

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu faktor dalam hal pembangunan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat yang menjadi peranan pada suatu negara. Peranan ini dapat dilihat dari dampak UMKM dalam hal meningkatkan lapangan pekerjaan, meningkatkan penghasilan bagi rakyat kecil dan dapat membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari pada masyarakat. Pada kondisi yang berbeda, UMKM dapat menjadi tulang punggung bagi perekonomian negara Indonesia. UMKM dapat membantu pemerintah memenuhi kebutuhan dan menjadi salah satu ketahanan ekonomi dalam menghadapi tantangan (Hamzah et al., 2023).

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008, dijelaskan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah bentuk usaha yang menjadi kegiatan positif dengan cara melebarkan lapangan pekerjaan dan mendorong pelayanan ekonomi secara lebih luas, serta memiliki peran dalam upaya pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat. Berdasarkan PP No. 7 Tahun 2021, dijelaskan bahwa Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan kekuatan ekonomi yang menjadi salah satu pilar untuk pemerataan pendapatan, dan memperluas lapangan pekerjaan, mewujudkan stabilitas ekonomi, dan mendorong pertumbuhan ekonomi.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM di Indonesia sebanyak 65,5 juta, dimana sebesar 99% telah mencapai unit usaha total. Sepanjang tahun 2023, UMKM memiliki keterlibatan dengan memberikan sumbangan PDB sekitar 9.580 triliun (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, 2023). Tingginya kontribusi pada negara, membuktikan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam hal ketahanan keuangan negara. Berdasarkan hal tersebut, Pemerintah Pusat harus lebih bijaksana dalam menetapkan kebijakan kepada para pemilik UMKM dan memberikan fasilitas untuk pengembangan usaha.

UMKM memiliki pengaruh yang penting dalam perekonomian Indonesia, karena mampu menciptakan banyak lapangan pekerjaan bagi masyarakat. UMKM juga berkontribusi dalam pemanfaatan kekayaan sumber daya dengan tepat guna sesuai dengan apa yang akan dibutuhkan. Semakin berkembangnya UMKM, kebutuhan masyarakat pun dapat terpenuhi melalui berbagai produk dan layanan yang ditawarkan. UMKM juga memberikan sumbangan besar terhadap pemasukan negara, baik melalui pajak maupun pertumbuhan ekonomi yang stabil. UMKM tidak dapat dianggap remeh, karena perannya sangat besar dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional. Dukungan yang tepat, menjadikan UMKM dapat terus berkembang dan semakin berdaya saing di pasar di kancah dunia dan tidak mudah hancur tergerus oleh kemajuan teknologi.

Permasalahan yang akan dihadapi oleh UMKM saat ini adalah meningkatkan kelas untuk menjadi semakin terkini. UMKM harus memiliki upaya untuk ikut serta dalam perkembangan pasar digital meskipun hal tersebut dinilai

bukan sebagai sesuatu yang mudah. Hal ini didasari oleh beberapa tantangan yang harus dilalui. Tantangan tersebut antara lain:

1. Keterbatasan pemilik UMKM dalam mengadopsi teknologi dan memahami literasi digital. Digitalisasi UMKM bukan sekadar memperluas jangkauan pasar melalui pemasaran online, tetapi juga mencakup perubahan pola pikir dalam memanfaatkan teknologi digital secara menyeluruh.
2. Berdasarkan pembiayaan sejumlah UMKM masih menghadapi keterbatasan, terutama karena belum memiliki pengalaman dalam menyusun laporan keuangan dan administrasi secara digital.
3. Dalam aspek produksi, ketidakmampuan UMKM untuk memenuhi standar mutu produk seringkali menjadi penghalang dalam upaya menembus pasar ekspor berbasis digital.
4. Kegiatan ekonomi digital UMKM terbentur pada kompleksitas regulasi dan prosedur bisnis lintas negara yang menyita waktu dan memerlukan biaya tinggi.
5. Tantangan lainnya mencakup keterbatasan dalam inovasi dan teknologi, rendahnya literasi digital, perizinan yang rumit, kendala pemasaran, kekurangan sumber daya manusia.

