

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan jenis usaha yang memiliki potensi yang sedang digalakkan oleh masyarakat Indonesia. Potensi besar ini dapat menjadi pendorong untuk meningkatkan perekonomian dan menciptakan lapangan pekerjaan melalui pengembangan UMKM di berbagai wilayah. Saat ini, UMKM telah berhasil menghasilkan beragam produk yang dijual baik di pasar dalam negeri maupun luar negeri.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melibatkan sejumlah tantangan dalam Undang-undang No 20 tahun 2008 telah menetapkan standar bagi UMKM yang meliputi berbagai bidang seperti pemasaran produk, adopsi teknologi, pengelolaan keuangan, peningkatan kualitas SDM, dan aspek permodalan. UMKM merujuk pada kesempatan bisnis produktif yang dimiliki oleh individu dan memenuhi persyaratan untuk usaha mikro yang telah diatur oleh hukum. Usaha kecil, di sisi lain, merupakan peluang usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan bagian dari anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sesuai dengan undang-undang. Definisi usaha kecil dapat bervariasi tergantung pada sudut pandang yang digunakan termasuk Namun, prinsip dasar pengembangan UMKM tetaplah sama, yaitu

fokus pada lima aspek utama yang telah disebutkan sebelumnya (Suarmawan *et al.*, 2015).

Usaha Mikro Kecil Menengah dihadapkan pada berbagai ketidakpastian, seperti informasi pasar yang terbatas, perubahan perilaku konsumen, harga yang berfluktuasi, dan perkembangan teknologi dalam produksi. Hal ini menjadi tantangan bagi para pelaku UMKM, seperti yang ditekankan (Rokhman & Trisusanto, 2011; Ediraras, 2010).

Meskipun demikian, UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian nasional dan menjadi pilar utama dalam menghadapi krisis. Seperti pada krisis ekonomi tahun 1998, ketika banyak usaha besar gulung tikar, UMKM tetap bertahan dan menunjukkan ketangguhannya (Kemenkeu, 2015).

Tabel 1.1
Kriteria UMKM Menurut UU.20 Tahun 2008

No.	Uraian	Asset	Omzet
1.	Usaha mikro	Max 50 jt	Max 300 jt
2.	Usaha kecil	>50 jt – 500 jt	>300 jt – 2,5 M
3.	Usaha menengah	>500 jt – 10 M	>2,5 M – 50 M

Sumber: Satu Data Bantul

Dijelaskan bahwa Usaha Mikro merujuk pada usaha yang memiliki aset tidak lebih dari Rp 50.000.000,00, dan omzetnya tidak melebihi Rp 300.000.000,00. Usaha Kecil, di sisi lain, merujuk pada usaha dengan omzet dibawah Rp 50.000.000,00 hingga Rp 500.000.000,00, dengan omzet antara Rp 300.000.000,00 dan Rp 2.500.000.000,00. Sedangkan, Usaha Menengah didefinisikan sebagai usaha dengan omzet di bawah Rp 500.000.000,00

hingga Rp 10.000.000.000,00, dengan omzet antara Rp 2.500.000.000,00 dan Rp. 50.000.000.000,00.

Daerah Istimewa Yogyakarta dari tahun ketahunya selalu mengalami peningkatan yang bisa dibbilang sangat pesat dalam masalah UMKM, apalagi Yogyakarta sendiri Memiliki banyak Destinasi wisata yang sangat memadai, Bisa dibbilang pada tahun 2021 sejumlah 337,060 pelaku UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta, Dengan adanya para pelaku UMKM sangat sangat membantu memperbaiki SDM di Yogyakarta, Terutama masalah pengangguran yang selalu menjadi masalah besar dinegara kita ini, dengan adanya UMKM sangatalah mengatasi permasalahan ini Kabupaten Bantul, bagaikan gerbang selatan Daerah Istimewa Yogyakarta, membentang di Pulau Jawa bagian tengah. Wilayahnya terhampar luas, berbatasan dengan beberapa kabupaten lain di DIY: di utara berbatasan dengan Kota Yogyakarta, di timur dengan Kabupaten Gunung Kidul, dan di barat dengan Kabupaten Kulon Progo. Di selatan, Bantul berbatasan langsung dengan Samudera Hindia, menghadirkan pesona pantai yang memukau.

Menjadikan Kabupaten Bantul sangat cocok untuk berdagang dengan wisata yang sangat banyak. Ditambah lagi Yogyakarta salah satu tempat yang sangat banyak dikunjungi masyarakat Indonesia. Kabupaten Bantul sendiri memiliki jumlah UMKM Sebanyak 90.611 pelaku UMKM, Kabupaten Bantul menghasilkan berbagai ciri khas seperti contoh berikut dari Gula Semut hingga Batik, Pesona Produk Unggulan UMKM Bantul.

Bantul tak hanya kaya akan wisata alam, tetapi juga produk-produk UMKM unggulan yang memikat. Sebut saja gula kelapa atau gula semut yang manis alami, sale pisang yang legit, bakpia yang gurih, batik yang penuh warna, kripik pisang yang renyah, olahan hasil perikanan yang segar, kripik tempe yang gurih, dan sabutret yang unik dan kreatif. Produk-produk ini tak hanya digemari di dalam negeri, tapi juga telah menembus pasar internasional, membawa nama Bantul ke penjuru dunia.

