

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada zaman ini, (UMKM) atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah istilah yang telah dikenal luas oleh banyak orang sebagai sebuah konsep atau definisi. Di berbagai negara usaha mikro telah menjadi dasar penting ekonomi sehingga hal tersebut menunjukkan peran pentingnya dalam mendukung pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. (Kurniasari et al., 2023). Sesuai dengan data yang di sampaikan oleh Kementerian Koperasi dan UMKM RI menunjukan bahwa usaha mikro telah menempatkan dirinya sebagai pilar utama dalam struktur ekonomi di banyak negara di seluruh dunia, menggambarkan peran krusialnya yang memperkuat inklusifitas pembangunan ekonomi dan juga membantu mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan.

UMKM adalah sebuah jenis atau badan usaha yang sering kali definisikan sebagai sektor ekonomi produktif yang menyediakan berbagai jenis usaha, baik yang dimiliki oleh individu maupun badan usaha, yang sesuai dengan kriteria yang telah diatur oleh peraturan dan hukum yang berlaku. Istilah ini sering digunakan untuk menggambarkan bisnis-bisnis dengan skala kecil hingga menengah, baik dari segi jumlah karyawan, omset, atau aset. Mereka memiliki peran signifikan dalam memperkuat perekonomian lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menurut (Kwartono, 2007) UMKM merujuk pada kegiatan ekonomi yang dijalankan oleh warga negara Indonesia, di mana kekayaan bersihnya tidak melebihi Rp 200.000.000,- dengan pengecualian dari nilai aset tanah dan bangunan tempat usaha. Atau, UMKM juga mencakup usaha-usaha yang memiliki omset penjualan setiap tahun tidak lebih dari Rp 1.000.000.000,- yang dimiliki oleh warga negara Indonesia. Sementara menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menyebutkan bahwa UMKM adalah usaha ekonomi rakyat yang terbagi menjadi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Klasifikasinya berdasarkan kekayaan bersih dan hasil penjualan

tahunan. Menurut Undang-Undang Cipta Kerja No. 11 Tahun 2020 menyebutkan bahwa UMKM sendiri memiliki pengertian berupa sebuah usaha yang dimiliki perorangan ataupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro, usaha kecil, atau usaha menengah. Klasifikasinya berdasarkan modal usaha dan hasil penjualan atau omset per tahun. Pada zaman ini, usaha mikro, kecil, dan menengah adalah istilah yang telah dikenal luas oleh banyak orang sebagai sebuah konsep atau definisi. Usaha mikro telah menjadi tulang punggung ekonomi di berbagai negara, menunjukkan pentingnya dalam mendukung pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Sesuai dengan hasil perolehan data yang di keluarkan oleh Kementerian Koperasi dan UMKM RI di tahun 2019 menjelaskan bahwa usaha mikro sangatlah berkontribusi besar terhadap perekonomian dalam negeri.



Gambar 1. 1 Statistik UMKM Indonesia

Sumber : Kementerian Koperasi dan UMKM RI 2019

Pada tahun 2019, data menunjukkan bahwa terdapat total 64,1 juta unit UMKM yang terdaftar di Indonesia, menunjukkan keberadaan mereka yang merata dari Sabang hingga Merauke. Ini mencerminkan kehadiran yang luas dan signifikan dari usaha mikro di seluruh negeri, menjangkau setiap sudut dan wilayah Indonesia dengan kontribusi ekonomi dan sosialnya. Dan UMKM ini juga sangat berpengaruh terhadap perekonomian di Indonesia dengan berkontribusi besar terhadap PDB nasional dengan menyumbang sebesar 61,07% atau berada di angka Rp 8,5 T. Dan

dari total 64,1 juta jumlah UMKM di Indonesia ini menghasilkan 97,02% serapan tenaga kerja yang tentunya ini sangat berpengaruh baik terhadap perekonomian di Indonesia. Dengan tersedianya lapangan kerja yang luas, kesempatan untuk berkarier dapat diciptakan bagi sebagian individu, yang pada gilirannya dapat menjadi solusi dalam menangani tingkat pengangguran dan meningkatkan kondisi ekonomi suatu negara.

Bahwa dari data tersebut usaha mikro, kecil, dan menengah telah menempatkan dirinya sebagai pilar utama dalam struktur ekonomi di banyak negara di seluruh dunia, menggambarkan peran krusialnya dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan serta memperkuat proses pembangunan ekonomi yang cepat. Serta menurut (Mubarak et al., 2019) dari dalam (Supriatna et al., 2023), UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi melalui sejumlah strategi yang meliputi distribusi kekayaan yang lebih merata, penciptaan lapangan kerja yang berkelanjutan, kemajuan teknologi yang mengarah pada peningkatan produktivitas, upaya pengurangan tingkat kemiskinan, serta mendorong inovasi sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan jangka panjang. Selain itu menurut (Ye & Kulathunga, 2019) Dengan adanya sector UMKM yang tangguh, dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperkuat struktur dan daya saing sektor industri, sehingga membangun fondasi yang solid dalam perekonomian secara keseluruhan. Usaha mikro merupakan bagian integral dari struktur ekonomi yang terdiri dari tiga segmen yang berbeda secara klasifikasi dan pendapatan. Pertama, terdapat Usaha Mikro yang secara relatif memiliki pendapatan terendah di antara ketiganya, sering kali dimiliki dan dijalankan oleh individu atau kelompok kecil. Kedua, usaha kecil menengah (UKM) berada di lapisan di atas Usaha Mikro dalam hal skala, sumber daya, dan omset. Dan yang terakhir, Usaha Menengah, yang memiliki tingkat pendapatan tertinggi di antara ketiganya, cenderung memiliki struktur organisasi

yang lebih besar dan kompleks serta berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi.



