

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang biasa disebut UMKM memiliki peranan yang penting dan strategis bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara. UMKM memberikan berbagai jenis kontribusi, diantaranya adalah terciptanya investasi nasional, peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional, penyerapan tenaga kerja, dan penciptaan devisa nasional. Hal tersebut menunjukkan bahwa peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia sangat penting. UMKM merupakan kelompok usaha yang dapat bertahan ketika krisis ekonomi melanda negeri ini, saat krisis menerpa pada periode tahun 1997–1998, hanya UMKM yang mampu tetap berdiri kokoh. Oleh karena itu, pemberdayaan serta pengembangan kemampuan UMKM perlu dilakukan secara terus menerus sehingga mampu memberikan kontribusi lebih terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, pada tahun 2018 jumlah UMKM di Indonesia tercatat sebanyak 64 juta unit, terbagi atas usaha mikro, kecil dan menengah. UMKM menyumbang sebesar 61% dari total produk domestik bruto Indonesia. Selain itu, UMKM juga menyerap tenaga kerja yang tidak sedikit, sebanyak 97% dari total tenaga kerja (Depkop, 2018). Tentu hal ini merupakan perkembangan yang sangat baik, karena dengan demikian UMKM mampu mengurangi tingkat pengangguran dan sumber penghasilan bagi masyarakat menengah kebawah. Secara spesifik, keberadaan UMKM diyakini dapat berkontribusi dalam pengentasan dengan menciptakan lapangan kerja. Meskipun UMKM memiliki peran penting dalam menopang perekonomian nasional, UMKM harus terus mengembangkan usahanya agar dapat menjalankan perannya dengan baik khususnya dalam peningkatan kinerja usahanya.

Pemerintah Indonesia dalam hal ini Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) lebih memperhatikan bidang ekonomi kreatif. Ekonomi Kreatif (Ekraf) merupakan salah satu sektor yang diharapkan menjadi kekuatan ekonomi nasional yang baru dan berkelanjutan, serta mengedepankan nilai tambah barang melalui pemikiran dan

kreativitas manusia. Dalam hal ini penulis optimis, karena dapat dibuktikan dengan pertumbuhan PDB sub sektor Ekonomi Kreatif dalam 5 tahun terakhir yang selalu mengalami peningkatan, yang dapat dilihat berdasarkan tabel dibawah ini:

Tabel 1.1. PDB Ekonomi Kreatif Indonesia

Tahun	PDB Ekonomi Kreatif
2015	Rp. 852,6 Triliun
2016	Rp. 922,6 Triliun
2017	Rp. 1 Kuadriliun
2018	Rp. 1,1 Kuadriliun
2019	Rp. 1,2 Kuadriliun

Sumber: katadata.co.id (2018)

Industri kreatif di Indonesia terdiri dari berbagai macam sub-sektor, sub-sektor tersebut meliputi aplikasi dan game developer; arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; *fashion*; film, animasi dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; penerbitan; periklanan; seni pertunjukan; seni rupa; serta televisi dan radio. Tiga subsektor ekraf yang berkembang pesat dan menjadi primadona, yaitu kuliner (67,66%), *fashion* (15,01%), dan kerajinan (14,56%) (bps.go.id, 2018). Sub-sektor *fashion* sendiri juga diketahui berkontribusi dalam menyumbang PDB terbesar kedua setelah sub-sektor kuliner dan pelaku usaha ini terus mengalami perkembangan setiap tahunnya.

Industri *fashion* adalah kegiatan memproses dan mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan untuk memproduksi segala macam kebutuhan yang dikenakan mulai dari ujung rambut hingga telapak kaki baik untuk dikenakan langsung di tubuh maupun pelengkap atau aksesoris tambahan. Bidang usaha *fashion* dikelompokkan dalam jenis industri kreatif yang berkaitan dengan produksi pakaian, model serta aksesoris pakaian. Selain itu, konsultasi model serta jasa pendistribusian produk *fashion* juga termasuk dalam bidang ini. Tren *fashion* pada saat ini telah merambah ke berbagai bidang, mulai dari busana muslim, sepatu, tas, seragam kantor, pakaian dewasa, remaja dan anak-anak. *Fashion* menjadi kebutuhan primer bagi setiap manusia, tetapi sejalan dengan perubahan, *fashion* yang dipilih bukan hanya sekedar untuk melengkapi kebutuhan primer saja. *Style* adalah salah satu alasan bagi pasar

dalam memilih model *fashion* yang diinginkan. Industri *fashion* sendiri bisa dikatakan sebagai industri yang sangat unik, karena pesatnya dinamika atau perubahan yang dihasilkan oleh desainer juga dipengaruhi oleh permintaan pasar, disatu sisi sejumlah produk-produk luar negeri sudah menguasai pasar lokal, hal tersebut jelas terlihat dari tingginya keinginan masyarakat akan sesuatu yang berbau impor sehingga kadang kala hasil dari karya anak bangsa sendiri kurang mendapatkan tempat.

