

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM memegang peranan penting dalam permasalahan sosial ekonomi dan domestik seperti tingginya kemiskinan, pengangguran, ketimpangan proses, ketimpangan distribusi dan permasalahan urbanisasi dengan segala dampak negatifnya. Keberadaan dan perkembangan UMKM diyakini memberikan kontribusi signifikan dalam memperbaiki beberapa permasalahan perekonomian yang ada di Indonesia. Peran usaha kecil, menengah, dan mikro dalam memperluas kesempatan kerja sangatlah penting. Di daerah yang berpendapatan rendah, usaha mikro, kecil, dan menengah memiliki peran yang penting untuk meningkatkan produktifitas masyarakat itu sendiri (Chow et al., 2023).

Undang – Undang Nomor 20 pasal 3 menyebutkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Dalam undang – undang ini, pemerintah ingin berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi Indonesia dengan mendukung kelompok-kelompok usaha mikro, kecil, dan menengah serta untuk memastikan adanya timbal balik untuk pemerintah itu juga.

Di setiap tahunnya jumlah UMKM yang ada di Indonesia terus melonjak. Perkembangan zaman dan semakin pesatnya kemajuan perekonomian Indonesia, membuat dunia usaha perlu mengambil langkah strategis guna bersaing dengan dunia usaha lainnya, terlebih usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Hal ini

karena lingkungan bisnis bagi usaha kecil dan menengah sangat tidak menentu. Peran UMKM di Indonesia juga untuk membantu pembangunan perekonomian Indonesia guna menciptakan dunia usaha dan lapangan kerja (Kurniawan & Nuringsih, 2022).

Pembangunan daerah yang lebih diarahkan untuk mengembangkan kegiatan perekonomian yang dapat memberikan kesejahteraan kepada masyarakat setempat. Salah satunya adalah dengan meningkatkan kinerja UMKM agar lebih tahan terhadap krisis dan mampu bertahan dalam perekonomian yang tidak didukung. Peningkatan UMKM bisa dilakukan dengan berbagai cara. Saran cara membuat rencana bisnis yang baik agar usaha kecil dan menengah dapat merencanakan secara komprehensif. Baik perencanaan finansial maupun non finansial (Zahro et al., 2019). Dengan berkembangnya usaha kecil dan menengah, persaingan menjadi semakin ketat, dan usaha kecil dan menengah yang kurang memiliki daya saing terpaksa keluar dari persaingan usaha. Untuk meningkatkan daya saing dan kemandirian UKM serta berkontribusi terhadap perekonomian daerah, pengetahuan pemilik UKM dapat ditingkatkan melalui berbagai metode dan kebijakan pemerintah daerah (Wachyu & Winarto, 2020). Adanya pajak daerah di Kabupaten Kudus juga memiliki tujuan untuk kemakmuran masyarakat terutama untuk pembukaan lapangan kerja. Pajak dan kontribusi wajib yang dibayarkan penduduk setempat kepada pemerintah daerah digunakan untuk kepentingan pemerintah dan kepentingan umum daerah. Contohnya termasuk pembangunan jalan dan jembatan, penciptaan lapangan kerja baru, dan manfaat pembangunan dan pemerintah lainnya. Salah satu pajak daerah adalah pajak restoran. Pajak restoran digunakan oleh

UMKM yang sudah mendaftarkan diri ke Direktorat Jenderal Pajak. Bisa kita lihat dalam struk pembelian di restoran tertera pajak restoran yang ikut serta kita bayarkan. Era pemerintahan daerah membawa kemajuan baru dalam struktur pemerintahan. Perubahan sistem pemerintahan ini memberikan kebebasan kepada pemerintah daerah untuk merencanakan dan melakukan segala sesuatunya demi kepentingan komunitasnya (Widiani et al., 2022).

Di era globalisasi seperti sekarang, hampir setiap aktivitas yang dilakukan tidak terlepas dari pengaruh kemajuan teknologi. Kemajuan perkembangan teknologi mencakup segala bidang seperti komunikasi, informasi, distribusi, dan juga transportasi yang semakin cepat, efektif, dan berbasis digital. Berkembangnya teknologi juga memudahkan berkembangnya bisnis, termasuk tingkat UMKM. Semakin berkembangnya UMK di Indonesia dan semakin banyaknya jumlah UMKM menuntut para pengusaha untuk lebih kreatif dalam menjalankan usahanya (Taufiq et al., 2020).

Pemilik UMKM yang menjalankan usahanya seringkali menghadapi kesulitan untuk melacak dan mengetahui apa yang terjadi dalam perusahaan. Banyak pemilik UMKM yang tidak mengikuti pedoman dalam menyusun laporan keuangan dan hanya mencatat penerimaan/pengeluaran, hutang/piutang, dan penjualan/pembelian. Oleh karena itu, sulit untuk mengukur dan membuktikan apakah bisnis kita bagus atau tidak. Dalam penelitian ini kemampuan pelaporan keuangan pengusaha merupakan salah satu UMKM yang fokus pada kemampuan intelektual.

