

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM berperan penting dalam perekonomian Indonesia. Usaha UMKM menyerap tenaga kerja yang cukup banyak yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia serta memberikan kontribusi bagi pemerataan ekonomi. UMKM sendiri mempunyai peranan penting yaitu memberikan pemasukan devisa Negara karena UMKM telah menjangkau pasar internasional melalui sosial media (Ludiya & Mulyana, 2020).

Produktifnya UMKM di daerah tertentu mempunyai hubungan pada tersedianya lapangan kerja serta mengurangi jumlah pengangguran. UMKM merupakan suatu usaha yang dapat bertahan dari goncangan dan sebagai penunjang perekonomian yang sangat kuat. Perkembangan jumlah UMKM yang sangat pesat mengharuskan pelaku UMKM untuk bertahan dan bersaing dengan pelaku UMKM lainnya (Suindari & Juniariani, 2020). Kegiatan UMKM memerlukan dorongan serta kemudahan-kemudahan mengenai perizinan dan masalah lainnya sehingga menghasilkan produk yang mampu bersaing dengan hasil yang baik dan kreatif (Ardiani & Putra, 2018).

Keberhasilan UMKM tidak terlepas dari kinerjanya, kinerja adalah suatu pencapaian, pelaksanaan program, usaha, dan kebijakan untuk mewujudkan visi, misi serta tujuan suatu organisasi atau kelompok. Sebuah perusahaan dalam mempertahankan usahanya dituntut mempunyai kinerja termasuk Usaha Miko

Kecil dan Menengah (UMKM). Suatu faktor yang dapat menentukan kinerja yaitu sumber daya UMKM. Kinerja UMKM harus mendapat perhatian khusus apabila perusahaan ingin berkembang dan bisa bersaing (Mukoffi & As'adi, 2021). Secara umum kinerja suatu entitas bisnis baik berskala kecil, menengah, maupun besar dapat diukur menggunakan dua pendekatan yaitu pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pada sudut pandang kuantitatif kinerja dapat diukur melalui efisiensi, tingkat produksi, jumlah pelanggan dan lainnya. Sedangkan dari sudut pandang kualitatif kinerja dapat diukur dengan tercapainya suatu tujuan bisnis, kepuasan pelanggan, inovasi produk dan lainnya (Subagio, 2020).

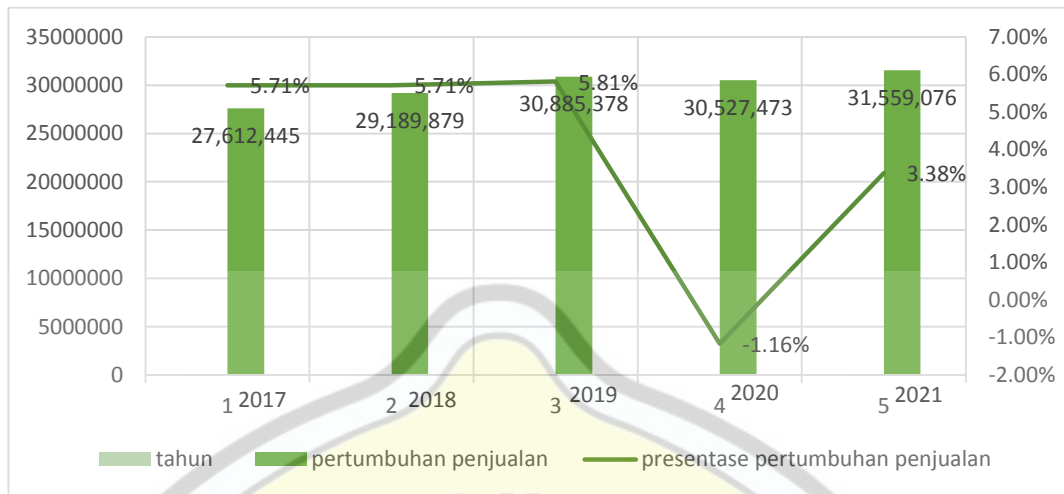
Variabel kinerja UMKM terdapat empat macam indikator yaitu yang pertama pertumbuhan usaha adalah dimana suatu usaha mempunyai kemampuan untuk meningkatkan penjualan, mendapat keuntungan dan mencoba mencari peluang keuntungan dari produk atau jasa lainnya. Suatu usaha dalam perkembangannya dapat dilihat melalui penjualan suatu usaha tersebut apakah mengalami peningkatan dalam satu periode ke periode berikutnya. Yang kedua yaitu pendapatan usaha adalah total pendapatan yang diperoleh dari selisih antara penerimaan dengan total biaya dalam jangka waktu tertentu. Pendapatan dapat dibagi menjadi dua, yaitu pendapatan operasional dan pendapatan non operasional. Pendapatan operasional seperti penjualan yang dihasilkan dari penjualan produk atau jasa yang menjadi kegiatan utama sebuah usaha. Sedangkan pendapatan non operasional adalah pendapatan yang diperoleh dari luar kegiatan utama perusahaan dan bersifat sewaktu-waktu saja, seperti pendapatan dari hasil menjual surat berharga, aktiva tak berwujud, dan sewa. Yang ketiga yaitu total order

