

BAB I

PENDAHULUAN

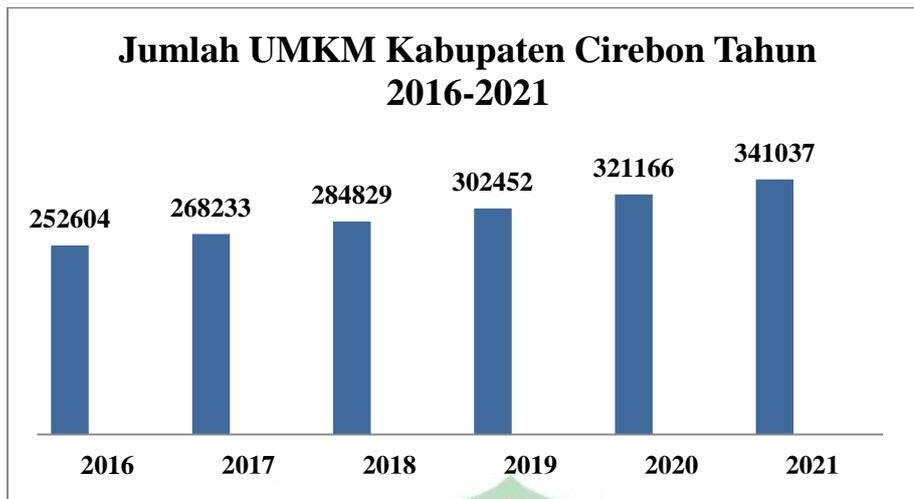
A. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu komponen dalam membangun perekonomian nasional, dimana perekonomian nasional diawali dengan membangun perekonomian di tingkat keluarga (UU No. 20 Tahun 2008 Tentang UMKM), Kebijakan pemberdayaan UKM secara umum diarahkan untuk mendukung upaya-upaya penanggulangan kemiskinan dan kesenjangan, penciptaan kesempatan kerja dan peningkatan ekspor, serta revitalisasi pertanian dan pedesaan, yang menjadi prioritas pembangunan nasional (Kusdaryani, 2020).

UMKM makanan dan minuman memiliki keunggulan bersaing, hal ini dibuktikan dengan banyaknya produk makanan dan minuman yang terjual di berbagai kota. Namun, UMKM kurang memperhatikan pasar dan hanya sebagian kecil yang bertindak proaktif. UMKM Kuliner juga menghadapi tantangan revolusi industri yang merupakan fase kelima dari perjalanan sejarah revolusi industri yang dimulai pada abad ke -18 adapun faktor lain yang dapat menentukan keunggulan bersaing yaitu orientasi kewirausahaan yang disebut dengan pendekatan baru pada pembaruan kinerja perusahaan (Fitria dan Setiawan, 2022).

Usaha-usaha kecil memiliki kontribusi yang besar dalam pertumbuhan ekonomi di suatu negara. Secara kuantitas, berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2020, jumlah usaha kecil saat ini mencapai 64,19 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,97% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi terhadap perekonomian Indonesia tersebut mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Selain itu, usaha kecil mampu menampung banyak pekerja yang memiliki tingkat pendidikan rendah (Nulhaq dan Fadruallah, 2022).

Grafik 1.1



Sumber: Open data Jabar

Jumlah UMKM yang tersebar di wilayah Kabupaten Cirebon pada tahun 2016 berjumlah 252.604 unit dan mencapai 341.037 unit di tahun 2021. Meskipun pertumbuhan UMKM di Kabupaten Cirebon meningkat dari tahun ke tahun, akan tetapi masih menyisakan banyak permasalahan, Permasalahan yang sering dikeluhkan oleh UMKM yaitu rendahnya kualitas sumber daya manusia pelaku UMKM, Beberapa permasalahan wirausahawan dalam melakukan kegiatan kewirausahaan seringkali menjadi batu sandungan, antara lain: Permodalan, distribusi barang, perizinan, pembukuan yang masih manual, pemasaran, produk, harga, sumber daya manusia, promosi serta hal lainnya yang sering menghambat proses kegiatan kewirausahaan. Beberapa hal diperkuat dari beberapa penelitian antara lain: Kegiatan pedagang kecil atau usaha mikro dan sejenisnya (UMKM) adalah kegiatan usaha yang tahan banting akan kegagalan usahan. Namun disisi lain, UMKM mempunyai masalah utama yaitu untuk mendapatkan finansial berupa kucuran kredit untuk memiliki modal usaha (Ardiansyah, 2019).