Kota Bekasi secara geografis terletak pada konstelasi pusat pertumbuhan nasional. Kota yang termasuk dalam lingkungan metropolitan Jabodetabek ini merupakan salah satu kota besar di Indonesia. Usaha kecil dan menengah di kota ini berkembang sangat pesat. Kota Bekasi telah menempatkan empat program unggulan dengan jumlah sub-sektor industri kreatif yang paling potensial untuk berkembang, tiga sub-sektor industri kreatif tersebut antara lain: desain produk, *fashion*, dan kriya. Industri *fashion* diposisikan sebagai salah satu unggulan yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat dan menyerap tenaga kerja di Kota Bekasi. Potensi perkembangan industri *fashion* di Bekasi terlihat dari banyaknya kegiatan yang diadakan sebagai wadah bagi masyarakat, seperti salah satunya yaitu penyelenggaraan Bekasi *Fashion Week*. Ajang tahunan ini diharapkan dapat memperkenalkan produk lokal ke seluruh daerah dan internasional. Mulai dari pakaian sehari-hari, busana muslim yang saat ini sangat populer di Bekasi, hingga batik Bekasi yang menjadi ciri khas dari Kota Bekasi.

Tabel 1.2. Pertumbuhan Produksi Tahunan Sektor UMKM di Kota Bekasi 2015-2019 (dalam persen)

Sub Sektor	2015	2016	2017	2018	2019
Kuliner	4,81	4,52	5,10	5,27	5,58
Fesyen	6,75	5,39	4,79	4,19	4,96

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bekasi (data diolah)

Menurut data pada Tabel 1.2. hal diatas dapat dikatakan bahwa laju pertumbuhan produksi tahunan subsektor industri di berbagai wilayah Bekasi sangat bervariasi dari tahun ke tahun. Namun terjadi penurunan produksi pada tahun 2016 sampai dengan tahun 2018 pada kategori sub-sektor *fashion*, hal ini dapat mengakibatkan menurunnya kinerja usaha yang dapat mengakibatkan kebangkrutan apabila tidak dicari solusi atas permasalahan tersebut. Produktivitas yang rendah dapat menjadi penghambat bagi

pengembangan UMKM dan realisasi skala ekonomi. Kondisi ini dapat mempengaruhi sejauh mana partisipasi UMKM dalam produksi global dan jaringan pemasaran.

Kesiapan sumber daya manusia dan sumber pendanaan tetap menjadi kendala bagi pelaku UMKM di Bekasi. Situasi ini mengakibatkan rendahnya daya serap produk UMKM, sehingga menyulitkan pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas pengembangan produk sehingga menghambat kinerja usahanya. Menurut Sulistiyo & Putra, (2020) kondisi internal yang harus dipersiapkan oleh UMKM agar mampu berkembang dengan baik, antara lain: sumber daya manusia khususnya dalam manajemen, teknologi, pemasaran; kapasitas untuk mengakses permodalan; serta faktor produksi lainnya.

Salah satu kecamatan di kota ini yang penulis perhatikan adalah kecamatan Bekasi Utara, karena daerah ini berada di pusat kota Bekasi yang membuat daerah ini diminati oleh para pelaku usaha untuk membuka bisnis disini. Selain itu, kecamatan Bekasi Utara termasuk daerah dengan penduduk terbesar di kota Bekasi sehingga pelaku usaha dapat memperoleh keuntungan disini. Banyaknya UMKM di kecamatan Bekasi Utara berdasarkan data tahun 2020 dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.3. Jumlah UMKM di Kecamatan Bekasi Utara Tahun 2020

No	Kelurahan	Jumlah UMKM
1	HARAPAN JAYA	228
2	KALIABANG TENGAH	1.781
3	PERWIRA	865
4	HARAPAN BARU	257
5	TELUK PUCUNG	1.011
6	MARGA MULYA	475
Jumlah		4.617