Gambar 1. 2 Gambaran UMKM Dalam Perekonomian Indonesia

Sumber : Data Olahan Kementerian Koperasi dan UMKM, Kominfo, dan BPS (2019)

Menurut data olahan yang telah diproses oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro, Komunikasi dan Informatika (Kominfo), serta Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2019, disajikan klasifikasi yang membedakan jenis usaha dan jumlahnya yang terdaftar dalam periode tersebut. Dari data tersebut, dapat dijelaskan bahwa Usaha Mikro mengacu pada kategori usaha yang berada pada tingkat terendah dalam hal omset tahunan dan aset yang dimilikinya. Rentang aset yang dimiliki oleh Usaha Mikro berkisar dari Rp 0 hingga Rp 50.000.000,-, sementara omset tahunannya berkisar sekitar Rp 300.000.000,-. Di sisi lain, Usaha Kecil memiliki aset usaha yang berkisar antara Rp 50.000.000,- hingga Rp 500.000.000,-, dengan omset tahunan yang lebih tinggi, yaitu dari Rp 300.000.000,- hingga Rp 2.500.000.000,-. Sementara itu, Usaha Menengah memiliki aset usaha di atas Rp 500.000.000,- hingga Rp 10.000.000.000,- dengan total omset berkisar antara Rp 2.500.000.000,- hingga Rp 50.000.000.000,-. Usaha Besar, dalam kategori yang lebih tinggi, memiliki aset usaha di atas Rp 10.000.000.000,- dan omset tahunan lebih dari Rp 50.000.000.000,-. Selain itu, data juga mencatat bahwa pada tahun 2019, jumlah pelaku usaha Mikro mencapai sekitar 63.350.222 unit

yang tersebar di seluruh Indonesia. Jumlah Usaha Kecil tercatat sebanyak 783.132 unit, sementara Usaha Menengah berjumlah total 60.702 unit, dan Usaha Besar sebanyak 5.550 unit (Data Olahan Kementerian Koperasi dan UMKM, Kominfo, dan BPS (2019)).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia berperan besar dalam pembangunan ekonomi. Mereka menyebarkan kekayaan, menciptakan lapangan kerja, mengadopsi teknologi baru, mengurangi kemiskinan, dan mendorong inovasi. Usaha mikro tidak hanya menggerakkan roda ekonomi, tetapi juga memainkan peran penting dalam menciptakan kesempatan bagi masyarakat luas untuk berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi negara ini (Siaran Pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI). Dari sisi jumlah UMKM yang ada di Indonesia sendiri setiap tahunnya jumlah UMKM mengalami peningkatan yang lumayan tinggi. Dan hal ini terjadi karena beberapa factor, yaitu kesadaran dari masyarakat untuk mulai membangun bisnisnya khususnya anak muda yang mulai tertarik dengan dunia bisnis, serta dorongan dari pemerintah untuk terus mendorong masyarakat untuk terus menjadikan UMKM sebagai salah satu pendorong peningkatan perekonomian nasional. Hal ini sudah dapat di buktikan oleh beberapa Lembaga survey yang menyebutkan bahwa keinginan dari kalangan anak muda sekarang kebanyakan sudah ingin memulai bisnis atau membuka UMKM. Survei yang dilakukan oleh IDN Research Institute dan populix Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan random sampling yang melibatkan 1.000 responden di 12 kota dan wilayah aglomerasi di Indonesia, yakni Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Denpasar, Medan, Palembang, Solo, Banjarmasin, Balikpapan, dan Makassar. Penelitian dengan margin of error kurang dari 5 persen ini kemudian dilanjutkan dengan metode kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam oleh IDN Times, FORTUNE Indonesia, ICE, Popbela.com, Popmama.com, dan Yummy. Pengumpulan data dilakukan pada 27 Januari hingga 7 Maret 2022. Di dalam penelitian ini dijelaskan bahwa mayoritas Gen Z minat menjadi seorang pengusaha dengan 64persen responden. Dan Usaha yang paling diminati adalah di sector kuliner. Serta profesi lainnya adalah Ilmu computer pada peringkat kedua dan juga

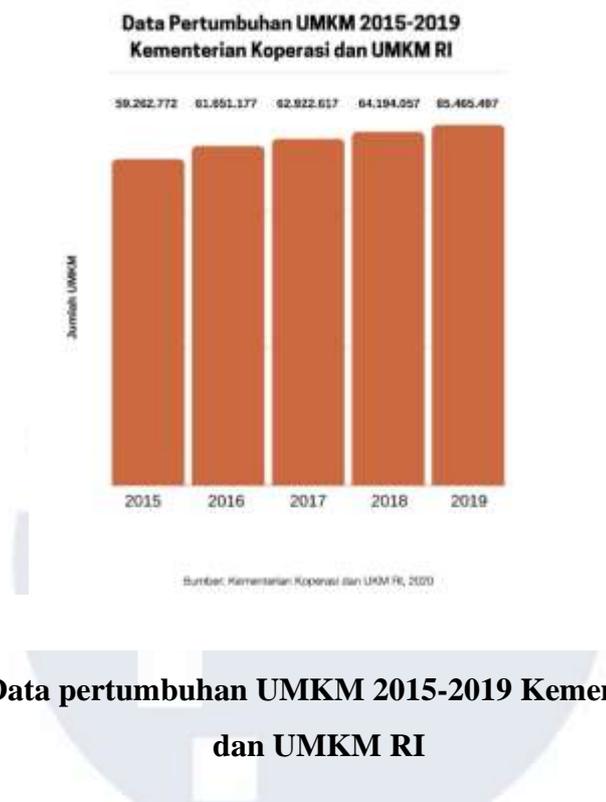
Marketing pada peringkat ketiga. Serta data ini di dorong oleh penelitian yang dilakukan oleh ZenBusiness, yaitu platform pelatihan bisnis di Austin, Texas, Amerika Serikat, mengungkapkan bahwa 93% dari Generasi Z telah mengambil langkah-langkah untuk melakukan eksplorasi kepemilikan bisnis. Survei yang melibatkan 1.000 Generasi Z yang berusia 18-25 tahun telah menemukan bahwa 84% dari mereka memilih kewirausahaan sebagai jalur karir yang menarik dibandingkan dengan 12 pilihan karir lainnya, dan 75% dari responden pada akhirnya memiliki keinginan menjadi wirausaha. Hasil studi tersebut juga menunjukkan bahwa mereka tidak puas dengan pekerjaan tradisional yang mungkin dianggap "membosankan" dan sulit untuk mencapai kehidupan yang diidamkan oleh Generasi Z dan milenial. Sebanyak 86% dari mereka menyatakan bahwa strategi lama tidak lagi cukup untuk mencapai kemajuan, dan 90% mengungkapkan keinginan mereka untuk menciptakan sesuatu yang baru dan lebih baik bagi dunia (Tirto, 2023).

