

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang disingkat dengan UMKM ada di berbagai negara di dunia termasuk negara-negara ASEAN menjadi pilar yang tangguh dalam pembangunan ekonomi (Patma et al., 2021). UMKM di negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, Jerman, Perancis, dan Kanada merupakan motor penting bagi pertumbuhan ekonomi dan progres teknologi (Tambunan, 2017). Kontribusi UMKM juga diakui di berbagai negara lainnya, namun kondisinya berbeda di satu negara dengan negara lainnya (Styaningrum et al., 2020).

UMKM Indonesia mampu menggerakkan sektor riil dan memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan menyerap tenaga kerja (Anggadwita & Mustafid, 2014). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KemenkopUKM) tahun 2020 menunjukkan UMKM menyumbang 57,14% total PDB Indonesia.

Perlu kiranya untuk mengetahui definisi UMKM di Indonesia berdasarkan Undang Undang nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM yang telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja dan diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 menjelaskan bahwa definisi usaha mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan paling banyak Rp. 50 juta dengan omset penjualan tahunan paling banyak Rp. 300 juta. Sedangkan untuk usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan lebih dari Rp. 50 juta sampai Rp. 500 juta dengan omset penjualan tahunan lebih dari Rp. 300 juta sampai Rp. 2,5 miliar. Untuk usaha menengah adalah usaha yang memiliki kekayaan lebih dari Rp. 500 juta sampai Rp. 10 miliar dengan

omset penjualan tahunan lebih dari Rp. 2,5 miliar sampai Rp. 500 miliar. Kriteria UMKM disajikan pada Tabel 1.1 di bawah.

Tabel 1.1 Kriteria UMKM

No.	Usaha	Kriteria	
		Aset	Omset
1	Mikro	Maks. Rp 50 juta	Maks. Rp 300 juta
2	Kecil	> Rp 50 juta – Rp 500 juta	> Rp 300 juta – Rp 2,5 miliar
3	Menengah	> Rp 500 juta – Rp 10 miliar	> Rp 2,5 miliar – Rp 50 miliar

Sumber: UU No. 20 Tahun 2008

Menurut BPS (Badan Pusat Statistik), klasifikasi usaha berdasarkan jumlah tenaga kerja dibagi menjadi usaha mikro/rumah tangga adalah usaha yang memiliki tenaga kerja 1-4 orang, usaha kecil adalah usaha yang memiliki tenaga kerja 5-19 orang, usaha menengah/sedang adalah usaha yang memiliki tenaga kerja 20-99 orang, dan usaha besar adalah usaha yang memiliki tenaga kerja 100 orang atau lebih.

Menurut Tambunan (2017) UMKM didasari oleh 9 (sembilan) asas yaitu kekeluargaan, demokrasi ekonomi, kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, wawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan kemajuan, dan kesatuan ekonomi. Menurut Wilantara & Susilawati (2016) bahwa berkembangnya UMKM di sebuah negara tidak bisa lepas dari peran pemerintah yang meliputi aspek pendanaan, sarana prasarana, informasi usaha, kemitraan, perizinan usaha, kesempatan berusaha, promosi dagang, dan dukungan kelembagaan.

Keunggulan lain yang dimiliki UMKM adalah fleksibilitas (keluwesan) dalam mensikapi perubahan yang terjadi. Berbekal keunggulan itu, maka sangat tepat bila strategi yang diambil dalam

mengembangkan UMKM adalah menanamkan sikap kreatif dan terbuka dengan inovasi. Kreativitas yang ditanamkan dalam sistem usaha, bisa mendorong lahirnya UMKM yang kreatif sekaligus menghasilkan produk-produk kreatif.

Istilah UMKM kreatif atau ekonomi kreatif atau industri kreatif memiliki makna yang sama sehingga tidak bertentangan satu sama lainnya. Hanya saja istilah-istilah ini digunakan oleh dua kementerian yang berbeda yaitu Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KemenkopUKM) dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). KemenkopUKM menggunakan istilah UMKM berdasarkan UU nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM sedangkan Kemenparekraf menggunakan istilah ekonomi kreatif atau industri kreatif sesuai 16 subsektor ekonomi kreatif yang telah ditentukan berdasarkan UU nomor 24 tahun 2019 tentang ekonomi kreatif. Hal ini perlu peneliti sampaikan dikarenakan istilah ekonomi kreatif menjadi booming akhir-akhir ini.

