

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu peran penting dalam sektor perekonomian Indonesia. Pada saat krisis moneter tahun 1998 di Indonesia UMKM mampu bertahan dalam perekonomian Indonesia daripada perusahaan yang berskala besar dan semakin tinggi jumlahnya setelah krisis tersebut terjadi (Kurniawati & Setiawan, 2019). Kondisi ini sangat menguntungkan karena eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, dengan alasan jumlah industri yang besar dan ada dalam setiap sektor ekonomi; potensi yang besar dalam penggunaan tenaga kerja, dan keterlibatan UMKM dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan (Sarfiyah et al., 2019)

Walaupun UMKM sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat, akan tetapi UMKM di masa ini masih stagnan pada zona usaha yang kecil dan sangat sulit untuk menjadi usaha besar. Dapat dilihat pada kinerja UMKM dimana belum adanya konsep yang sistematis dan kegiatan inti usaha yang tidak berdiri dengan kokoh. Sehingga kinerja UMKM yang berkontribusi pada industri kreatif akan selalu tetap dan tidak terarah dengan baik. Kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang di capai oleh seorang individu dan dapat diselesaikan dengan tugas individu tersebut didalam perusahaan dan pada suatu periode tertentu, dan akan dihubungkan dengan ukuran nilai atau standard dari perusahaan tempat individu bekerja. Kinerja disini sendiri adalah

capaian yang akan diperoleh seseorang maupun perusahaan yang akan mencapai dalam suatu tujuan tertentu.

Secara umum, UMKM sering mengalami keterlambatan, hal ini dikarenakan berbagai masalah konvensional yang tidak terselesaikan secara tuntas, seperti masalah kapasitas SDM, kepemilikan, pembiayaan, pemasaran dan berbagai masalah lain yang berkaitan dengan pengelolaan usaha, sehingga UMKM sulit bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar (Abor & Quartey, 2010). Oleh karena itu, diperlukan upaya yang strategis guna meningkatkan kinerja UMKM. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memperbanyak pengetahuan pelaku UMKM terhadap pengetahuan keuangan sehingga dapat dijadikan untuk keberlanjutan keuangan (Aribawa, 2016).

Salah satu cara dalam meningkatkan kinerja UMKM adalah adanya keterlibatan karyawan. Dajani (2016) menyatakan yang mungkin dilakukan karyawan akan tampil dengan bangga dan komitmen (sikap); menunjukkan tiga perilaku positif, yaitu *Say* (karyawan berbicara positif tentang organisasi kepada orang lain di dalam dan di luar), *Stay* (karyawan menerapkan keinginan yang kuat dalam organisasi) dan *Strive* (karyawan mengeluarkan upaya ekstra dan terlibat dalam perilaku yang mendukung pada kesuksesan bisnis) hasil ini yang dapat mengarahkan pada kesuksesan UMKM.

(Darmawan, 2016) menyatakan teori yang mendasari adalah bahwa dengan mengetahui keterlibatan kerja karyawannya dengan demikian maka para karyawan akan menjadi lebih termotivasi, lebih berkomitmen terhadap organisasi ataupun perusahaan, lebih produktif, dan lebih puas

dengan pekerjaan mereka. Pelaku UMKM cenderung mempunyai sikap yang buruk mengenai keuangan. Dengan rendahnya motivasi untuk terus meningkatkan kemampuannya dalam mengelola keuangan usahanya serta dengan pemikiran mudah merasa puas dengan kinerja yang ada (Fitria et al., 2021)

Kebanyakan pelaku UMKM masih lemah dalam menentukan manajemen usaha, serta kualitas sumber daya manusia yang terbatas dalam meningkatkan kinerja dan memotivasi sumber daya manusia agar dapat meningkatkan potensi UMKM (Aisyah & Ismunawan, 2020). UMKM salah satu entitas bisnis yang membuat sumber daya manusia sangat diperlukan serta dalam keterikatannya UMKM memiliki banyak dampak positif pada keberlangsungan karyawan.

Dengan adanya sumber daya manusia yang tangguh sangat dibutuhkan dalam menghadapi globalisasi ekonomi. Karena sumber daya manusia memegang peranan penting dalam mendukung operasional bisnis, semakin baik sumber daya manusia yang ada dalam suatu entitas bisnis maka semakin mudah entitas tersebut untuk mencapai targetnya. Kemampuan karyawan tercermin dari kinerja yang baik (Mahadika et al., 2018). Kinerja atau prestasi kerja adalah hasil kerja yang dicapai oleh seseorang dalam melakukan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Rini dan Hazizma, 2013).

Selain itu, faktor yang dapat meningkatkan kinerja UMKM adalah dengan memperhatikan keberlangsungan *financial* melalui literasi keuangan. Literasi keuangan mempengaruhi cara berpikir seorang pelaku UMKM terhadap

kondisi keuangan serta mempengaruhi pengambilan keputusan yang strategis dalam hal keuangan dan pengelolaan yang lebih baik bagi pemilik usaha. Tanpa adanya pemahaman masyarakat Indonesia mengenai konsep-konsep dasar keuangan, maka masyarakat tidak dapat memiliki pengetahuan yang cukup dalam mengambil keputusan yang baik dengan pengelolaan keuangan (Kasendah & Wijayangka, 2019)

Selain keberlangsungan *financial*, biaya operasional merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi kinerja UMKM. Biaya operasional berupa pengeluaran uang untuk melakukan pelaksanaan kegiatan pokok yaitu biaya penjualan dan juga administrasi agar memperoleh pendapatan. Memperhitungkan biaya operasional yang salah dapat berakibat pendapatan menurun sehingga dapat terjadi kerugian terhadap UMKM maka dari itu sangat diperlukan perhitungan biaya operasional dengan efisien untuk mencapai tujuan dari usaha tersebut.