Dengan perkembangan digital teknologi juga mempermudah menyelesaikan beberapa masalah yang terjadi khususnya yang terjadi baik langsung maupun tidak langsung oleh para UMKM tersebut. Permasalahan-permasalahan yang cukup sering terjadi oleh beberapa pelaku UMKM salah

satunya ialah dalam mengambil keputusan investasi. Kurangnya literasi keuangan dapat mempengaruhi keputusan investasi mereka. Cukup banyak kasus UMKM yang akhirnya gagal dalam mengembangkan bisnisnya disebabkan penggunaan dana investasi yang dianggap terlalu tidak normal (Bentar et al, 2022). Usaha mandiri yang dijadikan mata pencaharian masyarakat ini menjadi salah satu penopang pertumbuhan ekonomi dan memiliki peran strategis dalam menggerakkan roda perekonomian bangsa. Keberadaan UMKM yang tersebar di seluruh penjuru negeri hingga menguasai 99% aktivitas bisnis di Indonesia, dengan 93,4% usaha kecil, usaha menengah 5,1% dan usaha besar 1% memperkuat kontribusi UMKM dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia (Risda, 2020).

Fenomena saat ini menjelaskan bahwa UMKM merupakan sektor usaha yang layak untuk dikembangkan bagi mendukung perkembangan ekonomi secara makro dan mikro Indonesia. Data-data resmi telah membuktikan begitu besarnya peran UMKM terhadap perekonomian Indonesia. Tetapi fakta di lapangan menunjukkan bahwa bisnis UMKM tidak selalu berjalan mulus, masih banyak hambatan dan kendala, baik yang bersifat internal maupun eksternal yang harus dihadapi para pelaku UMKM, Tidak sedikit UMKM yang tidak bisa berkembang dengan baik. Beberapa fakta menunjukkan bahwa kinerja UKM di Indonesia masih relatif buruk, bukan saja dibanding dengan usaha besar tetapi juga dibandingkan dengan UMKM di negara-negara maju, fakta bahwa UMKM banyak menghadapi kendala. Hambatan itu bisa dari faktor internal dan eksternal. Dari sisi internal hambatannya adalah modal yang terbatas, SDM yang terbatas kualitasnya, dan lemahnya jaringan pasar. Sementara dari sisi eksternal adalah diantaranya iklim usaha yang kurang kondusif bagi UMKM, terbatasnya sarana dan prasarana, beberapa peraturan dan perundang-undangan yang tidak berpihak kepada UMKM, kendala perkembangan UMKM ada beberapa faktor baik internal maupun eksternal. Beberapa faktor tersebut antara lain keterbatasan modal usaha, keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dan keterbatasan teknologi, beberapa masalah yang dihadapi UKM promosi dan pemasaran, pengelolaan

(*manajerial*), teknologi informasi, desain serta jejaring (*networking*) serta masalah pembiayaan (Surya, 2021).

Eksistensi UMKM memang tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi, terutama pasca krisis ekonomi. Disisi lain, UMKM juga menghadapi banyak sekali permasalahan, yaitu terbatasnya modal kerja, Sumber Daya Manusia yang rendah, dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi (Sedyastuti, 2018).

Perilaku berwirausahaan berupa tekun berusaha, inovatif, dan berani mengambil resiko. Karakteristik wirausaha akan mempengaruhi wirausaha didalam menjalankan setiap usahanya. Perilaku usaha kuliner yang mempunyai karakteristik yang kuat lebih mempunyai motivasi tinggi untuk menjalankan bisnisnya, tidak ingin suatu usahanya hanya seperti itu melainkan ingin membuat usahanya meningkat lebih baik lagi dan dapat menciptakan dengan lebih besar lagi. Pengambilan resiko dimana seperti pembuatan jenis makanan yang bervariasi dan banyak lagi, wirausaha ini berani mengambil resiko yang besar dan tidak takut akan usaha kuliner yang di buat tidak laku atau tidak bisa bersaing di pasaran (Khodijah et al. 2023)