Industri ekonomi kreatif diyakini sudah ada sejak lama di Indonesia. Namun, belum dipraktikkan secara detail dalam aktivitas ekonomi. Ekonomi kreatif mulai dikenal pada tahun 2001, yaitu ketika John Howkins menerbitkan bukunya berjudul "*The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*" yang mengulas tentang adanya gelombang industri ekonomi baru yang berdasar pada kreativitas.

Ekonomi kreatif muncul sejak masa pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dan terus berlanjut pada masa pemerintahan Presiden Joko Widodo hingga sekarang ini. Kemunculan industri ekonomi kreatif di Indonesia juga disebabkan adanya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang masuk dan sudah berkembang beberapa tahun sebelumnya di Indonesia.

Secara umum, ekonomi kreatif diartikan sebagai suatu konsep perekonomian di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas, dengan mengedepankan ide dan berbagai pengetahuan dari sumber daya manusia itu sendiri, sebagai faktor produksi yang paling utama. Menurut *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD), ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi yang berkembang berdasarkan aset kreatif yang berpotensi menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi.

Pendapat Tambunan (2017) “ekonomi kreatif berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu yang menghasilkan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan berbagai macam produk dan jasa”. Menurut Resmi et al. (2019b) “UMKM kreatif merupakan UMKM yang bergerak di bidang usaha yang tergolong dalam industri kreatif”. Industri kreatif selalu berkembang sesuai dengan perkembangan inovasi dan kreatifitas manusia. Setidaknya terdapat 16 subsektor industri kreatif yang ada di Indonesia, yaitu pengembang permainan, kriya, desain interior, musik, seni rupa, desain produk, fesyen, kuliner, film/animasi/video, fotografi, desain komunikasi visual, televisi/radio, arsitektur, periklanan, seni pertunjukkan, penerbitan, dan aplikasi.

Ciri industri kreatif yang dikemukakan oleh Wilantara & Susilawati (2016) yaitu: 1) Industri yang unsur utamanya adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual; 2) Industri kreatif terdiri atas penyediaan produk kreatif langsung kepada pelanggan dan pendukung penciptaan nilai kreatif pada sektor lain yang secara tidak langsung berhubungan dengan pelanggan; 3) Produk dari industri kreatif mempunyai ciri siklus hidup singkat, margin tinggi, keanekaragaman tinggi, persaingan tinggi, dan mudah ditiru.

Menurut Rajab (2015) bahwa produk-produk ekonomi kreatif cukup beragam, yang bisa dikelompokkan ke dalam 4 (empat) kategori. Pertama; warisan, seperti ekspresi budaya tradisional yang meliputi kerajinan-kerajinan artistik, festival dan perayaan-perayaan, serta situs-situs budaya yang menyangkut situs-situs arkeologis, museum, perpustakaan, dan pameran-pameran. Kedua; karya-karya seni, aksesoris, ornamen, seperti seni visual yang menyangkut lukisan, patung, ukiran, fotografi, barang-barang antik; seni pertunjukan yang menyangkut pertunjukan musik, teater, tarian, opera, dan sirkus. Ketiga; media, seperti penerbitan dan percetakan, audiovisual, yang menyangkut film, televisi, dan radio. Keempat, kreasi fungsional, seperti desain, interior, grafis, perhiasan, mainan, dan jasa kreatif yang menyangkut arsitektural, periklanan, turisme, kuliner, serta penelitian dan pengembangan kreatif.

Pendapat Buchdadi et al. (2020) bahwa “sektor UMKM kreatif dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja yang diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian Indonesia”. UMKM kreatif mulai dicanangkan pada tahun 2009 seiring dengan melambatnya perekonomian akibat krisis global. Menurut Wicaksono & Subarjo (2018) bahwa “UMKM kreatif berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut”.

Menurut Wilantara & Susilawati (2016), beberapa tantangan yang dihadapi industri kreatif seperti industri kreatif belum banyak dikenal karena relatif baru, tidak ada data nilai ekonomi dan perkembangan industri kreatif yang terdokumentasi dengan baik, kegiatan kreatif masih terkotak-kotak dan belum ada kajian rantai nilai yang utuh mulai dari kreasi, produksi, dan distribusi, penyelenggaraan pendidikan di

perguruan tinggi tidak cukup memberi tempat pada industri kreatif, dan belum ada kebijakan yang memberi ruang yang cukup untuk peningkatan bisnis kreatif, dan belum ada pola pendidikan yang membina *skill* kreatif.

