

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Aktivitas ekonomi menjadi sebuah upaya terhadap meningkatkan perkembangan ekonomi guna memenuhi keinginan masyarakat dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Kesempatan kerja yang mampu menampung seluruh tenaga kerja diperlukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Meski memiliki keanekaragaman sumber daya alam, Indonesia belum mampu mewujudkan potensinya secara maksimal. Agar dapat memenuhi kebutuhannya, baik masyarakat yang ada di dalamnya ataupun masyarakat yang berada di daerahnya masing-masing. Oleh sebab itu masyarakat perlu bertumbuh dalam kemampuan dan potensinya. Masyarakat yang memiliki kapasitas dan keinginan untuk mewujudkan potensi yang dimilikinya serta mampu melihat kemungkinan-kemungkinan yang ada di sekitarnya sehingga bisa menemukan dan menciptakan potensi bisnis bagi masyarakat.

Dengan potensi bisnis tersebut diharapkan masyarakat dapat berkontribusi pada peningkatan perkembangan ekonomi setempat, sehingga dapat mengurangi tingginya tingkat urbanisasi. Selain itu, perusahaan yang berkonsentrasi pada potensi yang ada di lingkungannya diharapkan mampu menjadikan dirinya sebagai ciri khas atau ikon dari daerah tersebut.

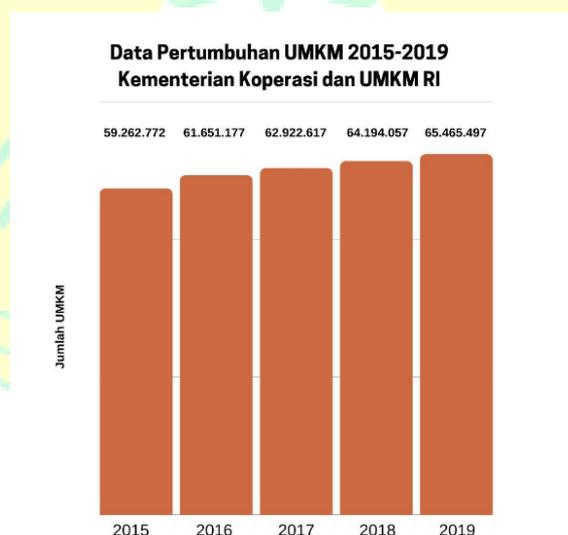
Kehadiran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada perekonomian Indonesia memegang peran pada membangkitkan ekonomi nasional maupun sektoral. Khususnya dalam hal penciptaan lapangan kerja, percepatan pembangunan daerah, pertumbuhan ekonomi, dan penghapusan pengangguran.

Menurut Sudrartono et al. (2022) Usaha Mikro, Kecil dan Menengah melambangkan aktivitas usaha yang dilaksanakan oleh perseorangan, rumah tangga, ataupun bisnis skala kecil. Dalam Saefullah et al. (2022) Usaha Mikro, Kecil dan Menengah termasuk dalam klasifikasi usaha kecil masyarakat yang

didirikan sesuai keinginan seseorang. Selain itu Sukorejo (2023) mendefinisikan UMKM sebagai perusahaan menguntungkan yang dikendalikan oleh orang atau organisasi yang memenuhi persyaratan untuk diklasifikasikan sebagai usaha mikro.

Dalam Krisna & Nuratama (2021), UU No.20 Tahun 2008 menegaskan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) semacam usaha kecil yang dikelola dan dikendalikan dari satu maupun sekumpulan kecil individu pada tingkat pendapatan tertentu. Bisnis UMKM biasanya dikategorikan berdasarkan pendapatan tahunan, jumlah karyawan, dan aset yang dimiliki. Sesuai dengan pedoman pembedaan Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) tahun 2018, dalam Sasongko (2020) ada 64,2 juta pelaku UMKM, yang merupakan mayoritas besar dari total jumlah pelaku usaha di Indonesia, yaitu sekitar 99,99%. Informasi dari Kementerian Koperasi dan UKM mengumumkan bahwa mengalami peningkatan jumlah unit UMKM dalam kurun waktu 2015 sampai dengan 2019 seperti berikut ini:

