

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan bagian dari Negara di kawasan Asia Tenggara yang masih dikategorikan berkembang sebab sector perindustriannya belum memadai sebagai Negara maju. UMKM memiliki kontribusi yang strategis dalam pembangunan nasional karena selain memberi kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia juga menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar. lapangan pekerjaan serta persaingan yang semakin ketat dan kompetitif berpotensi sebagai resiko yang harus dihadapi oleh sebagian besar masyarakat Indonesia khususnya pada masyarakat yang telah memasuki usia produktif. Sementara itu, sampai saat ini pemerintah terus melakukan upaya dalam mengatasi masalah ketenagakerjaan. Salah satu media atau tumpuan yang bisa dimanfaatkan sebagai solusi untuk menangani hal tersebut yaitu dengan menciptakan lapangan pekerjaan secara mandiri dengan membentuk wirausaha baru melalui program Usaha mikro kecil menengah (UMKM) (Ilarrahmah & Monica Dewi 2021).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peran yang penting dalam peningkatan bidang ekonomi di Indonesia. Dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi akan berdampak pula bagi kemajuan dan kesejahteraan pelaku bisnis atau UMKM. Dengan jumlah pelaku UMKM yang semakin berkembang pesat, pelaku UMKM diharuskan mampu bertahan dan menyiapkan strategi strateginya agar dapat bersaing dengan pelaku UMKM lainnya di pasar terbuka, Kinerja usaha harus dipertahankan agar pelaku UMKM dapat

bertahan dan unggul dalam persaingan dengan UMKM sejenisnya (Karimah & Amalia 2023)

Pada awal tahun 2020 seluruh pengusaha di Kabupaten Jepara mengalami krisis ekonomi, terutama pada pemilik Usaha Mikro, kecil, dan menengah (UMKM) karena pandemic Covid 19. Data yang dipublikasikan oleh kementerian Negara Koperasi dan UMKM menunjukkan bahwa tenaga kerja yang bekerja pada sector UMKM mencapai 96% terhadap total tenaga kerja yang tersebar di Sembilan sector ekonomi Indonesia. UMKM juga memberikan kontribusi terhadap produk domestic bruto 40% serta mempunyai potensi pertumbuhan ekspor, khususnya ekspor non migas. Meski mempunyai peran yang strategis, mengembangkan kinerja UMKM bukan hal yang mudah. Perkembangan UMKM di Indonesia mengharuskan para pelaku UMKM untuk bertahan dan siap dalam persaingan dengan UMKM lainnya. Hal ini memacu para pelaku UMKM agar menciptakan usaha-usaha yang baru dan berbeda, tentunya dengan kinerja yang baik (Dinar Wahyudiati & Isroah 2018).

Ketua DPD HPSI (Dewan Pimpinan Daerah Himma Pengusaha Santri Indonesia) Kabupaten Jepara, Syaiful M. Abidin, bersama Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jepara dalam acara Pelatihan Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Manajemen Keuangan. Ia juga menekankan, apabila permasalahan yang terjadi pada UMKM di Kabupaten Jepara saat ini adalah mengenai pengelolaan manajemen keuangan yang kurang baik, terutama pencatatan keuangan usaha, dan tidak adanya pemisahan antara uang untuk usaha dan uang untuk keperluan pribadi sehingga kondisi keuangan Pemilik UMKM tidak diketahui secara jelas

(Derapjuang.id 2022). Kebanyakan UMKM di Kabupaten Jepara dari mereka tidak begitu mengetahui tentang pengetahuan keuangan atau manajemen keuangan membuat mereka sulit untuk dapat mengembangkan usahanya. Sehingga kinerja UMKM masih kurang dari pencapaian target.

