

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perekonomian Indonesia dibantu dengan adanya UMKM, serta UMKM sendiri menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi negara Indonesia. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu bentuk usaha yang paling banyak diminati oleh para pelaku wirausaha pada saat ini. Hal ini dikarenakan sistem UMKM yang dapat dibilang sederhana dan mudah dijalankan baik perseorangan, rumah tangga, hingga badan usaha. UMKM menjadi wadah untuk menciptakan lapangan kerja, sehingga UMKM dapat membantu mengurangi pengangguran dan tingkat kemiskinan di Indonesia (Firdhaus dan Akbar, 2022). Perkembangan UMKM yang pesat mengharuskan para pelaku UMKM untuk bisa *survive* dan siap bersaing dengan UMKM lainnya. Pelaku UMKM harus mengamati kinerja usahanya agar unggul dalam persaingan (Suindari dan Juniariani, 2020).

Menurut Prasetyo dan Ambarwati (2021) pelaku UMKM mungkin mempunyai banyak ide bisnis agar bisa mengembangkan usahanya, tetapi tidak ada tambahan modal. Ribuan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Daerah Istimewa Yogyakarta belum bisa dikatakan naik kelas lantaran mereka belum bisa mengakses permodalan dari perbankan. Kesalahan manajemen keuangan masih menjadi kendala perbankan dalam pemberian kredit, salah satu penyebabnya adalah UMKM ini tidak bisa membuat laporan keuangan seperti yang distandarkan oleh IAI. Ribuan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta belum

memahami laporan keuangan yang baik, padahal laporan keuangan menjadi salah satu tolak ukur perbankan dalam menyetujui pengajuan kredit kalangan UMKM tersebut (Jogja, 2018).

Laporan keuangan bukan hanya salah satu masalah yang timbul di UMKM, adapun faktor-faktor yang timbul baik dari faktor internal maupun faktor eksternal berdasarkan hasil penelitian dari Munizu (2010) memberikan referensi beberapa faktor diantaranya faktor internal yang terdiri atas sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek teknik produksi/operasional, dan aspek pasar dan pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha mikro kecil dengan kontribusi sebesar 0,792 atau 79,2%, sementara itu faktor-faktor eksternal yang terdiri atas aspek kebijakan pemerintah, aspek sosial budaya dan ekonomi, dan aspek peranan lembaga terkait mempunyai faktor yang positif terhadap faktor-faktor internal usaha mikro dan kecil dengan kontribusi sebesar 0,254 atau 25,4%.

Aspek pengelolaan keuangan bukan merupakan salah satu aspek yang memengaruhi kinerja sebuah UMKM, aspek lainnya adalah aspek kompetensi sumber daya manusia. Aspek kompetensi sumber daya manusia seperti *knowledge*, *skill*, dan *ability* dalam berwirausaha memiliki hubungan yang signifikan terhadap kinerja UMKM, hal ini berdasarkan hasil penelitian Ardiana *et al.* (2010), maka dari itu pengembangan kompetensi sumber daya manusia harus selalu diperhatikan dengan tujuan agar mampu menciptakan tenaga kerja yang dapat bersaing secara terbuka di pasar global.

UMKM yang terus mengalami perkembangan disebabkan karena pertumbuhan ekonomi yang meningkat. Perkembangan ini menuntut para pelaku UMKM untuk meningkatkan kreatifitas dan inovatif dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif agar dapat berkembang dan menghasilkan kinerja usaha yang baik (Suindari dan Juniariani, 2020).

Pemasaran adalah salah satu bagian penting dalam menjalankan suatu usaha. Perlu adanya pengelolaan yang baik agar usaha tersebut dapat tumbuh berkembang lebih baik dan mampu bersaing dengan para pesaingnya. Salah satu elemen yang penting dalam pemasaran adalah strategi pemasaran dan bauran pemasaran (*marketing mix*). Strategi pemasaran diperlukan agar segmen pasar, penentuan pasar sasaran, dan penentuan posisi pasar dapat dengan tepat dipilih. *Website* dan media sosial telah memberikan banyak peluang bagi para pelaku UKM untuk dapat mengembangkan pasar mereka terutama dalam hal promosi untuk menarik sasaran pasar yang mereka tuju, hal lainnya yang membuat para pelaku UMKM memasarkan produk dan jasa mereka melalui *website* dan media sosial adalah karena tingkat *entry barriers* yang rendah sehingga mereka dapat dengan mudah memasarkan produk dan jasa mereka pada *website* dan media sosial tersebut (Ariza dan Aslami, 2021).