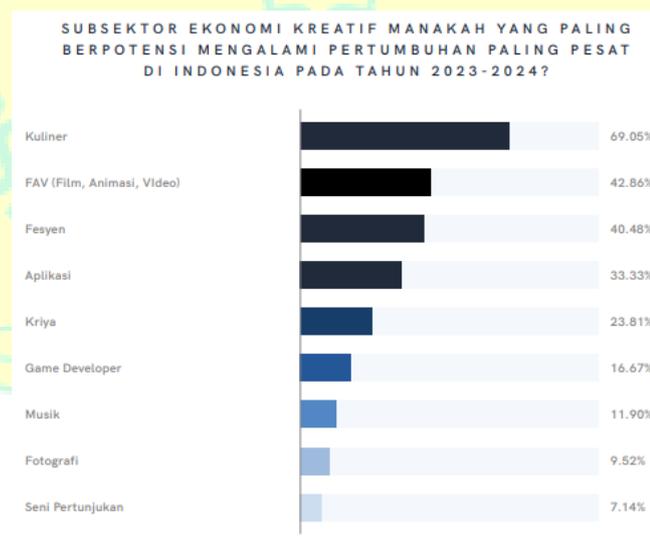


**Gambar 1.1 Pertumbuhan UMKM di Indonesia Tahun 2015-2019**

Sumber: Data Kementerian Koperasi serta UMKM Republik Indonesia, 2024

Berdasarkan grafik yang ditunjukkan, menyatakan bagaimana UMKM semakin berkembang setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan betapa besarnya dampak dan kontribusi UMKM dalam menurunkan angka pengangguran di Indonesia. Kementerian Keuangan (2023) mengemukakan bahwa dengan bertambahnya persentase pekerja dalam Usaha Mikro, Kecil dan Menengah bisa turut ikut untuk mengurangi jumlah pengangguran di negara ini.

Dalam *Outlook* Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia menyatakan pertumbuhan ekonomi kreatif dunia hendak berkembang sehingga 40% di tahun 2030. Hal ini tentu saja berpengaruh untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia, yang mana diperkirakan akan terus menjadi salah satu penopang perekonomian nasional dan sektor industri. Dari berbagai subsektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang ada, sektor kuliner berpotensi tumbuh pesat pada 2023-2024. Dalam Asthu et al. (2023) terdapat prediksi serupa pada laporan MarkPlus FnB Q1, Dimana industri kuliner diprediksi akan berkembang positif pada tahun 2023, meskipun ada ketidakpastian global, karena mengalami lonjakan kunjungan dine-in, momen Ramadan, dan periode “tahun politik”.



**Gambar 1.2** Pertumbuhan Subsektor Ekonomi Kreatif

Sumber: *Outlook* Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia 2023/2024

Berdasarkan gambar grafik di atas, selain industri kuliner terdapat sektor lain yang diprediksi akan mengalami pertumbuhan pesat termasuk film animasi video (FAV), fashion, aplikasi, dan kerajinan.

Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta (2022) tercatat setidaknya ada 1.151.080 UMKM di wilayah DKI Jakarta yang tersebar pada enam Kota/Kabupaten dengan 22.380 jumlah kedai makanan dan minuman dalam Pendataan Potensi Desa (2020). Berdasarkan data tersebut, Jakarta Timur memiliki 240.512 UMKM diantaranya terdiri dari 6.228 sektor kuliner yang terdaftar, ini membuatnya menjadi kota yang dikenal dengan jumlah UMKM yang besar di DKI Jakarta. Selain itu peneliti telah melaksanakan penelitian terhadap informasi total UMKM yang tersedia di Kecamatan Pasar Rebo, Jakarta Timur dalam Jakarta *Entrepreneur*. Hasil eksplorasi menunjukkan rincian berikut:

**Tabel 1.1 Jumlah UMKM Sektor Kuliner di Kecamatan Pasar Rebo**

Tahun	Jumlah UMKM
2020	857 usaha
2021	1.945 usaha
2022	2.354 usaha
2023	2.651 usaha
2024	2.681 usaha

Sumber: Data Kecamatan Pasar Rebo, 2024

Data tersebut kemudian terbagi menjadi lima kelurahan yang terdapat di Kecamatan Pasar Rebo. Kelurahan tersebut terdiri dari Kelurahan Baru, Cijantung, Gedong, Kalisari dan Pekayon.