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Jepara adalah karena sebagian besar penduduk di Kabupaten Jepara merupakan seorang pengusaha yang berkontribusi penuh dalam pertumbuhan UMKM di Indonesia. Pada data BPS Kabupaten Jepara pada tahun 2020 potensi UMKM Kabupaten Jepara merupakan terbesar ke lima di Jawa Tengah setelah Kabupaten Purbalingga, Kabupaten Kebumen, Kabupaten Pemalang, dan Kabupaten Banyumas. Sedangkan untuk wilayah eks Karesidenan Pati, Kabupaten Jepara memiliki potensi usaha terbesar. Kabupaten Kudus terbesar berikutnya dengan 19,46 ribu usaha dan kemudian rembang dengan 13,40 ribu usaha. Sumber: Data BPS Kabupaten Jepara (2020)

UMKM Di Kabupaten Jepara masih memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan perekonomian, akan tetapi di sisi lain juga terdapat banyak hambatan yang sering terjadi. Maka dilakukan penelitian mengenai factor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Jepara. Adapun factor-faktor yang menjadi fokus penelitian yaitu literasi keuangan, kompetensi sumberdaya manusia, inovasi produk, akses pemasaran dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Jepara. (Jepara.go.id 2023)

Faktor yang pertama yaitu literasi keuangan. Literasi keuangan yaitu faktor penting dalam meningkatkan kinerja UMKM perusahaan tentang keterampilan dan pengetahuan bagaimana cara pengelolaan keuangan dengan

memahami pendapatan dan pengeluaran, tabungan, asuransi dan investasi (Baharuddin 2022). Literasi keuangan merupakan pengetahuan dan pemahaman tentang berbagai bidang keuangan. Kurangnya literasi keuangan dapat menyebabkan seseorang mengambil keputusan yang tidak tepat bahkan dapat menimbulkan konsekuensi negative pada kesejahteraan keuangan seseorang, Oleh sebab itu masyarakat utamanya pemilik usaha penting untuk memahami konsep keuangan dengan baik (Ilarramah & Monica Dewi 2021).

Pada dasarnya meskipun Indonesia memiliki jumlah UMKM yang lebih besar dari beberapa negara lainnya, Namun Indonesia merupakan Negara dengan tingkat literasi keuangan yang masih terbilang rendah, Otoritas Jasa Keuangan (2016). Permasalahan pada bidang pembiayaan merupakan hal masih belum bisa diatasi dengan baik oleh para pelaku UMKM. Pada tahun 2015 Bank Indonesia mengungkapkan hanya 30% dari 56,4 juta jumlah pelaku UMKM yang sanggup dalam mengakses pembiayaan, 76,1% diantaranya menerima kredit dari bank dan sisanya mendapatkan dari lembaga keuangan non bank seperti usaha simpan pinjam atau koperasi. Hasil penelitian (Agus Sulistiyo & Agus Putranto 2022) mengatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif pada kinerja UMKM. Sedangkan penelitian dari (Fitria & Soejono 2021) menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan pada kinerja UMKM.

Faktor yang kedua yaitu kompetensi sumberdaya manusia, kompetensi sumberdaya manusia yaitu kemampuan serta karakteristik yang dimiliki seseorang serta keterampilan, pengetahuan, dan sikap perilaku yang diperlukan dalam pelaksanaan tugas jabatannya dalam lingkungan pekerjaannya. Tingkat kompetensi

dibutuhkan untuk dapat mengetahui tingkat kinerja yang diinginkan untuk kategori baik atau rata-rata. Penentuan ambang kompetensi yang dibutuhkan akan dapat dijadikan dasar bagi proses seleksi, suksesi perencanaan, evaluasi kinerja, dan pengembangan sumberdaya manusia (Rahman & Permatasari 2021)

Kompetensi sumberdaya manusia menjadi hal yang penting dalam pelaksanaan usaha. Kompetensi sumberdaya manusia salah satu factor yang dapat mempengaruhi kinerja UMKM. Faktor sumberdaya manusia dapat menjadi modal utama untuk menjadikan UMKM lebih *professional*. Kompetensi Sumberdaya manusia menjadi sesuatu yang sangat menentukan, dikarenakan sebuah usaha ditentukan oleh bagaimana tiap-tiap individu yang ikut terlibat dalam mengelola bisnis tersebut. Kompetensi sumberdaya manusia didukung dengan system pengendalian intern yang ada akan berpengaruh kinerja (Zahro 2015). Oleh karena itu perolehan dan pemanfaatannya perlu dikelola dengan baik dalam konteks peningkatan kinerja, oleh karena itu diperlukan cara yang tepat dapat mengintegrasikan pengetahuan itu dalam kerangka pengembangan sumberdaya manusia dalam suatu bisnis usaha (Suindari & Juniariani 2020). Hasil penelitian (Maulatuzulfa 2022) mengatakan bahwa kompetensi sumberdaya manusia berpengaruh positif pada kinerja UMKM.