Kinerja keuangan UMKM saat ini menunjukkan adanya dinamika pertumbuhan bisnis, yang dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti manajemen keuangan, akses permodalan, dan kondisi pasar. Banyak UMKM yang terkendala modal yang membuat pemilik usaha hanya bergantung pada modal sendiri atau utang usaha dengan bunga yang tinggi. Kurangnya literasi keuangan juga sering

menjadi kendala yang menyebabkan adanya ketidaksesuaian dalam pengelolaan keuangan, seperti arus kas yang tidak stabil. Adanya perkembangan teknologi, membantu UMKM dalam hal pendanaan dan pemasaran yang lebih luas. Dukungan dari pemerintah seperti subsidi, kredit usaha dan pendampingan pengelolaan keuangan yang baik menjadi salah satu cara supaya UMKM dapat terus berjalan.

Kinerja keuangan UMKM mencerminkan kemampuan suatu usaha dalam mengelola sumber daya keuangannya untuk mencapai keuntungan dan pertumbuhan jangka panjang. Keberhasilan UMKM sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti akses permodalan yang memadai dan manajemen keuangan yang efektif. Strategi pemasaran yang tepat juga berperan dalam meningkatkan penjualan dan daya saing usaha. Inovasi produk menjadi faktor penting lainnya yang dapat membantu UMKM menarik lebih banyak pelanggan dan memperluas pasar. Pencapaian kinerja keuangan yang optimal dapat dilakukan dengan melakukan pencatatan keuangan secara teratur dan transparan. Pencatatan yang baik, pelaku usaha dapat lebih mudah menemukan kesempatan dan menghadapi tantangan yang ada.

Penggunaan teknologi dalam pencatatan keuangan, pemasaran, dan transaksi dapat membantu mengelola lebih efisien. Akan tetapi, banyak UMKM masih kesulitan dalam memanfaatkan teknologi secara baik karena sumber daya dan pengetahuan digital yang terbatas. Masalah lain yang dapat memengaruhi keuangan UMKM adalah kurangnya penjualan. Dalam persaingan yang semakin ketat, bisnis harus lebih inovatif untuk

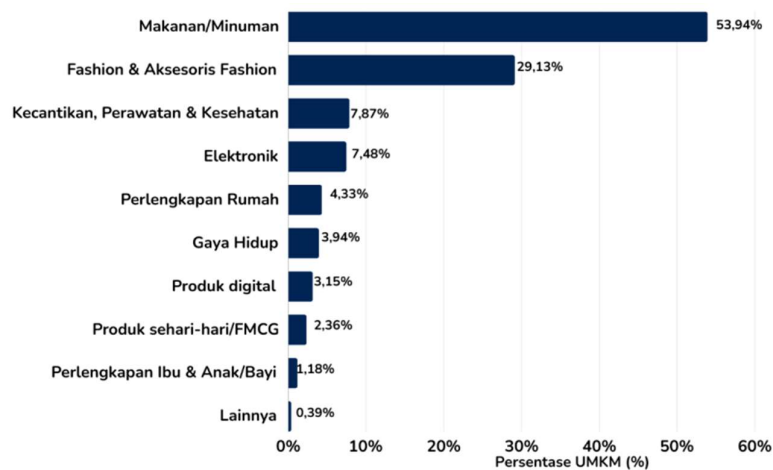
Teknologi informasi dapat dianggap sebagai penyelesaian untuk pengembangan bisnis karena memungkinkan memberikan data yang terpercaya, efektif, dan efisien, hal ini membuat transaksi lebih mudah. Apabila pemilik usaha tidak mampu bersaing dengan perusahaan lain yang terus mengalami pertumbuhan, maka akan berisiko pada keberlangsungan usahanya atau bisa mengalami kebangkrutan. Teknologi dapat digunakan sebagai penyelesaian untuk perkembangan dari suatu bisnis (Sari & Pravitasari, 2022). Teknologi selalu muncul dan berkembang terus menerus sehingga menciptakan lingkungan yang tidak pasti bagi UMKM. Perubahan pada suatu perkembangan dalam lingkungan bisnis mendorong UMKM untuk terus dapat beradaptasi dengan teknologi yang mungkin sebelumnya tidak dianggap penting atau diperlukan (Zamani, 2022)