**Tabel 1.2 UMKM Sektor Kuliner di 5 Kelurahan  
Pada Kecamatan Pasar Rebo**

Kelurahan	Kode Pos	Jumlah UMKM
Baru	13780	298 usaha
Cijantung	13779	574 usaha

Gedong	13760	515 usaha
Kalisari	13790	522 usaha
Pekayon	13710	772 usaha

---

Sumber: Data Kecamatan Pasar Rebo, 2024

Dilihat dari data-data di atas, ada terjadinya peningkatan di setiap tahunnya pada jumlah UMKM di Kecamatan Pasar Rebo, tentu saja ini berpengaruh terhadap kapabilitas UMKM. Kapabilitas UMKM merujuk pada berbagai kemampuan yang dikuasai oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah guna menaikkan kinerja serta daya saing mereka. Menurut Puspitasari & Astrini (2021) kinerja UMKM merupakan tolak ukur seberapa jauh UMKM mampu mencapai tujuan yang telah ditentukan. Dalam mengembangkan kinerja dan keberlangsungan UMKM adalah dengan memperluas wawasan pelaku UMKM dalam hal pemahaman di bidang yang membuat pengelolaan dan pertanggungjawaban menjadi lebih efektif, sebagaimana halnya di perusahaan-perusahaan besar.

Akuntabilitas dalam Usaha Mikro, Kecil dan Menengah ialah kemampuan guna bertanggung jawab atas keuangan dan kinerja usaha. Hal ini dapat diwujudkan lewat laporan keuangan yang akurat dan transparan dengan melibatkan literasi keuangan. Syamsul et al. (2023) mengatakan bahwa literasi keuangan merupakan gabungan dari wawasan dan keterampilan guna mendapatkan, memahami, menganalisis, serta mengelola keuangan. Menurut Nugraha et al. (2022) literasi keuangan secara umum dimaknai sebagai kesadaran dan pengetahuan tentang keuangan dasar, yang mencakup kemampuan keuangan dalam hal manajemen keuangan dan perencanaan finansial.

Berdasarkan hasil survei dan penelitian, indeks literasi keuangan di Indonesia mengalami kenaikan. Menurut Otoritas Jasa Keuangan, dari tahun 2022, indeks literasi keuangan sebanyak 49,6% serta inklusi keuangan 85,1%. Namun, Otoritas Jasa Keuangan menetapkan target angka literasi keuangan menjangkau 65% dan inklusi keuangan 93% pada 2027. Hitungan

Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022, dalam Otoritas Jasa Keuangan (2022a) juga mengindikasikan masyarakat Indonesia mempunyai indeks literasi keuangan sebanyak 49,68%. Selain itu, dalam Santika (2023) riset Katadata Insight Center mencatat pada tahun 2023 indeks literasi keuangan Indonesia naik menjadi 69,7 poin. Peningkatan ini menunjukkan adanya kesadaran serta pemahaman dengan baik tentang keuangan di kalangan masyarakat. Dengan demikian, usaha untuk terus meningkatkan literasi keuangan di Indonesia menjadi hal yang penting guna mendukung inklusi keuangan dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Menurut hasil penelitian, terdapat temuan yang menyatakan adanya korelasi antara peningkatan indeks literasi keuangan dengan kinerja melalui perilaku kewirausahaan. Idawati & Pratama (2020) menegaskan bahwa literasi keuangan berhubungan signifikan dengan kinerja pelaku UMKM di Kota Denpasar. Adapun Kasendah & Wijayangka (2019) mengindikasikan terdapat pengaruh yang signifikan dari literasi keuangan terhadap kinerja UMKM anggota binaan PPKM di Rancaekek dan Cileunyi. Dalam A. Y. Rahayu & Musdholifah (2017) memaparkan bahwa literasi keuangan berperan penting dan mempengaruhi secara signifikan kinerja UMKM di kota Surabaya. Selain itu, Arodi (2017) mengindikasikan bahwa literasi keuangan memberikan dampak positif serta signifikan kepada kinerja 50 UMKM makanan serta minuman di Kota Malang.

