

**DAMPAK LITERASI KEUANGAN TERHADAP KELANGSUNGAN USAHA
UMKM DI MASA DAN SETELAH PANDEMI 2020-2021**

(Skripsi)

Oleh

**MUHAMMAD SULTON AULIA MUSLIH
NPM 1611031091**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

DAMPAK LITERASI KEUANGAN TERHADAP KELANGSUNGAN USAHA UMKM DI MASA DAN SETELAH PANDEMI 2020-2021

Oleh :

Muhammad Sulton Aulia Muslih

Penelitian ini dilatar belakangi karena adanya Penurunan omset yang pesat pada UMKM di masa pandemi Covid-19. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengujian pengaruh literasi keuangan terhadap keberlangsungan UMKM akibat pandemic covid-19. Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Data dikumpulkan dengan wawancara dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah metode Non Probability Sampling dengan teknik Purpose Sampling. Sampel yang di gunakan dalam penelitian ini sebanyak 16 UMKM yang memenuhi kriteria. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan Uji paired-samples t-test. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa para pelaku UMKM dengan variabel literasi keuangan terhadap keberlanjutan usaha berpengaruh signifikan.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, UMKM.

ABSTRACT

THE IMPACT OF FINANCIAL LITERACY ON THE CONTINUITY OF MSME BUSINESS DURING AND AFTER THE PANDEMIC 2020-2021

By:

Muhammad Sulton Aulia Muslih

The background of this research is due to the rapid decline in turnover in UMKM during the Covid-19 pandemic. This study aims to examine the effect of financial literacy on the sustainability of UMKM due to the co-19 pandemic. This study uses a quantitative descriptive. Data were collected by interviews and questionnaires. The population in this study is the Non Probability Sampling method with the Purpose Sampling technique. The samples used in this study were 16 UMKM that met the criteria. Data analysis in this study was carried out using a paired-samples t-test. Based on the results of the study, it shows that UMKM actors with financial literacy variables have a significant effect on business sustainability.

Key Words : *Financial Literacy, UMKM.*

**DAMPAK LITERASI KEUANGAN TERHADAP KELANGSUNGAN USAHA
UMKM DI MASA DAN SETELAH PANDEMI 2020-2021**

Oleh

MUHAMMAD SULTON AULIA MUSLIH

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
Sarjana Akuntansi**

Pada

**Jurusan Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

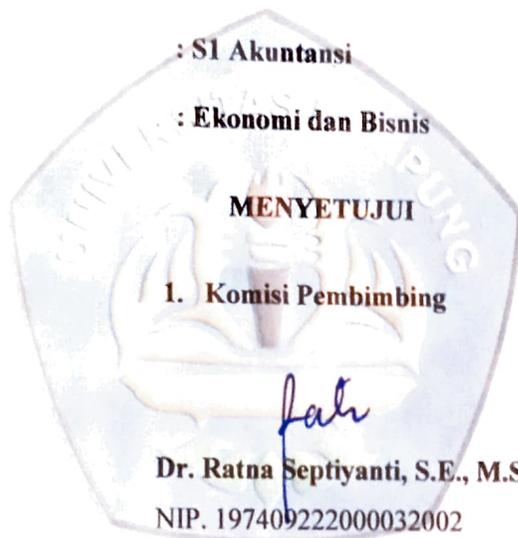
Judul Skripsi : DAMPAK LITERASI KEUANGAN
TERHADAP KELANGSUNGAN USAHA UMKM
DI MASA DAN SETELAH PANDEMI 2020-2021

Nama Mahasiswa : *Muhammad Sulton Aulia Muslih*

No. Pokok Mahasiswa : 1611031091

Jurusan : SI Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis



2. Ketua Jurusan Akuntansi

[Signature]
Dr. Reni Oktavia, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 197510262002122002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Ratna Septiyanti, S.E., M.Si.**



Penguji I : **Agus Zahron Idris, M.Si., Ak., CA.**



Penguji II : **Sari Indah Oktanti, S.E., M.S.Ak., CA.**



2. Plh. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Agrianti Komalasari, S.E., M.Si., Akt., CA., CMA.

NIP. 19700801 199512 2 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **13 Juni 2023**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Sul-ton Aulia Muslih

NPM : 1611031091

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Perlakuan Sewa Terhadap Kebijakan Hutang dan Prediksi Kebangkrutan Pasca Penerapan PSAK 73 (Studi pada Perusahaan Maskapai Penerbangan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)” telah ditulis sungguh-sungguh dan bukan merupakan penjiplakan hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Bandar Lampung, Juni 2023
Penulis



Muhammad Sul-ton Aulia Muslih

RIWAYAT HIDUP

Muhammad Sulton Aulia Muslih merupakan nama dari penulis skripsi ini. Penulis terlahir di Palembang pada tanggal 11 Agustus 1998. Penulis adalah anak kedua dari empat bersaudara pasangan Bapak Ahmad Muslih dan Ibu Agrainti Komalasari.

Penulis menjalani Pendidikan sekolah dasar di Yayasan Al-Kautsar Lampung dan sekolah dasar Tri Sukses Natar, selanjutnya penulis menyelesaikan pendidikan menengah pertama di SMPN 28 Bandarlampung. Kemudian penulis melanjutkan Pendidikan menengah keatas di SMA Budi Utomo Gadingmangu.

Penulis terdaftar sebagai mahasiswa S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung pada tahun 2016 melalui jalur SBMPTN (Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri).

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim...

Alhamdulillah, segala puji hanya milik Allah SWT, atas rahmat dan segala nikmat yang tak terhitung, serta dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, kupersembahkan karya ini kepada:

Kedua orang tuaku tercinta

Ayahanda Ahmad Muslih(Alm) dan Ibunda Agrianti Komalasari.

Terima kasih atas segala cinta dan kasih sayang yang tidak terbatas. Selalu mendoakanku, menasihati, mendukungu dan selalu menjadi motivasiterbaikku selama ini dalam menggapai impianku. Semoga Allah memberikan perlindungan baik di dunia dan akhirat,Aamiin..

Saudara-saudaraku, Diena, Maulina dan Maritsa

Terima kasih selalu mengingatkan dan selalu memberi dukungan dan doa untukku, menjadi alasanku tersenyum dikala suka duka.

Seluruh keluarga, sahabat, dan teman-temanku

Terima kasih telah memberikan doa dan dukungannya.

Almamater tercinta Universitas Lampung.

MOTTO

“Tidaklah mungkin bagi matahari mengejar bulan dan malam pun tidak dapat mendahului siang. Masing-masing berada pada garis edarnya.”