Kontribusi pemerintah terhadap kemajuan Usaha Mikro di Indonesia sangat signifikan melalui berbagai kebijakan dan pembinaan yang dilakukan terhadap Usaha Mikro lokal, memastikan kelangsungan usaha mereka. Menurut siaran pers yang dikeluarkan pada tanggal 1 Oktober 2022 oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, peran UMKM sangatlah penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari total unit usaha. Kontribusi usaha mikro, kecil, dan menengah terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) juga mencapai 60,5%, serta menyerap tenaga kerja hingga 96,9% dari total tenaga kerja nasional. Pemerintah telah mengeluarkan Keputusan Menteri Keuangan (KMK) Nomor 396/KMK.01/2022 tentang Program Sinergi Pemberdayaan UMKM Kementerian Keuangan. Program ini, yang menjadi prioritas pada tahun 2023, bertujuan untuk mendukung pertumbuhan UMKM melalui digitalisasi dan globalisasi, dengan fokus pada beberapa klaster utama (DKJN RI, 2023).

Kementerian Keuangan Republik Indonesia telah menginisiasi serangkaian program untuk mendukung pertumbuhan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil,

dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Pertama, dalam aspek pembiayaan, program ini mendorong perluasan akses pembiayaan bagi UMKM guna meningkatkan kapasitas usaha mereka. Kedua, dalam fasilitas fiskal, program ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman UMKM terhadap proses pelaporan pajak secara daring serta memberikan fasilitas kepabeanan yang lebih mudah diakses. Ketiga, dalam pemasaran, UMKM didorong untuk bergabung dalam ekosistem DigiPay atau platform e-commerce lainnya, sambil memanfaatkan situs lelang.go.id untuk membantu penjualan produk mereka dan memperluas akses pasar domestik serta luar negeri. Keempat, melalui pelatihan dan pendampingan, program ini menyediakan pelatihan ekspor untuk mendukung UMKM dalam persiapan go international, serta pelatihan dan pembinaan berkesinambungan. Kelima, dalam peningkatan kerja sama, program ini bertujuan untuk meningkatkan sinergi dan kolaborasi antara UMKM dengan instansi pemerintah lainnya dan pihak swasta. Semua program ini merupakan tindakan konkret yang diimplementasikan dan direncanakan oleh Kementerian Keuangan Republik Indonesia, yang informasinya dapat diakses melalui website resmi Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Dan karena beberapa factor tersebut yaitu keinginan generasi muda untuk memulai bisnis serta dorongan dari pemerintah mengenai keberlanjutan UMKM di Indonesia itu sendiri. Jumlah UMKM yang terdaftar di Indonesia setiap tahunnya mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan





Gambar 1. 3 Data pertumbuhan UMKM 2015-2019 Kementerian Koperasi dan UMKM RI

Sumber : Kementerian Koperasi dan UMKM RI

Seperti dari sisi jumlah, berdasarkan gambar 1.3, terdapat bukti yang menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah UMKM di Indonesia itu sendiri terus mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya. Pada tahun 2015, catatan statistik menunjukkan bahwa jumlah UMKM mencapai angka 59.262.772, yang kemudian mengalami peningkatan yang cukup mencolok hingga mencapai angka 65.465.497 pada tahun 2019. Dengan demikian, terjadi peningkatan sebanyak sekitar 6 juta pelaku usaha UMKM dalam kurun waktu tersebut, mencerminkan dinamika pertumbuhan yang menggembirakan dalam sektor UMKM di Indonesia.. Namun dibalik kontribusi yang besar, UMKM terutama yang berukuran mikro sangat rentan dibandingkan dengan usaha besar, karena Ada beberapa alasan yang menjelaskan mengapa UMKM cenderung lebih rentan untuk ditutup dibandingkan dengan usaha besar. Pertama, UMKM sering kali menghadapi keterbatasan sumber daya finansial yang signifikan, seperti modal awal yang terbatas dan akses yang sulit terhadap pembiayaan tambahan yang diperlukan untuk mengembangkan atau

