Asisten II Bagian Perekonomian dan Pembangunan, Bambang Gurito menuturkan bahwa peningkatan sisi ekonomi digital merupakan langkah strategis yang akan dilakukan oleh Pemerintah Daerah. Bentuk peningkatan

ekonomi digital oleh Pemkab Bantul ini berupa perencanaan penyediaan kanal pembayaran digital. Adanya kanal pembayaran digital diharapkan mampu sebagai salah satu instrumen dalam peningkatan pendapatan asli daerah Bantul (Tugu Jogja News, 2021). Namun, ada beberapa tantangan mengenai penerapan digital di kalangan pemilik UMKM dan karyawan yaitu kurangnya keterampilan dan pengetahuan. Dengan keterbatasan keterampilan dan pengetahuan UMKM tidak dapat membangun *brand image* yang kuat untuk bersaing dengan yang lain. Hal ini akan mempersulit UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital, seperti e-commerce dan pemasaran online. (DailySocial.id, 2023).

Al-Quran memberikan panduan tentang pentingnya kelanjutan kehidupan di bumi. Kemajuan teknologi yang terjadi seharusnya mendukung keberlanjutan ini dan tidak merusak fitrah manusia. Dalam mengembangkan teknologi, manusia dihimbau untuk memperhatikan prinsip-prinsip yang telah ditetapkan oleh Allah dan mempertimbangkan dampaknya terhadap manusia, lingkungan, dan kehidupan secara keseluruhan. Sebagaimana yang disebutkan dalam Surah Ar-Rum ayat 30 yang berbunyi:

نَا أُنْقِ وَجْهَ ۖ لِلدِّ ۖ حَاطِرٌ رَّ ۖ اَلنَّاسِ ۖ سَعَالًا ۖ هَآءِ ۖ لَ ۖ
 ۖنَ كَ نَ ۖ نَا ۖ ت ۖ ا ۖ
 نَبَّ ۖ لَ ۖ لَ ۖ خ ۖ ذُ ۖ الدِّ ۖ كُ ۖ نَا ۖ اَلنَّاسِ ۖ لَ ۖ عَ ۖ لَ ۖ هُنَ ۖ
 ۖ لَ ۖ لَ ۖ لَ ۖ ۖ اَلنَّاسِ ۖ لَ ۖ كُنَا ۖ س ۖ رَ ۖ ۖ مُنَ ۖ ۖ رَ ۖ قِ ۖ

"Maka hadapkanlah wajahmu dengan lurus kepada agama Allah; (tetaplah atas) fitrah Allah yang telah menciptakan manusia menurut fitrah itu. Tidak ada peubahan pada fitrah Allah. (Itulah) agama yang lurus; tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui"

Ayat tersebut menjelaskan bahwa manusia diberi kebebasan dan tanggung jawab untuk mengelola dunia dan memanfaatkan kemajuan teknologi. Penerapan teknologi harus selaras dengan prinsip-prinsip moral dan ketuhanan. Misalnya, dalam konteks teknologi keuangan atau teknologi keuangan, prinsip-prinsip ekonomi Islam dapat diintegrasikan untuk memastikan kepatuhan terhadap hukum-hukum syariah, seperti menghindari riba dan transaksi spekulatif.

Kondisi persaingan yang semakin kompetitif, dinamis dan menuntut sikap yang agresif dan inovatif. Persaingan yang semakin ketat juga berdampak pada perlunya perusahaan untuk semakin fleksibel, adaptif dan bertindak cepat. Oleh karena suatu perusahaan dikatakan harus terus berinovasi dalam produk yang dihasilkan. Karena inovasi produk adalah bagian dari kesatuan kualitas yang harus selalu diperhatikan (Putri & Arif, 2023). Saat ini banyak pemilik umkm mengembangkan produk baru yang merupakan faktor paling penting dalam mengendalikan kesuksesan ataupun kegagalan perusahaan. Untuk kesuksesan pembangunan produk baru tersebut, pemilik UMKM harus secara maksimal menerapkan dua sasaran kritis yaitu memaksimalkan secara tepat yang dibutuhkan konsumen dan meminimalkan waktu masuk produk kedalam pasar (Kusumawati , 2010).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keberlanjutan usaha adalah inovasi produk. Didalam menciptakan sebuah produk diperlukan adanya inovasi agar dapat membedakan produk tersebut dengan para pesaingnya dan apa yang membuat produk tersebut jauh lebih unggul dibandingkan produk sejenis

lainnya. Inovasi merupakan salah satu hal penting yang harus diterapkan oleh sebuah perusahaan jika tidak ingin kehilangan para konsumennya. Dengan adanya inovasi produk, dapat memberikan lebih banyak pilihan untuk para konsumen dan memberikan pilihan yang sesuai dengan selera mereka. (Ernawati, 2019).