Grafik 1.2



Sumber: BeritaSatu.com

Tingkat kewirausahaan Indonesia masih tertinggal dibanding Singapura dan negara maju lainnya di dunia, Sebanyak 82,55% UMKM saat ini belum memiliki kualitas kewirausahaan, sedangkan untuk menjadi negara maju setidaknya dibutuhkan minimal 4% dari proporsi jumlah penduduk. Karenanya, pendidikan dan pengenalan kewirausahaan harus dilakukan sejak usia dini, hingga ke depan makin banyak masyarakat Indonesia atau pelaku UMKM yang memiliki kualitas kewirausahaan.

Saat ini berdasarkan paham ekonomi modern, baik pemerintah pusat ataupun pemerintah daerah sedang gencar-gencarnya menciptakan wirausaha baru. Jumlah wirausaha Jawa Barat tercatat 0,8% pengusaha dari jumlah penduduk lebih dari 42 juta jiwa.

Kewirausahaan diyakini dapat menjadi faktor pendorong kemajuan suatu negara. Namun, sebelum seseorang memulai atau menciptakan suatu usaha harus dan wajib baginya dalam meningkatkan pemahaman kewirausahaannya terkait usaha apa yang akan dirintis, bagaimana cara mengelola, strategi apa yang dibutuhkan dalam menunjang keberhasilan, bagaimana mengantisipasi dan mengatasi problematika yang muncul, dan lainnya (Hasanah dan Setiaji, 2019).

Pada masa digitalisasi ialah dimana teknologi sebagai pemeran utama dalam menggapai persaingan bisnis seperti pada bisnis yang sedikit hingga dengan bisnis tumbuh dengan pesat. Pengusaha yang masih menggunakan strategi dan budaya usaha yang lama maka lama kelamaan akan tergantikan oleh datangnya pengusaha baru (*start-up*) yang dapat bersaing dengan segala hal yang baru dalam menerapkan serta memberikan pelayanan yang baik dan menyenangkan untuk masyarakat. Diantaranya yaitu terhadap bidang keuangan yang baru-baru ini muncul yaitu bernama *financial technology* (Rahmawati et al, 2022).

Dengan adanya teknologi, kemudahan di berbagai sektor kehidupan termasuk dunia pembisnis. Para pelaku bisnis dituntut menciptakan hal baru dalam strategi persaingan pasar, setiap perusahaan berlomba untuk

menciptakan produk dengan kualitas yang ekonomis, efektif, cepat, tepat dan aman untuk memenuhi kebutuhan konsumen pada masa sekarang maupun di masa depan (Pradini dan Susanti, 2021).

Ekonomi digital masih menjadi tantangan bagi sebagian pengusaha, karena bagi yang mampu beradaptasi, keuntungan berlipat ganda akan didapat. Sebaliknya, pengusaha yang tidak dapat mengikuti kecanggihan perkembangan zaman bukan tidak mungkin akan jauh ketinggalan. Jangkauan *e-commerce* tidak hanya berputar di wilayah perkotaan saja karena internet saat ini sudah memadai hampir diseluruh wilayah Indonesia khususnya di Desa sehingga konsumen akan mudah melakukan transaksi secara efektif dan efisien (Aulia et al, 2022).

Sebagian besar UMKM mengakui dan tampak sangat akrab dengan pemanfaatan literasi digital atau media digital berbasis internet, khususnya smartphone, Kemampuan digital suatu organisasi perusahaan, khususnya UMKM, dapat mengantarkan distribusi yang bermanfaat bagi para pelaku ekonomi, khususnya dalam menjalankan kewajiban administrasinya, membutuhkan ketrampilan atau SDM yang memadai untuk mengembangkan usaha mikro agar mampu memanfaatkan kemajuan teknologi (Lusiana et al, 2021)

Dalam kasus ini diperlukan suatu upaya untuk meningkatkan literasi digital pada pelaku usaha ini agar pengetahuan dan rasa percaya diri mereka dalam menggunakan transformasi digital dapat terbentuk. Usaha yang dapat dilakukan antara lain memberikan edukasi tentang manfaat, tujuan dan teknik penggunaan teknologi digital pada masyarakat mitra yang bergerak di sektor kuliner (Bangun et al, 2020). Dengan adanya manajemen yang baik maka seorang pengusaha dapat menerima dan mengelola serta mengambil manfaat dari hal tersebut (Syifa, 2020).