memperluas usaha. Keterbatasan ini membatasi kemampuan UMKM untuk menanggulangi situasi keuangan yang sulit atau menghadapi tantangan mendadak seperti penurunan permintaan pasar. Kedua, UMKM sering kali menghadapi persaingan yang sangat ketat, terutama dari perusahaan besar yang memiliki keunggulan dalam hal skala operasi, sumber daya, dan penetrasi pasar. Hal ini dapat menyebabkan sulitnya UMKM untuk mempertahankan pangsa pasar atau menarik pelanggan baru, terutama jika mereka tidak memiliki diferensiasi yang jelas dalam produk atau layanan mereka. Ketiga, infrastruktur pendukung yang kurang memadai seringkali menjadi kendala bagi UMKM, terutama di daerah pedesaan atau wilayah yang kurang berkembang. Masalah seperti akses terbatas terhadap listrik, air bersih, transportasi, dan teknologi informasi dapat menghambat efisiensi operasional dan pertumbuhan bisnis UMKM. Keempat, UMKM juga rentan terhadap perubahan kebijakan pemerintah, fluktuasi harga bahan baku, dan ketidakpastian ekonomi. Kebijakan peraturan yang berubah atau fluktuasi harga dapat memberikan tekanan tambahan pada margin keuntungan UMKM atau mengganggu rencana bisnis jangka panjang mereka. Kelima, kurangnya akses terhadap pasar global juga menjadi hambatan bagi UMKM untuk berkembang dan bulan dalam lingkup yang lebih luas. Keterbatasan dalam jangkauan internasional dapat membatasi peluang ekspansi bisnis dan kerjasama lintas batas, sehingga membatasi pertumbuhan dan diversifikasi UMKM (Databooks.com).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



No	Nama	Nilai / Persen
1	Modal	45
2	Prospek Usaha ke Depan	23
3	Bahan Baku	14
4	Menjadi Pekerja	9
5	Persoalan Tenaga Kerja	5
6	Transisi Usaha Lain	2
7	Lainnya	2

Gambar 1.4 Ragam Alasan UMKM Menutup Usaha

Sumber : Databoks.com

Survei yang dilakukan Mandiri Institute menemukan 7,1% usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia masih belum beroperasi hingga Maret-April 2021. Alasan utama UMKM ini menutup usahanya adalah masalah permodalan. Ini adalah pendapat 45% responden yang disurvei. 23% responden menyatakan prospek usaha UMKM kurang menarik. Selain itu, pandemi COVID-19 juga berdampak pada aktivitas perdagangan. Sebanyak 14 responden mengaku kesulitan mencari bahan baku untuk usahanya. Namun, 9% responden menyatakan mereka berhenti dari pekerjaannya karena ingin menjadi karyawan. Namun, 84,8% UMKM mulai beroperasi normal pada Maret-April 2021, sedangkan 8,1% masih beroperasi secara terbatas (Annur, 2021). Karena dengan adanya financial yang kurang stabil atau kurang baik pada sebuah UMKM dapat membuat sebuah UMKM tersebut tidak dapat berlangsung secara berkelanjutan. Menurut hasil survei yang dilakukan oleh Databooks.com, ditemukan bahwa durasi penutupan bisnis rata-rata berkisar paling cepat di angka 2 minggu sampai dengan 6 bulan, dengan 46% dari responden melaporkan mereka mengalami penutupan usaha mereka selama lebih dari enam bulan. Lebih lanjut, pada bulan Agustus 2021, jumlah total entitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjadi fokus survei mencapai 3.011 di Indonesia (Mistlaiha Annur et al., 2021) . Secara keseluruhan, faktor-faktor ini

secara bersama-sama meningkatkan risiko bangkrut bagi UMKM, membuat mereka lebih rentan terhadap tekanan ekonomi dan tantangan bisnis dibandingkan dengan usaha besar.



No	Nama	Nilai / Persen
1	Modal	45
2	Prospek Usaha ke Depan	23
3	Bahan Baku	14
4	Menjadi Pekerja	9
5	Persoalan Tenaga Kerja	5
6	Transisi Usaha Lain	2
7	Lainnya	2

Gambar 1. 5 Alasan UMKM Menutup Usaha pada Maret-April 2021

Sumber : Databoks.com

Menurut hasil survei yang sudah dilakukan oleh Mandiri Institute, sekitar 7,1% dari jumlah pelaku UMKM di Indonesia memutuskan untuk menghentikan operasi bisnis mereka dalam rentang waktu antara Maret hingga April 2021. Salah satu faktor utama yang menyebabkan penutupan usaha UMKM tersebut adalah masalah permodalan, yang diakui oleh sebanyak 45% dari responden yang terlibat dalam survei tersebut. Selain itu, sekitar 23% dari responden juga menyatakan bahwa mereka memilih untuk menghentikan operasi bisnis mereka karena merasa bahwa prospek ke depan untuk usaha UMKM mereka tidak menjanjikan. Penelitian yang dilakukan oleh Mandiri Institute dilaksanakan secara daring dengan melibatkan partisipasi dari 505 pengusaha UMKM di Indonesia. Tujuan dari survei yang dilakukan pada rentang waktu Maret-April 2021 ini adalah untuk mengevaluasi proses pemulihan UMKM serta tingkat adopsi teknologi digital dalam bisnis mereka. Menurut laporan Bank Indonesia (2023), di Indonesia, meskipun ada beragam program kredit untuk UMKM yang telah didukung oleh pemerintah, sebagian besar UMKM yang beroperasi di daerah terpencil tidak pernah mendapatkan akses kredit dari lembaga keuangan formal. Mereka lebih

sering mengandalkan tabungan pribadi, bantuan keuangan dari keluarga, dan pinjaman informal untuk mendanai aktivitas usaha mereka. Terkait pemasaran, UMKM biasanya memiliki keterbatasan untuk mengembangkan pasar mereka sendiri. Sebaliknya, mereka sangat bergantung kepada mitra dagang mereka untuk mempromosikan produk atau jasa mereka, baik melalui kerjasama dalam jaringan produksi lokal maupun melalui hubungan subkontrak atau pesanan langsung dari pelanggan.