Faktor lain yang dapat meningkatkan kinerja UMKM terdapat pada pemasaran digital *branding*. Pada jaman sekarang tentu banyak melihat peranan industri digital sangat penting bagi UMKM dan pada akhirnya bisnis-bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang bisa masuk ke dalam dunia digital tersebut (Santosa et al., 2021). Digital *branding* memegang peranan penting dalam perkembangan teknologi dalam meningkatkan usahanya (J. H. Kurniawan & Nuringsih, 2022). Kualitas *branding* produk menjadi tolak ukur dalam memasarkan produk yang dapat dijadikan sebagai upaya dalam mengidentifikasi sebuah produk yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen dalam memilih produk (Rifianita et al., 2022).

Penelitian terdahulu mengenai keterlibatan karyawan pada UMKM. (Kahpi et al., 2022) yang menganalisis keterlibatan karyawan dan kinerja karyawan di UMKM yaitu bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara keterlibatan karyawan dan kinerja karyawan. Untuk menguji kreativitas karyawan memediasi hubungan antara keterlibatan dan kinerja karyawan. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang berkaitan dengan keterlibatan karyawan. Metode kuantitatif dan alat analisis data menggunakan SEM SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh positif yang signifikan dari keterlibatan karyawan pada kinerja pekerjaan.

Lalu pada penelitian (Aribawa, 2016) menyatakan penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. Model persamaan struktural digunakan untuk menganalisis data. Hasil penelitian menyatakan adanya pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan usaha UMKM kreatif. Hal ini memiliki implikasi bahwa dengan literasi keuangan yang baik diharapkan UMKM akan mampu membuat keputusan manajemen dan keuangan yang tepat untuk peningkatan kinerja dan keberlangsungan usaha.

Selain itu, pada penelitian Nurvitasari (2020) menganalisis efisiensi biaya operasional untuk mendapatkan laba pada UMKM Bachri Darmo yang menggunakan penelitian bersifat deskripsi kualitatif dengan menggunakan rasio keuangan sebagai alat untuk menguji datanya. Hasil penelitian membuktikan bahwa biaya operasional berperan penting terhadap laba pada UMKM Bachri

Darmo sebesar 41%. Maka UMKM Bachri Darmo sudah efisien dalam menggunakan biaya operasional

Kemudian penelitian (Santosa et al., n.d.) yang membahas strategi digital *branding* untuk meningkatkan penjualan UMKM Indonesia yaitu untuk mempertahankan sisi ekonomi masyarakat dengan berbagai alternatif mengenai strategi marketing yang baik. Penelitian ini menggunakan analisis faktor, dengan harapan dapat diketahui atribut dasar yang mendasari para pelaku UMKM secara garis besar alasan mereka mempertahankan usahanya. Dalam *pre test* sebelum penyebaran kuesioner didapatkan hasil bahwa setidaknya ada sembilan atribut yang dijadikan dasar sebagai bahan preferensi utama para pelaku UMKM dalam menerapkan strategi digital *branding*.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan populasi seluruh UMKM di Kota Padang dengan menggunakan metode pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* dengan jumlah 100 sampel dari 41.787 populasi. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul tentang "Pengaruh Keterlibatan Karyawan, Keberlangsungan *Financial*, Biaya Operasional, dan Digital *Branding* Terhadap Kinerja UMKM di Padang Timur".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat merumuskan masalah dalam penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh keterlibatan karyawan terhadap kinerja UMKM di Kota Padang?

2. Bagaimana pengaruh keberlangsungan *financial* terhadap kinerja UMKM di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh biaya operasional terhadap kinerja UMKM di Kota Padang?
4. Bagaimana pengaruh digital *branding* terhadap kinerja UMKM di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut beberapa tujuan dalam penelitian ini diantaranya adalah:

1. Untuk mengetahui apakah keterlibatan karyawan berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui apakah keberlangsungan *financial* berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kota Padang.
3. Untuk mengetahui apakah biaya operasional berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kota Padang.
4. Untuk mengetahui apakah digital *branding* berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut ini adalah beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini diantaranya adalah:

1. Bagi penulis

Penelitian ini banyak memberikan manfaat bagi penulis untuk lebih dapat memahami tentang keterlibatan karyawan, keberlangsungan *financial*, efisiensi operasional, dan pemasaran *branding* terhadap kinerja UMKM.

2. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang keterlibatan

karyawan, keberlangsungan *financial*, efisiensi operasional, dan pemasaran *branding* terhadap kinerja UMKM dan dapat dijadikan penambahan wawasan dan pengetahuan bagi mahasiswa.

3. Bagi pelaku UMKM

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber informasi untuk menambah wawasan dalam menjalankan usaha sehingga dapat meningkatkan dalam usahanya dalam semua aspek ekonomi.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yaitu gambaran yang jelas terkait urutan penulisan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian ini dilakukan dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini bertujuan untuk menjelaskan dan menguraikan tentang landasan teori, penelitian terdahulu, dan pengembangan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini bertujuan untuk menjelaskan dan menguraikan tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, data penelitian, dan pengukuran variabel, serta metoda analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang pembahasan. Pada bab ini dijelaskan mengenai analisis deskriptif dari objek penelitian serta analisis data dan pembahasan yang memaparkan hasil dari analisa dan pembahasan keseluruhan penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil pada bab sebelumnya dan juga saran untuk peneliti selanjutnya.