Faktor yang tiga yaitu inovasi produk, inovasi produk mampu meningkatkan kinerja UMKM, inovasi produk tidak terlepas dari kehidupan berbisnis karena inovasi produk adalah jiwa didalam sebuah perusahaan untuk berkembang, inovasi bisa berkembang dimanapun serta dilakukan oleh siapapun, inovasi tidak hanya dilakukan oleh perusahaan yang besar, melainkan demi

keberlangsungan usahanya, perusahaan kecil pun perlu untuk melakukan inovasi (Agus Sulistiyono & Agus Putranto 2022).

Inovasi produk jadi strategi dalam persaingan di dalam dunia bisnis, UMKM yang melakukan suatu strategi inovasi adalah UMKM yang akan bisa membuat produk-produk yang kompetitif, yang berarti juga UMKM yang bisa bertahan terus dan bahkan berkembang pesat, menegaskan bahwa dengan terus melakukan inovasi, perusahaan-perusahaan yang baru berdiri mampu bersaing dan bertahan di pasar dengan pemain-pemain yang sudah mapan, bahkan termasuk perusahaan-perusahaan asing. Tujuan utama dari inovasi adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai kinerja pemasaran bagi perusahaan. Dengan demikian inovasi harus benar-benar direncanakan dan dilakukan dengan cermat (Wahyono 2002). Hasil penelitian (Lorensa & Hidayah 2022) mengatakan bahwa inovasi produk berpengaruh positif pada kinerja UMKM.

Faktor yang ke empat adalah Akses pemasaran. Akses pemasaran sangat penting dalam meningkatkan kinerja UMKM terhadap perusahaan, suatu (UMKM) dalam meningkatkan usaha dan menjaga kelangsungan hidup. Akses pemasaran mempunyai peran penting karena pemasaran merupakan nyawa untuk meningkatkan penjualan dan menambah nilai jual suatu produk. Hal ini penting, dimana persaingan disegala bidang semakin ketat terutama pada pelaku UMKM yang memaksa harus segera berbenah diri untuk menyikapinya. Jika tidak, produk bagus sekalipun akan kalah saing dengan produk yang biasa (Abdurahman & Nana Herdiana 2015).

Pemasaran mempunyai peran penting dalam masyarakat karena pemasaran menyangkut berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang ekonomi dan social. Karena kegiatan pemasaran menyangkut masalah mengalirnya produk dan produsen ke konsumen, tercemin pada setiap kehidupan masyarakat yang tidak lepas dari kegiatan pemasaran yang ada. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh setiap perusahaan didasarkan pada strategi pemasaran yang ditetapkan untuk mencapai sasaran pasar yang dituju. Keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produknya ditentukan oleh ketepatan strategi pemasaran yang ditetapkan dengan situasi dan kondisi dari sasaran pasar yang dituju, oleh karena itu perlu adanya strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh perusahaan agar produk yang dihasilkan bisa diterima oleh pasar (Alma 2013) Hasil penelitian (Nizar 2018) mengatakan bahwa akses pemasaran berpengaruh positif pada kinerja UMKM.

Faktor yang ke lima adalah orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan adalah kemampuan perusahaan mempunyai ide yang kreatif dan memanfaatkan sumberdaya sebagai kekuatan internal perusahaan dalam menciptakan inovasi untuk meraih peluang (Hindarwati, Rahayu, and Wibowo 2021). Orientasi kewirausahaan karakteristik dan nilai yang dianut oleh wirausaha itu sendiri yang merupakan sifat pantang menyerah, berani mengambil resiko, kecepatan dan fleksibilitas (Sumiati 2015). (Amrulloh 2017) mempunyai pendapat bahwa orientasi kewirausahaan adalah sebagai tingkat keberanian seseorang wirausaha untuk menjadi yang pertama dalam inovasi produk, proaktif dan mengambil resiko.