Kinerja usaha mikro, kecil dan menengah menjadi menjadi salah satu faktor penting yang menentukan mampu tidaknya suatu perusahaan dalam mempertahankan usahanya. Kinerja suatu perusahaan merupakan hasil produksinya selama jangka waktu tertentu. Kinerja suatu perusahaan harus dapat diukur dan memberikan gambaran empiris mengenai keadaan perusahaan dengan menggunakan ukuran yang disepakati. Pengukuran kinerja perusahaan merupakan salah satu hal yang menjadi prioritas perusahaan karena mempengaruhi perilaku pribadi yang ada di dalam maupun di luar perusahaan. Pengukuran kinerja perusahaan merupakan suatu alat kontrol yang memiliki tujuan untuk menginspirasi karyawan dalam mencapai tujuan perusahaan dan mematuhi standar berperilaku yang ditetapkan (Taufiq et al., 2020). Ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi peningkatan kinerja UMKM yaitu salah satunya orientasi kewirausahaan, inovasi produk, penggunaan media sosial, dan literasi keuangan.

Kabupaten Kudus merupakan salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang menerapkan hal otonomi daerah dengan maksimal salah satunya adalah upayanya dalam memajukan potensi masyarakatnya. Secara geografis, lokasi dari Kabupaten Kudus cukup strategis, yaitu berada di jalur perlintasan ekonomi antar provinsi sehingga menjadikan kota ini sebagai sentra perdagangan nasional. Ada beberapa permasalahan dalam pengembangan usaha terutama UMKM. Cara mereka meningkatkan keinginan untuk berinovasi dan menciptakan hal baru, cara dalam pemasaran dan *branding* produk melalui media sosial, dan cara mereka dalam mengelola keuangan usahanya. (Syifa et al., 2021).

Tabel 1. 1
Data Penduduk Miskin Kabupaten Kudus Tahun 2021-2023

Kemiskinan	Penduduk Miskin di Kabupaten Kudus		
	2021	2022	2023
Indeks Kedalaman Kemiskinan (P1) (Persen)	1,27	0,9	0,99
Indeks Keparahan Kemiskinan (P2) (Persen)	0,27	0,19	0,22
Garis Kemiskinan (Rp/kapita/bln)	450.992	482.806	520.830
Jumlah Penduduk Miskin (ribu jiwa)	67,06	65,16	65,16
Persentase Penduduk Miskin (Persen)	7,6	7,41	7,24

Persentase penduduk miskin pada Maret 2023 sebesar 9,36 persen, menurun 0,21 persen poin terhadap September 2022 yaitu sebesar 9,57 persen. Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus, pada tahun 2023, jumlah penduduk miskin (penduduk dengan pengeluaran per kapita per bulan di bawah Garis Kemiskinan) di Kabupaten Kudus mencapai 65,16 ribu orang (7,24 persen), berkurang sebanyak 0,90 ribu orang dibandingkan dengan penduduk miskin pada tahun 2022 yang berjumlah 66,06 ribu orang (7,41 persen). Peluang pemerataan kesejahteraan masyarakat sangat terbuka melalui berbagai langkah pengembangan sektor **UMKM** dalam rangka pengentasan kemiskinan di sejumlah daerah. Saat ini pemerintah sedang berupaya mendorong UMKM untuk masuk ke ekosistem digital, sebagai bagian dari langkah pengembangan dan penguatan ekonomi masyarakat.

Kabupaten Kudus memiliki potensi budaya khas yang dapat dikembangkan dan bernilai ekonomi. Kearifan lokal itu tercermin dalam produk dan kesenian yang ditampilkan dalam Festival Kudus 2023. Dalam berita radar Kudus, festival bazar UMKM menghasilkan peningkatan *omzet* yang sangat tinggi. Hal ini berhubungan dengan naiknya penjualan, jumlah pelanggan, dan naiknya pendapatan UMKM. Festival menjadi ajang pengenalan produk kreatif Kudus lebih luas lagi dan

meningkatkan daya tarik wisata sehingga dapat menarik wisatawan lebih banyak lagi. Di tengah persaingan usaha yang kompetitif, pelaku usaha terutama UMKM di Kudus perlu melakukan segala inovasi mengikuti perkembangan teknologi. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan kualitas produk UMKM.

Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi (Disnakerperinkop) dan Usaha Kecil Menengah (UKM) Kabupaten Kudus memberikan pelatihan pemasaran produk secara *online* kepada puluhan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Era digital penggunaan teknologi informatika sangat penting termasuk dalam hal pemasaran produk. Oleh karena itu, pihaknya memberikan sosialisasi kepada pelaku UMKM terkait pemasaran online. Tujuannya untuk menambah pengetahuan bagi para pelaku UMKM terkait pemanfaatan teknologi informatika. Mereka diedukasi memasarkan produknya secara *online*. Pemasaran *online* tak lepas dari media sosial. Hal inilah yang diajarkan kepada mereka agar tahu cara manajemen sarana pendukung penting maupun sarana utama pemasaran online (Sipan, 2022).

Perkembangan laju UMKM yang dilakukan oleh pemerintah kota Kudus salah satunya adalah dengan adanya bazar UMKM di alun – alun kota. Apalagi setelah *covid-19* yang melanda dunia yang meruntuhkan *omzet* pejuang bisnis. Adanya festival bazar UMKM ini sangat membantu para UMKM dalam mengembangkan usahanya kembali. Festival ini dapat meningkatkan pertumbuhan keuntungan, meningkatkan penjualan dan penyebaran pemasaran produk yang lebih mudah dikenal banyak orang. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa para pengusaha mikro, kecil, dan menengah juga perlu melakukan promosi lebih di

dunia digital dan media sosial untuk mengembangkan usahanya dalam taraf yang lebih luas (Ula, 2023).

Orientasi kewirausahaan dianggap sebagai pendekatan baru untuk memperbaharui kinerja perusahaan. Orientasi kewirausahaan dianggap sebagai dasar untuk mencapai pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan dan kompetitif. Perusahaan senantiasa menghasilkan produk baru dan inovatif. Kewirausahaan dan strategi bisnis dipandang sebagai kemampuan untuk meningkatkan kinerja suatu perusahaan (Feriyansyah & Febriansyah, 2023). Orientasi kewirausahaan mengacu pada tingkat keberanian seorang wirausaha untuk menjadi pertama dalam menginovasi produk, bertindak proaktif dan mandiri dalam operasional bisnis, serta berani mengambil risiko. Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan suatu keterampilan dan sifat yang dimiliki seorang wirausahawan yang memiliki sikap pantang menyerah, inovatif, dan berani mengambil risiko dalam menjalankan suatu usaha (Chow et al., 2023). Dari hasil penelitian yang dilakukan Feriyansyah & Febriansyah (2023) terlihat bahwa orientasi kewirausahaan memegang peranan penting dalam strategi pemasaran seperti peningkatan kinerja bisnis. Studi ini meningkatkan kinerja usaha kecil dan menengah. Orientasi kewirausahaan merupakan konsep yang sudah mapan dalam administrasi bisnis. Inisiatif jelas merupakan suatu keharusan bagi setiap pengusaha. Namun, bagi wirausaha sosial, karakteristik ini harus diterjemahkan secara aktif dalam menyelesaikan permasalahan ekonomi, sosial, atau lingkungan tertentu yang dihadapi oleh kelompok masyarakat. Penelitian tersebut menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Namun hasil lain diungkap oleh Wijaya (2023) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM karena menganggap bahwa pembentukan produk dan pelayanan baru menjadi tantangan yang cukup sulit dalam dunia usaha.

Inovasi adalah kemampuan perusahaan dalam menggunakan kreatifitasnya untuk menemukan cara dalam pemecahan masalah dan kinerja bisnis. Inovasi berisi penerapan ide-ide baru pada produk dan layanan yang dipasarkan kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen serta mendorong pertumbuhan ekonomi (Hidayah, 2023). UMKM harus selalu inovatif dan proaktif serta berani mengambil risiko dalam menjalankan atau mengelola usahanya agar pemilik UMKM dapat meningkatkan kinerjanya. Inovasi terus dilakukan pada produk yang ditawarkan untuk menghasilkan produk yang lebih unggul dibandingkan kompetitor dan inovasi dilakukan untuk membantu pemilik UMKM meningkatkan kinerjanya. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Chow et al., (2023) yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Akan tetapi menurut Komariah et al., (2022) inovasi produk tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Faktor lain yang menentukan kinerja UMKM adalah media sosial. Saat ini, dengan meningkatnya peran teknologi, media sosial telah menjadi salah satu kunci dalam meningkatkan kinerja, terutama bagi usaha kecil dan menengah. Audiens berbasis komunitas membuat pemasaran melalui media sosial lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran lainnya (Komariah et al., 2022).

