

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hubungan Dunia usaha dan Pertumbuhan ekonomi saling berkaitan. Pengembangan komunitas usaha di Indonesia dipengaruhi oleh Pertumbuhan ekonomi yang terus meningkat. Dunia usaha merupakan wadah bagi usaha mikro kecil menengah maupun besar dalam menjalankan usaha serta membantu perekonomian Indonesia (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008). Keberadaan UMKM telah memberikan cerminan dari wujud nyata kehidupan sosial dan ekonomi yang menjadi bagian terbesar bagi rakyat Indonesia Pusporini (2020). Saat ini, UMKM di Indonesia mampu bertahan, menyerap tenaga kerja, mengurangi pengangguran dan menjadi pusat perhatian dalam perekonomian lokal masyarakat Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2023), ada 65,5 juta UMKM di Indonesia, yang merupakan 99% dari total unit usaha. Sektor UMKM memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61%, atau senilai Rp9.580 triliun. Maka dari itu pengembangan UMKM adalah kondisi yang diperlukan atau kondisi yang harus dipertahankan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia yang lebih tinggi karena UMKM menjadi bantalan atau *buffer* yang tahan terhadap krisis dan dapat pulih dengan cepat.

Menurut pemerintah provinsi Jawa Tengah pada triwulan I 2023 tercatat lebih dari 183 ribu UMKM yang dibina oleh pemerintah Jawa Tengah dan Menurut

TribunMuria.com (2023) terdapat jumlah pengusaha UMKM di kabupaten Kudus capai 27.200. Salah satu UMKM yaitu kedai kopi. Kedai kopi adalah jenis usaha yang cepat mengalami perkembangan dalam gaya hidup masyarakat saat ini. Kedai kopi sendiri adalah suatu tempat yang identik dengan meja-meja dan kursi yang tertata rapi dan juga sofa yang nyaman, menjual aneka varian kopi dan makanan kecil sebagai penunjang disertai alunan musik dan suasana nyaman yang dapat dirasakan oleh konsumen Kurniawan & Sidiq, (2016). Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah Kabupaten Kudus, khususnya bagi pelaku usaha yang bergerak di bidang kedai kopi. Kedai kopi telah berkembang secara signifikan, khususnya di lingkungan Kabupaten Kudus, karena kopi telah menjadi gaya hidup dan budaya yang berkembang dan menyebabkan meningkatnya persaingan bisnis kedai kopi. Di Kab. Kudus terdapat komunitas pengusaha kedai kopi yang bernama Komunitas Kopi Entusias Kudus yang dibentuk pada tahun 2015 dan yang menjadi pengurus dari komunitas ini bernama Pikha Dili Eriyanto dan Ahmad Albayhaqi. Menurut data survei yang didapat oleh komunitas kopi entusias kudus tahun 2023, terdapat 160 kedai kopi yang berada di Kab. Kudus. Dengan kondisi banyaknya kedai kopi di Kab. Kudus, pengusaha kedai kopi harus melakukan upaya untuk mengelola usahanya agar tetap bisa bersaing dan berkelanjutan. Menurut Puspitaningtyas (2017) Oleh karena itu, untuk menjaga keberlanjutan usaha (*business sustainability*), pelaku usaha harus melakukan upaya strategis. Upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan cara meningkatkan pengetahuan literasi keuangan dan kreativitas.

Para pelaku usaha kedai kopi harus mampu menyesuaikan diri dengan keadaan yang dapat merugikan usahanya. Salah satunya, masih banyak pemilik usaha kedai kopi yang masih mencampur harta pribadi dengan harta usahanya dan rendahnya kreativitas baik dari pengusahanya atau karyawan dalam usaha kedai kopi. Perilaku ini menyebabkan kesulitan dalam menghitung hasil kegiatan usaha secara akurat dan benar serta akan menurunkan kinerja dari kedai kopinya, yang pada akhirnya dapat menghambat perkembangan usaha dari skala mikro lebih meningkat ke skala kecil atau skala menengah, dan tentunya akan berdampak tidak baik pada keberlanjutan usaha di masa yang akan datang Christiana, Purnama, & Ardila, (2020). Tentu saja, bagi seseorang yang paham tentang literasi keuangan dan kreativitas akan menciptakan suatu program keuangan dan kreatif dalam menciptakan hal baru dalam usahanya yang sesuai dan dapat meningkatkan kinerja kedai kopinya untuk keberlanjutan usahanya.