Pada era digital yang terus berkembang, UMKM akan menghadapi tantangan bisnis dalam hal mengakses layanan keuangan dan persaingan pasar yang kompetitif. Teknologi Keuangan dapat membawa perubahan besar bagi UMKM, terutama dalam akses terhadap layanan keuangan. Sebelumnya, banyak UMKM menghadapi kesulitan dalam mendapatkan modal usaha karena keterbatasan akses ke perbankan tradisional. Penggunaan dompet digital dan QRIS telah mempercepat adopsi transaksi non-tunai, meningkatkan efisiensi bisnis, serta memperluas jangkauan pasar melalui *e-commerce* dan *digital marketing*. Tidak hanya dalam aspek pembayaran, *fintech* juga membantu UMKM dalam pencatatan keuangan melalui aplikasi digital, sehingga memudahkan pengelolaan keuangan yang lebih transparan dan akurat.

Financial Technology adalah model layanan baru yang mencakup keuangan yang muncul sebagai hasil dari kemajuan teknologi informasi. Model pembiayaan inovatif yang dikenal sebagai Fintech merupakan hasil integrasi antara layanan keuangan dan teknologi (Fadila et al., 2022). Kehadiran financial technology memudahkan pelaku usaha dalam mengelola keuangan secara lebih praktis, terutama dalam aspek pembiayaan. Selain itu, Fintech juga berkembang menjadi sarana pengelolaan keuangan dan penyedia layanan pembayaran digital (R. et al., 2022). Tantangan lain yang dihadapi oleh UMKM terdapat pada aspek pemasaran dan pertumbuhan bisnis. Faktor-faktor seperti strategi promosi yang kurang efektif, keterbatasan distribusi, serta ketergantungan pada satu saluran penjualan. UMKM perlu mengadopsi inovasi pemasaran, memanfaatkan teknologi digital, dan memperluas jangkauan pasar agar dapat meningkatkan penjualannya.

E-commerce merupakan media elektronik yang berfungsi untuk aktivitas pemasaran melalui web, yang memungkinkan proses jual beli dan promosi dilakukan secara online.(Yusuf et al., 2022). Pertumbuhan e-commerce di era modern saat ini menjadi alternatif yang menjanjikan dalam dunia bisnis, seiring dengan dinamika pasar dan persaingan yang menuntut pendekatan yang lebih sehat dan kompetitif (Widyayanti et al., 2024). Aplikasi e-commerce merupakan bentuk penerapan teknologi digital, pelaku UMKM dapat memanfaatkan peluang ekonomi yang luas, seiring dengan tingginya aktivitas menggunakan layanan digital tersebut. Beberapa contoh aplikasi e-commerce populer di Indonesia yang menyediakan layanan pengantaran makanan kepada pelanggan antara lain GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood (Halim & Rahmawati, 2022).

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh (INDEF, 2024), Jenis produk yang dijual adalah dasar untuk menilai UMKM. Berdasarkan hasil survei, hampir separuh dari empat kategori produk yang dipasarkan oleh UMKM merupakan makanan dan minuman, dengan persentase lebih dari setengah, yaitu sebesar 53,94 persen. Urutan selanjutnya jenis produk dijual UMKM dengan persentase sebesar 29,13 persen adalah produk *fashion* dan aksesoris *fashion*. Produk kesehatan, elektronik, dan perlengkapan rumah tangga menjadi produk yang masih minim.



Gambar 1.1 Jenis Produk yang Dijual Oleh UMKM (2024)

Sumber : INDEF (2024)

Gambar 1.1 menjelaskan bahwa hasil survei yang dilakukan oleh INDEF, peringkat utama yang menduduki produk UMKM yang paling banyak di bidang makanan dan minuman dengan persentase 53, 94%. Peringkat kedua, diduduki oleh bidang *fashion* dan aksesoris *fashion* dengan persentase 29,13%. Peringkat ketiga, diduduki oleh bidang kecantikan, perawatan dan kesehatan dengan persentase

7,87%. Peringkat keempat, diduduki oleh elektronik dengan persentase 7,48%. Peringkat kelima, diduduki oleh bidang perlengkapan rumah dengan persentase 4,33%. Peringkat kelima, diduduki oleh bidang gaya hidup dengan persentase 3,94%. Peringkat keenam, diduduki oleh bidang produk digital dengan persentase 3,15%. Peringkat ketujuh, diduduki oleh bidang produk sehari-hari dengan persentase 2,36%. Peringkat kedelapan, diduduki oleh bidang perlengkapan ibu dan bayi dengan persentase 1,18%.