Orientasi kewirausahaan adalah menunjukkan perilaku pemilik usaha untuk mengambil suatu resiko bisnis (berani mengambil resiko), mendukung dilakukannya perubahan dan inovasi untuk mendapatkan keuntungan yang kompetitif (inovasi) dan mampu bersaing secara agresif dengan kompetitornya. Orientasi kewirausahaan juga memiliki peran penting sebagai metode praktik dan pengambilan keputusan dalam berwirausaha dan sebagai pemacu perusahaan memiliki keunggulan untuk bersaing dengan kompetitornya (Rafiki et al. 2023). Menurut (Jannah & Irawati 2019) mengartakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif pada kinerja UMKM.

Penelitian ini mengarah pada penelitian (Agus Sulistiyo & Agus Putranto 2022) yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Kompetensi Sumberdaya Manusia, Inovasi Produk, dan Akses Pemasaran Terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Wonosobo”. Perbedaan yang pertama adalah adanya tambahan variabel bebas (Independen), yaitu orientasi kewirausahaan. Variabel ini ditambahkan mempunyai alasan apabila sebuah usaha memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat, akan lebih berani dalam mengambil resiko, serta orientasi kewirausahaan memiliki kemampuan usaha dalam mengelola sumberdaya yang dimiliki agar dapat menghasilkan keberhasilan usaha dengan strategi perubahan sehingga dapat bersaing dan lebih kompetitif. Dan menjadikan kinerja UMKM lebih terarah serta terencana usaha yang dijalankan menjadi lebih baik, mengalami perkembangan dan mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Semakin baik orientasi kewirausahaan maka semakin meningkat pula kinerja UMKM tersebut. Perbedaan yang kedua adalah objek penelitian yang dilakukan

sebelumnya yaitu UMKM Kabupaten Wonosobo, pada penelitian ini objek yang menjadi sasaran yaitu UMKM Kabupaten Jepara.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa seorang peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KOMPETENSI SUMBERDAYA MANUSIA, INOVASI PRODUK, AKSES PEMASARAN, DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA UMKM DI KABUPATEN JEPARA”**.

1.2. Ruang Lingkup

Agar peneliti ini tetap konsisten dan memudahkan pembahasan dalam penelitian ini agar sesuai dengan tujuan penelitian dan pokok bahasan lebih terperinci maka peneliti membatasi ruang lingkup pokok bahasan dalam permasalahan sebagai berikut :

1. Meneliti pengaruh literasi keuangan, Kompetensi sumber daya manusia, Inovasi produk, Akses pemasaran, dan Orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM
2. Objek penelitian ini adalah pelaku usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Jepara.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah disampaikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Jepara?
2. Apakah Kompetensi sumber daya manusia berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Jepara?
3. Apakah Inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Jepara?
4. Apakah Akses pemasaran berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Jepara?
5. Apakah Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Jepara?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Jepara
2. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh kompetensi sumber daya manusia terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Jepara
3. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh inovasi produk terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Jepara
4. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh akses pemasaran terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Jepara
5. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM di kabupaten Jepara

1.5. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini dengan harapan bisa bermanfaat seperti :

1. Kegunaan di Bidang Akademik, Hasil penelitian ini diharapkan bisa meningkatkan kesadaran dan pengetahuan bagi mahasiswa akuntansi. Hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi untuk penelitian kedepannya.
2. Kegunaan Penelitian yang akan datang, Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk pedoman atau dasar bagi seorang peneliti yang akan datang diharapkan untuk mengkaji lebih jauh lagi penelitian mengenai kinerja UMKM dengan adanya tambahan variabel independen lainnya.
3. Kegunaan bagi UMKM, Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber pemahaman bagaimana cara meningkatkan kinerja UMKM dengan baik dan menjadi acuan dalam menetapkan kebijakan mengenai pengambilan keputusan.