

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Dalam era peralihan menuju revolusi industri 4.0 dan penerapan *Smart Technology* (ST), transformasi digital telah menjadi fenomena yang tak terhindarkan. Revolusi industri 4.0 telah memperkenalkan perubahan digital dalam bidang ekonomi dan kehidupan sosial, yang pada akhirnya membentuk sebuah ekonomi digital. Perkembangan ini disebabkan oleh munculnya teknologi-teknologi digital yang terus tumbuh dan mendorong perkembangan ekonomi digital (Elia et al., 2020).

Dalam konteks perkembangan ekonomi digital, perusahaan-perusahaan turut mengadopsi dan memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari inovasi dalam model bisnis, yang selanjutnya dapat dilakukan pengembangan sumber daya dan kemampuan digital untuk dapat menyesuaikan diri dengan dinamika pasar dan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. UMKM saat ini juga mulai mengikuti transformasi digital untuk menjaga relevansi dan kelangsungan hidupnya di era pertumbuhan ekonomi digital. Hal ini menunjukkan pentingnya beradaptasi dengan teknologi digital sebagai strategi untuk menjaga kelangsungan usaha (Annarelli et al., 2021).

UMKM berperan penting bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara. UMKM didefinisikan sebagai usaha komersial yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau perseorangan dan memenuhi kriteria tertentu yang ditetapkan undang-undang (Nasution & Nusa, 2022). UMKM bukan hanya berkontribusi di sektor bisnis,

tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap aktivitas ekonomi, penciptaan lapangan pekerjaan, dan untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis.

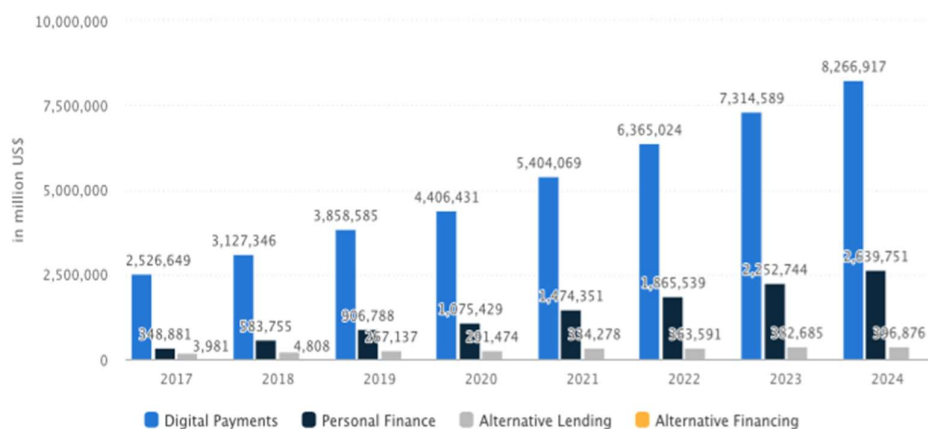
Keberlangsungan bisnis UMKM sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dalam mencapai dan menjaga keberlangsungan bisnis salah satu hal yang penting yaitu memiliki kinerja keuangan yang baik, dan mencerminkan kondisi keuangan dalam periode tertentu. Kinerja keuangan memengaruhi pihak internal dan eksternal untuk menunjukkan kapabilitas manajemen dalam pengelolaan sumber daya (Rahadjeng et al., 2021). Disisi lain, kinerja keuangan juga penting karena dapat memengaruhi persepsi terhadap kesehatan finansial dan keberlangsungan bisnis UMKM (Pandak & Nugroho, 2023).

Menurut Su et al., (2022) strategi terbaik untuk mencapai ketahanan dan keberlangsungan bisnis yaitu dengan beralih ke *e-commerce*, promosi *online*, penjualan *online*, dan logistik. UMKM dapat menerapkan teknologi digital untuk memantau operasional, mengakses laporan keuangan, mengelola persediaan, dan penjualan. Beberapa penelitian menyimpulkan bahwa UMKM dapat mencapai keberlangsungan bisnis dengan beralih ke lingkungan *online* untuk mengembangkan strategi digital. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian bagaimana UMKM dapat meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan keberlangsungan bisnis dengan memanfaatkan kemajuan teknologi.

