

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengacu pada sektor bisnis usaha yang *relative* kecil hingga menengah, baik dari segi jumlah karyawan, omzet, dan aset. UMKM cukup penting dalam pembangunan perekonomian Indonesia dan dianggap sebagai penggerak perekonomian daerah, hal ini terlihat pada krisis ekonomi tahun 1998, ketika banyak perusahaan besar tutup, dan kelompok yang paling bertahan hanya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM mencakup berbagai sektor seperti perdagangan, industri dan jasa, yang bersama-sama menjadi landasan perekonomian yang kuat dan berkelanjutan. Kehadiran UMKM mendukung diversifikasi ekonomi, mengurangi kesenjangan ekonomi, dan meningkatkan ketahanan perekonomian negara.

Pelaku UMKM sering mengalami permasalahan diantaranya sulit mendapatkan pembiayaan atau dana pinjaman untuk modal usaha sehingga menyebabkan UMKM sulit menghasilkan pendapatan atau omzet yang besar. Oleh karena itu, sangat diperlukan cara-cara yang strategis dalam rangka peningkatan kinerja keuangan UMKM dengan cara pembekalan pengetahuan pelaku UMKM mengenai literasi keuangan. Literasi Keuangan mengacu pada pengetahuan, keterampilan dan keyakinan yang dapat dipengaruhi oleh sikap maupun perilaku dalam rangka meningkatkan kualitas dalam pengambilan keputusan serta mengelola keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (OJK, 2021)

Pertumbuhan UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator penting bagi pembangunan, terutama pada negara yang penghasilan perkapita rendah. UMKM akan bertahan dan mampu bersaing apabila mampu menerapkan manajemen yang baik dan strategi pemasaran yang baik. Strategi pemasaran berpengaruh terhadap UMKM di kota Medan khususnya pada Kecamatan Medan Baru. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang efektif, UMKM dapat menambah daya tarik minat pelanggan dan meningkatkan pangsa pasar dilingkungan Pemerintah Kota Medan khususnya pada Kecamatan Medan Baru sehingga pendapatan daerah juga dapat bertambah. Hal ini cukup berdampak pada pertumbuhan bisnis, pembukaan lapangan kerja baru, peningkatan penjualan, dan terciptanya citra positif dan membantu UMKM untuk bersaing lebih efektif di pasar yang kompetitif.

Selain itu, cara untuk meningkatkan UMKM kuliner dengan memanfaatkan teknologi informasi digital. Saat ini teknologi digital menjadi salah satu kebutuhan utama dan sudah menjadi pola dan gaya hidup masyarakat saat ini apalagi pada kaum milenial. Perkembangan *e-commerce* memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan, sistem manajemen berbasis teknologi dapat membantu UMKM memantau dan mengelola inventaris dengan lebih efisien, dan dapat mendukung pemasaran melalui media sosial dan platform digital lainnya, meningkatkan visibilitas UMKM dan menarik pelanggan baru dan bisa mencakup pasar yang lebih

luas lagi. Teknologi mendorong munculnya model bisnis baru yang disebut *financial technology*.

Tabel 1 Jumlah UMKM di Kota Medan 2017-2020

| No | Jenis Usaha | Jumlah Unit | | | |
|--------------|----------------|-------------|-------|-------|-------|
| | | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| 1 | Usaha Mikro | 1.497 | 1.480 | 918 | 890 |
| 2 | Usaha Kecil | 109 | 112 | 113 | 103 |
| 3 | Usaha Menengah | 57 | 72 | 41 | 47 |
| Total | | 1.663 | 1.664 | 1.072 | 1.040 |

Sumber : Data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan, 2021

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah UMKM kota Medan terdapat perubahan setiap tahunnya dan mengalami kontraksi terbesar dibandingkan kota lain di Sumut. Perkembangan UMKM di kota Medan semakin menurun dari tahun ke tahun. Usaha mikro mempunyai tarif tertinggi, dan usaha menengah mempunyai tarif terendah. Hal ini merupakan upaya kolaboratif untuk memajukan UMKM di kota Medan. Fluktuasi tersebut dipengaruhi beberapa faktor, antara lain fluktuasi perekonomian yang berdampak negatif terhadap usaha kecil, ketatnya persaingan pasar, kesenjangan akses permodalan, dan perubahan tren konsumen yang tidak dapat diprediksi. Dalam mengelola UMKM, pentingnya kesadaran akan keterampilan dan pendidikan konsumen agar UMKM dapat berkembang seiring berjalannya waktu.