(Q.S Yasin: 40)

SANWACANA

Bismillahirrohmaanirrahiim,

Alhamdulillahirabbilalamin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas limpahan berkat, rahmat, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Dampak Literasi Keuangan Terhadap Kelangsungan Usaha Umkm di Masa dan Setelah Pandemi 2020-2021”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Akuntansi pada jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak yang mempermudah proses penyusunan skripsi ini. Dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. Reni Oktavia, S.E., M.Si. Akt. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Dr. Liza Alvia, S.E., M.Sc., Ak., CA selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Ibu Dr. Ratna Septiyanti, S.E.,M.Si.,. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah membimbing dengan penuh kesabaran, memeberikan perhatian, motivasi, dan memberikan semangat kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Agus Zahrom, S.E., M.Si., Akt., CA. selaku dosen pembahas I yang membimbing, memberikan saran dan kritik, serta motivasi sehingga penulis

dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Ibu Sari Indah Oktanti, S.E.,M.S.,Ak. selaku dosen pembahas II yang membimbing, memberikan saran dan kritik, serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan pengetahuan berharga bagi penulis selama proses perkuliahan berlangsung.
8. Para staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah banyak membantu baik proses perkuliahan maupun penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan nikmat kesehatan dan Rezeki yang berkecukupan, serta balasan yang lebih besar untuk bapak, ibu, dan teman-teman semua atas kebaikan dan bantuannya selama ini. Hanya ucapan terima kasih dan doa yang dapat penulis berikan, dan penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesederhanaan akan tetapi sedikit harapan semoga skripsi yang sederhana ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Bandar lampung, Juni 2023

Penulis,

Muhammad Sulton Aulia Muslih

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	iii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2. Landasan Teori.....	11
2.1. Kinerja UMKM	11
2.2. Indikator Kinerja	11
2.3. E-commerce	13
2.4. Literasi Keuangan	15
2.5. Keunggulan Kompetitif	16
2.5.1 Usaha Mikro	17
2.5.2 Usaha Kecil.....	17
2.5.3. Usaha Menengah.....	18
2.6 Jenis-Jenis UMKM.....	19
2.6.1 Usaha Kuliner	19
2.6.2. Usaha Fashion.....	19
2.6.3. Usaha Agribisnis.....	19
2.7 Pengembangan Hipotesis	20
III. METODE PENELITIAN	21
3.1. Jenis dan Sumber Data	21
3.2. Teknik Analisis	22
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Literasi Keuangan.....	22

3.4 Persepsi Kelangsungan Usaha 2020-2021	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.5.1 Uji Validitas.....	24
3.5.2 Uji Reliabilitas	25
3.6 Metode Analisis Data	25
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	25
3.6.2 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	26
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Hasil Penelitian	28
4.1.1 Statistik deskriptif.....	28
4.2 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	29
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	29
4.3.1 Uji Normalitas.....	29
4.3.2 Uji Multikolinieritas	30
4.3.3 Uji Heteroskedatisitas	31
4.3.4 Uji Autokorelasi.....	32
V. KESIMPULAN DAN SARAN	36
5.1 Simpulan.....	36
5.2 Keterbatasan Penelitian	36
5.3 Saran.....	36
DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN.....	39

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1 Statistik Deskriptif	28
2 Hasil Regresi Linier Berganda	29
3 Hasil Multikolinieritas	30
4 Hasil Heteroskedastisitas	31
5 Hasil Autokorelasi.....	32
6 Hasil Uji t Statistik.....	33
7 Hasil Uji t Statistik.....	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1 Hasil Uji Normalitas	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	40
Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner.....	44
Lampiran 3. Hasil Uji Statistik Deskripsi	44
Lampiran 4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	46
Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas	47
Lampiran 6 Hasil Uji Multikolinieritas.....	48
Lampiran 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	49
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	50

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkaitan dengan pengetahuan keuangan yang telah hangat dibahas khususnya tentang literasi keuangan dalam keinginan bangsa untuk memiliki warga negara yang berkualitas dan berpengetahuan keuangan untuk meningkatkan ekonomi suatu negara. Saat ini pengetahuan tentang literasi keuangan penting dan diperlukan untuk masyarakat khususnya UMKM. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) membangun literasi keuangan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri UMKM dalam perencanaan, pengelolaan, dan pengendalian keuangan.

Faktor kunci dalam perekonomian suatu daerah adalah literasi keuangan UMKM untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya pelaku UMKM di daerah, karena UMKM saat ini memiliki potensi usaha yang sangat besar dan pemerintah berusaha untuk terus meningkatkan potensi tersebut secara terorganisir, karena semakin banyak pengusaha semakin baik dan kuat perekonomian suatu daerah, karena dengan sumber daya lokal, tenaga kerja dan modal lokal dapat terserap dan kontribusinya terhadap PDRB juga cukup besar (Setyobudi, 2007).

Sama halnya dengan pemerintah Kota Depok, UMKM merupakan ujung tombak perekonomian yang dapat meningkatkan efisiensi operasionalnya. UMKM adalah badan usaha yang dikelola oleh badan usaha atau perseorangan yang mengacu pada usaha ekonomi produksi sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. UMKM berperan penting dalam perkembangan teknologi modern, selain itu juga terdapat UMKM yang kesulitan dalam mengembalikan pinjaman karena kenaikan suku bunga bank, selain kesulitan dalam proses produksi

karena mahal nya harga bahan baku. “UMKM di Bandar Lampung beberapa tahun terakhir mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan pertumbuhan penduduk yang berbatasan dengan kota Jakarta yang dapat mendorong perekonomian smart business melalui pengembangan industri kreatif. Dinas UMKM Bandar Lampung menarik anak muda yang memiliki ide kreatif dan jiwa wirausaha untuk bergabung dengan UMKM karena anak muda memiliki banyak ide kreatif di berbagai bidang usaha contohnya seperti memasak. UMKM akan mampu membantu menjaring tenaga kerja dan meningkatkan kesejahteraan warga Kota Bandar Lampung.

Selama masa pandemi, UMKM menghadapi banyak masalah seperti penurunan daya beli masyarakat yang menyebabkan usaha kecil dan menengah mengalami penurunan pendapatan karena tidak adanya pelanggan, kendala dalam distribusi barang dan jasa akibat PPKM, kesulitan akses permodalan dan pembiayaan karena ketidakmampuan UKM mendapatkan pinjaman, kesulitan sumber bahan baku dan hambatan mobilitas tenaga kerja. Saat ini Pemkot Bandar Lampung biasanya memberikan Literasi Keuangan melalui UMKM untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan UMKM agar memahami pengetahuan yang baik tentang literasi keuangan, efisiensi, keamanan dan kehandalan sistem pembayaran. Literasi keuangan yang baik membantu memberdayakan dan mendidik investor sehingga mereka memiliki pengetahuan tentang keuangan dengan cara yang sesuai dengan bisnis mereka dan memungkinkan mereka menggunakan pengetahuan ini untuk mengevaluasi produk dan mengambil keputusan berdasarkan informasi. UMKM yang belum baik, tata kelola keuangan yang belum baik, rendahnya pengendalian pada aktivitas usaha, minimnya pemahaman mengenai aspek hukum, tidak memiliki standar produk, akses pasar yang terbatas, dan rendahnya kemampuan menjalin kerjasama. Keberlangsungan merupakan suatu kata kerja yang memiliki makna yang menerangkan mengenai suatu kondisi atau keadaan yang sedang berlangsung secara berkelanjutan, proses yang terjadi dan pada saatnya akan berpusat pada suatu ketahanan terhadap suatu keadaan (disarikan dari Kamus Besar Bahasa Indonesia).

Dalam bahasa Indonesia keberlangsungan usaha atau dalam Bahasa Inggris “*sustainability*” bermakna keberlanjutan, berkesinambungan, atau terus menerus, hingga keberlangsungan usaha menjadi suatu ketahanan usaha yang tetap ada dari waktu ke waktu. Konsep keberlanjutan usaha itu sendiri berorientasi pada pencapaian kinerja jangka panjang yang penting dalam suatu usaha. Suatu usaha yang dijalankan, apapun itu; akan mengalami kondisi statis atau bahkan tidak memiliki arah yang jelas apabila pelakunya tidak memiliki konsep pengembangan usaha jangka panjang. Oleh sebab itu, berbagai upaya strategis bagi para pelaku usaha mutlak diperlukan sebagai upaya menjaga keberlanjutan usahanya.

