

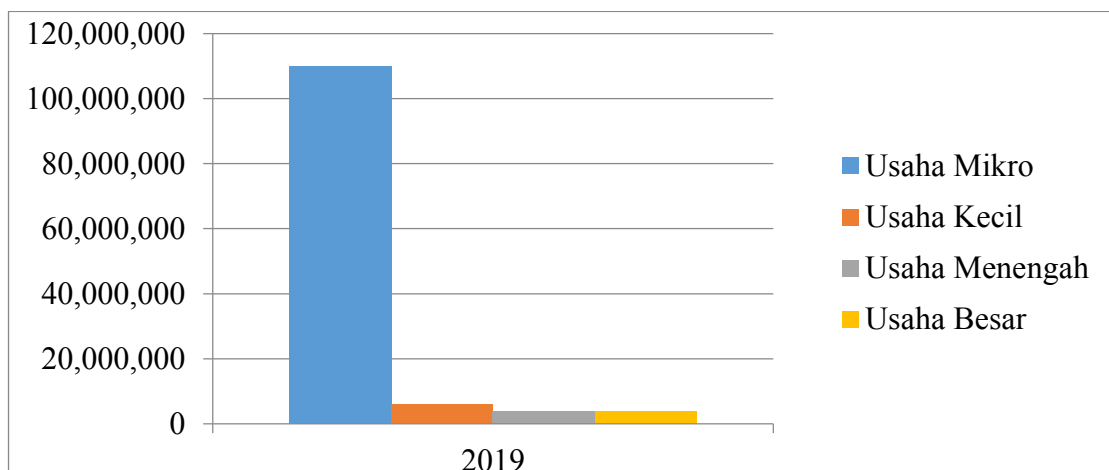
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dalam perekonomian negara, utamanya dalam menggerakkan aktivitas ekonomi regional. Pasca krisis ekonomi pada tahun 1997-1998 jumlah UMKM tidak berkurang, justru terus meningkat bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012 (Suci, 2017). Tingginya pengaruh UMKM bagi Indonesia penting pula dilakukan peningkatan kinerja UMKM. Kinerja UMKM merupakan kemampuan pengelola UMKM dalam meningkatkan kinerja bisnis dari waktu ke waktu. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga menyebutkan bahwa kontribusi sektor UMKM di Indonesia terbukti sangat signifikan terhadap perekonomian nasional. Berikut kontribusi tersebut dapat digambarkan pada grafik di bawah ini.

Grafik 1.1 Kontribusi UMKM terhadap Penyerapan Tenaga Kerja 2019



Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM, 2019

Menurut data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) menjelaskan bahwa tenaga kerja UMKM sebanyak 119,6 juta orang pada 2019. Peningkatan ini terjadi jika dibandingkan pada tahun sebelumnya sebanyak 117 juta orang, maka jumlah tersebut meningkat sebanyak 2,21%. Jumlah tenaga kerja UMKM pada tahun 2019 setara dengan 96,92% dari total tenaga kerja di Indonesia. Sebanyak 3,08% sisanya berasal dari usaha besar. Secara rinci, tenaga kerja di usaha mikro tercatat sebanyak 109,8 juta atau 89%, usaha kecil sebanyak 5,93 juta orang atau 4,81%, usaha menengah sebanyak 3,79 juta tenaga kerja atau 3,07% dari total tenaga kerja di Indonesia. Tercatat total UMKM di Indonesia sebanyak 65,47 juta unit. Jumlah tersebut mencapai 99,99% dari total unit usaha di Indonesia. Selain itu UMKM juga menyumbangkan 60,51% terhadap produk domestik bruto (PDB) atas harga berlaku. Sedangkan terhadap PDB atas harga konstan, kontribusi UMKM mencapai 57,14%. Secara nyata, UMKM mampu mengurangi jumlah kemiskinan dengan penyediaan lapangan kerja bagi masyarakat (Adomako et al., 2016).

Pada tingkat daerah pelaku UMKM khususnya di Kota Bekasi telah mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 410 ribu orang. Dari hasil sensus ekonomi Badan Pusat Statistik (BPS) pada 2016 tercatat jumlah UMKM mencapai kurang lebih 203 ribu unit yang tersebar di 56 kelurahan di Kota Bekasi. Tenaga kerja tersebut diberdayakan di sejumlah sektor aktivitas ekonomi seperti di sektor perdagangan sebanyak 89.693 unit, penyediaan akomodasi dan penyediaan makan minum sebanyak 47.215 unit, industri pengolahan sebanyak 12.988 unit, dan jenis aktivitas lainnya sebanyak 53.104 unit (Rudy, 2016).