UMKM di sektor kuliner menjadi pilihan yang sangat menjanjikan karena memiliki pasar yang luas dan permintaan yang stabil. Makanan dan minuman adalah kebutuhan utama manusia, sehingga bisnis di sektor ini cenderung lebih tahan terhadap krisis ekonomi dibandingkan sektor lainnya. Perkembangan teknologi dan digitalisasi semakin memudahkan UMKM di bidang kuliner untuk menjangkau konsumen platform digital yang memudahkan pembeli tanpa harus mendatangi toko secara *offline*. Dukungan pemerintah dalam bentuk kemudahan perizinan, sertifikasi halal, dan akses pembiayaan turut mendorong pertumbuhan UMKM kuliner.

UMKM kuliner dapat berkembang secara berkelanjutan dengan bantuan permodalan, bimbingan, dan regulasi yang diberikan oleh Pemerintah Kota. Dukungan dari Pemerintah Kota dapat berupa program seperti pelatihan kewirausahaan, sertifikasi halal dan keamanan pangan, dan penyediaan ruang usaha. Pemerintah Kota dapat mendorong UMKM untuk mengikuti perkembangan era teknologi dengan bekerja sama dengan instansi terkait yang berhubungan

dengan pemanfaatan digitalisasi sebagai upaya memperluas pasar. UMKM memiliki kemampuan untuk menggerakkan ekonomi lokal serta membuka peluang untuk menciptakan lapangan kerja baru, dan memperkuat kuliner yang menjadi khas suatu daerah yang dapat menarik minat pembeli. Pemerintah Kota Surabaya menjalin kerjasama dengan Dinas terkait dalam upaya mendukung pengembangan UMKM di wilayah Surabaya. Daya saing UMKM di sektor barang, jasa, dan koperasi meliputi usaha ekonomi lokal, inovasi produk dan layanan, serta pengembangan industri kreatif di Kota Surabaya.

Sentra Wisata Kuliner (SWK) adalah salah satu inisiatif Pemerintah Kota Surabaya yang bertujuan untuk menampung dan memberdayakan UMKM di sektor kuliner. SWK terbagi menjadi lima wilayah, yaitu barat, timur, selatan, utara, dan pusat. Program ini dirancang untuk memberikan sosialisasi serta pelatihan guna mendukung UMKM. (Magdalena & Andhaniwati, 2024) Saat ini, terdapat 51 sentra di Kota Surabaya yang menjadi tempat bagi para pedagang kecil yang dulunya berjualan di tepi jalan dengan berbagai menjual makanan. Pemerintah Kota Surabaya terus bekerja untuk memperbaiki SWK yang ada di berbagai tempat di Kota Surabaya. Penerapan *single cashier*, renovasi gedung yang nyaman dan menarik, dan pelatihan pedagang oleh chef handal adalah semua bagian dari pembenahan yang dilakukan oleh Pemkot.

SWK yang merupakan program kerja dibawah naungan Dinas Koperasi UKM dan Perdagangan Kota Surabaya, memberikan manfaat bagi banyak PKL yang tidak memiliki lahan sendiri dengan memberikan fasilitas. Bukan hanya fasilitas, dinas juga

memberikan peluang kepada pedagang untuk melaksanakan kegiatan diluar lingkungan SWK, seperti memberikan pedagang untuk ikut serta dalam meramaikan acara-acara yang diselenggarakan oleh Pemkot Surabaya. Para pedagang di SWK wilayah Surabaya Barat memiliki kesempatan untuk bergabung pada acara yang diselenggarakan oleh Pemkot Surabaya di Stadion Gelora Bung Tomo. Para pedagang mendapatkan fasilitas untuk berjualan di area VIP yang berdekatan dengan bangku tribun penonton, hal ini membantu para pedagang untuk lebih bisa memasarkan dagangannya di luar area SWK.