Fenomena pandemi covid-19 terjadi pada awal tahun 2020, dan menjadi mimpi buruk bagi seluruh sektor di dunia. Bermula mewabahnya virus corona di Wuhan Cina dan terus menyebarnya virus tersebut ke seluruh dunia menghentak dan meluluhlantakan seluruh sendi kehidupan. Bukan hanya sektor kesehatan bahkan merebaknya pandemi covid-19 menyebabkan terjadinya guncangan pada perekonomian dunia. Pelaksanaan kebijakan isolasi dan social distance serta tetap tinggal di rumah yang terpaksa harus diambil pemimpin dunia untuk mengendalikan penyebaran virus ini, pada akhirnya menjadi kebijakan tidak populer yang menyebabkan dunia usaha menjadi hancur, dan mengancam keberadaan banyak start up yang inovatif hingga menyebabkan terjadinya krisis keuangan secara global.

Menurut Laporan dari *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD), Pandemi covid-19 ini mempengaruhi perekonomian dari sisi penawaran dan Permintaan. Di sisi penawaran, perusahaan mengurangi pasokan bahan baku dan tenaga kerja yang tidak sehat serta rantai pasokan yang juga mengalami kendala. Dari sisi permintaan, kurangnya permintaan dan menurunnya kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. UMKM sangat rentan terdampak dalam gangguan bisnis, karena seringnya berhubungan langsung dengan pariwisata, transportasi dan industri kuliner yang memerlukan supplier yang cepat yang semuanya terdampak secara signifikan oleh covid-19 (OECD, 2020).

Data dari kementerian koperasi dan Usaha kecil Menengah (UMKM) menunjukkan pada tahun 2018 terdapat 64.194.057 UMKM yang ada di Indonesia dan mempekerjakan 116.978.631 tenaga kerja. Indonesia didominasi oleh UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional juga terdampak serius bukan hanya pada aspek produksi dan pendapatan mereka saja, namun juga pada jumlah tenaga kerja yang harus dikurangi dikarenakan pandemi ini (Pakpahan, 2020). Berdasarkan dari hasil observasi, rata-rata UMKM merasakan penurunan omset selama adanya covid-19. Hal ini terjadi karena mulai berkurangnya aktivitas yang dilakukan diluar rumah, kesulitan dalam memperoleh bahan baku karena terjadi kendala transportasi, serta mulai turunnya kepercayaan masyarakat terhadap produk yang ada di luar terutama bidang kuliner. UMKM yang merupakan salah satu penopang perekonomian karena juga banyak menyediakan lapangan pekerjaan, dengan adanya covid-19 ini, juga mulai ada yang melakukan PHK atau merumahkan karyawan sementara karena perusahaan mereka harus tutup sementara waktu.

Sesuai dengan observasi tidak semua UMKM merasakan penurunan omset penjualan dan harus menutup usahanya, ada UMKM yang masih stabil dan mengalami peningkatan omzet penjualannya karena mereka melakukan penyesuaian diri dalam hal produk dan melakukan beberapa strategi pemasaran untuk bertahan. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan oleh UMKM termasuk memilih membuka lini produk baru atau memperbaharui sistem pemasaran mereka, karena bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang resposif terhadap perubahan lingkungan mereka. Seperti yang disinggung, UMKM punya kesempatan bertahan di tengah krisis pandemi apabila menerapkan strategi yang tepat dengan cara:

- a. mengoptimalkan penggunaan teknologi, pelaku UMKM perlu memperbaiki proses bisnis mereka, misalnya mengganti pencatatan manual dengan software akuntansi. Penggajian karyawan yang biasanya memakai amplop dapat dialihkan ke sistem payroll. Bahkan pembayaran pajak pun dapat dilakukan secara online, kemudian untuk memasarkan produk dan branding, pelaku

UMKM dapat memanfaatkan platform-platform gratis seperti, media social dan aplikasi chatting. Kerja sama dengan star-up transportasi berbasis aplikasi pun dapat membantu dalam menyediakan layanan delivery

- b. mempersiapkan strategi baru untuk mengembangkan usaha, krisis yang dipicu wabah covid-19 berbeda dari penurunan daya beli drastis. Krisis kesehatan umumnya hanya akan menahan keinginan masyarakat untuk membeli. Pelaku UMKM masih berkesempatan menyiapkan strategi baru untuk mengembangkan usaha selama pandemi masih berlangsung. Manajemen keuangan termasuk hal yang harus dipelajari baik-baik untuk mengelola modal dan menghindari kerugian akibat krisis kesehatan.
- c. Memperbaiki kualitas produk maupun layanan, masa krisis semestinya digunakan pengelola UMKM untuk memperbaiki kualitas produk maupun layanan mereka. Peralpnya tidak sedikit pemilik usaha yang menyadari ada barang atau jasa yang ternyata kurang dibutuhkan oleh konsumen, begitu pula pelayanan yang mungkin saja ikut mempengaruhi kepuasan pelanggan. Perkembangan UMKM di kota Bandar Lampung meningkatkan daya serap tenaga kerja yang paling tinggi dibandingkan dengan unit usaha lainnya, namun kemunculan Pandemi covid-19 meruntuhkan sendi ekonomi dan berimbas besar bagi Usaha Kecil dan Menengah (UMKM).

Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, pelaku UKM yang memanfaatkan teknologi digital, khususnya platform e-commerce baru sekitar 8,3 juta atau 13% dari 64,2 juta pelaku UMKM secara nasional. Hal ini terjadi karena adanya faktor penghambat yang membuat UMKM bisa berkembang. Siapa lagi kalau bukan para pelaku usaha UMKM yang masih belum terjamah oleh canggihnya teknologi. Tidak adanya digitalisasi dalam sebuah usaha, jelas membuat banyak UMKM yang mengalami keterpurukan. Kebanyakan usaha masih menggunakan cara tradisional dengan mengandalkan tatap muka antara penyedia bahan baku dan konsumennya. Di masa pandemi ini, cara tersebut tidak bisa diandalkan karena menghendaki tidak boleh adanya kontak fisik antar manusia. Beberapa e-commerce

yang bisa dimanfaatkan oleh Pelaku UMKM di Indonesia seperti shopee, tokopedia, buka lapak, OLX, gojek, lazada dll.

Tujuan utama dari penggunaan e-commerce oleh pelaku UMKM tentunya untuk dapat meningkatkan keuntungan mereka, tapi selain itu terdapat tujuan lain yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha diantaranya dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas yang sebelumnya hanya terbatas melakukan penjualan hanya di daerah tertentu saja, dengan adanya e-commerce dapat menjangkau konsumen baru. Pelaku UMKM tidak hanya dapat menjadikan e-commerce sebagai portal penjualan, namun dapat membangun relasi dan membangun konsep pasar baru dan menggunakan sistem pemasaran yang lebih efektif dan menjadikan e-commerce juga sebagai media pembelajaran. Pelaku UMKM juga dapat melihat dan melakukan observasi penjualan yang dilakukan oleh pesaing dan mengadopsinya.