Tahun 2022 pemerintah Indonesia menyatakan Pandemi Covid-19 menjadi endemi. Namun, Pandemi Covid-19 telah berdampak pada perekonomian negara Indonesia. Salah satunya menurunnya kinerja UMKM di seluruh Indonesia. Sebagai negara berkembang sebagian besar perekonomian Indonesia ditopang oleh UMKM. Pada krisis ekonomi 1998 dan krisis global tahun 2008 diketahui UMKM lebih cepat bangkit. Namun, saat pandemi di tahun 2020, UMKM menjadi pihak yang paling terpukul. Pengembangan UMKM terhambat berbagai masalah yang belum terselesaikan seperti keberlangsungan usaha, literasi keuangan, inovasi, kapasitas sumber daya manusia, dan risiko kegagalan yang menjadikan sulit bersaing dengan perusahaan besar. Diperlukan upaya untuk mengatasi masalah di atas untuk keberlangsungan UMKM.

Menurut Barney et al. (2001) “teori *Resource Based View* (RBV) menggambarkan bahwa sumber daya yang unik, langka, dan tidak berubah memungkinkan usaha untuk mendapatkan keberlanjutan usaha”. Hasil penelitian Ying et al. (2019) menjelaskan keberlangsungan usaha dicapai dengan menggunakan sumber daya (aset) yang dimiliki baik yang berwujud (*tangible*) atau tidak berwujud (*intangible*). Salah satu *intangible aset* adalah modal intelektual. Menurut Khaliq et al. (2015) “modal intelektual terdiri dari *human capital*, *structural capital*, dan *relational capital*”. Meskipun modal intelektual merupakan hal penting untuk mencapai keberlangsungan usaha tetapi banyak pelaku UMKM belum memahami konsep dan nilai modal intelektual.

Penelitian Khan et al. (2021) dan Khaliq et al. (2015) *Intellectual Capital* (modal intelektual) secara signifikan berpengaruh

terhadap kinerja UMKM di negara Pakistan. Hasil penelitian Supeno et al. (2015) terhadap UMKM Jawa Timur menyatakan “modal intelektual berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM dengan penjelasan modal manusia, modal struktural, dan modal relasional dapat meningkatkan kinerja UMKM”. Namun, berbeda dengan hasil penelitian Styaningrum et al. (2020) yang mendapati modal intelektual berpengaruh tidak signifikan terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Madiun Jawa Timur dengan alasan beberapa pengusaha UMKM di Madiun Jawa Timur belum memperhatikan modal intelektual dalam mengembangkan usahanya. Dari perbedaan di atas, maka dirasa perlu untuk menggali lebih dalam lagi mengenai modal intelektual terhadap keberlanjutan usaha UMKM khususnya di Jawa Timur.

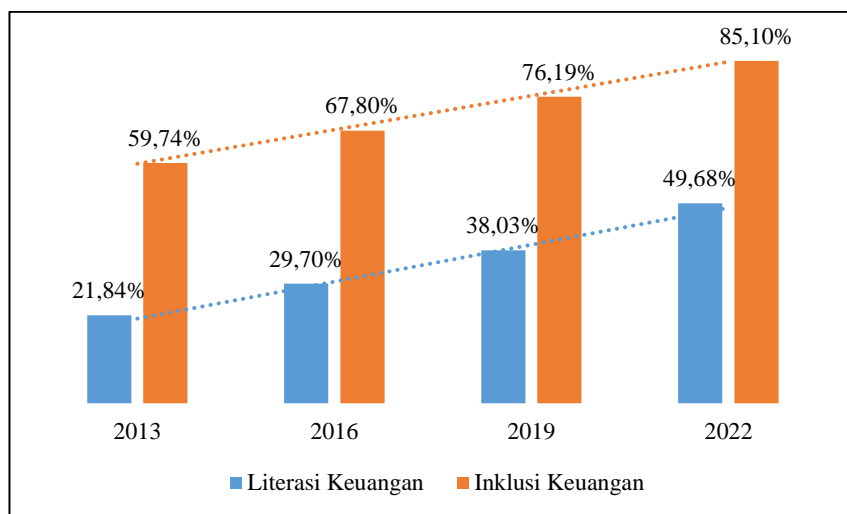
Penelitian ini juga mengkaji sikap risiko atau *Risk Attitude* dalam mendukung keberlanjutan suatu usaha. Menurut penelitian Redha et al. (2021) terhadap UMKM di Malaysia didapati masih minim dalam mengidentifikasi dan mengelola risiko usaha. Hanggraeni (2021) dalam bukunya yang berjudul “Strategi Bisnis dan Manajemen Risiko dalam Pengembangan UMKM di Indonesia” menjelaskan upaya yang dapat dilakukan agar UMKM dapat berkelanjutan dan terhindar dari kegagalan adalah penerapan manajemen risiko seperti risiko operasional dan risiko pasar. Dampak buruknya manajemen risiko akan berimbas kepada profitabilitas dan pasar.