The Association of Chartered Certified Accountants (2014) yang dikutip oleh Djou (2019) merumuskan bahwa konsep literasi keuangan mencakup pengetahuan mengenai konsep keuangan, kemampuan memahami komunikasi mengenai konsep keuangan, kecakapan mengelola keuangan pribadi/perusahaan dan kemampuan melakukan keputusan keuangan dalam situasi tertentu. Hasil dari Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan pada tahun 2022, indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68%. Menurut suaramerdeka-muria.com (2023), Kegiatan pelatihan literasi keuangan terhadap pengusaha UMKM Kab. Kudus yang diinisiasi PT PNM dengan melibatkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) serta Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi

dan UMKM Kabupaten Kudus merupakan langkah yang baik, lantaran masih banyaknya pengusaha UMKM yang belum memiliki pemahaman terkait literasi keuangan. Rendahnya pengetahuan tentang pengelolaan keuangan akan menyebabkan pengelolaan keuangan yang kurang optimal. Jika suatu usaha tidak dikelola dengan baik, itu dapat mengancam keberlanjutannya. Literasi keuangan para pelaku usaha tentu berbeda-beda sesuai kondisi dan latar belakang usaha mereka. Tetapi, pemahaman keuangan secara spesifik dapat membuat keputusan keuangan yang lebih tepat.

Kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan ide dan konsep baru melalui proses berpikir kreatif untuk menciptakan sesuatu yang baru Arifudin (2016). Selain itu orang-orang yang memiliki kreativitas dapat merancang konsep yang lebih praktis dalam pekerjaan atau menemukan cara-cara baru yang tepat untuk menggunakan peralatan yang sudah ada. Orang kreatif biasanya memiliki kemampuan untuk mencari solusi dalam menyelesaikan masalah. Dalam usaha kedai kopi, seorang pemilik kedai kopi harus memiliki kreativitas yang tinggi. Selain itu dapat mengajarkan cara berpikir kreatif kepada rekan atau karyawan yang ada di usahanya. Namun, banyak pelaku usaha yang meniru konsep pesaing mereka untuk memperluas pangsa pasar mereka. Oleh karena itu, dengan banyak produk yang serupa di pasar, satu-satunya hal yang membedakan mereka hanyalah harga dan kualitas.

Kinerja bisnis, menurut Pramudiati, Putri, & Basri, (2019) didefinisikan sebagai pencapaian usaha sesuai dengan tujuan awalnya, yaitu mendapatkan keuntungan sebesar mungkin untuk mendukung keberlangsungan bisnis. Salah satu

hal yang penting bagi pengusaha untuk memastikan bahwa bisnis mereka terus mengalami keberlanjutan adalah mereka harus dapat secara konsisten mempertahankan kualitas kinerja bisnis mereka. Pengukuran kinerja bisnis dianggap sangat penting karena berfungsi sebagai alat untuk menentukan apakah kinerja bisnis mengalami peningkatan atau penurunan.

Penelitian pengaruh literasi keuangan terhadap keberlanjutan usaha yang dilakukan Rumini , Martadiani , & Amlayasa, (2020) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Artinya semakin meningkatnya literasi keuangan yang di refleksikan oleh kepemilikan rekening atas nama perusahaan, akan serta merta mampu meningkatkan Keberlanjutan UMKM. Sedangkan penelitian yang dilakukan Kusuma et al., (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha, karena pelaku UMKM dihadapkan pada persoalan yang tidak berkaitan dengan pemahaman keuangan secara langsung seperti kebijakan pembatasan kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat.

Penelitian pengaruh kreativitas terhadap kinerja usaha yang dilakukan oleh Cemoso & Soelaiman, (2020) menyatakan bahwa kreativitas berpengaruh terhadap kinerja usaha. Artinya pemilik usaha makanan dan minuman agar memperluas pengetahuannya dalam kreativitas yaitu gagasan yang berbeda dalam membuat produk. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Papoiwo, Mus, & Serang, (2021) menyatakan bahwa kreativitas tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha. Karena Kreativitas pelaku usaha tidak berkembang karena merasa usaha yang dilakukan sudah memadai untuk kebutuhan keluarga, Permintaan terhadap produk

yang mereka tawarkan masih cukup tinggi, Jarang mendapatkan pelatihan tentang kreativitas usaha.