Hasil survei yang dilakukan BPS (2020) menunjukkan data bahwa secara umum sekitar 47.75% perusahaan telah menggunakan internet dan TI untuk pemasaran via online sebelum pandemi dan 5.76% perusahaan baru menggunakan internet dan teknologi informasi untuk pemasaran pada saat pandemi. Pemanfaatan internet dan teknologi informasi merupakan salah satu alternatif UMKM agar dapat bertahan dan meningkatkan pendapatan mengingat pembatasan sosial menyebabkan cara pemasaran konvensional menjadi tidak relevan (Nurlinda, 2020). Penelitian Hanum dan Sinarasri (2017) menyatakan e-commerce memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM. E-commerce yang dilakukan oleh UMKM berkaitan dengan pengurangan biaya transaksi dan koordinasi aktifitas ekonomi yang lebih dekat antara rekan bisnis. Selain itu penggunaan teknologi dalam pelaksanaan bisnis dapat mengurangi biaya dan dapat menunjang ketercapaian tujuan perusahaan.

Penelitian Hardilawati (2020) strategi bertahan yang di rekomendasikan yang dapat dilakukan UMKM untuk dapat mempertahankan bisnisnya, yaitu melakukan penjualan

secara e-commerce karena masyarakat sekarang banyak beralih ke belanja online. Penelitian Yanti (2018) menyatakan faktor-faktor yang berpengaruh pada keberlanjutan usaha adalah faktor persepsi pelaku UMKM dan faktor pemanfaatan sarana TIK secara langsung berpengaruh pada keberlanjutan usaha, satu peubah pemanfaatan TIK tersebut lebih efektif untuk meningkatkan adopsi TIK di kalangan pelaku usaha UMKM.

Penelitian Helmalia dan Afrinawati (2018) juga menyatakan bahwa e-commerce berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kinerja dan pendapatan UMKM. Namun penelitian Purba dkk (2021) menunjukkan e-commerce tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, selain itu e-commerce tidak berpengaruh signifikan terhadap keberlangsungan melalui kinerja keuangan usaha. Selain itu, salah satu treatment yang dapat diterapkan ialah melalui peningkatan literasi finansial sebagai upaya menjaga keberlanjutan usaha (*business sustainability*). Permasalahan mengenai literasi keuangan pada pelaku usaha UMKM yaitu sebagian besar para pelaku usaha belum paham mengenai literasi keuangan, hal tersebut bisa dibuktikan melalui hasil survey yang dilakukan oleh Nasional Literasi Keuangan Indonesia tingkat literasi keuangan skala nasional baru menginjak 38% dan target 75%, segi wilayah baru menyentuh angka 34,35% dan segi perkotaan baru menyentuh angka 41,41%. Literasi keuangan merupakan suatu kesatuan dari sebuah intuisi, kemampuan, pengetahuan, sikap, serta tindakan yang dibutuhkan dalam mengambil keputusan terkait keuangan sehingga dicapai suatu kesejahteraan finansial seorang individu (OECD, 2016).

Otoritas Jasa Keuangan (2017) menyatakan bahwa dengan adanya pengetahuan tentang literasi keuangan bisa memberikan pemahaman tentang pengelolaan keuangan untuk mencapai kehidupan yang lebih baik dimasa yang akan datang, literasi keuangan juga berperan penting dalam kehidupan untuk pengambilan keputusan seperti menabung ataupun berinvestasi untuk mencapai tujuan yang sudah ditentukan sebelumnya. Melalui

pengelolaan keuangan yang baik, masyarakat akan dapat mengelola keuangan dengan baik sehingga kesejahteraan ekonomi dapat tercapai. Survei yang dilakukan OJK di Indonesia literasi keuangan mulai meningkat yang semulanya 21,8% pada tahun 2013 dan menjadi 29,7% di tahun 2016 masyarakat Indonesia yang melek keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan masyarakat Indonesia masih rendah. Penelitian dari Christoper (2020) membuktikan bahwa dengan adanya e-commerce dan literasi keuangan berpengaruh terhadap kelangsungan usaha.

Penelitian Prasetya et al (2021) menemukan pengaruh positif karakteristik UMKM terhadap literasi keuangan dan literasi keuangan terhadap keberlanjutan UMKM. Hasil penelitian dari Buchdadi (2020) studi ini menemukan dampak positif literasi keuangan terhadap kinerja UKM. Sedangkan Penelitian Plakalovic (2015) menyimpulkan bahwa beberapa keterampilan dan kemampuan lain memiliki peringkat signifikansi yang lebih tinggi dibandingkan dengan literasi keuangan.

Saat ini, situasi persaingan semakin lebih keras, konsumen semakin kritis dalam memutuskan untuk membeli produk atau jasa (Aziz dan Samad, 2016). Keunggulan kompetitif juga akan dapat membantu meningkatkan kinerja UKM (Syaningrum et al, 2020). Kinerja bisnis UKM akan menjadi ditingkatkan oleh keunggulan kompetitif melalui peningkatan profitabilitas, peningkatan penjualan dan sejumlah besar pelanggan. Terkait Pandemi covid-19 hampir semua sektor tidak bisa berjalan seperti masa sebelum covid-19, sehingga banyak bisnis yang harus tutup dan terpaksa melakukan PHK karena pemasukan menurun diakibatkan kebijakan PPKM, untuk itu UMKM harus memiliki keunggulan kompetitif. Keunggulan bersaing mencerminkan kemampuan perusahaan untuk memberikan konsumen nilai yang lebih baik, baik dengan menawarkan harga yang lebih rendah atau dengan memberikan lebih banyak manfaat dan layanan yang membenarkan harga yang lebih tinggi (Berawi, 2004). Pavic et al (2007) telah berfokus pada hubungan antara adopsi teknologi informasi dan keunggulan

kompetitif. Pelajaran ini menyimpulkan bahwa teknologi informasi adalah senjata kompetitif, dan mempromosikan teknologi informasi sebagai sumber daya memungkinkan organisasi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif Pavic et al.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang diuraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu mengapa perusahaan UMKM masih bertahan hidup selama masa pandemi covid-19 yang serba terbatas akibat pembatasan social yang di lakukan oleh pemerintah, selanjutnya penulis mencoba merumuskan dalam beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut: Apakah literasi keuangan mempengaruhi keberlangsungan UMKM akibat pandemic covid-19?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka tujuan penelitian sebagai berikut: Melakukan pengujian pengaruh literasi keuangan terhadap keberlangsungan UMKM akibat pandemic covid-19?

1.4. Manfaat Penelitian

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan topik serupa. Bagi pelaku UMKM diharapkan dapat mengetahui faktor yang memengaruhi keberlangsungan usaha dan dapat memahami lebih dalam terkait literasi keuangan dan mampu mengadopsi serta menggunakan e-commerce dengan baik agar mampu mempertahankan kelangsungan usahanya, khususnya di masa pandemi Covid-19. Oleh karna itu diharapkan Dinas koperasi dan UMKM mampu memberikan edukasi atau pelatihan untuk memberikan meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pelaku UMKM terkait literasi keuangan dan penggunaan e-commerce agar pelaku UMKM mampu mempertahankan kelangsungan usahanya.