adalah pesanan suatu produk yang di beli oleh pelanggan atau konsumen baik dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Yang keempat yaitu posisi kas usaha adalah dilakukannya pencatatan keuangan usaha untuk mengetahui apakah suatu usaha mengalami keuntungan atautkah mengalami kerugian. Untuk mengetahui nilai nominal arus kas bersih dapat dilihat dari pengurangan kas masuk dengan kas keluar. Jika arus kas bersih menunjukkan angka positif berarti perusahaan memperoleh laba atau keuntungan begitupun juga sebaliknya (Yanti, 2019).

UMKM di Kabupaten Pati memiliki pelaku UMKM yang semakin meningkat di masa pandemi *covid-19*. Jumlah pelaku UMKM pada tahun 2019 berjumlah 12.803, pada tahun 2020 berjumlah 14.003, dan pada tahun 2021 mencapai angka 14.521. Pelaku UMKM mengalami peningkatan di masa pandemi Covid-19 dikarenakan banyak sekali karyawan yang ter PHK sehingga beralih profesi dengan mendirikan usaha sendiri (Mitrapost.com). Berikut merupakan gambar terkait pertumbuhan penjualan Kab. Pati dalam (Juta Rupiah) :

Gambar 1.1

Jumlah Pertumbuhan Penjualan UMKM Kab.Pati Tahun 2017-2021.



Sumber : patikab.bps.go.id

Berdasarkan Gambar 1.1 diatas, diketahui bahwa pertumbuhan penjualan selama kurun waktu 2017 sampai dengan 2021 mengalami fluktuasi. Dimana pada tahun 2017 pertumbuhan penjualan sebesar 27.612.445 dengan presentase pertumbuhan penjualan 5,71%, ditahun 2018 sebesar 29.189.879 dengan presentase 5,71%, ditahun 2019 sebesar 30.885.378 dengan presentase 5,81%, ditahun 2020 mengalami penurunan sebesar 30.527.473 dengan presentase penjualan yang turun menjadi minus -1,16%, dan ditahun 2021 pertumbuhan penjualan mulai mengalami kenaikan sebesar 31.559.078 dengan presentase 3,38%. Alasan terkait penurunan penjualan tersebut berkaitan dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 21 Tahun 2020 mengenai pemberlakuan PSBB, yang mengakibatkan pelaku UMKM tidak dapat melakukan aktivitas seperti pada umumnya karena dengan adanya kebijakan tersebut jam penjualan pelaku usaha pun dibatasi yang membuat pelaku usaha kehilangan banyak pemasukan maupun pelanggan sehingga mempengaruhi kegiatan dalam usahanya.

Kaitannya dengan kinerja UMKM yaitu adanya penurunan penjualan yang akan berdampak pada kelangsungan usaha karena otomatis pendapatan pelaku

usaha bekurang, sehingga menyebabkan pelaku UMKM kesulitan dalam mengembangkan kinerja pada usaha yang dijalankan. Meskipun penjualan menurun UMKM harus tetap dipertahankan dengan memilih strategi lain agar usaha tetap berjalan yaitu dengan beralih menggunakan media sosial dengan memanfaatkan teknologi yang sedang berkembang. Maka dari itu peneliti akan melakukan penelitian mengenai seberapa pengaruhnya Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Kecanggihan Teknologi, dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja UMKM Kabupaten Pati di Masa Pandemi Covid-19.