Kota Medan terdiri dari 21 Kecamatan, dimana terdapat 3 kecamatan dengan jumlah usaha menengah yaitu Kecamatan Medan Baru, Kecamatan Medan Tembung, dan Kecamatan Medan Johor. Berikut perkembangan jumlah usaha menengah di kecamatan Medan Baru, Medan Tembung dan Medan Johor

Tabel 2

| No | Kecamatan | Tahun | | | Jumlah |
|----|---------------|-------|------|------|--------|
| | | 2019 | 2020 | 2021 | |
| 1 | Medan Baru | 58 | 71 | 64 | 193 |
| 2 | Medan Tembung | 60 | 63 | 51 | 174 |
| 3 | Medan Johor | 63 | 81 | 73 | 217 |

Sumber: Data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan, 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa data kuliner di Kota Medan cukup besar, hal ini terlihat banyaknya pengusaha UMKM yang membuka usaha pada bidang tersebut, sehingga ini menunjukkan saat ini peluang usaha untuk bisnis kuliner cukup menjanjikan. Namun bila disandingkan dengan data tersebut diatas, usaha kuliner di Kecamatan Medan Baru masih berada di bawah dari pelaku UMKM yang ada di wilayah Medan Johor. Persaingan atas usaha kuliner masih begitu ketat, maka perlu

bagi pelaku usaha untuk menemukan gagasan-gagasan baru yang inovatif guna mengembangkan usahanya dan tetap bertahan dalam menjalankan usahanya.

Berdasarkan penelitian diatas, maka digunakan variabel fundamental sebagai variabel intervening endogen untuk mengetahui **Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Strategi Pemasaran, dan Teknologi terhadap perkembangan UMKM Kuliner Pada Kecamatan Medan Baru.**

1.2 Tinjauan Pustaka

1.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perkembangan UMKM

Pada umumnya setiap individu menginginkan kemudahan dalam mengelola sumber daya keuangannya untuk kehidupan pribadi, literasi keuangan menjadi faktor penting yang menopang tiap-tiap orang di pengelolaan aspek finansial supaya tidak kesulitan dalam menggunakan keuangan pribadi maupun keuangan usahanya (Mahmood et al, 2021). Pengetahuan tentang produk dan layanan keuangan diperlukan untuk menunjang keberlangsungan usaha (Christoper & Kristiani, 2020)

Literasi keuangan menjadi prediktor penting dari akses ke keuangan, sikap risiko keuangan dan keberlanjutan UMKM. Namun sikap risiko keuangan memiliki pengaruh langsung terhadap keberlangsungan usaha lebih besar daripada literasi keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa sikap manajer/pemilik merupakan faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha, karena secara langsung mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan (Ye & Kulathunga, 2020)

1.2.2 Pengaruh Inklusi Keuangan Terhadap Perkembangan UMKM

Inklusi keuangan mengacu pada proses mempromosikan atau memastikan akses produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan seluruh kalangan masyarakat termasuk UMKM. Produk dan layanan Lembaga keuangan sangat dibutuhkan pelaku UMKM dalam menunjang kemajuan usaha. Kemudahan akses yang diberikan lembaga keuangan diharapkan dapat menunjang seluruh aktivitas UMKM terutama dalam transaksi dan pembiayaan (Agbim, 2020)