Dalam studi Lempas et al. (2023), ditemukan bahwa literasi keuangan mempengaruhi kinerja UMKM melalui perilaku kewirausahaan. Menurut Suharyono (2017) perilaku kewirausahaan merupakan serangkaian sikap, perbuatan dan keputusan yang diimplementasikan oleh seseorang atau kelompok dalam konteks aktivitas wirausaha. Ini mencakup semangat inovasi, kreativitas, ketekunan, risiko yang dikelola dan orientasi pada penciptaan nilai atau peluang usaha. Perilaku kewirausahaan melibatkan kemampuan untuk mengidentifikasi peluang, mengambil risiko yang terukur, mengelola sumber daya dengan efisien dan menjalankan strategi yang dibutuhkan dalam

memperoleh tujuan usaha. Akbar et al. (2021) menegaskan bahwa literasi keuangan syariah dan perilaku kewirausahaan muslim berdampak positif serta signifikan bagi kinerja usaha, baik dengan parsial ataupun bersamaan. Adapun menurut Salma Putri Mellinia et al. (2022) literasi keuangan, sikap serta perilaku pengelolaan keuangan berkontribusi positif kepada kinerja UMKM. Tersebut mengindikasikan bahwa kenaikan literasi keuangan mampu mempengaruhi kinerja melalui berbagai faktor, termasuk perilaku kewirausahaan. Oleh karena itu, dapat dikemukakan literasi keuangan dapat berpotensi mempengaruhi kinerja usaha melalui pengaruhnya terhadap perilaku kewirausahaan dan faktor-faktor terkait lainnya.

Menurut Rini et al. (2022) literasi digital termasuk satu dari aspek yang berpengaruh bagi kinerja, seperti kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Dalam H. A. Naufal (2021) literasi digital ialah kapasitas guna mengakses, menguasai, dan memanfaatkan informasi yang bermula oleh beberapa sumber berbentuk digital. Adapun Zahro (2019) mengartikan literasi digital sebagai kemampuan untuk berhasil menganalisis data dari berbagai sumber media digital, bukan sekedar keterampilan menggunakan media digital.

Indeks literasi digital di Indonesia menunjukkan peningkatan pada tahun 2022. Agustini (2023) mengatakan bahwa Indonesia mendapat 3,54 poin dari 5 poin, sehingga masuk dalam kategori “sedang” angka ini meningkat dibandingkan tahun 2021 yang memperoleh 3,49 poin. Dengan peningkatan literasi digital, diharapkan individu mampu memanfaatkan teknologi digital secara produktif, aman dan bijak. Sehingga dapat mendukung perkembangan dan keberlanjutan usaha. Rahayu et al. (2021) mengindikasikan literasi digital dampaknya bagi kemampuan wirausaha serta kinerja usaha dan dapat meningkatkan efisiensi biaya, akuntabilitas dan transparansi dalam berbagai konteks, termasuk dalam pelaksanaan pembelajaran dan pengelolaan keuangan. Adapun menurut Kominfo (2022) literasi digital berperan penting dalam meningkatkan kinerja UMKM, karena keterampilan dalam memahami dan memanfaatkan data atau fakta dari berbagai format digital, serta penerapan

teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi, akses pasar dan manajemen keuangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Menurut Usmaniyah & Abrori (2024) kemahiran dalam teknologi digital secara positif dan signifikan meningkatkan kinerja UMKM di Kabupaten Sumenep. Cahyono & Rizqi (2023) memperlihatkan bahwa keahlian dalam teknologi digital memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) di kota Sumbawa. Damayanti et al. (2023) terdapat hubungan positif dari literasi digital dan kinerja UMKM. Adapun Farhan et al. (2022) menyatakan bahwa kemahiran digital memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM di sektor makanan serta minuman di Jakarta Selatan.