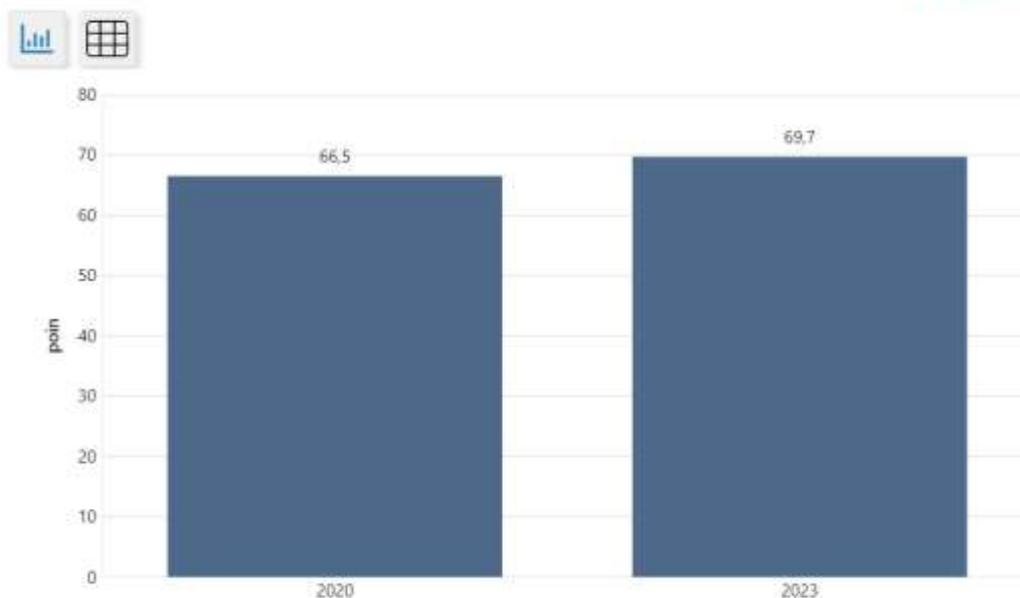
Selain mengandalkan modal dari tabungan pribadi, para pelaku UMKM sering kali bergantung pada layanan rentenir atau pinjaman informal untuk memenuhi kebutuhan finansial mereka. Pengusaha UMKM cenderung memilih menggunakan layanan rentenir karena ada alasan tertentu, seperti proses peminjaman yang mudah dan sederhana, seringkali tanpa memerlukan jaminan, serta kemampuan untuk mendapatkan pinjaman sesuai dengan kebutuhan usaha mereka masing-masing (Amalia & Rahmawati, 2019). Fenomena ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan atau literasi keuangan di Indonesia masih tergolong rendah, terutama di kalangan pelaku UMKM. Data dari survei yang pernah dilakukan oleh Bank Indonesia yang disampaikan dalam penelitian oleh (Masithah et al., 2023) menunjukkan bahwa hanya sekitar 36% dari pelaku UMKM yang menyadari pentingnya pengetahuan mengenai keuangan, sementara sekitar 60% sampai 70% dari mereka belum memiliki sistem pengelolaan keuangan yang baik di lembaga keuangan formal seperti perbankan ataupun Lembaga lainnya. Menurut (Iswari, 2021), beberapa faktor yang menyebabkan pelaku usaha membuat keputusan keuangan yang kurang optimal, tidak memadai, dan kurang efektif meliputi kurangnya pemahaman tentang keuangan pribadi, keterbatasan waktu dalam hal mempelajari mengenai manajemen keuangan pribadi, kompleksitas transaksi keuangan, serta beragamnya produk yang ditawarkan atau layanan keuangan yang tersedia. Menurut (Ayu et al. 2021), keterampilan manajemen bisnis dapat memperumit masalah keuangan bagi UMKM. Tingkat literasi keuangan yang rendah bisa menghalangi UMKM dalam melakukan penilaian yang akurat dan pemahaman terhadap berbagai opsi pembiayaan, serta menghambat kemampuan

mereka untuk menemukan solusi dari proses pinjaman yang kompleks dan membingungkan.

Maka dari itu agar UMKM dapat menjalankan usaha mereka secara berkelanjutan para pemilik UMKM tersebut harus memiliki pengetahuan serta pengalaman dalam sisi pengelolaan keuangan atau Financial Literacy. Karena di era modern, pengelolaan keuangan yang baik menjadi semakin penting karena masyarakat dihadapkan pada berbagai pilihan produk dan layanan keuangan yang kompleks, sehingga tanpa pengetahuan yang memadai, mereka dapat terjebak dalam situasi keuangan yang sulit. Banyak orang masih belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai untuk mengorganisir keuangan mereka dengan baik, yang dapat menyebabkan berbagai masalah seperti kesulitan menabung dan mencapai tujuan keuangan, terjebak dalam utang yang tidak terkendali, membuat keputusan keuangan yang tidak tepat, dan menjadi korban penipuan keuangan. Financial literacy adalah pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengelola keuangan dengan baik. Literasi keuangan merujuk pada pemahaman dan keterampilan individu dalam mengambil keputusan terkait masalah keuangan (Udayanthi et al., 2019).