Kota Yogyakarta yang merupakan kota budaya sekaligus kota pariwisata dan juga disebut sebagai kota pelajar, pada saat ini mulai bermunculan UMKM yang terus berkembang. Persebaran UMKM di Kota Yogyakarta berdasarkan data yang diperoleh dari BAPPEDA DIY pada tahun 2021 jumlah UMKM berdasarkan wilayah sebanyak 32.440 unit sedangkan pada tahun 2022 berjumlah 32.629 unit

(DIY, 2022). Dilihat dari data tersebut persebaran UMKM mengalami peningkatan sebanyak 189 unit. Dengan meningkatnya jumlah UMKM di Kota Yogyakarta, pemerintah Kota Yogyakarta berharap hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran dan mendongkrak perekonomian masyarakat.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, bahwa kinerja UMKM mengalami perkembangan dibuktikan dengan pertumbuhan ekonomi yang meningkat, peneliti tertarik untuk mencari informasi variabel yang pengaruh kinerja UMKM. Peneliti melakukan review terhadap lima artikel yang membahas tentang kinerja UMKM, penelitian tersebut dilakukan Wahyudiati dan Isroah (2018), Suindari dan Juniariani (2020), Tirtayasa *et al.* (2021), Habibi *et al.* (2022), dan Maulatuzilfa dan Rokhmania (2022).

Menurut hasil review yang dilakukan oleh peneliti, diperoleh bahwa pengelolaan keuangan adalah salah satu variabel yang berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Pengelolaan keuangan akan membantu pelaku usaha terkait dengan pengelolaan usaha dimulai dari anggaran, perencanaan simpanan dana usaha serta pengetahuan dasar atas keuangan untuk mencapai tujuan keuangan usaha. Dalam mengelola sebuah usaha perlu pengelolaan keuangan yang baik agar menghasilkan kinerja yang baik pula. Jika aspek keuangan semakin baik maka kinerja UMKM akan semakin naik (Wahyudiati dan Isroah, 2018). Terdapat berapa penelitian yang mendukung variabel tersebut, seperti penelitian yang dilakukan oleh Suindari dan Juniariani (2020) dan Habibi *et al.* (2022) menyatakan bahwa pengelolaan keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Menurut hasil review yang dilakukan oleh peneliti, diperoleh bahwa sumber daya manusia adalah salah satu variabel yang berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Hal ini dikarenakan sebuah unit usaha ditentukan oleh bagaimana individu-individu yang terlibat didalamnya mengelola usaha tersebut (Wahyudiati dan Isroah, 2018). Kompetensi sumber daya manusia adalah kompetensi yang berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, kemampuan dan karakteristik kepribadian yang berpengaruh secara langsung terhadap kinerjanya (Anwar, 2009). Terdapat berapa penelitian yang mendukung variabel tersebut, seperti penelitian yang dilakukan oleh Wahyudiati dan Isroah (2018), (Suindari dan Juniariani (2020), dan Habibi *et al.* (2022) menyatakan bahwa kompetensi sumber daya manusia berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Menurut hasil review yang dilakukan oleh peneliti, diperoleh bahwa strategi pemasaran adalah salah satu variabel yang berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat memengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya (Chandra, 2002). Terdapat beberapa penelitian yang mendukung variabel tersebut, seperti penelitian yang dilakukan oleh Tirtayasa *et al.* (2021) menyatakan bahwa strategi pemasara berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Penelitian ini merupakan penelitian replikasi dari penelitian Suindari dan Juniariani (2020). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian (Suindari dan Juniariani (2020) adalah pada objek penelitian, tempat penelitian, dan tahun penelitian. Penelitian sebelumnya meneliti UMKM yang ada di Kota Denpasar pada tahun 2020, sedangkan objek pada penelitian ini adalah UMKM yang ada di Kota Yogyakarta dan dilakukan penelitian pada tahun 2023.

Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Pengelolaan Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang akan diteliti adalah:

1. Apakah pengelolaan keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM?
2. Apakah Kompetensi sumber daya manusia berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM?
3. Apakah Strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka batasan penelitian yang ditetapkan agar tidak banyak menimbulkan presepsi yaitu variabel yang memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM pada penelitian ini adalah pengelolaan keuangan, sumber daya manusia, strategi pemasaran. Periode

penelitian ini adalah tahun 2022 sesuai data yang tersedia mengenai kinerja UMKM.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh pengelolaan keuangan terhadap kinerja UMKM.
2. Untuk menganalisis pengaruh kompetensi sumber daya manusia terhadap kinerja UMKM.
3. Untuk menganalisis pengaruh strategi pemasaran terhadap kinerja UMKM.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Sebagai referensi pada penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan kinerja UMKM yang dimana akan menjadi kajian lebih lanjut.
 - b. Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan, pengetahuan serta pengembangan mengenai pengaruh pengelolaan keuangan, kompetensi sumber daya manusia, dan strategi pemasaran terhadap kinerja UMKM.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Universitas Ahmad Dahlan hasil penelitian ini diharapkan dapat menambahkan referensi bacaan dan informasi relevan.

- b. Menambahkan pengetahuan serta wawasan pengetahuan tentang kinerja UMKM terhadap pelaku UMKM di Kota Yogyakarta.