Menurut Brustbauer (2016) bahwa lemahnya kemampuan mengidentifikasi, menilai, dan memantau risiko membuat pemilik UKM akan kesulitan menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan yang begitu cepat. Menurut Mulyadi (2017) setiap usaha akan selalu berhadapan dengan risiko sehingga yang terpenting bagaimana mengantisipasi dampaknya dan mengelola risiko. Penelitian Pratono (2018) menyatakan *Risk Attitude* (sikap risiko) berpengaruh positif

terhadap kinerja UMKM di Indonesia dengan persepsi menerapkan sikap hati-hati dan mempelajari masalah untuk meminimalkan risiko. Begitupula penelitian You & You (2020) *Risk Attitude* (sikap risiko) berpengaruh terhadap *Business Sustainability* (keberlangsungan usaha) UMKM di Korea.

Menurut Kulathunga et al. (2019) bahwa usaha yang mengelola risiko dengan baik dapat menghasilkan kinerja yang baik. Hasil penelitian Redha et al. (2021) menjelaskan masih perlunya ditingkatkan kesadaran manajemen risiko pada UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh Kortana (2019) dengan unsur risiko strategik, risiko keuangan, risiko operasional, dan risiko kepatuhan menjadi pendorong keberlanjutan UMKM. Sedangkan hasil yang berbeda dari penelitian Glowka et al. (2021) dan Mabula & Ping (2018a) menunjukkan manajemen risiko tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM dikarenakan implementasi manajemen risiko bagi UMKM membutuhkan waktu yang panjang. Selain itu, penelitian Cantonnet et al. (2019) menyatakan UMKM belum yakin bahwa mereka memerlukan manajemen risiko dan seringkali tindakan risiko hanya untuk memenuhi aturan hukum yang ada. Penelitian mengenai sikap risiko bagi kinerja UKM masih didapatkan perbedaan hasil. Selain pentingnya sikap risiko bagi pelaku UMKM untuk keberlanjutan usahanya, hal yang tidak kalah penting adalah *financial literacy* yang dimiliki pelaku usaha tersebut.

Dalam Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Nasional (SNLIK) keempat yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2022 terlihat pada Gambar 1.1 diketahui bahwa indeks literasi keuangan di Indonesia yang sebelumnya dengan nilai 38,03% di tahun 2019 meningkat menjadi 49,68% di tahun 2022, sedangkan indeks inklusi keuangan yang sebelumnya dengan nilai 76,19% di tahun 2019 meningkat menjadi 85,10% di tahun 2022.



Gambar 1.1 Indeks Literasi Keuangan dan Indeks Inklusi Keuangan

Berdasarkan Tabel 1.2 diketahui propinsi Jawa Timur memiliki indeks literasi keuangan tahun 2022 mencapai 55,32%, dan inklusi keuangan mencapai 92,99%. Dari data tersebut menjadi dasar bahwa masih perlunya penelitian mengenai literasi keuangan UMKM dilakukan khususnya di Jawa Timur. Salah satu permasalahan UMKM adalah literasi keuangan atau *Financial Literacy*.

Tabel 1.2 Indeks Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan tahun 2022 berdasarkan provinsi

Provinsi	Literasi Keuangan	Inklusi Keuangan
Aceh	49,87%	89,87%
Sumut	51,69%	95,58%
Riau	67,27%	85,19%
Kalimantan Barat	51,95%	84,16%
Kalimantan Tengah	32,73%	81,30%
Kalimantan Utara	58,70%	91,69%
Kalimantan Timur	57,14%	93,25%
Sulawesi Tengah	56,36%	78,44%
Sumatera Barat	40,78%	76,88%