Orientasi kewirausahaan secara langsung maupun tidak langsung memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Ini berarti bahwa perusahaan yang mengadopsi orientasi kewirausahaan memiliki

kinerja yang lebih unggul dibandingkan dengan yang tidak (Mustari et al, 2021).

Sikap pelaku usaha yang tidak proaktif dan enggan mengambil resiko akan menghambat inovasi dan perkembangan usaha karena pelaku usaha tidak dapat memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga hasilnya produk tidak memiliki keunggulan dan kualitas yang tinggi seperti yang diharapkan konsumen. Selain itu pelaku usaha juga tidak gencar dalam menggali informasi mengenai perubahan kebutuhan dan selera konsumen serta mengabaikan pergerakan pesaingnya. Pelaku juga terbilang santai walau sudah mengetahui bahwa pesaing memiliki sistem maupun segmen baru dalam menjalankan bisnisnya karena merasa sudah cukup dengan bisnis yang sekarang dijalani tanpa mempertimbangkan kondisi dimasa yang akan datang (Sinulingga, 2022).

Desa Battembat merupakan sentra kuliner empal gentong dan tongsengnya yang kini telah menjadi destinasi wisata kuliner yang harus dikunjungi oleh wisatawan, lokasinya yang strategis ditengah-tengah perkotaan membuat desa battembat terkenal dengan empal gentongnya yang sudah banyak dinkmati oleh wisatawan yang ingin mencoba kuliner didesa tersebut.

Berkembangnya UMKM di Desa Battembat ditandai dengan semakin banyak- nya usaha-usaha berkapasitas mikro, kecil hingga menengah. Seiring perkembangan teknologi yang semakin canggih serta ditunjang oleh kreativitas dan inovasi dari pelaku UMKM. Terdapat beberapa faktor atau alasan yang memungkinkan terbentuknya intensitas berwirausaha pada pelaku UMKM di Desa Battembat, Beberapa alasan yang memungkinkan terjadinya suatu perilaku berwirausaha dalam diri UMKM Desa Battembat dapat timbul dari (1) adanya sebuah inspirasi, yaitu sesuatu yang mendorong seseorang melakukan tindakan berdasarkan keadaan yang ada di sekitarnya, (2) imbalan yang diterima oleh individu sebagai alasan yang mendasari keinginan berwirausaha, (3) kepribadian yang dimiliki individu dan (4) lingkungan, merupakan alasan berwirausaha yang timbul dari lingkungan sekitar individu itu sendiri. seseorang yang latar belakang keluarga atau saudaranya

berwirausaha memiliki tingkat keinginan untuk berwirausaha yang lebih besar dibandingkan orang yang keluarga atau saudaranya tidak berwirausaha dimana seseorang yang keluarganya memiliki usaha telah memiliki pengalaman tentang berwirausaha, sehingga dapat merencanakan karir berwirausaha di masa depan sebagai pilihan hidup. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman usaha dari keluarga akan memberikan pengalaman secara tidak langsung kepada seseorang untuk memiliki minat berwirausaha (Sungkawati dan Rossadian, 2018).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, berikut di bawah ini merupakan temuan sejumlah masalah terkait dengan penelitian skripsi, sebagai berikut:

