

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian Indonesia didukung oleh berbagai sektor, salah satunya adalah sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. Pembangunan perekonomian di Indonesia umumnya berbasis pada ekonomi kerakyataan, yang dapat dilihat pada sektor UMKM (Nugroho et al., 2024). Sektor ini mempunyai peranan yang cukup besar dalam perekonomian nasional maupun daerah. UMKM merupakan salah satu bentuk usaha yang paling banyak dijalani oleh pengusaha di Indonesia. UMKM merupakan salah satu pilar pertumbuhan ekonomi bagi negara sehingga harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan terhadap ekonomi rakyat (Hastuti & dkk, 2021). Dengan karakteristiknya yang fleksibel dan mudah beradaptasi terhadap perubahan pasar, UMKM terus berkembang dan menjadi bagian penting dalam meningkatkan daya saing ekonomi negara. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga menjadi sumber utama lapangan kerja bagi masyarakat.

Pertumbuhan penjualan merupakan salah satu indikator utama dalam menilai keberhasilan suatu usaha seperti UMKM. Bagi pelaku UMKM, baik skala kecil maupun besar, peningkatan penjualan menandakan bahwa produk atau layanan yang ditawarkan mampu memenuhi kebutuhan pasar. Pertumbuhan penjualan yang tinggi atau stabil dapat berdampak positif

terhadap keuntungan perusahaan sehingga menjadi pertimbangan manajemen perusahaan dalam menentukan nilai perusahaan (Laili & Idris, 2022). Dalam konteks ekonomi yang semakin kompetitif, pertumbuhan penjualan menjadi faktor krusial yang menentukan keberlanjutan dan ekspansi suatu UMKM. Berbagai faktor dapat mempengaruhi pertumbuhan penjualan, mulai dari strategi pemasaran, kualitas produk, harga, hingga daya beli masyarakat. Inovasi dalam produk dan layanan juga menjadi kunci dalam mempertahankan pelanggan dan menarik konsumen baru.



Gambar 1. 1 Perkembangan Jumlah UMKM

Sumber: Kemenkop dan UKM – Litbang (2021)

Berdasarkan Data dari Dari Kemenkop dan UKM – Litbang , jumlah UMKM di Indonesia meningkat secara signifikan dari 54,1 juta unit pada tahun 2011 menjadi 65,5 juta unit pada tahun 2019. Peningkatan ini menunjukkan bahwa sektor UMKM terus berkembang dan menjadi bagian penting dalam perekonomian nasional. Namun, pada tahun 2020, jumlah UMKM diperkirakan mengalami sedikit penurunan menjadi 64,2 juta unit, yang kemungkinan besar dipengaruhi oleh dampak pandemi COVID-19 yang menghambat pertumbuhan usaha kecil dan menengah.

Kenaikan jumlah UMKM ini mencerminkan meningkatnya minat masyarakat dalam berwirausaha serta peran pemerintah dalam mendukung pertumbuhan UMKM melalui berbagai kebijakan dan program pemberdayaan. Selain itu, indikator keberhasilan sebuah daerah atau wilayah salah satunya

adalah dari sisi ekonomi, kemudian pertumbuhan ekonomi akan terlihat dari meningkatnya jumlah intrepeneur yang awalnya bermula dari tingkatan usaha mikro dan kecil yang terus berkembang menjadi usaha besar (Anggraeni et al., 2021). Faktor-faktor seperti akses terhadap modal, kemudahan regulasi, serta adopsi teknologi digital juga turut mendorong pertumbuhan UMKM. Namun, tantangan seperti persaingan pasar, perubahan tren konsumsi, dan disrupsi ekonomi akibat pandemi perlu menjadi perhatian dalam upaya menjaga keberlanjutan sektor ini. Tingginya persaingan usaha dimana UMKM harus bersaing tidak hanya dengan UMKM lain tetapi juga dengan perusahaan besar, termasuk produk impor yang sering lebih kompetitif dari segi harga dan kualitas. UMKM sering menghadapi tekanan dari usaha besar atau sesama UMKM dalam memenangkan pasar, yang dapat memengaruhi kelangsungan dan perkembangan usaha mereka.

Bagi usaha mikro dan kecil, pertumbuhan penjualan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti literasi keuangan inovasi produk. Pemahaman yang baik mengenai pengelolaan keuangan, pencatatan keuangan, dan perencanaan bisnis dapat membantu UMKM dalam mengoptimalkan modal dan meningkatkan profitabilitas. Namun, banyak pelaku UMKM yang masih memiliki keterbatasan dalam hal literasi keuangan, yang berpotensi menghambat pertumbuhan usaha mereka. Selain itu, perkembangan teknologi telah membawa perubahan dalam literasi keuangan yang digunakan oleh konsumen UMKM juga terbukti lebih tahan terhadap krisis ekonomi dan moneter karena peran mereka dalam menggerakkan perputaran uang di Masyarakat (Marbun & Simanjuntak, 2021). Kemunculan berbagai metode pembayaran digital, seperti QRIS, dompet digital, dan *mobile banking*, memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi transaksi serta memperluas jangkauan pelanggan. Persaingan yang semakin ketat menuntut para pelaku UMKM untuk terus berinovasi dalam produk yang ditawarkan, baik dari segi variasi, kualitas, maupun strategi pemasaran.