Jambi	46,49%	85,19%
Kepulauan Riau	48,57%	87,01%
Kalimantan Selatan	42,08%	81,56%
Sulawesi Barat	46,49%	70,39%
Gorontalo	52,21%	88,57%
Papua Barat	54,29%	81,30%
Bangka Belitung	62,34%	79,48%
Bengkulu	30,39%	88,05%
Sumatera Selatan	52,73%	88,57%
DKI Jakarta	52,99%	96,62%
Sulawesi Selatan	36,88%	88,57%
Sulawesi Tenggara	31,95%	84,42%
Maluku	40,78%	78,70%
Maluku Utara	49,35%	81,04%
Papua	45,19%	76,36%
Lampung	41,30%	74,81%
Banten	45,19%	85,71%
Jawa Barat	56,10%	88,31%
Jawa Tengah	51,69%	85,97%
Jawa Timur	55,32%	92,99%
D.I. Yogyakarta	54,55%	82,08%
Bali	57,66%	92,21%
NTB	65,45%	82,34%
NTT	51,95%	85,97%

Sumber: Survey Literasi Keuangan OJK (2022)

Penelitian Golubić & Huertas (2021) ditemukan “pelaku UMKM masih kurang dalam pengetahuan keuangan atau literasi keuangan UMKM”. Hal ini dipertegas oleh Aryani et al. (2020) bahwa banyak pelaku UMKM yang belum melek keuangan. Literasi keuangan merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh pelaku UMKM dalam mencapai keberhasilan dan peningkatan kinerja usaha. Namun, masih banyak masyarakat, termasuk UMKM di Indonesia yang belum memahami literasi keuangan dengan baik.

Menurut Potrich et al. (2016) “literasi keuangan merupakan kombinasi dari pengetahuan, perilaku, dan sikap dalam pengambilan

keputusan dan pengelolaan keuangan”. Temuan dari Rahim & Balan (2020) bahwa “literasi keuangan memberikan kemampuan bagi pelaku UMKM dalam pengambilan keputusan keuangan sehubungan dengan manajemen kas dan investasi yang terkait dengan usahanya”. Aryani et al. (2020) juga menemukan “literasi keuangan membantu pelaku UMKM untuk membuat keputusan lebih baik tentang sumber pembiayaan dan analisis struktur modal bagi usahanya”.

Faktanya usaha UMKM yang awalnya berkembang, namun seiring perjalanan waktu tidak mampu bertahan. Salah satu penyebabnya karena pencatatan atau pembukuan keuangan usaha yang belum optimal. Hal ini perlu dilakukan agar UMKM bisa mempertanggungjawabkan keuangannya dengan lebih baik layaknya perusahaan besar. Namun, masih banyak pelaku UMKM kurang memperhatikan pengelolaan keuangan usahanya dengan menggabungkan uang pribadi dan uang usahanya.

Berdasarkan penelitian terdahulu diketahui UMKM masih perlu meningkatkan literasi keuangan agar usahanya terus berkembang dan bertahan di tengah krisis. Penelitian yang dilakukan oleh Nohong et al. (2019) dan Resmi et al. (2021) menemukan hasil positif tentang literasi keuangan dapat meningkatkan kinerja UMKM. Namun rekomendasi memberikan catatan perlu pengklasifikasian UMKM berdasarkan skala usaha dan jenis usaha di masa depan. Sedangkan Ye & Kulathunga (2019) memberikan rekomendasi perlu dilakukan penelitian literasi keuangan kepada pemilik dan pengelola UMKM, karena secara tidak langsung seluruh tim manajemen terlibat dalam proses pengambilan keputusan UMKM.

Penelitian Plakalovic (2015) menjelaskan tingkat literasi keuangan dan pengetahuan keuangan yang rendah bagi manajer UMKM menunjukkan bahwa pengetahuan dan keterampilan ini tidak terlalu

penting bagi keberhasilan UMKM. Hasil penelitian Eniola & Entebang (2017) masih menimbulkan pertanyaan untuk ditindaklanjuti apakah literasi keuangan yang tinggi mampu mencegah terjadinya penutupan usaha UMKM.

Business sustainability atau keberlangsungan usaha atau keberlanjutan usaha dari hasil penelusuran literatur merupakan topik yang menarik untuk diteliti khususnya keberlanjutan usaha ekonomi kreatif. Menurut Garbie (2014) dan Muslimat et al. (2020) bahwa “istilah keberlanjutan atau *sustainability* meliputi tiga aspek yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial”. Menurut Hudson et al. (2001) bahwa “sebuah usaha berjalan baik ketika mampu menciptakan nilai, baik dari perspektif keuangan dari sisi profit dan non keuangan seperti kinerja lingkungan dan tanggung jawab sosial”.

Istilah *sustainability* atau *sustainable development* merupakan istilah untuk perusahaan. Namun, konsep *sustainability* ini seyogyanya juga diterapkan untuk UMKM khususnya ekonomi kreatif. Dari penjelasan di atas, maka arti *sustainability* adalah kemampuan suatu perusahaan untuk terus menjalankan usahanya.