Dengan berkembangnya teknologi informasi, media sosial berperan banyak dalam dunia usaha. Media sosial digunakan sebagai alat promosi, pasar, pembayaran, dan distribusi kepada konsumen. Media sosial juga berperan dalam menyoroti promosi di bidang kuliner (Hegyessné Görgényi et al., 2017). Semakin sering UMKM aktif dalam media sosial, semakin pesat pula perkembangan promosi di media sosial tersebut. Dengan menerapkan media sosial juga dapat membangun *personal branding* dan *personal digital* sehingga dapat menjaga hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan penjualan. Hal ini dibenarkan oleh penelitian Kevin & Ida (2020) yang menyatakan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM akan tetapi berbeda dengan pendapat (Rusdi & Armiani, 2023) yang menyatakan bahwa media sosial tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM.

Terbatasnya pengetahuan tentang konsep dasar keuangan, seringkali UMKM gagal mengelola keuangannya dengan baik. Artinya, banyak UMKM yang tidak memiliki akses mudah terhadap pembiayaan, sehingga sebagian besar UMKM sering terjatuh dalam perangkap riba, yang tentu saja membatasi pertumbuhan UMKM tersebut mempengaruhi level dan kinerja. Hal ini tentunya harus membutuhkan yang namanya literasi keuangan yang baik bagi perusahaan. Dalam peraturan Otoritas Jasa Keuangan NOMOR 76 /POJK.07/2016, literasi keuangan di sini mengacu pada pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi perilaku dan sikap seseorang guna meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan sehingga mencapai kesejahteraan. Didukung dengan hasil riset yang dilakukan oleh Nenta & Astuti

(2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Sedangkan menurut Naufal & Purwanto (2022), menyatakan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM.

Perbedaan pertama dalam penelitian sebelumnya adalah penambahan variabel penggunaan media sosial dan literasi keuangan karena di penelitian sebelumnya menyarankan agar menambah variabel independen. Pemasaran melalui media sosial adalah metode pemasaran produk secara langsung atau tidak langsung untuk meningkatkan kesadaran, ingatan, pengakuan, dan sikap konsumen. Literasi keuangan perlu dilakukan karena kurangnya tujuan keuangan yang jelas pada akhirnya memengaruhi kinerja UMKM ketika pengetahuan keuangan yang tidak memadai menyebabkan perencanaan keuangan yang buruk sendiri. Oleh karena itu, pengetahuan pemahaman konsep dasar, manfaat, dan pengelolaan keuangan yang didukung dengan perilaku dan sikap keuangan yang baik pada akhirnya akan menghasilkan pertumbuhan penjualan yang berkelanjutan dan kinerja keuangan UMKM dengan keuntungan yang lebih tinggi.

Perbedaan kedua pada objek penelitian yang dilakukan sebelumnya adalah pada UMKM Kain Ulos di kota Pematangsiantar sedangkan dalam penelitian ini pada UMKM Kudus sebagai objek untuk melakukan penelitian. Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, INOVASI PRODUK, PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM DI KABUPATEN KUDUS”**

1.2 Ruang Lingkup

Berikut ini variabel dan populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

- 1) Variabel independen dalam penelitian ini antara lain adalah orientasi kewirausahaan, inovasi produk, penggunaan media sosial , dan literasi keuangan.
- 2) Variabel dependen adalah kinerja UMKM.
- 3) Populasi yang akan diambil adalah UMKM yang berada di Kabupaten Kudus.

1.3 Perumusan Masalah

Beberapa pokok permasalahan yang muncul sehingga peneliti mempunyai arah tujuan dalam menyelesaikan sebuah penelitian, masalah yang teridentifikasi dari latar belakang adalah;

- 1) Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM pada UMKM di Kabupaten Kudus?
- 2) Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja UMKM pada UMKM di Kabupaten Kudus?
- 3) Apakah penggunaan media sosial berpengaruh terhadap kinerja UMKM pada UMKM di Kabupaten Kudus?
- 4) Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM pada UMKM di Kabupaten Kudus?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang akan dilakukan adalah;

- 1) Untuk menguji secara empiris pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM pada UMKM di Kabupaten Kudus.
- 2) Untuk menguji secara empiris pengaruh inovasi produk terhadap kinerja UMKM pada UMKM di kabupaten Kudus.
- 3) Untuk menguji secara empiris pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja UMKM pada UMKM di kabupaten Kudus.
- 4) Untuk menguji secara empiris pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM pada UMKM di kabupaten Kudus.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, yaitu:

1. Bagi Mahasiswa

Penelitian bermanfaat untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, penggunaan media sosial, dan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM. Dari sini diperoleh bahan dan masukan bagi mahasiswa untuk membuat dapat lebih mengekspresikan diri dalam berwirausaha sehingga tujuan yang ditentukan berhasil diperoleh.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian bermanfaat bagi peneliti selanjutnya sebagai bahan referensi atau objek penelitian selanjutnya tentang pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, penggunaan media sosial, dan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM Kabupaten Kudus.