Sektor UMKM sangat penting, tetapi kinerja UMKM relatif buruk dibandingkan usaha besar. Rendahnya kinerja yang dihasilkan UMKM disebabkan rendahnya kompetensi kewirausahaan (Susilo et al, 2022). Berbagai masalah konvensional yang tidak terselesaikan secara tuntas (*closed loop problems*), seperti masalah kapasitas SDM, kepemilikan, pembiayaan, teknologi, pemasaran dan berbagai masalah lain yang berkaitan dengan pengelolaan usaha, berdampak pada ruang lingkup usaha menjadi sempit dan terbatas, mengakibatkan UMKM sulit

bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar (Abor & Quartey, 2010). Penelitian yang dilakukan Wahyuningsih & Widayanti (2015) dari sektor UMKM batik yang ada di Surakarta, ditemukan UMKM belum melakukan pencatatan atau pembukuan, hanya sebagian kecil terutama pedagang batik yang penjualannya sudah di luar Surakarta bahkan sampai ekspor, sedangkan yang belum melakukan, transaksi hanya tercatat dalam tumpukan nota sehingga pihak *owners* sulit mengetahui pemantauan terhadap perkembangan usahanya. Hal inilah yang menyebabkan UMKM tidak memiliki informasi keuangan yang transparan dan terorganisir, serta mengalami keterlambatan dalam pengembangannya.

Pentingnya peranan sektor UMKM dalam mendukung pertumbuhan perekonomian mengharuskan dilakukannya penguatan kapasitas UMKM. Salah satu bentuk penguatan tersebut adalah dengan meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM terhadap pengetahuan keuangan sehingga pengelolaan dan akuntabilitasnya dapat dipertanggungjawabkan dengan lebih baik sebagaimana layaknya perusahaan besar. Literatur telah banyak yang mengkonfirmasi bahwa kemampuan perusahaan dalam mengenali dan mengakses sumber daya keuangan akan berdampak pada tingkat pertumbuhan perusahaan (Adomako et al., 2016). Selain meningkatkan pengetahuan keuangan, UMKM membutuhkan suatu aplikasi yang dapat mengintegrasikan dan mengotomatisasi proses bisnis dalam memperluas pangsa pasar dan meningkatkan daya saing (Suci, 2017). Aplikasi Gojek dapat dijadikan alternatif bagi UMKM untuk mempromosikan produknya melalui fitur *gofood*.

Gofood merupakan layanan jasa antar makanan atau minuman yang memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Layanan *gofood* memberikan kontribusi tertinggi dari empat layanan yaitu layanan roda dua *goride*, roda empat *gocar*, *gofood*, dan *golife* (LD FEB UI, 2018). Ditemukan hasil bahwa variabel harga, jumlah order, dan lama jam operasional secara serentak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel pendapatan serta terdapat perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah menggunakan aplikasi *gofood* (Indraswari & Kusuma, 2018).

UMKM yang menggunakan fitur *gofood* tidak hanya mengalami peningkatan omset, mitra juga memiliki layanan *delivery order* tanpa harus menyiapkan armada dan pegawai tambahan. Bergabungnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah ke dalam ekosistem *gofood*, memperkenalkan UMKM ke teknologi pembayaran elektronik atau *gopay*. Mayoritas UMKM baru menerapkan pembayaran *gopay* setelah menjadi mitra *gofood* (LD FEB UI, 2018). Adopsi teknologi pembayaran *gopay* di Modern Town Market Tangerang telah dipakai lebih dari 170 pelapak sejak diperkenalkan pada Januari 2019. Menurut Sobirin seorang pemilik lapak buah, pendapatannya perlahan mengalami peningkatan setelah menggunakan *gopay*. Semakin besar *cashback gopay*, maka peminat juga semakin banyak.

