

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

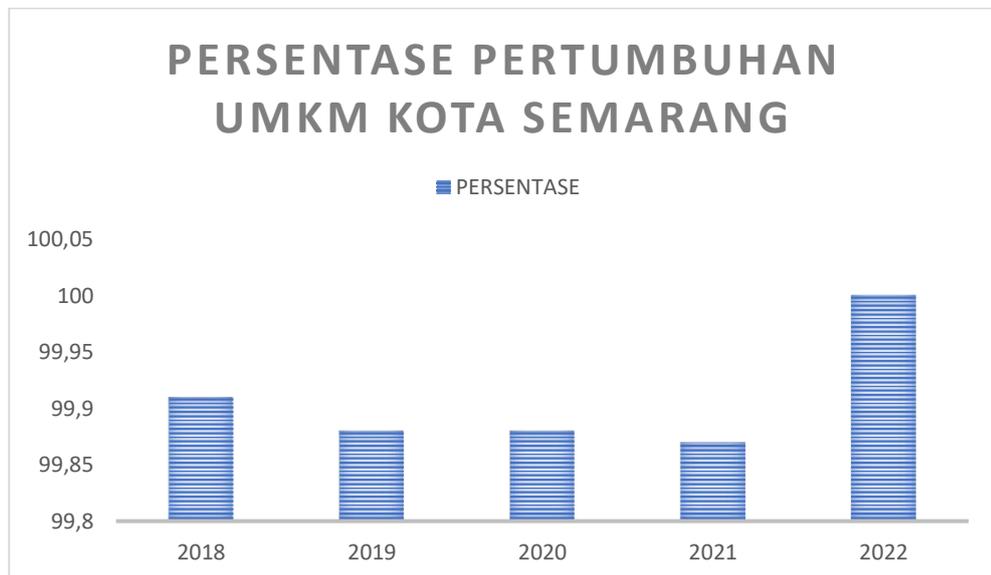
### **1.1 Latar Belakang**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau biasa disebut UMKM menurut UU No.20 Tahun 2008 menyebutkan bahwa UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu. UMKM memiliki peranan besar dalam perekonomian di Indonesia dan terlihat dengan kemajuan Indonesia saat ini.

Pemerintah menyatakan bahwa peran UMKM dalam perekonomian Indonesia termasuk pada bagian dari sistem perekonomian yang mandiri serta berpotensi untuk membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam menjalankan bisnis, kondisi internal dan eksternal pasti akan mempengaruhi kinerja dari bisnis yang dijalankan, baik di skala usaha UMKM maupun skala besar. Keberhasilan UMKM dapat dilihat dari hasil kinerja, dimana kinerja adalah sebuah ukuran kemajuan jenis pekerjaan dan hasil kerja yang menunjukkan kinerja. UMKM yang mempunyai hasil kinerja yang bagus adalah UMKM yang memiliki pertumbuhan dan kecanggihan yang baik.

Kota Semarang adalah Ibukota Provinsi Jawa Tengah, sekaligus kota metropolitan terbesar kelima setelah Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Medan. Memiliki 16 Kecamatan dan 117 Kelurahan. Mata pencaharian penduduk beraneka ragam terdiri dari pedagang, pegawai pemerintah, pekerjaan pabrik,

dan petani. Selain sebagai pusat Pemerintahan Provinsi Jawa Tengah dan Kotamadya Semarang, Kota Semarang juga merupakan pusat perekonomian (perdagangan dan bisnis) yang termasuk dalam kawasan strategis nasional (KSN). Peranannya sebagai pusat perdagangan dan bisnis yang memiliki eksistensi yang cukup dominan terhadap perekonomian di Kota Semarang, hal ini terbukti dari sumbangan PDRB dari sektor perdagangan yang selalu mengalami peningkatan tiap tahunnya. Pada tahun 2020 PDRB perdagangan sebesar 19,756 milyar rupiah. Mengalami peningkatan di tahun 2021 sebesar 21,039 milyar rupiah. Meningkat lagi di tahun 2022 sebesar 21,865 milyar rupiah (*PDRB Per Kapita (Juta Rupiah), 2020-2022, 2023*).