Keberlanjutan usaha terinspirasi dari keberlanjutan yang dicetuskan oleh Elkington (1998), yang lebih dikenal dengan *triple bottom line sustainability*. Penelitian yang dilakukan Ganlin et al. (2021), Jayashree et al. (2021), dan Styaningrum et al. (2020) mengenai keberlanjutan UKM secara eksplisit menunjukkan konsep keberlanjutan dengan menggabungkan lingkungan, sosial, dan ekonomi. Pendapat Gross-Golacka (2020) bahwa “keberlangsungan usaha adalah upaya mengintegrasikan prinsip-prinsip sosial, ekonomi, dan lingkungan ke dalam model bisnis”. Widayanti et al. (2017) juga menegaskan “keberlangsungan usaha merupakan bentuk konsistensi dari kondisi usaha mencakup pertumbuhan, perkembangan, strategi untuk

keberlangsungan dan eksistensi usaha”. Idawati & Pratama (2020) bahwa “keberlangsungan usaha pada UKM dilihat dari keberhasilan perusahaan dalam melakukan inovasi, pengelolaan karyawan dan pelanggan serta pengembalian terhadap modal awalnya”.

Beberapa penelitian mengenai *sustainability* atau keberlanjutan UMKM telah dilakukan di Indonesia seperti Patma et al. (2021), Srikalimah et al. (2020), Madyaratry et al. (2020), Hernita et al. (2021), Nurohman et al. (2021), dan Pardiman et al. (2022). Penelitian yang dilakukan oleh Pardiman et al. (2022) “mengenai keberlanjutan usaha UMKM di Indonesia dipengaruhi oleh modal finansial atau pendanaan khususnya pinjaman lunak atau dana hibah bergulir agar tetap bertahan dan terhindar dari kebangkrutan”. Penelitian yang dilakukan oleh Nurohman et al. (2021) terhadap UMKM di kota Solo juga menyatakan “inklusi keuangan berupa kemudahan akses pendanaan membantu UMKM untuk tetap bertahan”.

Peneliti juga mendapatkan hasil penelitian yang berbeda mengenai *sustainability* seperti penelitian Purba et al. (2021) terhadap UMKM di daerah Banten menghasilkan kesimpulan “dimana faktor finansial tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha, dikarenakan UMKM daerah Banten lebih mengutamakan praktek pemasaran berupa *e-commerce*”. Begitupula penelitian Kostini & Raharja (2020) “terhadap industri kreatif di Bandung dikarenakan usahanya masih relatif kecil merasa belum perlu untuk memperbaiki perilaku keuangan untuk usahanya”. Dari hasil-hasil empirik di atas didapati UMKM ada yang menyatakan faktor finansial itu penting diterapkan akan tetapi ada juga yang beranggapan faktor finansial tidak begitu penting karena mendahulukan aspek-aspek lain yang mempengaruhi keberlanjutan suatu usaha. Berdasarkan gap di atas, maka peneliti perlu untuk memberikan

kontribusi penelitian mengenai *Financial Literacy* dan *Business Sustainability*.

Provinsi Jawa Timur yang kaya akan ragam budaya dan seni serta memiliki bermacam keunikan yang patut dibanggakan dalam industri kreatif. UMKM kreatif menjadi bagian penting dalam perekonomian di Jawa Timur (Sukarno, 2019). UMKM kreatif di Jawa Timur yang berfokus pada kreasi dan inovasi mengalami pertumbuhan yang pesat dengan didukung oleh kekayaan budaya dan tradisi yang mendukung kreatifitas sumber daya manusia (Wicaksono & Subarjo, 2018). Dari penjelasan di atas diketahui bahwa provinsi Jawa Timur mempunyai potensi besar untuk menjadi salah satu sentra industri kreatif di Indonesia, dimana hal ini tidak lepas dari dukungan pemerintah.

Salah satu industri kreatif yang sudah ada sejak dulu dan memiliki prospek berkembang di Jawa Timur adalah industri kreatif batik (Citradika et al., 2019). Jawa Timur merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang menjadi sentra penghasil batik. Dengan cakupan luas daerah yang besar dan memiliki beberapa kota dan kabupaten yang memiliki corak dan kekhasannya masing-masing.