Seiring dengan kemajuan teknologi digital dan peralihan UMKM tradisional menuju ke UMKM yang berfokus pada *e-commerce* sudah memasuki berbagai sektor, yang paling utama adalah sektor keuangan atau finansial. Menurut Lontchi

et al., (2023) munculnya *financial technology* telah menghasilkan perubahan signifikan dalam sektor keuangan dan bisnis secara keseluruhan. Inovasi teknologi di sektor keuangan, yang dikenal sebagai *financial technology* telah menciptakan berbagai model dalam dunia bisnis, aplikasi, dan produk yang berkaitan dengan layanan keuangan. Dampak dari *financial technology* telah mengubah cara pelaku UMKM dalam memaksimalkan potensi keuntungan, efisiensi dan efektivitas dalam setiap transaksi (Dewi, 2020).

Menurut Hasyim & Hasibuan (2022) *financial technology* bertujuan untuk menciptakan lingkungan masyarakat yang lebih mudah dan simpel dalam melakukan transaksi serta mengakses berbagai produk keuangan. Kehadiran *financial technology* memiliki potensi untuk memperluas cakupan layanan keuangan dan meningkatkan efisiensi dalam penyediaan dana. *Financial technology* juga dapat menjadi dorongan bagi perkembangan UMKM dengan menyediakan berbagai layanan keuangan (Fadilah et al., 2022).

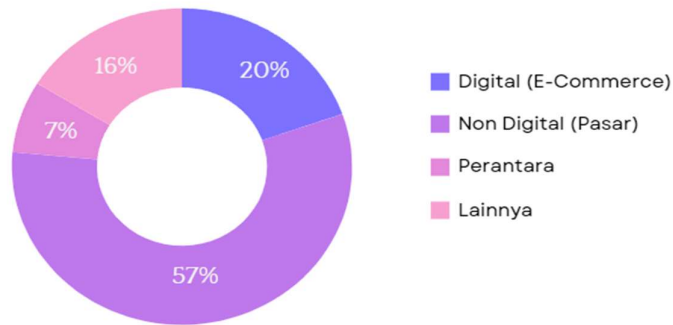


Gambar 1.1: Pertumbuhan *Financial Technology* di Indonesia

Sumber: Fauzan, 2020

Berdasarkan Gambar 1.1 terkait pertumbuhan *financial technology* di Indonesia, data tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan *financial technology* terus meningkat dari tahun ke tahun. Meskipun *financial technology* membawa banyak manfaat bagi UMKM, namun hanya sedikit di antara mereka yang menggunakan *financial technology* ini dalam operasional mereka. Hal ini sebagian disebabkan oleh ketidakpastian yang dirasakan oleh pelaku UMKM. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk menginvestigasi apakah adopsi *financial technology* oleh UMKM berdampak pada kinerja keuangan dan keberlanjutan bisnis.

Pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pandangan bisnis global, termasuk di Indonesia. Dalam studi dan penelitian yang dilakukan oleh Martini et al., (2023) adanya pergeseran dinamis dalam perilaku pembelian pelanggan dimana semakin banyak pelanggan yang sering melakukan pembelian secara *online*, sehingga semakin mendorong UMKM untuk mengadopsi inovasi teknologi digital. Pernyataan ini didukung dengan pernyataan Yacob et al., (2021) bahwa era ekonomi digital yang berkembang pesat menjadi dorongan bagi UMKM untuk menerapkan *e-commerce* agar dapat meraih keunggulan kompetitif dan meningkatkan eksposur ke pasar internasional serta untuk menjaga kinerja keuangan dan mempertahankan keberlangsungan bisnis.