Indeks Literasi Keuangan Indonesia (2020 dan 2023)

 databoks



Gambar 1. 6 Indeks Literasi Keuangan Indonesia (2020 dan 2023)

Sumber : Databoks.com

Menurut hasil penelitian dari Katadata Insight Center (KIC) pada tahun 2023, indeks financial literacy di Indonesia meningkat menjadi 69,7 poin dari skala 0 hingga 100 poin, dibandingkan dengan 66,5 poin pada tahun 2020. Terdapat tiga aspek yang dinilai dalam literasi keuangan. Aspek pertama adalah perilaku keuangan, yang mendapatkan skor 34,3 poin dari skala 0 hingga 45 poin. Aspek kedua adalah pengetahuan keuangan, mencapai 23,3 poin dari skala 0 hingga 35 poin. Aspek ketiga adalah sikap terkait keuangan, dengan skor sebesar 12,1 poin dari skala 0 hingga 20 poin. Seluruh aspek tersebut mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun 2020, di mana perilaku keuangan mencapai 31,5 poin, pengetahuan keuangan sebesar 18,5 poin, dan sikap terkait keuangan mencapai 16,5 poin pada tahun tersebut. Penelitian ini merujuk pada standar pengukuran pada inklusi keuangan tahun 2018 dari OECD/INFE. Survei dilaksanakan pada periode 12 hingga 26 Juni 2023, melibatkan 5.000 responden dewasa berusia 18-55 tahun di 34 provinsi Indonesia, dengan komposisi sebanyak 56,6% laki-laki dan 43,4% perempuan.

Usaha kecil dan menengah (UKM) memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembangunan ekonomi melalui distribusi kekayaan, penciptaan lapangan kerja, kemajuan teknologi, pengentasan kemiskinan, dan inovasi (Agyei, 2018). Sektor UKM yang kuat sangat penting untuk membangun sektor industri yang kuat dalam perekonomian (Smallbone et al., 2010) dan oleh karena itu UKM yang berfungsi dengan baik sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi yang stabil dan berkelanjutan. Perkembangan ekonomi yang pesat dan profitabilitas yang tinggi di pasar negara berkembang memberikan peluang besar bagi usaha kecil dan menengah untuk meningkatkan daya saing mereka baik di pasar domestik maupun global (Pietrobelli et al., 2011). Namun, (Ying et al., 2019) menyelidiki kontribusi keterampilan tak berwujud manajer terhadap keberlanjutan UKM dan menemukan

bahwa keterampilan tak berwujud memainkan peran penting dalam memungkinkan manajer mengatasi kondisi pasar yang bergejolak. Serta (Hussain et al., 2018) juga menyelidiki kontribusi sumber daya pengetahuan terhadap kinerja UKM dan menyimpulkan bahwa sumber daya pengetahuan seperti literasi keuangan dan pengalaman bisnis membantu UKM mempertahankan kinerjanya.

Orang yang memiliki pengetahuan mengenai keuangan yang baik akan lebih mampu menentukan tujuan keuangan yang realistis dan mencapainya, membuat anggaran dan mengelola pengeluaran dengan bijak, menabung dan berinvestasi untuk masa depan, memahami risiko keuangan, dan mengambil keputusan yang tepat serta melindungi diri dari penipuan keuangan. Meningkatkan literasi keuangan adalah kunci untuk membuat masyarakat mencapai kesejahteraan finansial. Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai upaya seperti pendidikan dan pelatihan keuangan, penyediaan informasi dan edukasi keuangan yang mudah diakses, pengembangan produk dan layanan keuangan yang inklusif, serta peran aktif pemerintah dan lembaga keuangan. Dengan meningkatkan pengetahuan mengenai keuangan, masyarakat dapat mengelola keuangan mereka dengan lebih baik dan mencapai kesejahteraan finansial yang lebih stabil, sehingga dapat mengurangi tingkat ketidakpastian dan meningkatkan kestabilan ekonomi individu maupun secara keseluruhan dalam suatu masyarakat.

Layanan dan produk keuangan yang dimaksud mencakup beragam, mulai dari rekening tabungan, pinjaman, asuransi, hingga layanan pembayaran dan investasi. Pentingnya akses keuangan tidak bisa diremehkan dalam konteks pembangunan ekonomi dan pengurangan kemiskinan. Dengan akses yang memadai, individu dan bisnis dapat mengelola keuangan mereka dengan lebih baik, mengalokasikan dana untuk pendidikan dan kesehatan, memperluas usaha mereka, serta merespons kebutuhan mendesak atau situasi darurat. Di sisi lain, ketidakmampuan untuk mengakses layanan keuangan, yang sering kali disebut sebagai eksklusivitas keuangan, dapat memperdalam kesenjangan sosial dan ekonomi. Ini juga dapat menghambat pertumbuhan ekonomi karena berpotensi menghambat kreativitas dan kewirausahaan.