Di Kota Bekasi penulis menemukan UMKM yang sudah terdaftar sebagai mitra *gofood* dengan alat pembayaran *gopay*, tidak sedikit pelaku UMKM yang belum sadar akan pentingnya literasi keuangan. UMKM yang sudah terdaftar sebagai mitra *gofood* akan memiliki aplikasi *Gobiz* berguna untuk menerima orderan dan mengatur tampilan toko di fitur *gofood*. Adanya aplikasi *Gobiz* mempermudah pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan penjualan karena setiap transaksi penjualan dalam *gofood* akan tercatat otomatis harga dan kuantitasnya secara rinci. UMKM lain yang memanfaatkan *gofood* dan *gopay* untuk menaikkan omset saat pandemi covid-19 adalah Pasar Kue Subuh Teluk Buyung Chandrabaga Kota Bekasi. Sekitar 32 peserta pelaku UMKM di Kota Bekasi menjual kue dan jajanan pasar di Pasar Kue Subuh Teluk Buyung Chandrabaga Kota Bekasi dengan ketentuan setiap pedagang wajib memiliki aplikasi *gopay*, *gomart*, *gofood*, dan *gosend*, setiap pedagang menggunakan kantong belanja kertas atau kantong kain sebagai pembungkus kemasan serta menerapkan protokol kesehatan. Nama besar perusahaan Gojek juga mempunyai pengaruh pada tingkat familiaritas (*familiarity*) layanan yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Familiaritas suatu penyedia produk atau layanan akan meningkatkan kepercayaan terhadap penyedia produk atau jasa tersebut (Benbasat & Wang, 2005). Mudah digunakan dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen sangat mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan aplikasi layanan *gopay*.

Kemudahan penggunaan aplikasi tidak menyulitkan konsumen untuk mengoperasikannya serta manfaat akan menarik minat konsumen untuk tetap menggunakan dan memilih layanan *gopay* untuk bertransaksi kapanpun dan dimana saja (Arent et al., 2017). Inovasi fitur *gofood* peminatnya mengalami peningkatan disetiap tahun begitu juga penggunaan *gopay*, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “*Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Modal, Akses Pemasaran (Gofood), dan Inovasi Teknologi Pembayaran (Gopay) terhadap Kinerja UMKM sebagai Mitra Gofood dalam Aplikasi GoJek di Kota Bekasi*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM Mitra *Gofood* di Kota Bekasi?
2. Apakah akses modal berpengaruh terhadap kinerja UMKM Mitra *Gofood* di Kota Bekasi?
3. Apakah akses pemasaran (*Gofood*) berpengaruh terhadap kinerja UMKM Mitra *Gofood* di Kota Bekasi?
4. Apakah inovasi teknologi pembayaran (*Gopay*) berpengaruh terhadap kinerja UMKM Mitra *Gofood* di Kota Bekasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM Mitra *Gofood* di Kota Bekasi
2. Untuk menganalisis pengaruh akses modal terhadap kinerja UMKM Mitra *Gofood* di Kota Bekasi
3. Untuk menganalisis pengaruh akses pemasaran (*Gofood*) terhadap kinerja UMKM Mitra *Gofood* di Kota Bekasi

4. Untuk menganalisis pengaruh inovasi teknologi pemasaran (*Gopay*) terhadap kinerja UMKM Mitra *Gofood* di Kota Bekasi

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh:

1. Bagi pelaku UMKM

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai pengaruh literasi keuangan, akses modal, akses pemasaran (*gofood*), dan inovasi teknologi pembayaran (*gopay*) terhadap kinerja UMKM mitra *gofood* di Kota Bekasi kepada pelaku UMKM yang terdaftar sebagai mitra *gofood* maupun yang belum terdaftar. Dapat dijadikan sebagai referensi bagi pelaku UMKM yang telah menjadi mitra *gofood* sebagai upaya meningkatkan kinerja usahanya.

2. Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat sebagai bahan pembandingan dan referensi bagi peneliti berikutnya yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan topik permasalahan tentang mekanisme pembayaran *gopay* dan pengaruh terhadap keberlangsungan UMKM sebagai mitra *gofood*.

1.5 Sistematika Pembahasan

BAB I : Pendahuluan

Bab ini akan berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : Kajian Pustaka

Bab ini berisi tentang kajian pustaka yang berkaitan dengan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini, penelitian terdahulu, dan hipotesis penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini akan menjelaskan tentang populasi, subyek dan obyek penelitian, alat analisis data, pengujian hipotesis, dan data penelitian.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini berisikan analisis terhadap data yang telah diperoleh dari pelaksanaan penelitian ini, analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data secara deskriptif.

BAB V : Penutup

Bab ini berisi simpulan yang merupakan ringkasan dari hasil penelitian, kelemahan dan kelebihan dalam menguraikan hasil penelitian, dan terhadap pihak yang berkepentingan.