Sumber : Kecamatan Bekasi Utara

Banyaknya kegiatan kewirausahaan melalui usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) diharapkan mampu mengantisipasi naiknya angka pengangguran di suatu wilayah. Peningkatan angka pengangguran saat ini disebabkan adanya wabah pandemi

Covid-19 yang menyebabkan banyak orang kehilangan pekerjaan dan sulit mencari mata pencaharian. Dengan adanya upaya dalam pengembangan usaha maka secara otomatis lapangan pekerjaan akan terbuka dan menjadi peluang bagi masyarakat untuk mendapatkan pekerjaan. UMKM dianggap memiliki ketahanan serta kemampuan adaptasi ekonomi yang tinggi. Mengingat UMKM tidak lagi dipandang sebagai alternatif, melainkan sebagai tulang punggung atau penyangga perekonomian nasional. Namun pada kenyataannya, UMKM kerap kali dihadapi dengan permasalahan serius pada rendahnya kinerja usaha. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan pemberdayaan UMKM agar dapat mendorong perekonomian daerah, membuka lapangan kerja dan mengurangi angka pengangguran.

Dalam mewujudkan peningkatan dan pengembangan kinerja usaha, modal atau pembiayaan merupakan faktor yang sangat penting untuk setiap usaha baik skala kecil, menengah maupun besar. Modal diartikan sebagai dana yang digunakan untuk menghasilkan barang lebih lanjut. Untuk menjalankan segala aktivitas perusahaan pasti membutuhkan dana (modal) baik dana pribadi (*equity*) atau pinjaman (*loan*) (Nizar, 2018). Selain itu, demi meningkatkan kinerja usaha diperlukan pembentukan upaya-upaya strategis seperti memperkaya pengetahuan pelaku UMKM tentang pengelolaan keuangan dan akuntabilitas. Hal ini perlu dilakukan agar pelaku UMKM dapat bertanggung jawab terhadap keuangannya dengan lebih baik dan teratur. Selama ini banyak pelaku UMKM yang kurang memperhatikan pengelolaan keuangan usahanya, dan ini merupakan salah satu faktor yang membuat terhambatnya kinerja usahanya. Pengetahuan keuangan (*financial knowledge*) adalah jenis modal tertentu yang diperoleh dalam hidup dengan mempelajari kemampuan mengelola pendapatan, pengeluaran, dan tabungan dengan cara yang aman (M. Sari, 2019).

Faktor-faktor lain yang mempengaruhi kinerja UMKM adalah teknologi dan media sosial. Teknologi adalah alat yang digunakan untuk meningkatkan produktivitas bisnis (Utari & Dewi, 2014). Peranan teknologi tersebut akan mempermudah para tenaga kerja untuk menghasilkan barang dan akan meningkatkan produktivitas dan sebagai langkah dalam mengatasi permasalahan tersebut, para pelaku UMKM mulai mengadopsi media sosial untuk menunjang kinerjanya sehingga peningkatan penjualan dapat tercapai. diantaranya; (i) Media sosial menawarkan manfaat bagi UMKM untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan, memperluas pangsa pasar, dan

membantu pengambilan keputusan bisnis; (ii) Media sosial merupakan salah satu alat yang mempermudah komunikasi interaktif antara pelaku ekonomi seperti konsumen dan produsen; (iii) Media sosial sangat membantu sebagai penghubung informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen dimanapun berada dan berapapun jaraknya (Aryo, 2019).

Pada penelitian mengenai hubungan antara modal dengan kinerja UMKM yang dilakukan oleh Rahman, (2015) menunjukkan bahwa modal usaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung. Namun demikian, terdapat hasil yang berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh Pramaishella, (2017) menunjukkan bahwa modal terbukti tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Kencong.

Pada penelitian mengenai hubungan literasi keuangan dengan kinerja UMKM yang dilakukan oleh Septiani & Wuryani, (2020) menunjukkan bahwa pengetahuan tentang keuangan memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM. Namun demikian, terdapat hasil yang berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh Kusumadewi, (2017) menunjukkan bahwa pengetahuan akan literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UMKM di Desa Rawa Kecamatan Cingambul Kabupaten Majalengka.