Tabel 1. 1 Data Perkembangan Jumlah UMKM Provinsi DKI JAKARTA

Tahun	Jumlah UMKM	Pertumbuhan UMKM (Peresentase)
2020	91.552	-
2021	167.290	83,73 %
2022	202.286	20,92 %
2023	235.745	16,56 %
2024	267.018	13,27 %
2025	284.856	6,68 %
Grand Total	284.856	

Sumber: Suku Dinas PPKUKM Menengah Provinsi DKI Jakarta, 2025

Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional sudah tidak diragukan lagi. Di wilayah DKI Jakarta, pemerintah daerah melalui program Jakpreneur terus mendorong peningkatan kapasitas dan jumlah pelaku UMKM. Berdasarkan data perkembangan jumlah UMKM peserta Jakpreneur Provinsi DKI Jakarta, terjadi peningkatan yang signifikan dalam lima tahun terakhir. Tercatat pada tahun 2020 jumlah UMKM peserta mencapai 91.552 unit, dan terus meningkat hingga mencapai 284.856 unit pada tahun 2025.

Laju pertumbuhan UMKM tersebut menunjukkan tren yang positif, terutama pada tahun 2021 yang mencatat pertumbuhan sangat tinggi sebesar 82,73%, sebelum melambat menjadi 20,92% pada 2022, dan terus menurun hingga hanya 6,68% pada tahun 2025. Meskipun jumlah UMKM bertambah, penurunan tingkat pertumbuhan dari tahun ke tahun menunjukkan adanya tantangan dalam aspek keberlanjutan usaha. Salah satu faktor yang menjadi perhatian adalah kemampuan UMKM dalam mengelola keuangan dan berinovasi secara berkelanjutan..

Kenaikan jumlah UMKM ini mencerminkan meningkatnya minat masyarakat dalam berwirausaha serta peran pemerintah dalam mendukung

pertumbuhan UMKM melalui berbagai kebijakan dan program pemberdayaan. Selain itu, indikator keberhasilan sebuah daerah atau wilayah salah satunya adalah dari sisi ekonomi, kemudian pertumbuhan ekonomi akan terlihat dari meningkatnya jumlah intrepeneur yang awalnya bermula dari tingkatan usaha mikro dan kecil yang terus berkembang menjadi usaha besar (Anggraeni et al., 2021). Faktor-faktor seperti akses terhadap modal, kemudahan regulasi, serta adopsi teknologi digital juga turut mendorong pertumbuhan UMKM. Namun, tantangan seperti persaingan pasar, perubahan tren konsumsi, dan disrupsi ekonomi akibat pandemi perlu menjadi perhatian dalam upaya menjaga keberlanjutan sektor ini. Tingginya persaingan usaha dimana UMKM harus bersaing tidak hanya dengan UMKM lain tetapi juga dengan perusahaan besar, termasuk produk impor yang sering lebih kompetitif dari segi harga dan kualitas. UMKM sering menghadapi tekanan dari usaha besar atau sesama UMKM dalam memenangkan pasar, yang dapat memengaruhi kelangsungan dan perkembangan usaha mereka.

Salah satu tantangan yang paling krusial adalah rendahnya tingkat literasi keuangan para pelaku UMKM. Menurut Averina dan Widagda (2021) Literasi keuangan mencakup pemahaman dan keterampilan dalam mengelola keuangan usaha, mulai dari pencatatan, penganggaran, hingga pengambilan keputusan investasi. Kurangnya pemahaman ini dapat menyebabkan pelaku usaha tidak mampu mengelola arus kas dengan baik, tidak dapat memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta kesulitan dalam mengakses pembiayaan formal. Akibatnya, keberlangsungan dan pertumbuhan usaha menjadi terganggu.

Di sisi lain, inovasi produk menjadi salah satu faktor penting dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif, khususnya di wilayah perkotaan seperti Jakarta Selatan. Inovasi tidak hanya berarti menciptakan produk baru, tetapi juga memperbarui desain, kemasan, varian, maupun cara penyajian produk agar tetap relevan dengan kebutuhan konsumen (Widiyanto

& Satrianto, 2021). Kemampuan pelaku UMKM dalam berinovasi sangat dipengaruhi oleh pemahaman keuangan mereka, karena inovasi seringkali membutuhkan perencanaan anggaran dan alokasi sumber daya yang efisien.