Penelitian ini dapat menjadi kontribusi yang bermanfaat bagi pelaku UMKM dalam mengelola usahanya, dan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menganalisis seberapa penting pemanfaatan e-commerce, literasi keuangan, dan keunggulan kompetitif terhadap keberlangsungan UMKM.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2. Landasan Teori

2.1. Kinerja UMKM

Kinerja merupakan alat ukur yang digunakan sebagai indikator keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan. Kinerja merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/program/kebijaksanaan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi organisasi yang tertuang dalam perumusan perencanaan strategis (strategic planning) organisasi (Umar, 2006). Kinerja perusahaan menurut Soininen et al (2012) merupakan indikator profitabilitas yang tinggi dan pertumbuhan pangsa pasar di mana pertumbuhan kedua indikator pengukuran tersebut merupakan bagian yang esensial dari kinerja perusahaan dan digunakan untuk mengevaluasi daya saing perusahaan.

2.2. Indikator Kinerja

Pengukuran kinerja merupakan proses penghitungan tingkat pencapaian target kinerja sesuai dengan indikator kinerja yang telah ditetapkan sebelumnya (Umar, 2006). Organisasi dapat mengetahui tingkat keberhasilan maupun kegagalan dalam mencapai komitmen organisasi dengan stakeholders nya melalui pengukuran kinerja tersebut (Artley dan Suzanne, 2001). Salah satu indikator kinerja adalah peningkatan penjualan. Aktivitas penjualan ditujukan untuk mendapatkan laba yang optimal, meningkatkan atau mempertahankan

laba untuk menunjang kelangsungan hidup usaha. Indikator kinerja usaha terdiri dari: 1) pertumbuhan penjualan; 2) pertumbuhan pelanggan; 3) pertumbuhan laba; 4) pertumbuhan modal kerja” (Meutiaa dan Ismail, 2012). Kinerja keuangan merupakan sejauh mana efisiensi keuangan dan ukuran laba. Sedangkan kinerja non keuangan merupakan kinerja operasional yang mencakup: 1) kepuasan pelanggan; 2) pertumbuhan penjualan; 3) pertumbuhan karyawan; 4) pangsa pasar (Sidik, 2012). Perkembangan masa kini dalam teknologi menghasilkan perkembangan pada sektor jasa sebagai jawaban perubahan perilaku konsumen yang memanfaatkan kecanggihan smart phone dengan internetnya untuk bertransaksi. Hadirnya aplikasi online menghadirkan outlet-outlet online yang semakin diminati konsumen. Resolusi jasa yang paling signifikan adalah hadirnya jasa pesan, jemput antar seperti Go-Food/Grab-Food. Bagi perkembangan UMKM berkerjasama dengan vendor ini memberikan dampak signifikan. Meskipun pada satu sisi berkerjasama dengan vendor aplikasi online meningkatkan harga jual, namun bertambahnya pelanggan baru, bertambah luasnya pangsa pasar, menjadi media promosi serta menjadi sarana transportasi untuk mengantar ke pelanggan yang jauh menjadi keuntungan yang diperoleh UMKM berikut ini beberapa hal yang mempengaruhi kinerja UMKM:

1. Kinerja UMKM dipengaruhi salah satunya oleh teknologi. Kinerja dimaksud adalah terkait dengan kinerja keuangan dimana salah satunya adalah meningkat laba melalui peningkatan penjualan dan pada akhirnya kesejahteraan.
2. Pemanfaatan teknologi informasi meningkatkan omzet penjualan dan daya saing.
3. Pemanfaatan teknologi berbasis informasi atau penggunaan e-commerce pada organisasi meningkatkan penjualan
4. Adopsi e-commerce meningkatkan kinerja perusahaan
5. Penggunaan aplikasi go-food meningkatkan penjualan; serta ditemukan perbedaan pendapatan pada UMKM sebelum dan sesudah menggunakan aplikasi online.

2.3. E-commerce

Sebagian besar masyarakat mengakui bahwa e-commerce adalah informasi terbaik dan teknologi komunikasi yang dapat diterapkan pada kegiatan bisnis. Teknologi informasi mendukung pertumbuhan bisnis dan perkembangan ekonomi, apalagi teknologi meningkatkan efisiensi operasional dan memfasilitasi persatuan negara, terutama di negara berkembang. Baik individu maupun organisasi tergoda untuk menggunakan teknologi informasi karena mereka dapat mencapai misi dan tujuan mereka. Ketika mereka dapat mengadopsi sistem teknologi informasi, seperti e-commerce, mereka mendapatkan banyak manfaat (Sumiyana, 2021). E-commerce sebagai teknologi informasi dapat digunakan oleh UKM untuk meningkatkan pangsa pasar dan memperkenalkan produknya kepada konsumen baru tanpa kendala jarak dan waktu (Hariandi, 2019). E-commerce sebagai proses jual beli yang dilakukan secara online menggunakan teknologi digital dengan memperlihatkan berbagai gambar produk serta harga bahkan kemudian melakukan negosiasi harga dan proses pembayaran tanpa ke tempat penjualnya (Laudon et al, 2012). Sedangkan Triandini et al (2015), menyatakan bahwa e-commerce telah memberikan keuntungan kepada UKM sebagai pelaku usaha dari segi efisiensi, biaya inventory menjadi berkurang, penjualan bisa meningkat, konsumen dapat terjangkau lebih luas, penetrasi terhadap pasar baru, dan terjadi keuntungan. Media e-commerce yang digunakan dengan pemanfaatan internet, world wide web, dan browser yang dipasang pada perangkat selular untuk bertransaksi bisnis. Menurut Suyanto (2003) tipe-tipe berikut segera bisa dibedakan: 1) Business to business (B2B), adalah model e-commerce dimana pelaku bisnisnya adalah perusahaan, sehingga proses transaksi dan interaksinya adalah antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya

2) Business to Consumer (B2C), adalah model e-commerce dimana pelaku bisnisnya melibatkan langsung antara pihak penjual (penyedia jasa e-commerce) dengan individual atau pembeli

3) Consumer to Consumer (C2C), adalah model e-commerce dimana perorangan atau individu sebagai penjual berinteraksi dan bertransaksi langsung dengan individu lain sebagai pembeli. Konsep e-commerce jenis ini banyak digunakan dalam situs lelang secara online

4) Consumer to Business (C2B), adalah model e-commerce dimana pelaku bisnis perorangan atau individual melakukan transaksi atau interaksi dengan suatu atau beberapa perusahaan. Jenis e-commerce seperti ini sangat jarang dilakukan di Indonesia. Berbeda dengan transaksi perdagangan biasa, transaksi e-commerce memiliki beberapa karakteristik yang sangat khusus yaitu:

1. Transaksi Tanpa Batas sebelum era internet, batas-batas geografi menjadi penghalang suatu perusahaan atau individu yang ingin go international. Sehingga hanya perusahaan atau individu dengan modal besar yang dapat memasarkan produknya ke luar negeri. Dewasa ini dengan internet pengusaha kecil dan menengah dapat memasarkan produknya secara internasional cukup dengan hanya membuat situs web dengan memasang iklan di situs-situs internet tanpa batas waktu 24 jam, dan tentu saja pelanggan dari seluruh dunia dapat mengakses situs tersebut dan melakukan transaksi secara online.
2. Transaksi Para penjual dan pembeli dalam transaksi melalui internet tidak harus bertemu muka satu sama lainnya. Penjual tidak memerlukan nama dari pembeli sepanjang mengenai pembayarannya telah diotorisasi oleh penyedia sistem pembayaran yang ditentukan, yang biasanya dengan kartu kredit.
3. Produk Digital dan Non digital Produk-produk digital seperti software computer, musik, dan produk lain yang bersifat digital dapat dipasarkan melalui internet dengan cara download secara elektronik. Dalam perkembangannya objek yang ditawarkan melalui internet juga meliputi barang-barang kebutuhan hidup lainnya.