Fenomena yang terjadi dalam beberapa tahun terakhir, jika dibandingkan dengan wilayah lain, SWK di Surabaya Barat menghadapi kendala dalam hal kinerja keuangan. Berdasarkan laporan dari laman berita di internet (Wiwid, 2023) dan (Sitorus, 2024) beberapa SWK mengalami kerugian akibat rendahnya minat konsumen serta persaingan bisnis yang semakin ketat. Solusi untuk mengatasi masalah ini yaitu dengan, adopsi *financial technology* dan *e-commerce*. Pemanfaatan teknologi ini menjadi upaya UMKM di SWK agar dapat meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pelanggan, serta mengoptimalkan transaksi keuangan agar lebih efektif dan efisien.

Tabel 1. 1 Daftar Sentra Wisata Kuliner di Wilayah Surabaya Barat

No.	SWK	No.	SWK
1	SWK Babat Jerawat	6	SWK Manukan Lor
2	SWK Kandangan	7	SWK Sememi
3	SWK Kendung	8	SWK Sukomanunggal
4	SWK Lidah Kulon	9	SWK Tandes
5	SWK Lidah Wetan	10	SWK Terminal Manukan

Sumber: Dinas Koperasi UKM dan Perdagangan Kota Surabaya (2025)

Tabel 1.1 menjelaskan bahwa Sentra Wisata Kuliner di wilayah Surabaya Barat tersebar di 10 lokasi, setiap lokasi memiliki kuota yang berbeda-beda. Pada setiap lokasi disediakan *stand* sebanyak 9-28 tempat. Akan tetapi, tidak semua tempat terisi penuh oleh pedagang, masih ada beberapa SWK yang kurang diminati oleh pedagang, seperti di SWK Kendung yang saat ini hanya memiliki sedikit pedagang aktif. Total keseluruhan pedagang yang berada di SWK Surabaya Barat yaitu sebanyak 181 pedagang.

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh (Alkhalid et al., 2023) menunjukkan bahwa *financial technology* memiliki kontribusi terhadap kinerja keuangan UKM. Hal tersebut berlawanan dengan hasil studi yang dilakukan oleh (Fazira Lubis et al., 2024) yang memiliki hasil *financial technology* tidak memiliki kontribusi terhadap kinerja keuangan UMKM di kelurahan Tanah Enam Ratus. Penelitian lain dilakukan oleh (Gao, Siddik, Abbas, et al., 2023) *E-commerce* memiliki kontribusi terhadap kinerja keuangan dan keberlanjutan UMKM. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Subagio, 2020) bahwa *e-commerce* tidak memiliki kontribusi terhadap kinerja UMKM.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Financial Technology* dan *E-Commerce* Terhadap Kinerja Keuangan UMKM”**. Penelitian ini dilakukan pada Sentra Wisata Kuliner wilayah Surabaya Barat dengan maksud untuk menguji sejauh mana UMKM dapat mencapai kinerja keuangan yang baik.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *financial technology* berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM?
2. Apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji apakah *financial technology* dapat berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM
2. Untuk menguji apakah *e-commerce* dapat berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber bacaan atau referensi, memberikan kontribusi pengembangan ilmu, menambah wawasan dan pengetahuan dalam ilmu akuntansi khususnya pada kinerja keuangan UMKM

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Diharapkan penulis dapat menerapkan teori-teori yang dipelajari selama masa perkuliahan, terutama mengenai manajemen keuangan dan akuntansi serta penulis dapat mempelajari lebih dalam terkait penelitian untuk mendapatkan wawasan.

b. Bagi Pemilik UMKM

Diharapkan pemilik UMKM dapat lebih beradaptasi pada perkembangan teknologi untuk keberlanjutan usaha dan sebagai tolak ukur dalam mencapai kinerja keuangan UMKM yang baik.

c. Bagi Universitas

Diharapkan dapat menjadi referensi atau sumber penelitian dimasa yang akan datang.