1. Strategi-strategi dalam perilaku berwirausaha berbasis literasi digital, literasi keuangan dan orientasi kewirausahaan agar tujuannya dapat diperoleh secara optimal dan berkelanjutan.
2. Terbatasnya jumlah modal merupakan kendala utama dalam pengembangan usaha UMKM.
3. Sumber Daya Manusia (SDM) yang Terbatas Sebagian besar usaha kecil tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga yang turun temurun.
4. Lemahnya Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi Pasar Usaha kecil yang pada umumnya merupakan unit usaha keluarga, mempunyai jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi pasar yang rendah.
5. Iklim Usaha Belum Sepenuhnya Kondusif Kebijakan Pemerintah untuk menumbuh kembangkan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM).
6. Terbatasnya Sarana dan Prasarana Usaha Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.
7. Sifat Produk Dengan Lifetime Pendek.
8. Terbatasnya Akses Pasar.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang sudah disebutkan di atas, maka peneliti melakukan pembatasan masalah agar pembahasan ini tidak meluas maka pada skripsi ini penelitian akan memfokuskan masalah penelitiannya, hal ini bertujuan agar penelitian tidak terkesan tidak jelas, dari pemfokusan masalah ini akan terlihat manfaat yang diambil dari suatu penulisan yang dilakukan agar tidak terjadi kekeliruan dan salah penafsiran dalam penelitian kali ini, Dalam penelitian ini studi kasus dilakukan kepada pelaku UMKM di Desa Battebat mengenai Pengaruh literasi digital, literasi keuangan dan orientasi kewirausahaan terhadap perilaku berwirausaha sektor kuliner.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah literasi digital berpengaruh terhadap perilaku berwirausaha sektor kuliner pada UMKM di Desa Battebat Kabupaten Cirebon?
2. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku berwirausaha sektor kuliner pada UMKM di Desa Battebat Kabupaten Cirebon?
3. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap perilaku berwirausaha sektor kuliner pada UMKM di Desa Battebat Kabupaten Cirebon?
4. Apakah literasi digital, literasi keuangan dan orietasi kewirausahaan berpengaruh simultan terhadap perilaku berwirausaha sektor kuliner pada UMKM di Desa Battebat Kabupaten Cirebon?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap perilaku berwirausaha sektor kuliner pada UMKM di Desa Battebat Kabupaten Cirebon.
2. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku berwirausaha sektor kuliner pada UMKM di Desa Battebat Kabupaten Cirebon.

3. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap perilaku berwirausaha sektor kuliner pada UMKM di Desa Battebat Kabupaten Cirebon.
4. Untuk mengetahui literasi digital, literasi keuangan dan orientasi kewirausahaan berpengaruh simultan terhadap perilaku berwirausaha sektor kuliner pada UMKM di Desa Battebat Kabupaten Cirebon.

F. Kegunaan Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi pelaku usaha sektor kuliner di Desa Battebat

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh literasi digital, literasi keuangan dan orientasi kewirausahaan terhadap perilaku berwirausaha sektor kuliner pada UMKM di Desa Battebat Kabupaten Cirebon.

2. Bagi Mahasiswa

Dengan adanya penelitian ini, dapat memberikan wawasan dan pengetahuan khususnya pengaruh literasi digital, literasi keuangan dan orientasi kewirausahaan terhadap perilaku berwirausaha sektor kuliner pada UMKM di Desa Battebat Kabupaten Cirebon.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penambahan ilmu pengetahuan, khususnya bagi ekonomi syariah serta menjadi bahan bacaan di perpustakaan Universitas dan dapat memberikan referensi bagi mahasiswa lain.

G. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan uraian secara garis besar yang berkenaan dengan latar belakang, alasan pemilihan judul, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka teoritis dan konsep operasional, metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisa data, sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan lebih mendalam mengenai landasan teori, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini menyajikan data berkenaan dengan literasi digital, literasi keuangan dan orientasi kewirausahaan terhadap perilaku berwirausaha sektor kuliner pada umkm di Desa Battembat Kabupaten Cirebon.

BAB IV Hasil Pembahasan

Pada bab ini penulis akan menguraikan hasil penelitian dan pembahasan yang berisi mengenai deskripsi objek penelitian yakni berkenaan literasi digital, literasi keuangan dan orientasi kewirausahaan terhadap perilaku berwirausaha sektor kuliner pada umkm di Desa Battembat Kabupaten Cirebon.

BAB V Penutup

Dalam bab ini akan diuraikan kesimpulan dan saran yang telah diteliti oleh penulis. yang ditunjukkan untuk pihak terkait baik masyarakat, mahasiswa dan sebagainya.