Menurut Gainau & Rawun, (2021), kinerja memiliki pengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Ini karena kinerja yang baik, atau performa, akan menghasilkan banyak keuntungan untuk mendukung keberlanjutan usaha. Sedangkan menurut Prena & Diarsa, (2019) kinerja tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Karena walaupun kinerja baik tetapi tidak bisa menjadi satu sudut pandang yang menjadikan keberlanjutan usaha.

Berdasarkan latar belakang, fenomena dan research gap penelitian di atas, Kemudian peneliti mengambil judul **“PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN KREATIVITAS TERHADAP KEBERLANJUTAN USAHA DENGAN KINERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KOMUNITAS PENGUSAHA KEDAI KOPI DI KAB. KUDUS”**

1.2 Ruang Lingkup

Agar pembahasan tidak terlalu menyimpang, penelitian ini dibatasi secara jelas sebagai berikut:

1. Variabel penelitian meliputi:
 - a. Variabel eksogen :literasi keuangan dan kreativitas
 - b. Variabel endogen :keberlanjutan usaha
 - c. Variabel intervening :kinerja
2. Objek penelitian di kedai kopi Kab. Kudus dengan lama usaha minimal 1 tahun
3. Subjek penelitian yaitu pengusaha dan barista kedai kopi di Kab. Kudus
4. Responden penelitian berjumlah 120 pengusaha kedai kopi

5. Waktu penelitian yaitu 2 (dua) bulan setelah proposal disetujui.

1.3 Rumusan Masalah

Dari hasil pengamatan pada pengusaha kedai kopi di Kab. Kudus, masih banyak pengusaha kedai kopi yang kurang baik terkait mengatur keuangan dan kreativitas pada usahanya. Dengan beberapa faktor yang mendasarinya yaitu:

- a. Kurangnya literasi keuangan dalam mengelola usaha kedai kopi, sesuai observasi di lapangan kurangnya pemahaman pengusaha kedai kopi tentang pembagian keuangan pada usahanya contoh masih mencampur adukan keuangan pribadi dan keuangan usaha.
- b. Sesuai kreativitas pada pengusaha kedai kopi, pengusaha kedai kopi kurang mempunyai kreativitas penyajian produk minuman kopi atau penambahan menu pelengkap.
- c. Pada keberlanjutan usaha, pengusaha kedai kopi hanya mendasari pada firasat bisnis saja tidak disertai kemampuan merancang usaha untuk kedepannya.
- d. Pada kinerja, kurangnya komunikasi pengusaha dan karyawan kedai kopi dengan pelanggan dalam menjalankan usaha kedai kopi.

Dari latar belakang penelitian tersebut maka dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap keberlanjutan usaha pada komunitas pengusaha kedai kopi di Kab. Kudus?
2. Bagaimana pengaruh kreativitas terhadap keberlanjutan usaha pada komunitas pengusaha kedai kopi di Kab. Kudus?

3. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja pada komunitas pengusaha kedai kopi di Kab. Kudus?
4. Bagaimana pengaruh kreativitas terhadap kinerja pada komunitas pengusaha kedai kopi di Kab. Kudus?
5. Bagaimana pengaruh kinerja terhadap keberlanjutan usaha pada komunitas pengusaha kedai kopi di Kab. Kudus?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka, penelitian ini bertujuan:

1. Menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap keberlanjutan usaha pada komunitas pengusaha kedai kopi di Kab. Kudus.
2. Menganalisis pengaruh kreativitas terhadap keberlanjutan usaha pada komunitas pengusaha kedai kopi di Kab. Kudus.
3. Menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja pada komunitas pengusaha kedai kopi di Kab. Kudus.
4. Menganalisis pengaruh kreativitas terhadap kinerja pada komunitas pengusaha kedai kopi di Kab. Kudus.
5. Menganalisis pengaruh kinerja terhadap keberlanjutan usaha pada komunitas pengusaha kedai kopi di Kab. Kudus.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari penelitian ini, peneliti mengharapkan adanya manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh literasi keuangan dan kreativitas terhadap keberlanjutan usaha dengan kinerja sebagai variabel intervening pada komunitas pengusaha kedai kopi di kab. Kudus. Serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberi gambaran dan praktek kewirausahaan yang terkait dengan pengaruh literasi keuangan dan kreativitas terhadap keberlanjutan usaha dengan kinerja sebagai variabel intervening di kalangan pengusaha kedai kopi.