Menurut Nur Samsul Bahri et al. (2021) literasi digital serta perilaku kewirausahaan berpengaruh secara positif serta signifikan bagi kinerja bisnis dengan bersamaan. Sehingga literasi digital memiliki peran penting sebagai bagian dari proses pembentukan perilaku kewirausahaan serta berpengaruh kepada kinerja bisnis. Adapun menurut Aprilia (2018) literasi informasi (*digital literacy*) dan perilaku kewirausahaan memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap kinerja usaha kecil di sektor kuliner di kota Makassar. Selain itu, literasi digital juga dapat membantu UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi pemasaran melalui media digital. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital dapat membantu UMKM untuk lebih adaptif dan efektif dalam lingkungan bisnis yang semakin terdigitalisasi.

Setelah memahami penjelasan tersebut, peneliti akan mengeksplorasi bagaimana pengaruh dari literasi keuangan dan literasi digital kepada kinerja dari perilaku kewirausahaan khususnya di pelaku UMKM sektor kuliner di Kecamatan Pasar Rebo, maka judul yang diambil pada penelitian ini yakni **“Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital Terhadap Kinerja Melalui Perilaku Kewirausahaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Pasar Rebo Jakarta Timur”**, dimana

harapannya penelitian ini dapat membantu pelaku UMKM untuk memahami betapa pentingnya pertumbuhan usaha mereka guna menunjang kehidupan yang lebih sejahtera.

## **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Dengan mempertimbangkan konteks yang telah dijelaskan sebelumnya, ada beberapa pertanyaan penelitian yang dapat disorot dalam studi ini, yakni:

1. Apakah terdapat pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja?
2. Apakah terdapat pengaruh Literasi Digital terhadap Kinerja?
3. Apakah terdapat pengaruh Perilaku Kewirausahaan terhadap Kinerja?
4. Apakah terdapat pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja melalui Perilaku Kewirausahaan?
5. Apakah terdapat pengaruh Literasi Digital terhadap Kinerja melalui Perilaku Kewirausahaan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari permasalahan-permasalahan yang sudah disebutkan sebelumnya, tujuan yang akan diperoleh diantaranya:

1. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja pada pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Pasar Rebo.
2. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Digital terhadap Kinerja pada pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Pasar Rebo.
3. Untuk mengetahui pengaruh Perilaku Kewirausahaan terhadap Kinerja pada pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Pasar Rebo.
4. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja melalui Perilaku Kewirausahaan pada pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Pasar Rebo.
5. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Digital terhadap Kinerja melalui Perilaku Kewirausahaan pada pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Pasar Rebo.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, harapannya bisa berdampak yang positif atau berguna bagi berbagai pihak, yang mana kegunaan penelitian ini dapat berguna secara lebih spesifik untuk:

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memperluas pengetahuan serta literatur ilmiah terbaru pada bidang pendidikan yang relevan dengan Literasi Keuangan, Literasi Digital, Kinerja dan Perilaku Kewirausahaan.

2. Praktis

- a. Peneliti

Penelitian ini diharapkan menjadi penerapan ilmu-ilmu yang di peroleh selama peneliti menempuh pendidikan di jenjang studi perkuliahan dan sebagai penambah wawasan serta pengetahuan bagi peneliti mengenai pendidikan dan kewirausahaan.

- b. Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini diharapkan memberikan rujukan untuk *civitas academica* Universitas Negeri Jakarta yang ingin mengeksplorasi penelitian di bidang kewirausahaan, serta dapat memperkaya sumber informasi di perpustakaan Universitas Negeri Jakarta.

- c. Fakultas Ekonomi

Penelitian ini diharapkan bisa jadi sumber rujukan untuk perpustakaan Fakultas Ekonomi dan dapat membantu Fakultas Ekonomi meningkatkan kemampuan berwirausaha pada mahasiswanya.

- d. Bagi Pembaca

Sebagai peningkatan pengetahuan, sumber informasi dan referensi terbaru yang berguna dan relevan untuk penelitian berikutnya dalam konteks Pendidikan dan Kewirausahaan.