

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki kontribusi serta peran penting didalam perekonomian suatu negara. UMKM dapat menjadi pendorong sosial ekonomi serta pembangunan di seluruh negara (Hamidah *et al.*, 2020). Kehadiran UMKM sendiri, dapat berperan aktif dalam peningkatan ekonomi nasional, dan juga memiliki kemampuan untuk menerima tenaga kerja maupun karyawan dengan kuantitas yang besar. Berdasarkan data Kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), pada Maret 2021 bahwa UMKM di Indonesia telah berpartisipasi atas peningkatan produk domestik bruto dengan persentase sebesar 61,07% atau sekitar Rp. 8.573,89 triliun melalui pelaku UMKM sebanyak 64,2 juta.

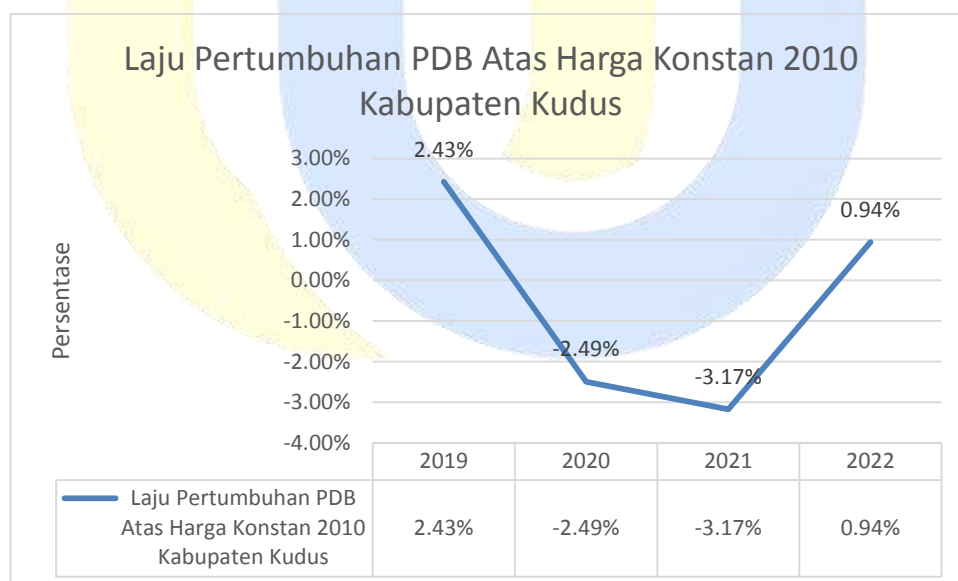
Fenomena dalam penelitian ini adalah adanya UMKM yang di Jawa Tengah khususnya berada di Kabupaten Kudus juga menjadi pendorong perekonomian masyarakat di sekitarnya. Meskipun sebagai pendorong perekonomian, produk dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kudus masih tergolong sulit menerobos pasar modern. Penyebabnya dikarenakan cukup banyak produk UMKM yang belum mempunyai perijinan PIRT (Produk Industri Rumah Tangga). Padahal Dinas Tenaga Kerja Perindustrian Koperasi UKM Kabupaten Kudus telah mempermudah perijinan dengan tidak ada biaya dalam pembuatannya (Muntoha, 2021) . Menurut Kepala Dinas UMKM Kabupaten Kudus, kurang dari 50% UMKM di Kudus yang telah memiliki legalitas.

Sementara sisanya belum memiliki legalitas. Untuk legalitasnya, ada PIRT, NIB, serifikasi halal, serta BPOM (Kharisma, 2023). Namun, minimnya pengetahuan serta kesadaran, dari pelaku UMKM sendiri membuat produk UMKMnya sulit menembus pasar. Meskipun, UMKM berperan penting serta telah memperoleh kemudahan dalam perizinan, tidak mudah juga dalam mengembangkan UMKM menjadi lebih baik.

Apalagi pada 4 tahun terakhir, perkembangan perekonomian di Kabupaten Kudus mengalami penurunan. Pemerintah Kabupaten Kudus terus mengupayakan serta mencari cara untuk mendeteksi perekonomian yang mengalami penurunan. Dan untuk mendorong perekonomian, pelaku UMKM dihimbau untuk lebih serius serta gigih dalam menekuni usahanya. Adapun perkembangan perekonomian di Kabupaten Kudus dapat dijelaskan pada gambar berikut ([kuduskab.bps.go.id](http://kuduskab.bps.go.id)).