4. Produk Barang Tidak Berwujud banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang e-commerce dengan menawarkan barang tidak berwujud seperti data, software, dan ide-ide yang dijual melalui internet.

2.4. Literasi Keuangan

Latifiana (2016) mengemukakan kemampuan dalam merencanakan harus dimiliki oleh pelaku bisnis untuk melaksanakan dan mengawasi bisnis dan pengelolaan keuangannya, bukan hanya mampu melakukan perencanaan saja untuk mendapatkan hasil yang maksimal, pelaku usaha juga harus mampu untuk mengambil keputusan secara efisien dan efektif. Untuk mengambil keputusan secara efektif dan efisien pelaku bisnis harus mempunyai pengetahuan pengelolaan keuangan yang baik, kemampuan inilah yang dikenal sebagai literasi keuangan. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2017) perencanaan keuangan tentang bagaimana cara untuk menjalani hidup pada hari ini yang sederhana dan sesuai dengan kemampuan keuangan serta menyiapkan masa depan yang baik dan sejahtera. Dahmen and Rodríguez (2014) menemukan bahwa terdapat hubungan yang bermakna antara literasi keuangan dan kinerja yang dialami pengusaha.

Hubungan ini secara logis diterapkan pada perusahaan yang dengan literasi keuangan baik akan mampu secara strategis mengidentifikasi dan merespon perubahan iklim bisnis, ekonomi dan keuangan sehingga keputusan yang diambil akan menciptakan solusi inovatif dan terarah dengan baik untuk peningkatan kinerja dan keberlanjutan usaha. Literasi keuangan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan bisnis, termasuk untuk UMKM. Otoritas Jasa Keuangan mengklasifikasikan

tingkat literasi keuangan dalam 4 (empat) tingkatan, yaitu:

1. Well literate, UMKM yang memiliki 21,84% pengetahuan dan keyakinan tentang jasa keuangan lembaga dan produk jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban

terkait produk dan layanan keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk keuangan dan layanan.

2. *Sufficient literate*, UMKM memiliki 75,69% pengetahuan dan keyakinan tentang layanan keuangan lembaga dan produk dan layanan keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban yang terkait dengan produk dan jasa keuangan.
3. *Less literate*, UMKM memiliki 2,06% pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan
4. *Not literate*, UMKM hanya memiliki 0,41% pengetahuan dan kepercayaan terhadap jasa keuangan lembaga dan produk dan layanan keuangan, dan tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk keuangan dan layanan.

Literasi keuangan tidak hanya melibatkan pengetahuan dan kemampuan menangani masalah keuangan tetapi juga melibatkan minat dalam mengatasi masalah. Ini biasanya ditunjukkan oleh dorongan untuk memilih sesuatu yang diyakini dapat memenuhi kebutuhannya. Otoritas Jasa Keuangan menyatakan bahwa ada 3 (tiga) dimensi dari literasi keuangan, yaitu (1) keterampilan berhitung, (2) pemahaman dasar keuangan, dan (3) sikap terhadap keputusan keuangan.

2.5. Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif merupakan hal yang sangat penting dan memiliki pengaruh terhadap peningkatan kinerja suatu usaha.

Setiap perusahaan yang memiliki pesaing dalam suatu lingkungan industri mempunyai keinginan untuk dapat lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Umumnya perusahaan menerapkan strategi bersaing melalui kegiatan–kegiatan dari berbagai departemen fungsional perusahaan yang ada dalam perusahaan tersebut. Keunggulan bersaing mungkin mengambil bentuk harga yang lebih rendah dibandingkan harga pesaing untuk manfaat yang sesuai atau penyediaan manfaat unik yang lebih sekedar mengimbangi harga (Putri, 2020). Keunggulan

bersaing merupakan strategi perusahaan untuk mencapai tujuan akhirnya yaitu kinerja yang menghasilkan keuntungan tinggi.

Keunggulan bersaing bukanlah tujuan akhir, tetapi merupakan sarana untuk mencapai tujuan akhir perusahaan, yaitu meningkatkan kinerja perusahaan. Pemikiran dasar dari munculnya atau terbentuknya strategi bersaing berawal dari pengembangan formula umum mengenai bagaimana bisnis akan dikembangkan, apakah tujuannya dan kebijakan apa yang akan diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Kriteria UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). Untuk mengetahui jenis usaha apa yang sedang dijalankan perlu memperhatikan kriteria-kriterianya terlebih dahulu. Hal ini penting digunakan untuk pengurusan surat ijin usaha kedepannya dan juga menentukan besaran pajak yang akan dibebankan kepada pemilik UMKM. Berikut masih-masing pengertian UMKM dan kriterianya:

2.5.1 Usaha Mikro

Pengertian usaha mikro diartikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro. Usaha yang termasuk kriteria usaha mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih mencapai Rp 50.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan usaha mikro setiap tahunnya paling banyak Rp 300.000.000,-

2.5.2 Usaha Kecil

Usaha kecil merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. dikuasai dan dimiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah. Usaha yang masuk kriteria usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp 50.000.000,- dengan maksimal yang dibutuhkannya mencapai Rp 500.000.000,-. Hasil penjualan bisnis setiap tahunnya antara Rp 300.000.000,- sampai paling banyak Rp 2,5.000.000.000,-.

2.5.3. Usaha Menengah

Pengertian usaha menengah adalah usaha dalam ekonomi produktif dan bukan merupakan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat serta menjadi bagian secara langsung maupun tak langsung terhadap usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan bersihnya sesuai yang sudah diatur dengan peraturan perundang-undangan.

Usaha menengah sering dikategorikan sebagai bisnis besar dengan kriteria kekayaan bersih yang dimiliki pemilik usaha mencapai lebih dari Rp500.000.000,- hingga Rp10.000.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan tahunannya mencapai Rp2,5 .000.000,- milyar sampai Rp50.000.000.000,-.

Klasifikasi UKM (Usaha Kecil Menengah)

Berdasarkan perkembangannya, UKM di Indonesia dapat dibedakan dalam 4 kriteria, diantaranya:

- a. *Livelihood Activities*, yaitu UKM yang dimanfaatkan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Misalnya adalah pedagang kaki lima.
- b. *Micro Enterprise*, yaitu UKM yang punya sifat pengrajin namun belum punya sifat kewirausahaan.
- c. *Small Dynamic Enterprise*, yaitu UKM yang telah memiliki jiwa entrepreneurship dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor
- d. *Fast Moving Enterprise*, yaitu UKM yang punya jiwa kewirausahaan dan akan bertransformasi menjadi sebuah Usaha Besar (UB).