Variabel utama yang digunakan yaitu karakteristik wirausaha, merupakan hal penting yang membuat pelaku usaha mempunyai ide dan menciptakan terobosan yang kreatif dan inovatif untuk menjaga kestabilan kinerja UMKM. Untuk mencapai keberhasilan tersebut tergantung dari karakteristik pelaku wirausaha. Pelaku usaha harus mempunyai semangat untuk maju dan sikap percaya diri, jujur, berorientasi ke masa depan dan tekun. Keunikan dalam personalnya merupakan gambaran secara umum karakteristik wirausaha. Suatu usaha dapat berhasil tidak terlepas dari karakteristik wirausaha yang merupakan kunci untuk memaksimalkan efisiensi karena pelaku UMKM dapat berfikir lebih positif untuk menciptakan kreatifitas (Mukoffi & As'adi, 2021).

Karakteristik wirausaha masih perlu ditingkatkan seperti kemampuan responden mengajak diskusi karyawan mengenai bisnis, membuat rencana jangka panjang untuk bisnisnya yang masih kurang maksimal dan suatu tindakan yang akan dilakukan responden ketika mengalami kerugian (Ariani, Putra, 2018). Perkembangan suatu usaha dipengaruhi oleh karakteristik wirausaha dan modal

usaha. Ciri psikologis kewirausahaan mempengaruhi secara riil dan positif terhadap kompetensi kinerja usaha. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Mukoffi & As'adi, 2021) bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh secara positif signifikan terhadap kinerja UMKM.

Selain karakter pelaku UMKM, modal usaha juga berpengaruh besar dalam melangsungkan suatu usaha. Modal adalah faktor yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan yang dapat dipergunakan untuk menambah kekayaan. Oleh sebab itu dibutuhkan sejumlah dana sebagai dasar pengelolaan keuangan atas usaha yang dilakukan. Pelaku UMKM mampu menjalankan usahanya apabila mempunyai modal yang cukup. Sumber modal bisa berasal dari modal sendiri, bantuan pemerintah, lembaga keuangan baik bank maupun non bank. Dengan adanya kemudahan peminjaman modal, sebuah usaha dengan mudah memenuhi kebutuhan usahanya serta meningkatkan pendapatan. Oleh itu semakin tingginya pendapatan yang diterima maka akan semakin meningkat kinerja usahanya (Abbas, 2018).

Modal usaha sangat penting dalam meningkatkan Kinerja UMKM. Dimana suatu modal terdiri dari pengetahuan, pengalaman, tekad, keberanian networking dan modal uang mempunyai peranan penting dalam menentukan kinerja UMKM. Mempertahankan kinerja UMKM merupakan hal yang penting serta harus mengetahui faktor-faktor yang dapat menentukan kinerja UMKM tersebut. Apabila modal usaha meningkat maka dapat mengakibatkan peningkatan kinerja UMKM di masa Pandemi Covid-19. Berdasarkan peneliti sebelumnya

yang di kemukakan oleh (Mukoffi & As'adi, 2021) bahwa modal usaha berpengaruh secara positif terhadap kinerja UMKM.

Kecanggihan teknologi di masa pandemi saat ini mempunyai pertumbuhan yang sangat pesat. Kecanggihan teknologi yang dimaksud adalah penggunaan teknologi modern seperti teknologi informasi. System tersebut dirancang untuk membantu manusia dalam melakukan pekerjaan dan diharapkan menciptakan kualitas serta memberikan dampak positif terhadap kelangsungan kinerjanya. Dengan adanya kecanggihan teknologi ini dapat merubah kebiasaan para pelaku usaha UMKM. Kecanggihan teknologi juga dapat memberikan pandangan teknologi informasi dan sudah banyak digunakan oleh pelaku usaha kecil. Dalam menerapkan kecanggihan teknologi ada manfaat yang diperoleh yaitu mendukung efektivitas system informasi akuntansi (Mukoffi & As'adi, 2021).

Teknologi informasi diartikan sebagai seperangkat teknologi yang digunakan oleh suatu organisasi untuk menghasilkan, proses dan menyebarkan informasi dalam segala bentuk serta menyediakan dukungan untuk operasional suatu perusahaan secara efektif dan efisien (Fatimah & Azlina, 2021). Berdasarkan peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh (Fatimah & Azlina, 2021) bahwa kecanggihan teknologi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, karena dengan adanya media sosial pelaku UMKM akan merasa terbantu dalam proses pemasaran yang semakin luas sehingga menimbulkan tingkat efektif dan efisien pada pelaku UMKM.