Korelasi antara literasi keuangan dan inovasi produk ini kemudian menjadi penting untuk diteliti lebih lanjut, khususnya dalam konteks pertumbuhan penjualan, yang merupakan indikator utama keberhasilan bisnis. Pelaku UMKM yang mampu memahami dan menerapkan prinsip-prinsip keuangan dengan baik cenderung memiliki kapasitas yang lebih besar untuk berinovasi, sehingga berpotensi meningkatkan daya saing dan penjualannya di pasar.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, UMKM berkontribusi besar terhadap perekonomian daerah, terutama di Jakarta Selatan, sebagai bagian dari sektor informal yang menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, mereka sering menghadapi tantangan dalam mengelola keuangan, dan melakukan inovasi produk untuk meningkatkan daya saing. Penelitian ini penting karena dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai sejauh mana literasi keuangan dan inovasi produk memengaruhi pertumbuhan penjualan UMKM. Dengan mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh, penelitian ini dapat menjadi dasar bagi para pelaku usaha, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merancang strategi untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha sektor informal. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi UMKM dalam meningkatkan pengelolaan keuangan mereka, serta mengembangkan inovasi produk yang sesuai dengan permintaan pasar. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi akademisi dan pembuat kebijakan dalam merancang program edukasi dan dukungan bagi sektor informal agar lebih berkembang secara berkelanjutan. Namun, masih terbatas penelitian yang menguji hubungan antara literasi keuangan dan pertumbuhan penjualan dengan mempertimbangkan peran inovasi produk sebagai variabel mediasi, khususnya

dalam konteks UMKM di Jakarta Selatan. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting dilakukan untuk memberikan pemahaman empiris mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap pertumbuhan penjualan melalui inovasi produk. Penelitian ini menawarkan pendekatan baru dengan mengintegrasikan analisis kuantitatif terhadap pengaruh simultan literasi keuangan dan pengembangan inovasi produk terhadap peningkatan penjualan UMKM. Dengan demikian, penelitian ini mengambil judul " *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pertumbuhan Penjualan melalui Inovasi Produk pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Jakarta Selatan* ".

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang masalah, peneliti merumuskan pertanyaan di dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap pertumbuhan penjualan UMKM di Jakarta Selatan?
2. Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap inovasi produk UMKM di Jakarta Selatan?
3. Apakah terdapat pengaruh inovasi produk terhadap pertumbuhan penjualan UMKM di Jakarta Selatan?
4. Apakah terdapat pengaruh inovasi produk memediasi pengaruh Literasi Keuangan terhadap pertumbuhan penjualan UMKM di Jakarta Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap pertumbuhan penjualan UMKM di Jakarta Selatan.
2. Menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap inovasi produk UMKM di Jakarta Selatan.
3. Menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap pertumbuhan penjualan UMKM di Jakarta Selatan
4. Menganalisis pengaruh inovasi produk memediasi pengaruh Literasi Keuangan terhadap pertumbuhan penjualan UMKM di Jakarta Selatan

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu secara praktis dan teoritis. Adapun manfaat penelitian secara praktis dan teoritis sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu ekonomi dan manajemen keuangan, khususnya dalam memahami peran literasi keuangan dan inovasi produk terhadap pertumbuhan usaha kecil di sektor informal. Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya kajian tentang bagaimana literasi keuangan membantu pengelolaan keuangan yang lebih baik bagi UMKM, bagaimana inovasi produk berkontribusi dalam meningkatkan daya saing dan penjualan. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi akademisi dan peneliti dalam mengembangkan studi terkait strategi pemberdayaan UMKM dan sektor informal untuk pertumbuhan ekonomi yang lebih berkelanjutan.

2. Secara Praktis

Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

- 1) Penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya literasi keuangan dan inovasi produk dalam mengembangkan usaha serta meningkatkan penjualan.
- 2) Memberikan wawasan tentang pentingnya literasi keuangan dalam mengelola usaha secara lebih efektif dan efisien.
- 3) Mendorong inovasi produk yang dapat meningkatkan daya saing usaha serta menarik lebih banyak pelanggan.
- 4) Memberikan rekomendasi strategi bisnis yang dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan.

Bagi Pemerintah dan Lembaga Keuangan

- 1) Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam merancang program pelatihan atau pendampingan yang lebih tepat sasaran, khususnya dalam meningkatkan kemampuan literasi keuangan dan kreativitas produk di kalangan pelaku usaha mikro dan informal.
- 2) Menyediakan data empiris yang dapat digunakan untuk merancang kebijakan dan program yang mendukung peningkatan literasi keuangan bagi UMKM.
- 3) Mendorong pengembangan program pelatihan dan pendampingan bagi UMKM dalam hal manajemen keuangan dan inovasi produk.

Bagi Akademisi dan Peneliti

- 1) Menambah literatur dan referensi akademik mengenai hubungan antara literasi keuangan, inovasi produk, dan pertumbuhan penjualan UMKM.
- 2) Menjadi dasar bagi penelitian lebih lanjut yang dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang berkontribusi terhadap keberhasilan UMKM.

- 3) Mendorong penelitian lebih mendalam mengenai strategi inovasi dan transformasi digital dalam ekosistem UMKM.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi perkembangan UMKM di Jakarta Selatan serta mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat secara lebih luas.