**Gambar 1.1**

**Laju Pertumbuhan PDB Kabupaten Kudus**



Sumber : BPS Kabupaten Kudus Dalam Angka 2023

Kepala Badan Pusat Statistik, penurunan perekonomian juga dipengaruhi pandemi covid 19. Padahal ditahun 2019 ke 2020 terjadi penurunan perekonomian Kabupaten Kudus dari 2,43% turun menjadi -2,49% . Pada tahun 2021 mengalami penurunan sebesar -3,17% , dan ditahun 2022 mulai terjadi peningkatan sehingga terjadi kenaikan sebesar 0,94%. Dengan adanya penurunan lalu kenaikan yang tidak sebanding dengan sebelumnya berpengaruh terhadap pertumbuhan produk domestik Kabupaten Kudus. Oleh sebab itu, Pemerintah Pusat juga berusaha memaksimalkan pemulihan serta perkembangan perekonomian agar mencapai target diatas 5 persen dengan cara memberikan dorongan kepada pelaku UMKM untuk tetap bertahan dalam mempromosikan produknya dan juga tetap mentaati prokes yang berlaku. Selain itu, pelaku UMKM juga perlu mengamati kinerja usahanya agar tetap unggul menurut konsumen (Suindari & Juniariani, 2020).

Menurut Marija *et al.*, (2021) kinerja merupakan hasil yang diperoleh melalui usaha yang dijalankan oleh pelaku terhadap perusahaan. Sedangkan menurut Sulistiyo *et al.*, (2022) dan Febriana & Sulhan, (2021) kinerja adalah ukuran seseorang atau perusahaan untuk memperoleh keberhasilan dalam mencapai sebuah tujuan. Dengan demikian, bahwa kinerja adalah hasil dari pencapaian seseorang atau perusahaan yang memperoleh keberhasilan dalam mengelola usahanya untuk mencapai tujuan tertentu.

Selain pelaku UMKM, pemerintah setempat juga ikut serta dalam membantu meningkatkan kinerja UMKM Kabupaten Kudus. Adapun salah satu

cara pemerintah kabupaten Kudus membantu pelaku UMKM melalui kerja sama dengan Indomaret . Adanya kerjasama tersebut dapat memacu pelaku UMKM guna meningkatkan kualitas dari produknya sekaligus membantu penjualan produk tersebut agar diminati masyarakat setempat maupun secara luas (Rifqi, 2022). Selain itu, untuk meningkatkan kinerja UMKM pemerintah juga meningkatkan pengetahuan dari pelaku UMKM dengan mengadakan sosialisasi terkait penggunaan keuangan digital guna memudahkan transaksi dalam kegiatan UMKM (Naufaldo, 2022). Dan tidak hanya pemerintah yang ikut membantu pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerjanya, namun ada HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) Kabupaten Kudus memberikan pelatihan manajemen keuangan terhadap pelaku UMKM. Karena banyak pelaku UMKM yang belum mengetahui cara mengelola keuangan yang baik maka HPMI memberikan pelatihan manajemen keuangan memiliki pengaruh penting dalam pemberdayaan dan perkembangan UMKM (Pujangga, 2022). Jika UMKM mampu mempraktekkan ilmu yang didapatkan dari pemerintah maupun HPMI maka akan meningkatkan kinerja UMKM yang baik dimasa sekarang maupun masa mendatang.

Namun, dalam menjalankan usaha, tidak selalu mengalami kemudahan. Terkadang, ada saatnya UMKM juga akan mengalami kenaikan maupun penurunan kinerja. Adapun naik turunnya kinerja UMKM dapat disebabkan oleh rendahnya akses layanan keuangan dan juga minimnya pengetahuan dari pelaku UMKM mengenai pengelolaan serta pemanfaatan finansial secara maksimal. Sedangkan UMKM sendiri, merupakan pendorong perekonomian yang pada

kenyataannya masih jarang tersentuh oleh layanan keuangan. Oleh karena itu, untuk memperoleh kinerja UMKM yang baik, pelaku UMKM harus memiliki kesadaran bagaimana pentingnya literasi keuangan serta inklusi keuangan. Dan untuk memperoleh kinerja UMKM yang baik serta dapat berkembang, dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu bagaimana cara pelaku usaha dapat mengelola keuangan secara efisien juga dapat berfikir inovatif serta kreatif dalam penyusunan strategi pemasaran.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM yaitu inklusi keuangan, literasi keuangan, pengelolaan keuangan, dan strategi pemasaran.