Pada penelitian mengenai hubungan antara teknologi dengan kinerja UMKM yang dilakukan oleh Wulandari, (2019) menunjukkan bahwa teknologi secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha konveksi di Kabupaten Tulungagung. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardi & Susanto, (2017) yang menyatakan bahwa Kinerja UMKM tidak dipengaruhi oleh teknologi.

Pada penelitian mengenai hubungan antara media sosial dengan kinerja UMKM yang dilakukan oleh Zulfikar & Novianti, (2018) menunjukkan bahwa media sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha pada Sentra Kain Cigondewah Bandung.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penelitian yang akan dilakukan yaitu dengan judul “Pengaruh Modal, *Financial Knowledge*, Teknologi dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM *Fashion* di Bekasi Utara.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan kinerja UMKM di bidang *fashion* melalui modal, *financial knowledge*, teknologi dan media sosial. Dari pernyataan tersebut, maka diperlukan perumusan masalah yang dijabarkan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah modal berpengaruh terhadap kinerja UMKM *fashion* di kecamatan Bekasi Utara?
2. Apakah *financial knowledge* berpengaruh terhadap kinerja UMKM *fashion* di kecamatan Bekasi Utara?
3. Apakah teknologi berpengaruh terhadap kinerja UMKM *fashion* di kecamatan Bekasi Utara?
4. Apakah media sosial berpengaruh terhadap kinerja UMKM *fashion* di kecamatan Bekasi Utara?
5. Apakah modal, *financial knowledge*, teknologi dan media sosial berpengaruh terhadap kinerja UMKM *fashion* di kecamatan Bekasi Utara?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh modal terhadap kinerja UMKM *fashion* di kecamatan Bekasi Utara.
2. Mengetahui pengaruh *financial knowledge* terhadap kinerja UMKM *fashion* di kecamatan Bekasi Utara.
3. Mengetahui pengaruh teknologi terhadap kinerja UMKM *fashion* di kecamatan Bekasi Utara.
4. Mengetahui pengaruh media sosial terhadap kinerja UMKM *fashion* di kecamatan Bekasi Utara.
5. Mengetahui pengaruh modal, *financial knowledge*, teknologi dan media sosial terhadap kinerja UMKM *fashion* di kecamatan Bekasi Utara.

1.4. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat. Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan di bidang manajemen khususnya dalam manajemen kewirausahaan, serta menambah wawasan untuk lebih mengenal ataupun menyikapi suatu permasalahan dalam menjalankan sebuah usaha.

2. Bagi penelitian mendatang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya terkait dengan pengaruh modal, *financial knowledge*, teknologi dan media sosial terhadap kinerja UMKM dalam mencapai keberhasilan usahanya.

3. Bagi pelaku usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau pertimbangan pada pelaku UMKM, yang berkaitan dengan modal, *financial knowledge*, teknologi dan media sosial dalam meningkatkan kinerja usahanya.

1.5. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada masalah pengaruh kinerja di tinjau dari modal, *financial knowledge*, teknologi dan media sosial. Subyek dalam penelitian ini adalah UMKM di kecamatan Bekasi Utara yang dimana lokasi ini terdapat pelaku usaha yang bergerak di bidang *fashion* dengan kriteria usaha sebagai berikut:

- Pelaku usaha *fashion* yang berlaku sebagai produsen
- Pelaku usaha *fashion* dengan jumlah omzet < Rp. 300.000.000 per tahun
- Lama usaha minimal 1 tahun

1.6. Sistematika Penulisan

Agar lebih memudahkan pemahaman dalam penelitian ini secara keseluruhan, maka pada sistematika penulisan ini akan digambarkan secara garis besar penelitian ini. Adapun sistematika penulisan skripsi ini disusun sebagai berikut :

BAB I **PENDAHULUAN**

Dalam bab ini dibahas mengenai latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II **TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini penulis membahas mengenai literatur yang mendasari topik penelitian, menggambarkan model konseptual dan hipotesis.

BAB III **METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi tentang desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, metode analisis data.

BAB IV **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini membahas mengenai deskripsi objek penelitian, hasil analisis data, pembahasan dan deskripsi hasil penelitian.

BAB V **PENUTUP**

Di akhir bab ini akan dikemukakan kesimpulan dan implikasi manajerial yang akan diperoleh dari keseluruhan pembahasan yang akan dilakukan pada bab-bab sebelumnya.