Risiko keuangan merupakan kemungkinan terjadinya kerugian atau ketidakpastian dalam hal keuangan yang dihadapi oleh individu, bisnis, atau entitas lainnya sebagai dampak dari perubahan dalam pasar keuangan atau kondisi ekonomi. Faktor-faktor yang dapat menyebabkan risiko keuangan meliputi fluktuasi harga pasar, perubahan suku bunga, volatilitas pasar, risiko kredit, risiko likuiditas, serta risiko operasional, yang semua ini dapat memengaruhi nilai aset, kewajiban, atau arus kas. Memahami risiko keuangan sangat penting karena membantu dalam mengelola risiko tersebut secara efektif dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk melindungi keuangan individu atau bisnis dari kerugian yang tidak diinginkan. Langkah-langkah yang dapat diambil untuk mengelola risiko keuangan mencakup diversifikasi portofolio investasi, penggunaan instrumen keuangan derivatif, manajemen risiko kredit, serta penerapan strategi keuangan yang sesuai dengan profil risiko dan tujuan keuangan yang dimiliki oleh individu atau bisnis tersebut. Dengan pemahaman yang mendalam tentang risiko keuangan, individu dan bisnis dapat membuat keputusan yang lebih cerdas dan mengurangi kemungkinan terjadinya kerugian yang signifikan. Menurut (Hisrich Robert et al., 2013) Kesejahteraan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara sangat dipengaruhi oleh aktivitas kewirausahaan di dalamnya. Kewirausahaan adalah kunci dalam mengeksplorasi peluang dan menciptakan nilai melalui tindakan kreatif untuk menghasilkan produk baru, proses baru, atau memasuki pasar baru. Maka dari itu untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang semakin meningkat setiap tahunnya dibutuhkan peran dari UMKM yang besar untuk dapat mendorong perekonomian nasional. Karena Menurut (Fatoki, 2014), tingkat kegagalan yang tinggi pada UMKM merupakan pemborosan sumber daya yang serius, dengan konsekuensi ekonomi dan sosial yang signifikan terkait kegagalan tersebut. UMKM memiliki peran yang penting dalam menciptakan nilai tambah dan kesempatan kerja, sehingga kegagalan UMKM dapat berdampak pada berkurangnya lapangan kerja, penurunan produktivitas, dan penurunan pendapatan.

No	Nama	Nilai / Unit
1	Jawa Barat	1.494.723
2	Jawa Tengah	1.457.126
3	Jawa Timur	1.153.576
4	DKI Jakarta	658.365
5	Sumatera Utara	595.779
6	Banten	339.001
7	Sumatera Selatan	330.693
8	Sumatera Barat	296.052
9	Nusa Tenggara Barat	287.882
10	Lampung	285.909

Gambar 1. 7 Data Pelaku UMKM di Beberapa Provinsi di Indonesia 2022

Sumber : Databooks.com

Menurut data yang dirilis oleh Kemenkop UKM RI, pada tahun 2022, jumlah total usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia mencapai 8,71 juta unit. Pulau Jawa menjadi pusat dominasi sektor UMKM, dengan Jawa Barat memimpin dengan 1,49 juta unit usaha, diurutan kedua ada Jawa Tengah dengan 1,45 juta unit, dan posisi ketiga ada Jawa Timur dengan 1,15 juta unit. Sementara di luar ketiga provinsi tersebut, variasi signifikan terjadi, dengan DKI Jakarta mencatat sekitar 660 ribu unit dan Sumatera Utara memiliki 596 ribu unit, sementara Banten berada di peringkat keenam dengan total 339 ribu unit. Data ini menegaskan bahwa sebagian besar UMKM di Indonesia masih terpusat di Pulau Jawa. Di wilayah Banten, terdapat jumlah yang cukup signifikan dari pelaku usaha yang tersebar di berbagai kota dan kabupaten.

NUSANTARA

Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Banten Tahun 2018

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Banten



Gambar 1. 8 Data Persebaran UMKM di Banten Tahun 2018

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Banten

Dari data ini yang dikeluarkan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Banten bahwa jumlah pelaku UMKM di Banten memang tersebar luas di berbagai kota dan kabupaten, dan jumlahnya memang masih ada ketimpangan antar kota dan kabupaten tersebut. Seperti kita lihat bahwa pelaku UMKM di kabupaten Lebak menjadi daerah yang paling banyak memiliki pelaku UMKM dengan total jumlah sebanyak 50.338 ribu pelaku dan di posisi kedua ada kabupaten Tangerang dengan total 41.155 pelaku usaha. Dan untuk daerah Kota Tangerang berjumlah 11.746 ribu. Dan untuk Kota Tangerang Selatan memiliki jumlah pelaku UMKM sebesar 9.582 ribu. Dari data ini dapat dilihat bahwa pelaku usaha UMKM di daerah Tangerang Raya memiliki banyak jumlahnya dan setiap tahun mengalami peningkatan.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Dalam konteks UMKM di Tangerang Raya, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh Financial Literacy, Access to Finance, dan Financial Risk Attitude terhadap kinerja dan keberlangsungan bisnis. Pertanyaan utama yang akan dijawab adalah bagaimana tingkat Financial Literacy mempengaruhi kinerja keuangan dan keberlangsungan UMKM di wilayah ini. Selain itu, penelitian akan mengeksplorasi apakah akses terhadap layanan keuangan memengaruhi pertumbuhan dan kelangsungan UMKM di Tangerang Raya, serta dalam konteks apa dampaknya. Penelitian juga akan menelaah bagaimana sikap terhadap risiko keuangan (Financial Risk Attitude) memengaruhi strategi keuangan dan kinerja keseluruhan UMKM di wilayah tersebut. Dengan mempertimbangkan interaksi antara faktor-faktor ini, penelitian ini akan menyediakan wawasan yang mendalam tentang hambatan atau rintangan utama yang dihadapi oleh UMKM dalam meningkatkan Financial Literacy, akses keuangan, dan pengelolaan risiko keuangan di Tangerang Raya. Selain itu, penelitian ini akan mencari apakah terdapat perbedaan dalam dampak faktor-faktor ini terhadap berbagai jenis UMKM, seperti UMKM berbasis teknologi, UMKM tradisional, atau UMKM dengan ukuran yang berbeda, sehingga dari penelitian ini diharapkan mendapatkan hasil mengenai pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi kinerja dan kelangsungan UMKM di wilayah tersebut. Dari penjelasan rumusan masalah tersebut, berikut ini adalah beberapa pertanyaan penelitian yang mungkin akan diungkap pada penelitian ini:

- Apakah financial literacy memiliki pengaruh positif terhadap sustainability pada UMKM?
- Apakah access to finance memiliki pengaruh positif terhadap sustainability pada UMKM?
- Apakah financial literacy memiliki pengaruh positif terhadap access to finance?
- Apakah financial risk attitude memiliki pengaruh positif terhadap sustainability pada UMKM?