1.1 Chart Persentase Pertumbuhan UMKM Kota Semarang (Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang)

Seperti yang tertera pada tabel diatas bahwa perkembangan UMKM di Kota Semarang dari tahun 2018 hingga 2022 mengalami fluktuatif. Data menunjukkan bahwa pertumbuhan UMKM di Kota Semarang menunjukkan

ketidakteraturan. Melalui program dan kebijakan yang diimplementasikan Pemerintah Kota Semarang, UMKM di Kota Semarang diharapkan mampu meningkatkan daya saing mereka, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional melalui pemanfaatan teknologi, namun dalam perkembangannya masih mengalami berbagai hambatan. Kendala yang dihadapi pelaku UMKM adalah belum terampil dalam mengelola keuangan, pemasaran, dan daya saing.

Penelitian dalam beberapa tahun terakhir ini menunjukkan temuan yang berbeda. Baharuddin Syarfi, (2021). Fakta membuktikan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah memberikan dedikasi bagi perekonomian Indonesia. Secara umum, UMKM ini masih menghadapi berbagai masalah klasik yang belum sepenuhnya diselesaikan oleh masalah sederhana seperti masalah pembiayaan, kepemilikan dan sumber daya manusia dan beberapa masalah lain yang berhubungan dengan pengelolaan usaha.

Rendahnya kemampuan pengelolaan keuangan pengusaha UMKM disebabkan oleh rendahnya pengetahuan literasi keuangan, yang menyebabkan pengelolaan keuangan memiliki potensi yang buruk dan pengambilan keputusan yang tidak tepat. Literasi keuangan adalah faktor penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan tentang keterampilan dan pengetahuan bagaimana cara pengelolaan keuangan dengan memahami pendapatan dan pengeluaran, tabungan, asuransi dan investasi. Penelitian ini melakukan riset kinerja UMKM di kuliner Kota Makassar tepatnya di wilayah kecamatan Mariso, kecamatan Makassar, dan kecamatan Manggala menggunakan variabel

literasi keuangan. Penelitian tersebut melibatkan sampel sebanyak 36 orang. Adapun metode yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. Temuan penelitiannya membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja.

Penelitian dalam beberapa tahun terakhir ini menunjukkan temuan yang berbeda. Fitria Irin, dkk (2021). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) makin berperan peran penting dalam pembangunan ekonomi Negara namun juga ada kendalanya. Tingkat literasi keuangan kelompok usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Sumatera Selatan mencapai 15,68 persen pada pada 2013 (wartaekonomi, 2015). Berkaitan dengan data tersebut, terlihat bahwa para pelaku UMKM di Sumatera Selatan belum terliterasi dengan baik.

Literasi Keuangan sangat diperlukan untuk dapat merencanakan keuangan dengan baik (Mendari dan Soejono, 2020). Penelitian ini melakukan riset kinerja UMKM di kota Palembang menggunakan variabel literasi keuangan, sikap keuangan, dan perilaku keuangan. Penelitian tersebut melibatkan sampel sebanyak 115 UMKM. Adapun metode yang digunakan adalah regresi berganda. Temuan penelitiannya membuktikan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja. Variabel dukungan sikap keuangan pengaruhnya positif signifikan dan perilaku keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja.

Penelitian dalam beberapa tahun terakhir ini menunjukkan temuan yang berbeda. Yetti Ashari, dkk (2022). Saat ini UMKM telah banyak menghasilkan berbagai produk yang dipasarkan di pasar domestik maupun pasar

internasional. Persaingan bisnis yang semakin kompleks mengharuskan UMKM berfikir lebih kreatif untuk tetap mempertahankan eksistensi usahanya. UMKM harus mampu mencoba memenuhi permintaan masyarakat yang cenderung menginginkan pelayanan cepat terhadap kebutuhan mereka.