1.2.3 Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM

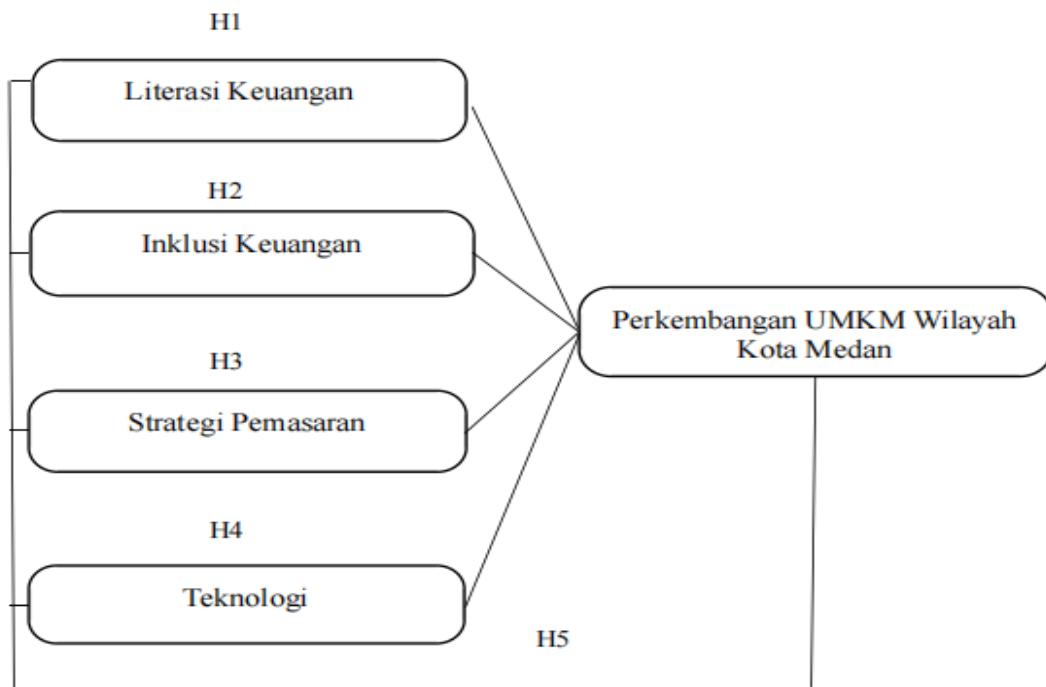
Pemanfaatan media pemasaran berupa internet seperti sosial media merupakan bagian dari perkembangan teknologi, layanan ini didasarkan pada platform online yang menghubungkan penjual dengan pembeli. Layanan e-commerce membentuk cara orang-orang berbelanja di kota-kota besar karena memiliki banyak keunggulan yaitu kemudahan penggunaan, efisiensi waktu, dan harga yang wajar (Hamid, 2020)

1.2.4 Pengaruh Teknologi Terhadap Perkembangan UMKM

Teknologi informasi sangat berpengaruh terhadap pendapatan karena semakin canggihnya teknologi informasi pelaku UMKM dapat mempromosikan barang

dagangnya di sosial media dan dapat menjualnya melalui platform digital seperti Go Food dan Shopee dengan cara tersebut pelaku usaha akan meningkat atau bertambah karena mereka dapat menjual barangnya lewat online dan langsung di tokonya (Kholifah & Alamsyah, 2020)

1.3 Kerangka Konseptual



1.4 Hipotesis Penelitian

- H1 :Literasi Keuangan Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Perkembangan UMKM Kuliner Pada Kecamatan Medan Baru
- H2 :Inklusi Keuangan Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Perkembangan UMKM Kuliner Pada Kecamatan Medan Baru
- H3 :Strategi Pemasaran Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Perkembangan UMKM Kuliner Pada Kecamatan Medan Baru
- H4 :Teknologi Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Perkembangan UMKM Kuliner Pada Kecamatan Medan Baru
- H5 :Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Strategi Pemasaran, dan Teknologi Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Perkembangan UMKM Kuliner Pada Kecamatan Medan Baru