Tabel 1.2
Data UMKM Kabupaten Bantul 2020-2022

No.	Data	Satuan	Tahun		
			2020	2021	2022
1.	Jumlah UMKM	Unit	49.801	86.361	86.833
2.	Usaha Mikro	Unit	30.486	86.361	85.099
3.	UKM	Unit	26.311	40.111	1.734
4.	Usaha Kecil	Unit	12.201	17.211	1.674
5.	Usaha Menengah	Unit	7.114	12.511	60

Sumber: Satu Data Bantul

Dari data tersebut dapat dijelaskan bahwa UMKM diBantul memiliki grafik yang sangat meningkat dari tahun 2020 hingga 2022, pada tahun 2020 sejumlah 26.311 pada saat ini UMKM seindonesia sedang tidak baik baik saja dikarenakan terdapat wabah penyakit yang menyerang dunia jadi bisa dipastikan semua bisnis pasti turun drastis apalagi usaha UMKM dan meningkat sedikit demi sedikit pada tahun 2021 sejumlah 86.361 pada tahun ini umkm sangatlah berkembang pesat dari 1 tahun lalu yang angkanya sangat jauh melesat,ditahun depannya mulai berkurang sedikit dengan angka umkm sejumlah 86.833.

Kadis Koperasi dan UMKM DIY, Tri Saktiyana, menekankan pentingnya UMKM memiliki keuangan yang sehat dan prospek usaha yang positif untuk mendapatkan pendanaan. Persyaratan permodalan dari lembaga keuangan, seperti jaminan dan bunga tinggi, menjadi hambatan bagi UMKM. Yogyakarta memiliki potensi besar dalam sektor usaha mikro dan kecil karena kota ini tidak hanya dikenal sebagai kota pendidikan tetapi juga memiliki warisan pariwisata budaya yang kuat. Hal ini mendorong pengusaha untuk aktif membangun dan mengembangkan usaha mereka di daerah tersebut. Informasi ini didasarkan pada survei Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2016.

Keterbatasan modal menjadi hambatan utama bagi UMKM untuk berkembang. Sulitnya mendapatkan pinjaman modal dari lembaga keuangan karena pertimbangan kehati-hatian membuat koperasi menjadi solusi bagi UMKM yang terkendala modal. Pada penelitian ini Menunjukkan bahwa sifat- sifat kepemimpinan memiliki dampak positif pada orientasi pasar. Baik orientasi pasar maupun inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap hasil pemasaran, sementara orientasi kewirausahaan tidak memiliki pengaruh pada hasil pemasaran. Oleh karena itu, para pelaku UMKM dalam bidang pengolahan makanan diharapkan untuk lebih memperhatikan perubahan selera konsumen dan meresponsnya dengan meningkatkan kualitas dan layanan, dengan tujuan mempertahankan minat beli konsumen dan potensialnya untuk meningkatkan hasil pemasaran (Setyowati *et al.*, 2016).

Begitu juga dengan penelitian Purwaningsih & Kusuma (2015), kinerja UKM dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal.

Menurut Ayem dan Wahidah (2020), Kemudahan akses kredit UMKM mampu mendorong UMKM untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan kinerja UMKM. Begitu juga untuk pendapat Abdul Halim (2020) Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel pertumbuhan UMKM (X) memiliki nilai signifikan sebesar 1,97. Hubungan antara X dan Y dapat diidentifikasi melalui nilai korelasi Pearson, yang mencapai 0,690. Untuk acuan internasional berpendapat pemilik perusahaan- perusahaan tersebut sampel diambil sebanyak responden yang mencapai 30% dari target populasi. Tambunan (2002) menyelenggarakan pelatihan yang fokus pada pemasaran online, kewirausahaan, manajemen, dan peningkatan kualitas produk dan efisiensi, merangsang, mendorong dan menawarkan dukungan terhadap pengembangan UKM melalui strategi mereka (Simionescu, 2020).

Dengan kerangka hukum yang sesuai, infrastruktur bisnis, berkelanjutan Muriithi (2017), sependapat dengan Ahmedova (2015) untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Akses yang difasilitasi terhadap pendanaan harus dikombinasikan dengan langkahlangkah yang terbaik.

Oleh karena itu adanya UMKM di Kabupaten Bantul sangatlah memajukan Bantul, apalagi di Bantul sendiri memiliki destinasi wisata yang melimpah dan kampus-kampus yang sangat memadai para pelaku usaha UMKM.

B. Rumusan Masalah

1. Akses Informasi Bisnis: Kunci Sukses UMKM Bantul Menjangkau Pelanggan?
2. Seberapa Kuat Modal Mendorong Kemajuan UMKM Bantul?
3. Teknologi: Senjata Rahasia UMKM
4. Sumber Daya Manusia: Pilar Kunci Kemajuan UMKM Bantul?

C. Tujuan Penelitian

1. Memahami pengaruh modal terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Bantul.
2. Menyingkap Jalinan Teknologi dan Kinerja UMKM Bantul: Sebuah Analisis Mendalam
3. Menelusuri Dampak Akses Informasi Bisnis Bagi Kemajuan UMKM di Kabupaten Bantul
4. Menyelidiki pengaruh Sumber Daya Manusia pada Kinerja UMKM Bantul

D. Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian ini terbagi atas 3 Bagian, yaitu untuk penulis, peneliti selanjutnya, dan pemerintah.

1. Bagi Penulis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman yang lebih mendalam, dan menjadi sarana dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama menjalani perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu penelitian selanjutnya, baik berupa informasi yang bisa dijadikan acuan untuk menulis penelitian yang mempunyai hubungan yang sama. Disamping itu, dapat menambah manfaat terhadap ilmu pengetahuan.

3. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan agar pemerintah memberikan bantuan khusus kepada industry ini, sehingga mendapatkan peluang pasar yang bagus, dan dapat membantu para masyarakat dalam meningkatkan kinerja UMKM.