Gambar 1.2: Metode Pemasaran UMKM di Tahun 2021-2023

Sumber: Satu Data Diskop UKM Prov Jatim (<https://bit.ly/45mY5vL>) 2023

Berdasarkan Gambar 1.2 terkait metode pemasaran UMKM di tahun 2021-2023 dapat diamati bahwa pada rentang waktu 2021-2023, sebanyak 57% UMKM masih menggunakan metode pemasaran konvensional dan hanya 20% UMKM yang beralih menggunakan platform digital, khususnya *e-commerce*. Sementara itu, sebanyak 16% UMKM mengadopsi metode lainnya dan 7% UMKM menggunakan perantara dalam pemasaran mereka. Analisis ini mencerminkan bahwa meskipun adopsi *e-commerce* mengalami kemajuan namun masih terdapat kesenjangan yang signifikan antara UMKM dan perusahaan yang telah mapan dalam mengadopsi teknologi. Permasalahan ini disebabkan oleh rendahnya tingkat adopsi *e-commerce* di kalangan UMKM, sehingga perusahaan besar masih memiliki keunggulan dalam hal peningkatan penjualan dan efisiensi biaya dibandingkan dengan UMKM.

Peningkatan UMKM di berbagai daerah Indonesia termasuk Kabupaten Banyuwangi, terus menjadi fokus perhatian dalam upaya memajukan perekonomian daerah. Banyuwangi menjadi salah satu wilayah padat ekonomi di Provinsi Jawa Timur dengan berbagai aset yang dimiliki (BPS Kabupaten Banyuwangi, 2024). Salah satu faktor pendorong pertumbuhan ekonomi di

Kabupaten Banyuwangi yakni pertumbuhan UMKM yang berkembang pesat. Kabupaten Banyuwangi memiliki 296.706 UMKM yang tersebar di 25 wilayah kecamatan. Berdasarkan data BPS Kabupaten Banyuwangi, pada tahun 2023 nilai Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Banyuwangi mencapai 60,85 triliun rupiah. Angka tersebut merupakan peningkatan dibandingkan pada tahun 2022 dengan 57,93 triliun rupiah. Pertumbuhan ekonomi Kabupaten Banyuwangi mengalami peningkatan sekitar 5,03 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan PDRB ini terutama disebabkan oleh kenaikan produksi barang dan jasa di hampir semua sektor usaha (BPS Kabupaten Banyuwangi, 2023). Oleh karena itu, pemerintah Kabupaten Banyuwangi melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan UMKM di wilayah Kabupaten Banyuwangi.

Pernyataan terkait data analisis pemasaran UMKM di tahun 2021-2023 Provinsi Jawa Timur pada gambar 1.2, menjadikan pemerintah Kabupaten Banyuwangi melakukan upaya untuk memajukan UMKM dengan meningkatkan pemasaran melalui metode digital. Hal ini didukung berdasarkan data *e-purchasing* untuk seluruh Provinsi Jawa Timur yang tercatat hingga tanggal 22 Mei 2023 di Kabupaten Banyuwangi, telah tercatat realisasi transaksi yang signifikan sebesar 285,74 miliar rupiah yang berdasarkan indikasi meningkat dari tahun 2022 yakni dengan capaian realisasi transaksi sebesar 127,96 miliar rupiah. Keberhasilan tersebut membawa Kabupaten Banyuwangi meraih juara 2 di *E-Purchasing Awards* 2023. Dalam upaya untuk terus memajukan UMKM, Bupati Banyuwangi Ipek Fiestiandani menyatakan dalam *E-Purchasing Awards* 2023, pihaknya terus mendukung dan mendorong penggunaan *e-katalog* lokal yang tersedia untuk

pelaksanaan pengadaan barang dan jasa dalam platform *e-commerce* (Rimawati, 2023).