Selain itu budaya organisasi juga penting dalam sebuah usaha. Setiap organisasi memiliki prinsip bisnis, pendekatan dalam menangani masalah dan membuat keputusan, serta keyakinan, perilaku, pola pemikiran, praktik bisnis, dan kepribadian yang khas. Budaya organisasi berfungsi sebagai faktor penyatuan yang dapat menyatukan kelompok dalam organisasi, menciptakan ikatan positif yang mampu mengarahkan organisasi ke arah yang lebih positif. Hubungan antara kepemimpinan dan budaya organisasi sangat dekat, karena gaya kepemimpinan setiap pemimpin memainkan peran penting dalam pembentukan budaya organisasi. Oleh karena itu, banyak yang menyatakan bahwa budaya organisasi merupakan refleksi dari kepemimpinan di dalam organisasi, seperti analogi dua sisi mata uang yang memiliki nilai yang sejajar (Trang, 2013)

Teknologi keuangan dan Digital Marketing terhadap keberlanjutan UMKM sudah banyak dilakukan oleh penelitian sebelumnya, seperti penelitian yang dilakukan oleh Budyastuti, (2021) menyimpulkan bahwa teknologi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap keberlanjutan UMKM. Penelitian serupa juga diungkapkan oleh Maulana, Murningsih, dan Prasetya, (2022) menyimpulkan bahwa teknologi keuangan berpengaruh positif terhadap

keberlanjutan usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Sudhika, (2022) menyimpulkan bahwa Digital marketing memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Temuan serupa juga diungkapkan oleh (Purba, Simanjuntak, Malaub, dan Ahmadid, (2021) menyimpulkan bahwa digital marketing berpengaruh positif terhadap keberlanjutan usaha.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putri dan Arif, (2023) cenderung memusatkan perhatian pada penerapan Digital marketing dan inovasi produk di UMKM. Pembaharuan dalam penelitian ini adalah penambahan variabel teknologi keuangan sebagai salah satu variabel bebas dan budaya organisasi juga dapat berperan sebagai variabel pemoderasi. Teknologi keuangan, seperti teknologi keuangan, dapat memainkan peran kunci dalam meningkatkan akses keuangan bagi pelaku usaha. Dengan adanya inovasi di bidang ini, mungkin ada dampak positif terhadap kemampuan perusahaan untuk mendapatkan modal, mengelola keuangan, dan mengatasi hambatan keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk melengkapi penelitian sebelumnya. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh penulis dan evaluasi terhadap perbedaan temuan peneliti sebelumnya yang relevan, timbul ketertarikan dari peneliti untuk Menyusun sebuah penelitian yang berjudul “Pemanfaatan Digital Marketing, Teknologi Keuangan, Dan Inovasi Produk Terhadap Keberlanjutan Umkm Dengan Budaya Organisasi Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris pada UMKM bidang kuliner di daerah Bantu)”.

B. RUMUSAN MASALAH

Adapun rumusan masalah penelitian ini yang dapat disimpulkan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Apakah pemanfaatan digital marketing berpengaruh positif terhadap Keberlanjutan UMKM?
2. Apakah teknologi keuangan berpengaruh positif terhadap Keberlanjutan UMKM?
3. Apakah inovasi produk berpengaruh positif terhadap Keberlanjutan UMKM?
4. Apakah budaya organisasi dapat memperkuat pengaruh positif pemanfaatan digital marketing terhadap keberlanjutan usaha UMKM?
5. Apakah budaya organisasi dapat memperkuat pengaruh positif teknologi keuangan terhadap keberlanjutan usaha UMKM?
6. Apakah budaya organisasi dapat memperkuat pengaruh positif inovasi produk terhadap keberlanjutan UMKM?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan:

1. Menguji secara empiris pemanfaatan digital marketing berpengaruh positif terhadap keberlanjutan UMKM .
2. Menguji secara empiris teknologi keuangan berpengaruh positif terhadap Keberlanjutan UMKM

3. Menguji secara empiris inovasi produk berpengaruh positif terhadap Keberlanjutan UMKM
4. Menguji secara empiris budaya organisasi dapat memperkuat pengaruh positif pemanfaatan digital marketing terhadap keberlanjutan usaha
5. Menguji secara empiris budaya organisasi dapat memperkuat pengaruh positif teknologi keuangan terhadap keberlanjutan usaha
6. Untuk menganalisis dan menguji budaya organisasi mampu memoderasi hubungan antara inovasi produk terhadap keberlanjutan usaha

D. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang memiliki kepentingan. Secara rinci, keuntungan dari peneliti dapat diuraikan sebagai berikut:

A. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, terutama dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis, sebagai sumber literatur atau referensi. Informasi teoritis dan empiris yang ditemukan dapat menjadi acuan bagi pihak-pihak yang akan melanjutkan penelitian lebih lanjut mengenai masalah ini, serta dapat melengkapi sumber literatur yang sudah ada

B. Manfaat Praktis

- a. Bagi UMKM dapat digunakan sebagai informasi yang berfungsi sebagai panduan dan faktor pertimbangan terkait kontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat
- b. Bagi akademis dan pembaca menjadi tambahan pengetahuan dan menjadi referensi untuk penelitian mendatan