Beberapa jenis batik yang ada di Jawa Timur yaitu Batik Madura, Batik Tulungagung, Batik Banyuwangi, Batik Tuban. Industri batik di Jawa Timur seperti halnya industri lain juga mengalami pasang surut. Sempat maju dan berkembang pesat pada tahun 1970an. Dan mengalami kemunduran disebabkan oleh krisis moneter tahun 1997 dan pandemi Covid-19 tahun 2020. UNESCO pada tanggal 2 Oktober 2009 menetapkan bahwa batik adalah warisan budaya milik Indonesia (Kustiyah & Iskandar, 2017). Informasi di atas menjadi salah satu dasar dilakukannya penelitian ini.

Industri batik di Jawa Timur merupakan industri kreatif yang sudah sejak dulu dan memiliki prospek terus berkembang. Industri batik

di Jawa Timur didominasi oleh industri kecil dan menengah sedangkan produk batik sendiri merupakan warisan budaya milik Indonesia. Diperoleh informasi bahwa kurangnya regenerasi pelaku industri batik dan adanya produk batik dari China yang menjadi produk saingan. Perkembangan industri kreatif seperti industri batik secara umum masih memiliki masalah yang belum selesai seperti kapasitas sumber daya manusia, risiko kegagalan, literasi keuangan, dan keberlanjutan usaha.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian mengenai *Financial Literacy* dan *Business Sustainability* berkaitan industri kreatif yang fokus mengenai industri batik belum spesifik dan banyak dilakukan. Berdasarkan *research gap* dari hasil penelitian sebelumnya diketahui masih memerlukan penelitian yang lebih baru berkaitan *Financial Literacy* dan *Business Sustainability*. Kemudian pada penelitian ini untuk variabel *Intellectual Capital* dan *Risk Attitude* diharapkan juga mampu mengisi kesenjangan yang ada dikarenakan menjadi aspek yang diperlukan bagi pelaku industri batik dan dapat menjadi model teoritis baru bagi *Business Sustainability*.

Penelitian ini memberikan kontribusi baru terhadap ilmu pengetahuan yang ada berupa model penelitian *Business Sustainability* dan juga memberikan kontribusi *Financial Literacy* yang berguna bagi pengembangan ilmu manajemen keuangan dan harapannya berimplikasi bagi dunia industri batik yang ada di Jawa Timur. Penelitian ini memverifikasi dan memperluas lebih jauh model penelitian *Business Sustainability* dengan mengidentifikasi sisi positif dan peran mediasi *Financial Literacy* yang berkaitan dengan industri batik melalui pengembangan pengaruh positif *Intellectual Capital* terhadap *Financial Literacy* dan *Risk Attitude* terhadap *Financial Literacy* dengan harapan dapat mencapai tujuan *Business Sustainability* bagi industri batik.

B. Identifikasi Masalah

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

1. Keberlanjutan usaha industri batik di Indonesia yang menurun drastis pasca pandemi Covid-19.

Menurut Rahman (2020) bahwa Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah menyatakan selama pandemi Covid-19 ada sekitar 37.000 UMKM yang melaporkan terkena dampak yang sangat serius. Pandemi ini ditandai dengan sekitar 56 persen mengalami penurunan penjualan, 22 persen mengalami kendala pada aspek pembiayaan, 15 persen mengalami gangguan dalam pendistribusian barang, dan 4 persen mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku. Menurut Resmi et al. (2020) berbagai regulasi yang diterapkan untuk menekan penyebaran Covid-19, seperti pembelajaran daring di sekolah dan kampus, pembatasan beberapa kegiatan masyarakat, pembatasan sosial berskala besar, bahkan “*lockdown*” mengakibatkan penurunan tingkat penjualan industri batik di Indonesia.

2. Pelaku industri batik belum memahami akan pentingnya literasi keuangan demi keberlangsungan usahanya.

Menurut Kirsten (2013), pelaku UMKM belum memahami pentingnya menyimpan catatan transaksi, perencanaan profitabilitas yang akan datang berupa peramalan pendapatan dan pengeluaran, manajemen modal kerja, menyiapkan dan menganalisis laporan keuangan. Hal yang sama diungkapkan Plakalovic (2015) bahwa sedikit sekali pengelola industri kreatif yang paham akan analisis keuangan. Mereka cenderung menggunakan spontanitas dalam pengambilan keputusan keuangan.