Pada faktor pertama inklusi keuangan yang merupakan situasi dimana masyarakat memiliki akses terhadap jasa keuangan formal yang memiliki kualitas secara aman dengan jumlah biaya yang terjangkau. Menurut Ratnawati, (2020) inklusi keuangan merupakan kondisi ekonomi dimana akses individu ke perusahaan ke layanan keuangan. Sedangkan hubungan antara inklusi keuangan dengan kinerja UMKM yaitu ketika pelaku UMKM dapat mengakses layanan keuangan dengan mudah yang berupa tabungan, kredit, asuransi serta fasilitas pembayaran yang dapat membantu pelaku UMKM dengan diharapkan dapat memaksimalkan kinerja UMKM.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Yanti, (2019) menyatakan bahwa inklusi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Menurut penelitian Hilmawati & Kusumaningtias, (2021) menyatakan bahwa inklusi keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Sedangkan

menurut penelitian Febriana & Sulhan, (2021) (menyatakan bahwa inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Faktor yang kedua, literasi keuangan yang merupakan pengetahuan dan keterampilan masyarakat terkait keuangan untuk mengelola dan memanfaatkan keuangan secara maksimal. Pada penelitian Rosliyati & Iskandar, (2022) pentingnya literasi keuangan sudah pasti bahwa UMKM perlu mendapat pemahaman terkait literasi keuangan agar mampu mengelola keuangan dengan baik. Tanpa literasi keuangan yang baik maka UMKM tersebut tidak mampu mengambil keputusan pengelolaan yang tepat sesuai dengan kondisi keuangan yang dimiliki UMKM tersebut maka dapat mempengaruhi kinerja UMKM tersebut. Adapun hubungan antara variabel literasi keuangan dengan kinerja UMKM yaitu pada pemerintah setempat dapat memberikan pelatihan terkait literasi keuangan. Sebab, dalam perkembangan UMKM, memiliki tantangan dalam pengetahuan atau pemahaman keuangan sehingga dari beberapa UMKM masih sulit berkembang. Padahal literasi keuangan berperan penting dalam mengelola keuangan. Jika diadakan pelatihan terkait literasi keuangan dapat meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM sehingga dapat menjaga berlangsungnya usaha dalam jangka panjang serta dapat terjadi peningkatan dalam kinerjanya.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hertadiani & Lestari, (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Menurut penelitian Azhari *et al.*, (2020) menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Sedangkan menurut

penelitian Febriana & Sulhan, (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Faktor yang ketiga, pengelolaan keuangan yang merupakan upaya yang dilakukan seseorang dalam mengelola keuangan mulai dari perencanaan, perancangan anggaran, penyimpanan, serta pengendalian pengeluaran. Adapun hubungan pengelolaan keuangan dengan kinerja UMKM yaitu saat pelaku UMKM dapat menentukan sikapnya dalam menentukan peningkatan pada kinerja usahanya dengan cara mengelola keuangannya dengan sebaik mungkin maka akan berpengaruh baik bagi kelangsungan usahanya.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hertadiani & Lestari, (2021) menyatakan bahwa pengelolaan keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Menurut penelitian Eka, (2021) menyatakan bahwa pengelolaan keuangan tidak begitu berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Sedangkan menurut Suindari & Juniariani, (2020) menyampaikan bahwa pengelolaan keuangan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Faktor yang keempat yaitu strategi pemasaran yang merupakan upaya dalam memasarkan produk maupun jasa menggunakan perencanaan sehingga dapat meningkatkan penjualan dan memperoleh kinerja yang baik. Adapun hubungan antara strategi pemasaran dengan kinerja UMKM yaitu saat pelaku UMKM dapat menentukan sikapnya dalam menentukan peningkatan pada kinerja usahanya dengan strategi pemasaran yang dilakukan pelaku UMKM. Strategi pemasaran sangat penting bagi UMKM karena dengan adanya pemasaran dapat

mengenalkan produk kepada konsumen, dapat menjaga komunikasi yang baik dengan konsumen, selain itu adanya strategi pemasaran dapat menjaga pertumbuhan usaha. Sebab usaha yang dapat bertahan lama biasanya dapat ditentukan kualitas produk, merk, serta komunikasi pemasaran yang baik. Jika strategi pemasaran tersebut dapat terpenuhi dengan baik, maka akan meningkatkan penjualan sekaligus kinerja usaha.

Berdasarkan penelitian Kaniawati *et al.*, (2021) menyatakan bahwa strategi pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Sedangkan menurut penelitian Suindari & Juniariani, (2020) menyampaikan bahwa strategi pemasaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Adapun faktor-faktor yang telah dijelaskan tersebut dapat mempengaruhi kinerja UMKM. Hal ini mengisyaratkan penelitian lebih lanjut terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang telah dilakukan oleh Febriana & Sulhan, (2021).