Digital marketing menjadi salah satu faktor yang penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran, pengertian digital marketing merupakan kegiatan pemasaran seperti mempromosikan produk atau jasa dengan menggunakan media digital. Penelitian ini melakukan riset kinerja UMKM dibidang fashion yang ada di Provinsi Jawa Tengah menggunakan variabel orientasi pasar, inovasi produk, dan digital marketing. Penelitian tersebut melibatkan sampel sebanyak 120 responden. Adapun metode yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Temuan penelitiannya membuktikan bahwa digital marketing berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja. Variabel dukungan orientasi pasar dan inovasi produk pengaruhnya positif signifikan.

Penelitian dalam beberapa tahun terakhir ini menunjukkan temuan yang berbeda. Ramadhani Fitri, dkk (2022). Adanya pandemi COVID-19 ini menimbulkan dampak yang cukup signifikan terhadap berbagai sektor, seperti sektor pariwisata, perdagangan, industri dan terutama pada sektor ekonomi yaitu termasuk para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Dengan meningkatkan kinerja pemasaran pada masa pandemi ini dapat meningkatkan omset penjualan. Kemudian para pelaku UMKM pun dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya dengan cara untuk selalu

berinovasi yang berorientasi pasar dan memperluas wilayah pemasaran dengan menerapkan marketing digital secara optimal.

Penelitian ini melakukan riset kinerja UMKM di kota Pekanbaru menggunakan variabel inovasi produk, orientasi pasar, dan digital marketing. Penelitian tersebut melibatkan sampel sebanyak 65 pelaku UMKM kuliner. Adapun metode yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Temuan penelitiannya membuktikan bahwa digital marketing tidak berpengaruh terhadap kinerja. Variabel dukungan inovasi produk pengaruhnya positif signifikan dan variabel orientasi pasar pengaruhnya tidak berpengaruh signifikan.

Penelitian dalam beberapa tahun terakhir ini menunjukkan temuan yang berbeda. Taufiq Muhammad, dkk (2020). Perkembangan era globalisasi yang cepat seperti sekarang ini, hampir seluruh kegiatan yang terjadi tidak dapat dilepaskan dari sentuhan teknologi. Perkembangan teknologi itu pula yang mampu mendorong perkembangan usaha-usaha yang ada di dunia, tak terkecuali usaha dalam tingkatan UMKM. Kualitas produk menjadi faktor penting dalam penentuan pemilihan pembelian oleh konsumen yang turut serta dalam mempengaruhi baik buruknya kinerja perusahaan.

Kualitas atau mutu produk adalah sebuah tingkat persepsi penampilan produk oleh konsumen. Penelitian ini melakukan riset kinerja UMKM kuliner di wilayah Jakarta Timur menggunakan variabel kualitas produk, inovasi produk, dan penggunaan sistem akuntansi. Penelitian tersebut melibatkan

sampel sebanyak 75 orang. Adapun metode yang digunakan adalah regresi linear berganda. Temuan penelitiannya membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja. Variabel dukungan inovasi produk dan penggunaan sistem akuntansi pengaruhnya positif signifikan.

Penelitian dalam beberapa tahun terakhir ini menunjukkan temuan yang berbeda. Permana Indra (2018). Bagi sebuah industri dengan pertumbuhan yang sangat pesat, menangkap sebanyak mungkin peluang pasar yang ada adalah keinginan terbesar bagi setiap perusahaan yang ada. Banyaknya usaha kecil menengah saat ini yang menyebabkan kelangsungan usaha mengalami tingkat persaingan kualitas produk yang tinggi, terutama bidang makanan siap saji yang sejenis. Seperti halnya bidang lain UKM makanan siap saji di kabupaten Bekasi juga mengalami persaingan yang cukup ketat. Penelitian ini melakukan riset kinerja bisnis UKM Mini Resto D'Besto Tambun - Bekasi menggunakan variable inovasi dan kualitas produk. Penelitian tersebut melibatkan sampel sebanyak 60 responden. Adapun metode yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif. Temuan penelitiannya membuktikan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kinerja. Variable dukungan inovasi tidak berpengaruh signifikan.