Dalam melangsungkan suatu usaha diperlukan strategi atau taktik dalam pemasarannya. Strategi pemasaran merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk

memasarkan suatu produk yaitu baik barang maupun jasa. Para pelaku UMKM harus mengetahui dan memahami bahwa strategi pemasaran yang menjadi salah satu keunggulan bersaing. Strategi pemasaran yang efektif akan membuat pelaku usaha UMKM mendapat keunggulan yang kompetitif. Para pelaku usaha harus mempunyai pola rencana dan trik tertentu sehingga penjualannya mengalami permintaan yang tinggi (Zati et al., 2019).

Pekembangan UMKM sekarang semakin meningkat. Pelaku UMKM dituntut untuk mengembangkan kreativitas dan inovatif dalam merancang strategi pemasarannya. Suatu usaha tidak akan berkembang jika tidak mengetahui bagaimana cara memasarkan suatu produk. Jika semakin bagus strategi pemasaran UMKM maka kinerja UMKM juga semakin baik dan meningkat. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dikemukakan oleh (Suindari & Juniariani, 2020) bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Mukoffi & As'adi, 2021). Perbedaan penelitian ini ada dua yaitu yang pertama, pada jurnal sebelumnya menggunakan tiga variabel independen yaitu: Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, dan Kecanggihan Teknologi. Sedangkan pada penelitian ini dengan menambah satu variabel pendukung yaitu Strategi Pemasaran. Peneliti menambah variabel tersebut karena strategi pemasaran merupakan hal yang sangat berpengaruh dalam dunia bisnis yang menjadi salah satu keunggulan bersaing. Suatu usaha akan berkembang apabila mengetahui bagaimana memasarkan suatu produk. Jika semakin bagus strategi pemasaran maka kinerja UMKM juga semakin meningkat. Perbedaan yang kedua terletak

pada objeknya, dimana peneliti sebelumnya mengambil objek pada pelaku UMKM di Kabupaten Pasuruan dan untuk penelitian ini mengambil objek pada pelaku UMKM di Kabupaten Pati.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kinerja UMKM. Untuk itu peneliti mengambil judul **“Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Kecanggihan Teknologi dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19”**

1.2. Ruang Lingkup

Agar penelitian ini tidak menyimpang dan memudahkan pembahasan agar sesuai dengan tujuan penelitian dan pokok bahasan yang lebih terperinci maka peneliti membatasi ruang lingkup bahasan dalam permasalahan berikut:

1. Meneliti pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, kecanggihan teknologi dan strategi pemasaran terhadap kinerja UMKM.
2. Objek penelitian yang dilakukan adalah Pelaku UMKM Kabupaten Pati.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh karakteristik wirausaha terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Pati ?
2. Apakah terdapat pengaruh modal usaha terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Pati ?
3. Apakah terdapat pengaruh kecanggihan teknologi terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Pati ?
4. Apakah terdapat pengaruh Strategi Pemasaran terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Pati ?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh karakteristik wirausaha terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Pati.
2. Untuk menganalisis pengaruh modal usaha terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Pati.
3. Untuk menganalisis pengaruh kecanggihan teknologi terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Pati.
4. Untuk menganalisis pengaruh strategi pemasaran terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Pati.

1.5. Kegunaan Penelitian

Dari penelitian yang akan dilakukan diharapkan dapat memberikan kegunaan kepada para pihak, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

a. Manfaat bagi pembaca

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi pembaca untuk melakukan penelitian berikutnya dan khasanah pustaka tentang pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, kecanggihan teknologi, dan strategi pemasaran terhadap kinerja UMKM.

b. Manfaat untuk penelitian lebih lanjut

Untuk peneliti yang selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau acuan bagi peneliti yang akan datang untuk melakukan penelitian mengenai kinerja umkm dengan variabel independen lainnya.

2. Kegunaan Praktis

a. Kegunaan bagi Pelaku UMKM di Kabupaten Pati

Agar dapat memberikan masukan dan menjadi bahan acuan dalam mempertimbangkan proses pengambilan keputusan mengenai kinerja UMKM.

b. Kegunaan bagi Institut Pendidikan

Dalam penelitian ini diharapkan memberikan masukan mengenai manfaat pengguna tentang kualifikasi sarjana yang dibutuhkan dalam dunia

kerja untuk peningkatan mutu lulusannya dan sebagai evaluasi terhadap kurikulum yang akan digunakan di institusi pendidikan.