Pemerintah kabupaten secara terus-menerus berusaha untuk meningkatkan partisipasi UMKM dalam kegiatan pengadaan barang dan jasa, tujuannya adalah agar UMKM dapat memberikan kontribusi yang lebih signifikan serta memperoleh peluang yang lebih baik dalam proyek-proyek pengadaan. Sebagian besar UMKM yang terdaftar di *e-katalog* adalah UMKM lokal, meliputi berbagai sektor seperti souvenir, alat tulis kantor, kuliner, bahan aspal, jasa perbaikan kendaraan, dan lain-lain. Pengadaan elektronik diperkirakan akan mempermudah, mempercepat, dan meningkatkan transparansi serta akuntabilitas proses. Selain itu, sistem ini dirancang untuk memperkuat dan memaksimalkan pengadaan barang dan jasa dari produk-produk UMKM, sambil mendorong peningkatan penggunaan komponen lokal dalam produk tersebut (Sodiqin, 2023).

Selain itu, pemerintah Kabupaten Banyuwangi juga melakukan berbagai upaya untuk memajukan UMKM yaitu mengadakan *workshop* dengan menggandeng perusahaan *e-commerce* untuk memperluas jangkauan pasar UMKM. Bupati Banyuwangi Ipuk Fiestiandani mengatakan bahwa pemerintah kabupaten akan terus mendukung upaya pengembangan UMKM melalui beberapa program untuk menaikkan kelas UMKM salah satunya dengan mendorong UMKM untuk memanfaatkan *marketplace* yang sudah ada di Indonesia (Perdana, 2023).

Berdasarkan pentingnya dua fenomena teknologi dalam dunia bisnis saat ini, yaitu adopsi *e-commerce* dan *financial technology*, serta bagaimana hal tersebut memengaruhi keberlangsungan bisnis UMKM. *E-commerce* telah memainkan

peran penting dalam transformasi bisnis digital. Hal ini memberikan peluang kepada UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui pemanfaatan platform *online*. Di sisi lain, *financial technology* telah menghadirkan inovasi dalam layanan keuangan, mempermudah, dan mempercepat akses ke pembiayaan serta solusi keuangan.

Adopsi *e-commerce* oleh UMKM di Kabupaten Banyuwangi menjadi perhatian utama dalam penelitian ini karena potensinya dalam meningkatkan akses pasar dan penjualan bagi para pelaku usaha. Namun, masih belum banyak penelitian yang memperhatikan bagaimana adopsi *e-commerce* ini secara spesifik memengaruhi keberlangsungan bisnis UMKM di wilayah tersebut. Selain itu, fenomena *financial technology* juga menarik untuk diteliti karena dampaknya yang masih relatif baru dalam ekosistem bisnis. Melalui layanan keuangan yang disediakan oleh *financial technology*, UMKM memiliki peluang untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mendapatkan akses yang lebih mudah terhadap modal usaha.

Penelitian terkait adopsi *e-commerce* terhadap keberlangsungan bisnis telah dilakukan sebelumnya, namun hasilnya menunjukkan perbedaan pendapat di antara para peneliti. Penelitian Gao et al., (2023) mengemukakan *e-commerce* berperan penting dalam meningkatkan kinerja keuangan dan kelangsungan bisnis UMKM. Didukung juga oleh penelitian Martini et al., (2023) yang mengemukakan *e-commerce* berpengaruh pada kinerja UMK yang berkelanjutan. Namun, Jovanovic (2020) memberikan pendapat yang berbeda yakni bahwa *e-commerce* tidak memengaruhi kinerja UMKM secara berkelanjutan. Penelitian sebelumnya telah



mengevaluasi pengaruh *financial technology* terhadap keberlangsungan bisnis, namun hasil-hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya perbedaan pendapat. Dalam penelitian Lontchi et al., (2023) mengungkapkan bahwa *financial technology* memberikan pengaruh yang positif terhadap kinerja dan keberlangsungan bisnis UMKM. Akan tetapi, hasil penelitian Maulana et al., (2022) mengungkapkan pendapat yang berbeda yakni *financial technology* tidak berpengaruh terhadap kelangsungan bisnis UMKM.

Penelitian mengenai hubungan adopsi *e-commerce*, *financial technology*, dan keberlangsungan bisnis masih jarang diteliti, khususnya dengan mediasi kinerja keuangan berdasarkan teori *Resource Based View* (RBV) dalam konteks UMKM di Provinsi Jawa Timur. Dengan demikian, dilakukannya penelitian ini untuk menguji pengaruh adopsi *e-commerce* dan *financial technology* dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis UMKM dan membuktikan bahwa kinerja keuangan memediasi hubungan tersebut. Model mediasi dalam penelitian ini dikembangkan berdasarkan teori *Resource Based View* (RBV).