Ciri-Ciri UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)

- a. Jenis komoditi/ barang yang ada pada usahanya tidak tetap, atau bisa berganti sewaktu-waktu
- b. Tempat menjalankan usahanya bisa berpindah sewaktu-waktu
- c. Usahanya belum menerapkan administrasi, bahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha masih disatukan

- d. Sumber daya manusia (SDM) di dalamnya belum punya jiwa wirausaha yang mumpuni
- e. Biasanya tingkat pendidikan SDM nya masih rendah
- f. Biasanya pelaku UMKM belum memiliki akses perbankan, namun sebagian telah memiliki akses ke lembaga keuangan non bank
- g. Pada umumnya belum punya surat izin usaha atau legalitas, termasuk NPWP

2.6 Jenis-Jenis UMKM

Seperti yang dijelaskan pada **pengertian UMKM** yang tertuang dalam Keppres RI No. 19 Tahun 1998 sebagai kegiatan ekonomi rakyat pada skala kecil yang perlu dilindungi dan dicegah dari persaingan yang tidak sehat. Pada dekade terakhir ini mulai marak bermunculan bisnis UMKM mulai dari skala rumahan hingga skala yang lebih besar. Berikut ada 3 jenis usaha yang termasuk UMKM:

2.6.1 Usaha Kuliner

Salah satu bisnis UMKM yang paling banyak digandrungi bahkan hingga kalangan muda sekalipun. Berbekal inovasi dalam bidang makanan dan modal yang tidak terlalu besar, bisnis ini terbilang cukup menjanjikan mengingat setiap hari semua orang membutuhkan makanan.

2.6.2. Usaha Fashion

Selain makanan, UMKM di bidang fashion ini juga sedang diminati. Setiap tahun mode tren fashion baru selalu hadir yang tentunya meningkatkan pendapatan pelaku bisnis fashion.

2.6.3. Usaha Agribisnis

Siapa bilang usaha agribisnis di bidang pertanian harus bermodalkan tanah yang luas. Anda bisa memanfaatkan perkarangan rumah yang disulap menjadi lahan agrobisnis yang menguntungkan.

2.7 Pengembangan Hipotesis

Perusahaan yang menghasilkan produk maupun jasa harus mulai memperhatikan suatu konsep keunggulan bersaing agar perusahaan dapat bertahan yang akhirnya akan memperoleh laba. Keunggulan bersaing terdiri dari tiga dimensi yaitu: daya tahan lama, tingkat kesulitan untuk dapat ditiru, dan tingkat kemudahan untuk menyalin. Keunggulan bersaing akan mendorong meningkatkan kinerja bisnis UKM melalui pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pelanggan (Marthavita, 2013).

Penelitian yang dilakukan oleh Widayanti dkk. (2017) menunjukkan hasil bahwa pengetahuan keuangan memiliki pengaruh terhadap keberlangsungan usaha, hasil penelitian mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan Drexler dkk. (2014) yang menyatakan bahwa literasi keuangan akan mendukung dalam pengambilan keputusan keuangan yang sifatnya kompleks dan literasi keuangan tersebut menjadi salah satu pendukung dalam menjaga keberlanjutan usahanya sehingga hipotesis yang diangkat adalah:

H₁: Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keberlangsungan usaha di masa pandemi.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu menggunakan uji perhitungan statistik dari data penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keterkaitan literasi keuangan, kelangsungan usaha dan kinerja UMKM di masa pandemi dan setelah pandemi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang didapatkan langsung dari responden yang meliputi data diri (nama, jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir) dan data usaha (lama usaha, omzet, asset, jumlah karyawan tetap). Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan kuesioner kepada responden yang dalam penelitian ini adalah pengusaha UMKM di kota Bandar Lampung. Wawancara adalah proses interaksi dan komunikasi antara pewawancara dengan responden dalam proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab.

Kinerja dilakukan dengan teknik indept interview atau wawancara mendalam. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada responden. Jawaban responden diukur dengan menggunakan Skala Likert 1-5, skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok tentang atau gejala sosial, (Riduwan dan Akdon, 2009). Skor penilaian atas pernyataan positif tertinggi adalah 5 yang artinya responden sangat setuju dengan pernyataan yang ada dan skor terendah adalah 1 yang artinya responden sangat tidak setuju dengan pernyataan dengan metode Non Probability Sampling dengan teknik Purpose Sampling, kriteria sample usaha sudah berdiri selama minimal 5 tahun dan usaha yang didirikan merupakan usaha utama bukan usaha sampingan, dan berada dari populasi tersebut diambil sample sebanyak

15%. Metode ini sesuai dengan yang dikemukakan bahwa sample dapat diambil antara 10% sampai dengan 30%.

3.2. Teknik Analisis

Uji Validitas dan Reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu indikator penelitian. Uji validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel dengan ketentuan untuk degree of freedom (df) = $n - 2$, dimana n adalah jumlah sample. Jika r hitung $> r$ tabel berarti pernyataan tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika r hitung $< r$ tabel berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan apakah signifikan atau tidak signifikan dengan variabel terikat (Y). Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$).

3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah persepsi pemilik usaha mengenai pengetahuan, keterampilan, kemampuan dan kesadaran seseorang dan pelaku usaha mikro dan kecil ekonomi kreatif untuk menganggarkan, menggunakan, menyimpan, dan mendapatkan uang serta mencatat setiap transaksi keuangan yang digunakan untuk keperluan bisnis. Menggunakan instrumen kuesioner yang diadopsi dari penelitian Jatidkk. (2021), dengan indikator: Konsep dasar literasi keuangan pembukuan dan laporan keuangan, perencanaan keuangan penganggaran, pengendalian keuangan, pengelolaan utang, tabungan yang merupakan bagian dari antisipasi risiko keuangan dan kemudahan transaksi dengan pemasok dan pelanggan.

Adapun indikator yang dipergunakan adalah:

1. Saya mengetahui manfaat dan cara melakukan pengelolaan keuangan yang baik dan bijak.
2. Saya mengetahui manfaat dan cara menyusun rencana anggaran keuangan.

3. Saya mengetahui jenis-jenis sumber pendapatan dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengeluaran-pengeluaran.
4. Saya memahami pengetahuan tentang aset bersih dan likuiditas asset
5. Saya memahami istilah dalam suku bunga dan cara menghitung tingkat bunga sederhana.
6. Saya memahami aspek yang perlu dipertimbangkan dalam mengambil kredit dan cara menghitung suku bunga pinjaman.
7. Saya memahami manfaat asuransi dan faktor yang perlu dipertimbangkan dalam memilih jenis asuransi.
8. Saya memahami jenis-jenis, resiko, dan strategi investasi (seperti deposito, saham, obligasi, dan properti)

3.4 Persepsi Kelangsungan Usaha 2020-2021

Keberlangsungan usaha adalah persepsi pemilik usaha tentang suatu keadaan atau kondisi usaha, dimana di dalamnya terdapat cara-cara untuk mempertahankan, mengembangkan dan melindungi sumber daya serta memenuhi kebutuhan yang ada didalam suatu usaha (industri) Cara-cara yang dipergunakan ini bersumber dari pengalaman sendiri, orang lain, serta berlandaskan pada kondisi atau keadaan ekonomi yang sedang terjadi di dalam dunia usaha. Dari pengertian tersebut maka keberlangsungan usaha merupakan bentuk konsistensi dari kondisi usaha, dimana keberlangsungan ini merupakan proses berlangsungnya usaha baik mencakup pertumbuhan, perkembangan, strategi untuk menjaga kelangsungan usaha dan pengembangan usaha dimana semua ini bermuara pada keberlangsungan dan eksistensi atau ketahanan usaha. Menggunakan instrumen kuesioner yang diadopsi dari penelitian Jati dkk. (2021), dengan indikator:a. Pertumbuhan laba. Penelusuran kepuasan pelanggan, BEP, pengurangan biaya operasional, total asset.