Adapun perbedaan penelitian sebelumnya dan penelitian sekarang yaitu menambah dua variabel independen (X) yaitu pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran. Penambahan variabel pengelolaan keuangan dilakukan karena dengan adanya pengelolaan keuangan dapat memaksimalkan nilai perusahaan dengan cara meminimalkan biaya dalam penggunaannya dan mengatur alokasi secara efisien (Eka, 2021). Sehingga dapat membangun perencanaan biaya yang jelas dalam kedepannya. Penambahan variabel strategi pemasaran dilakukan karena UMKM



akan sulit berkembang jika pelaku usahanya tidak mengetahui bagaimana cara agar dapat memasarkan suatu produk maupun jasa dengan cara yang efektif (Suindari & Juniariani, 2020). Dengan adanya pemasaran yang efektif dapat membantu menjual produk atau jasa dalam jumlah yang lebih banyak. Perbedaan yang kedua yaitu mengganti objek penelitian. Pada penelitian Febriana & Sulhan, (2021) meneliti UMKM Kabupaten Malang, sementara penelitian ini meneliti UMKM Kabupaten Kudus bidang makanan dan minuman.

Berdasarkan uraian fenomena dari latar belakang diatas dan beberapa perbedaan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, oleh sebab itu, peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil judul **“PENGARUH INKLUSI KEUANGAN, LITERASI KEUANGAN, PENGELOLAAN KEUANGAN, DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP UMKM KABUPATEN KUDUS”**.

## **1.2 Ruang Lingkup**

Pada penelitian ini, penulis dapat fokus dengan membatasi ruang lingkup pembahasan yang meliputi :

1. Objek penelitian yang dilakukan adalah UMKM di Kabupaten Kudus
2. Variabel independen dalam penelitian ini adalah inklusi keuangan, literasi keuangan, pengelolaan keuangan, dan strategi pemasaran.
3. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja UMKM

## **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, bahwa UMKM menjadi pendorong perekonomian masyarakat di sekitarnya. Meskipun sebagai pendorong perekonomian, produk UMKM di Kabupaten Kudus masih sulit tergolong menembus pasar modern, dikarenakan cukup banyak dari produk UMKM yang belum memiliki izin PIRT (Produk Industri Rumah Tangga). Padahal Disnaker Perinkop dan UKM Kabupaten Kudus telah memudahkan perizinan. Dikarenakan minimnya pengetahuan dan juga kesadaran dari UMKM, membuat produk UMKM tersebut sulit menembus pasar. Jika produk UMKM masih tergolong sulit menembus pasar modern maka mengakibatkan kinerja UMKM menjadi turun. Sementara itu, Pemerintah ikut membantu dalam meningkatkan kinerja UMKM melalui kerjasama dengan Indomart. Selain itu, untuk meningkatkan kinerja UMKM pemerintah juga meningkatkan pengetahuan dari pelaku UMKM dengan mengadakan sosialisasi serta pelatihan terkait penggunaan keuangan digital, strategi marketing, serta manajemen keuangan yang berguna dalam peningkatan kinerja suatu UMKM. Kinerja yang baik akan membantu memperpanjang kelangsungan suatu usaha. Hal ini menjadi dasar penelitian untuk mengkaji faktor-faktor yang meningkatkan kinerja UMKM. Oleh sebab itu, dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Inklusi Keuangan berpengaruh terhadap Kinerja UMKM?
2. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Kinerja UMKM?
3. Apakah Pengelolaan Keuangan berpengaruh terhadap Kinerja UMKM?
4. Apakah Strategi Pemasaran berpengaruh terhadap Kinerja UMKM?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang, ruang lingkup. Serta perumusan masalah, maka penelitian ini, bertujuan :

1. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh pada inklusi keuangan terhadap kinerja UMKM.
2. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh pada literasi keuangan terhadap kinerja UMKM.
3. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh pada pengelolaan keuangan terhadap kinerja UMKM.
4. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh pada starategi pemasaran terhadap kinerja UMKM.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diharapkan dapat bermanfaat anata lain :

1. Secara Teoritis
  - a. Penelitian ini, diharapkan dapat memperluas pengetahuan serta informasi mengenai inklusi keuangan, literasi keuangan, pengelolaan keuangan, serta strategi pemasaran.
  - b. Dapat dijadikan sebagai literatur dan referensi penelitian bagi peneliti yang melakukan penelitian mengenai kinerja UMKM.

## 2. Secara Praktis

### a. Bagi Pemerintah

Penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat untuk pemerintah daerah khususnya Dinas Tenaga Kerja Perindustrian Koperasi UKM sebagai acuan untuk mengevaluasi kendala apa saja yang dialami pelaku UMKM dalam meningkatkan kinerja UMKM.

### b. Bagi pelaku UMKM

Penelitian ini, diharapkan akan memberikan manfaat untuk pelaku UMKM sebagai referensi terkait pengelolaan keuangan, dan bagaimana strateginya dalam memasarkan produk.