3. Perlunya peningkatan kemampuan intelektual bagi pelaku industri batik.

Pelaku industri batik di Indonesia dihadapkan dengan keterbatasan sumber daya yang ada. Pelaku industri batik harus mempunyai kemampuan berpikir, kepekaan terhadap peluang, kemampuan komunikasi, dan kemampuan lainnya agar usahanya dapat berlanjut (Hanggraeni, 2021). Yahya (2014) menyatakan bahwa “masalah UMKM sebanyak 60% adalah modal intelektual yaitu pengetahuan (*knowledge*)”. Pengetahuan lebih diutamakan dari dana dan sumber daya alam. Penguasaan teknologi informasi merupakan bentuk modal intelektual masih sangat terbatas dimanfaatkan oleh UMKM. Sistem yang berbasis pada jaringan (*network*) menjadi komponen dalam menentukan kesuksesan bisnis di era globalisasi, namun faktanya masih terbatas dimanfaatkan dan masih sangat lemah dikuasai oleh usaha UMKM Indonesia.

4. Pelaku industri batik belum mampu mengelola risiko usaha atau diperlukan sikap risiko untuk menjaga keberlanjutan usahanya.

Menurut Redha et al. (2021) “pelaku UMKM masih minim dalam usaha mengidentifikasi dan mengelola risiko usaha”. Upaya yang dapat dilakukan agar UMKM dapat berkembang dan terhindar dari kegagalan adalah penerapan manajemen risiko pada pelaku UMKM. Menurut Hanggraeni (2021) “akibat buruk tidak menerapkan manajemen risiko akan berimbas kepada turunnya profitabilitas dan hilangnya pasar”. Menurut Brustbauer (2016) “lemahnya kemampuan mengidentifikasi, menilai, dan memantau risiko membuat pelaku UMKM akan kesulitan menyesuaikan dengan perubahan yang begitu cepat”.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, penulis memberikan batasan ruang lingkup dari penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut:

1. Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini ada tiga yaitu: pertama, pemilik industri batik; kedua, pengelola industri batik; dan ketiga pemilik sekaligus pengelola industri batik yang ada di provinsi Jawa Timur yang berada di Kediri, Tulungagung, Blitar, Madiun, Mojokerto dan Malang.

2. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah variabel-variabel yang diteliti. Variabel endogen terdiri dari *financial literacy* dan *business sustainability*. Sedangkan variabel eksogen terdiri dari *intellectual capital* dan *risk attitude*.

D. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Business Sustainability* industri kreatif batik?
2. Apakah *Risk Attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Business Sustainability* industri kreatif batik?
3. Apakah *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Literacy* industri kreatif batik?
4. Apakah *Risk Attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Literacy* industri kreatif batik?
5. Apakah *Financial Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Business Sustainability* industri kreatif batik?
6. Apakah *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Business Sustainability* dimediasi *Financial Literacy*?
7. Apakah *Risk Attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Business Sustainability* dimediasi *Financial Literacy*?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh *Intellectual Capital* terhadap *Business Sustainability* industri kreatif batik.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh *Risk Attitude* terhadap *Business Sustainability* industri kreatif batik.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh *Intellectual Capital* terhadap *Financial Literacy* industri kreatif batik.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh *Risk Attitude* terhadap *Financial Literacy* industri kreatif batik.
5. Menguji dan menganalisis pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Business Sustainability* industri kreatif batik.
6. Menguji dan menganalisis pengaruh *Intellectual Capital* terhadap *Business Sustainability* dimediasi *Financial Literacy* industri kreatif batik.
7. Menguji dan menganalisis pengaruh *Risk Attitude* terhadap *Business Sustainability* dimediasi *Financial Literacy* industri kreatif batik.

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka kegunaan penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis
 - (a) Memberikan sumbangan pemikiran bagi pembaharuan literasi keuangan dan keberlanjutan usaha industri kreatif batik.
 - (b) Memberikan sumbangan pengembangan ilmu pengetahuan tentang manajemen keuangan dan rujukan penelitian berikutnya.
2. Secara praktis
 - (a) Bagi industri batik

Menjadi sebuah langkah penyelesaian masalah struktural yang dihadapi oleh industri batik dan menjadi bentuk edukasi tertulis bagi industri batik yang ada saat ini.

(b) Bagi Pemilik sekaligus pengelola

Mengelola industri batik dengan baik dan kesadaran yang tinggi bahwa pengambilan keputusan yang tepat akan membuat usahanya bertahan, bahkan berkembang di tengah arus perubahan yang begitu cepat dan tidak stabil.

(c) Bagi Pemerintah

Pengambilan kebijakan menyelamatkan dan memulihkan industri kreatif batik yang ada di Jawa Timur.