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh adopsi *e-commerce* dan *financial technology* terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di Kabupaten Banyuwangi, dengan kinerja keuangan sebagai variabel mediasi. Kinerja keuangan dipilih sebagai variabel mediasi karena kinerja keuangan mencerminkan analisis finansial suatu usaha yang apabila menunjukkan performa baik, maka dapat mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang (Rahadjeng et al., 2021). Penelitian Gao et al., (2023) mengemukakan kinerja keuangan dapat memediasi hubungan antara *e-commerce* dan keberlanjutan bisnis. Selain itu,

Nurohman et al. (2021) mengemukakan bahwa kinerja keuangan memengaruhi hubungan antara teknologi keuangan dan keberlanjutan bisnis. Maka dari itu, penelitian ini berjudul **“Pengaruh Adopsi *E-Commerce* dan *Financial Technology* terhadap Keberlangsungan Bisnis UMKM di Kabupaten Banyuwangi dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Mediasi.”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah adopsi *e-commerce* berpengaruh terhadap keberlangsungan bisnis UMKM di Kabupaten Banyuwangi?
2. Apakah *financial technology* berpengaruh terhadap keberlangsungan bisnis UMKM di Kabupaten Banyuwangi?
3. Apakah adopsi *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Banyuwangi?
4. Apakah *financial technology* berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Banyuwangi?
5. Apakah kinerja keuangan berpengaruh terhadap keberlangsungan bisnis UMKM di Kabupaten Banyuwangi?
6. Apakah kinerja keuangan berpengaruh terhadap hubungan antara adopsi *e-commerce* dan keberlangsungan bisnis UMKM di Kabupaten Banyuwangi?
7. Apakah kinerja keuangan berpengaruh terhadap hubungan antara *financial technology* dan keberlangsungan bisnis UMKM di Kabupaten Banyuwangi?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk membuktikan pengaruh adopsi *e-commerce* terhadap keberlangsungan bisnis UMKM di Kabupaten Banyuwangi.
2. Untuk membuktikan pengaruh adopsi *financial technology* terhadap keberlangsungan bisnis UMKM di Kabupaten Banyuwangi.
3. Untuk membuktikan pengaruh adopsi *e-commerce* terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Banyuwangi.
4. Untuk membuktikan pengaruh adopsi *financial technology* terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Banyuwangi.
5. Untuk membuktikan pengaruh kinerja keuangan terhadap keberlangsungan bisnis UMKM di Kabupaten Banyuwangi.
6. Untuk membuktikan pengaruh kinerja keuangan terhadap hubungan antara adopsi *e-commerce* dan keberlangsungan bisnis UMKM di Kabupaten Banyuwangi.
7. Untuk membuktikan pengaruh kinerja keuangan terhadap hubungan antara *financial technology* dan keberlangsungan bisnis UMKM di Kabupaten Banyuwangi.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat diantaranya:

## **1. Manfaat Teoritis**

Diharapkan bermanfaat untuk menambah dan memperluas kegunaan teori *Resource Based View* (RBV) dalam menguji pengaruh adopsi *e-commerce* dan *financial technology* terhadap kinerja keuangan dan keberlangsungan bisnis UMKM.

## **2. Manfaat Praktis**

### **a. Bagi UMKM**

Diharapkan dapat memberikan informasi terkait *e-commerce* dan *financial technology* sehingga dapat mendorong UMKM untuk memanfaatkan *e-commerce* dan *financial technology* guna meningkatkan kinerja dan mempertahankan keberlangsungan bisnis UMKM.

### **b. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang membahas topik yang sama yaitu terkait pengaruh adopsi *e-commerce* dan *financial technology* terhadap kinerja keuangan serta keberlangsungan bisnis UMKM.