**Tabel 1.1**

**Research Gap**

Hubungan Antar Variabel	Temuan	Peneliti
Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM	Positif signifikan	Baharuddin Syarfi, (2021)
	Negatif tidak signifikan	Fitria Irin, dkk (2021)
Pengaruh digital marketing terhadap kinerja UMKM	Positif signifikan	Yetti Ashari, dkk (2022)
	Positif tidak signifikan	Ramadhani Fitri, dkk (2022)
Pengaruh kualitas produk terhadap kinerja UMKM	Positif signifikan	Taufiq Muhammad, dkk (2020)
	Positif tidak signifikan	Permana Indra (2018)

Sumber : Beberapa jurnal terkini relevan

Berdasarkan penelitian di atas maka perlu dilakukan penelitian lanjutan. Penelitian ini akan dilakukan di UMKM wilayah Kecamatan Semarang Tengah Kota Semarang. Mengacu pada data Persentase Pertumbuhan UMKM Kota Semarang serta masih beragamnya hasil penelitian terdahulu maka diperlukan penelitian lebih lanjut terhadap kinerja UMKM. Oleh karena itu judul dalam

skripsi ini adalah **“Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Marketing, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus UMKM Mikro Makanan dan Minuman di Kecamatan Semarang Tengah Kota Semarang)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Untuk mempertahankan keberlangsungan suatu usaha, pelaku usaha dituntut untuk lebih inovatif dalam menghasilkan suatu produk. Oleh sebab itu pelaku usaha harus memahami bagaimana cara agar UMKM dapat terus unggul. Kondisi tersebut menuntut para pelaku usaha UMKM agar fokus mengembangkan strategi efektif sehingga menjadi kekuatan untuk mempertahankan pelanggan serta meningkatkan profitabilitas suatu usaha. Masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah meliputi hal yang dapat meningkatkan kinerja UMKM, yaitu :

1. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Kinerja UMKM ?
2. Apakah Digital Marketing berpengaruh terhadap Kinerja UMKM ?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kinerja UMKM ?
4. Apakah Literasi Keuangan, Digital Marketing, dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kinerja UMKM ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh Literasi Keuangan terhadap kinerja UMKM pada pelaku UMKM di Kecamatan Semarang Tengah Kota Semarang.
2. Menganalisis pengaruh Digital Marketing terhadap kinerja UMKM pada pelaku UMKM di Kecamatan Semarang Tengah Kota Semarang.
3. Menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap kinerja UMKM pada pelaku UMKM di Kecamatan Semarang Tengah Kota Semarang.
4. Menganalisis pengaruh secara simultan antara Literasi Keuangan, Digital Marketing, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja UMKM pada pelaku UMKM di Kecamatan Semarang Tengah Kota Semarang.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

1. Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang manajemen khususnya kinerja UMKM.

2. Bagi Acuan Kebijakan Operasional

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan yang dapat menambah informasi dalam pengambilan keputusan untuk menentukan kinerja UMKM.

### 3. Bagi Acuan Kebijakan Jangka Panjang

Sebagai bahan acuan peneliti berikutnya dan memperbanyak bacaan ilmiah dalam perpustakaan guna menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi mahasiswa dan referensi peneliti selanjutnya.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Dalam pembahasan skripsi ini terbagi menjadi lima bab yang masing-masing bab berisi hal-hal sebagai berikut :

### 1. BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah , rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

### 2. BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang meliputi kinerja UMKM, literasi keuangan, konvensional digital marketing, digital marketing, peneliti terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

### 3. BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang variabel penelitian, definisi operasional, jenis data, sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

### 4. BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dibahas secara rinci hasil penelitian atau pengamatan disajikan menurut topik dan sub topik secara berurutan, Bab ini akan menjawab permasalahan penulis yang diangkat berdasarkan hasil

pengolahan data dan landasan teori yang relevan. Penyajian hasil dapat dilakukan dalam bentuk uraian yang digabung dengan tabel, gambar, atau grafik.

## 5. BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini merupakan bab terakhir yang berisi tentang kesimpulan dan saran.