Saya menggunakan perencanaan keuangan untuk mempertimbangkan biaya pengeluaran sehari-hari.

1. Saya mengetahui tujuan perencanaan keuangan untuk terlepas dari kesulitan keuangan.
2. Saya telah memeriksa dan menganalisa serta mengevaluasi perencanaan keuangan dengan skala Panjang
3. Saya telah menganalisa langkah-langkah yang harus saya persiapkan jika berada di kondisi sulit keuangan
4. Saya mengetahui tujuan asuransi untuk perlindungan terhadap resiko yang tidak terduga.
5. Melakukan proses pengukuran dan mengevaluasi kinerja actual dari suatu perusahaan sehingga dapat melakukan perbaikan bila diperlukan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Uji Validitas

Uji Validitas adalah persamaan informasi yang diperoleh dari peneliti, dengan informasi yang dihasilkan langsung yang dimana terjadi pada subjek penelitian (Sugiyono, 2018). Uji Validitas dilakukan untuk mengukur seberapa akurat apa yang ingin kita ukur. Menurut Ghazali (2017) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.

Suatu kuesioner akan dibilang sah atau valid apabila pertanyaan yang terdapat di kuesioner dapat menjelaskan apa yang diukur. Suatu variabel dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) dan suatu variabel dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ ($\alpha = 0,05$). Oleh karena itu, untuk mengetahui valid atau tidaknya maka kriteria yang dilakukan dinyatakan dengan:

- a.) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka H_0 ditolak yang berarti dapat dikatakan valid.
- b.) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka H_0 diterima yang berarti dapat dikatakan tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner dari suatu instrumen atau kuesioner. Uji Reliabilitas adalah Pengujian realibilitas dimaksudkan untuk memastikan bahwa instrument memiliki konsistensi sebagai alat ukur sehingga tingkat kehandalannya dapat menghasilkan hasil yang konsisten (Sugiyono, 2018).

Untuk menguji reliabilitas suatu instrumen pada penelitian ini maka menggunakan Cronbach's Alpha. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0.6 (Husein, 201). Adapun uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan kriteria yang dinyatakan sebagai berikut: a.) Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka instrumen dinyatakan reliabel atau konsisten.

b.) Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten. (Sujarweni, 2014)

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Data yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Berikut adalah dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov-Smirnov:

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal.
2. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal. (Raharjo, 2021)

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas atau adanya korelasi antar satu atau semua variabel bebas (independen). Model terjadi multikolonieritas. Uji multikolonieritas ini digunakan untuk mengukur tingkat asosiasi

(keeratan) hubungan/pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r).

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dalam model regresi, maka dapat dilakukan beberapa cara, yaitu:

1. Melihat nilai korelasi antar variabel independen
2. Melihat nilai condition index dan eigenvalue
3. Melihat nilai tolerance dan variance inflating factor (VIF)

Uji Heteroskedastisitas bertujuan apakah sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual dari pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda, disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.

Dasar pengambilan keputusan Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

(Raharjo, 2021)

3.6.2 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

3.6.2.1 Uji Signifikan (Uji F)

Uji Signifikan F merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas atau independen pada penelitian secara bersama- sama terdapat pengaruh variabel terikat atau dependen. Pada pengujian Uji F terdapat dasar dalam pengambilan keputusan, yaitu:

1. Hipotesis ditolak jika nilai signifikan $0,05$ dan F -hitung F -tabel. Artinya tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel bebas secara bersama- sama terhadap variabel dependen,
2. Hipotesis diterima jika nilai signifikan $0,05$ dan F -hitung $2 F$ -tabel.. Artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

3.6.2.2 Uji Parsial (Uji T)

Uji Parsial T merupakan suatu uji yang digunakan untuk menguji secara signifikan pengaruh variabel bebas yang terdiri dari literasi keuangan, terhadap variabel terikat yaitu keberlangsungan usaha UMKM. Pada pengujian Uji T terdapat kriteria dalam perhitungannya, yaitu:

1. Hipotesis ditolak jika nilai signifikan $< 0,05$ dan $T\text{-hitung} \geq T\text{-tabel}$. Artinya suatu variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.
2. Hipotesis diterima jika nilai signifikan $> 0,05$ dan $T\text{-hitung} \leq T\text{-tabel}$. Artinya suatu variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

3.6.2.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi adalah uji yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen atau terikatnya. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati angka 1, maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependennya. Pada penelitian ini uji koefisien determinasi digunakan untuk menghitung persentasi pengaruh literasi keuangan (X1).

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pelaku UMKM dengan variabel literasi keuangan terhadap keberlanjutan usaha berpengaruh signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan perusahaan UMKM masih bertahan hidup selama masa pandemi covid-19 yang serba terbatas akibat pembatasan sosial yang dilakukan oleh pemerintah, dengan hasil literasi keuangan mempengaruhi keberlangsungan UMKM akibat pandemic covid-19. Literasi Keuangan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha. Literasi keuangan yang tinggi akan memengaruhi sikap pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya dengan membuka cabang baru. Sebagaimana pelaku UMKM yang memahami perencanaan keuangan akan menggunakan pendapatannya untuk ditabung sebelum terjadinya pengeluaran untuk dikonsumsi. Sehingga suatu saat pelaku UMKM tidak merasa khawatir untuk menggunakan uang tersebut dengan mengembangkan usahanya. Dalam hal ini pelaku UMKM memiliki suatu perencanaan yang baik untuk masa depannya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya menggunakan 16 sampel penelitian dan hanya menggunakan variabel literasi keuangan saja.

5.3 Saran

Penelitian berikutnya hendaknya mempergunakan sampel yang lebih besar dengan indikator penelitian yang lebih valid. Selain itu diharapkan menambah variable lain yang dapat berpengaruh terhadap kelangsungan usaha UMKM. Bagi Para Pelaku

UMKM, diharapkan lebih meningkatkan pengetahuan mereka dan mengaplikasikan kegiatan yang berhubungan dengan pengetahuan keuangan mereka yang efektif dan bertanggung jawab, dengan tujuan untuk memajukan atau meningkatkan perekonomian bahkan usaha mereka memiliki pengetahuan wawasan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- BNT Anggono, [I Istiatin](#), Sh AB - Persepsi Kemudahan, Resiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay, *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 2020 - ejournal.stiepena.ac.id
- Draxler, A., Fischer, G., dan Schoar, A. (2014). Keeping it simple: Financial literacy and rules of thumb. *American Economic Journal: Applied Economics*. 6(2). 1-31. <http://dx.doi.org/10.1257/app.6.2.1>
- OECD INFE. 2012. PISA 2012 Literacy assessment framework. <https://www.oecd.org/pisa/pisaproducts/46962580.pdf> Diakses pada tanggal 2 Maret 2023.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2013. Edukasi dan perlindungan konsumen pada literasi keuangan. Online. <http://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/Literasi-Keuangan.aspx>. Diakses pada tanggal 2 Maret 2023.
- Marthavita H. 2013. *Membangun Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis Pada UKM Manufaktur (Studi Kasus Pada Industri Manufaktur Kayu/Mebel Dan Gerabah Di Kabupaten Klaten)*.
- Widiyati, Sri, Wijayanto, Edi, dan Prihatiningsih, Prihartiningsih. 2018. Literasi Keuangan Model di Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *MIMBAR Jurnal Sosial dan Pembangunan* 34 (2):255-264;