- Apakah financial literacy memiliki pengaruh positif terhadap financial risk attitude?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pentingnya literasi keuangan di sektor UKM dan dengan demikian untuk mengatasi kesenjangan dalam literatur. Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur tentang literasi keuangan dan keberlanjutan UKM. Penelitiannya diperluas pengetahuan literasi keuangan karena menyelidiki hubungan tidak langsung antara keuangan literasi dan keberlanjutan UKM. Ia juga berkontribusi pada sastra karena mewakili salah satu penerapan pertama dari model persamaan struktural (SEM) di bidang literasi keuangan. Penelitian ini mengatasi kesenjangan ini dengan mengeksplorasi literasi keuangan di tingkat perusahaan di sektor UKM di Tangerang Raya. Selanjutnya penelitian menghasilkan kerangka kerja yang dapat digunakan UKM untuk mempertahankan kinerja perusahaannya. Karena hanya sebagian kecil UKM yang mampu bertahan dalam beberapa UKM pertamanya tahun (Wang & Han, 2008), kerangka kerja seperti itu memiliki nilai praktis bagi UKM baru dan yang sedang berkembang. Temuan studi ini harus membantu pembuat kebijakan untuk merancang dan memulai program untuk meningkatkan literasi keuangan, termasuk program yang secara khusus disesuaikan dengan kebutuhan UKM..

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi, gambaran, dan wawasan mengenai pengaruh literasi atau pengetahuan keuangan, akses terhadap keuangan, sikap terhadap risiko keuangan terhadap keberlanjutan UMKM kepada mahasiswa. Data yang dihasilkan diharapkan dapat dimanfaatkan oleh masyarakat atau pelaku usaha untuk mendorong pertumbuhan UMKM di Indonesia khususnya di daerah Tangerang Raya. Penulis juga berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi referensi dan panduan untuk penelitian-penelitian masa depan yang berkaitan dengan isu yang sama. Selain itu, diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih dalam kepada pembaca mengenai dampak literasi atau pengetahuan keuangan, akses terhadap keuangan, risiko keuangan, dan keberlanjutan UMKM, terutama di wilayah Tangerang Raya.

1.5 Batasan Penelitian

Untuk meningkatkan kejelasan hasilnya, penelitian memerlukan penentuan batasan yang didasarkan pada kriteria atau ruang lingkup yang relevan dengan fokus penelitian. Berikut adalah kriteria yang diterapkan dalam penelitian ini:

1. Subjek penelitian adalah pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah yang beroperasi di wilayah Tangerang Raya.
2. Inklusi subjek penelitian terbatas pada pemilik UMKM yang pernah mengajukan permohonan pinjaman modal ke berbagai lembaga keuangan seperti bank, koperasi, leasing, fintech, atau institusi keuangan lainnya serta yang menggunakan modal pribadi atau investor.
3. Pengumpulan data dilakukan baik secara offline maupun online dengan menggunakan kuesioner yang diakses melalui platform Google Form, periode pengumpulan data dilakukan antara bulan Maret hingga Mei 2024.

Dengan mengatur batasan-batasan ini, diharapkan hasil penelitian dapat lebih terfokus dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Keuangan, dan Resiko Keuangan terhadap keberlanjutan UMKM di Tangerang Raya.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan laporan penelitian ini, peneliti telah mengatur kerangka kerja penulisan agar laporan penelitian menjadi lebih terstruktur dan dapat dimengerti dengan mudah. Rangkaian penulisan ini terdiri atas:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan membahas mengenai permasalahan yang akan diangkat, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta batasan-batasan yang diterapkan di dalam penelitian ini. Serta, bab ini juga menguraikan latar belakang fenomena yang berkaitan dengan UMKM, dengan penekanan pada rendahnya tingkat literasi keuangan di kalangan pelaku UMKM.

BAB II : LANDASAN TEORI

Berdasarkan telaah teori yang dikemukakan oleh para ahli di bidang ini dalam bentuk literatur atau jurnal terkait, bagian ini memberikan penjelasan tentang masing-masing variabel yang menjadi fokus pada penelitian akan dilakukan ini. Selain itu, bagian ini juga meliputi diskusi tentang model penelitian, hipotesis penelitian, dan tinjauan literatur sebelumnya yang mendukung kerangka konseptual penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian ini menguraikan gambaran umum mengenai objek penelitian serta metode atau cara yang akan dilakukan dalam penelitian ini. Penjelasan meliputi desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, prosedur pelaksanaan pengumpulan data, serta operasionalisasi variabel. Selain itu, pada bagian ini juga akan menjelaskan teknik analisis data yang diterapkan dalam menyelesaikan permasalahan penelitian.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bagian ini, akan disampaikan hasil dari penelitian sebelumnya. Diskusi ini mencakup analisis statistik dari respons yang diberikan oleh partisipan, profil partisipan sebagai landasan referensi, hasil dari uji hipotesis, serta penyajian temuan yang diperoleh dari penelitian melalui pengisian kuesioner oleh partisipan.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

bagian ini akan membahas mengenai simpulan yang dikumpulkan dari hasil pengolahan data selama pelaksanaan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis. Selain itu, bab ini juga akan menyampaikan saran atau yang diberikan kepada UMKM serta masukan untuk penelitian yang akan datang, dan juga bagi para pembaca yang tertarik untuk mengembangkan studi lebih lanjut dalam bidang ini.