

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi yang besar dalam ekonomi masyarakat. UMKM dapat memberikan dampak berupa pengurangan angka kemiskinan suatu masyarakat karena UMKM dapat berkontribusi dalam memberikan kesempatan perluasan lapangan pekerjaan (Hilmawati & Kusumaningtias, 2021). UMKM juga merupakan bentuk usaha yang dapat dijalankan oleh masyarakat berpenghasilan rendah, pernyataan ini tercermin melalui data dari kementerian koperasi dan usaha kecil dan menengah (Kemnkop UKM) tahun 2022, jumlah UMKM mencapai 64,2 juta dari jumlah usaha besar sebesar 5.637, usaha menengah sebesar 65.465, usaha kecil sebesar 789.679 dan usaha mikro sebesar 64.058.201. Kondisi dimana mayoritas UMKM masih dalam kategori usaha mikro dengan presentase sebesar 99,97 % atau 64 juta lebih pelaku usaha mikro (Irfan, Suharto, dan Hanif, 2023).

Pernyataan tersebut mengindikasikan bahwa banyak dari masyarakat berpenghasilan rendah yang menjalankan usaha namun masih dalam kategori usaha mikro, karena untuk menjalankan usaha dalam rentang kategori usaha mikro tidak diperlukan modal yang tinggi sehingga masyarakat berpenghasilan rendah dapat menjangkanya. Mengetahui kondisi tersebut, maka pemerintah Indonesia mendorong UMKM untuk dapat menaikkan kelas UMKM dari skala mikro menjadi kecil, dan dari skala usaha kecil menjadi menengah (Kominfo, 2022). Beberapa cara yang dilakukan pemerintah dalam upaya menaikkan kelas sektor UMKM antara lain yang pertama, dengan mendorong UMKM agar memiliki legalitas usaha. Kedua, mempermudah persyaratan kredit usaha rakyat (KUR). Ketiga, keterbukaan pemerintah daerah untuk bekerja sama dengan pemerintah pusat (Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, 2022).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, pada tahun 2022 dengan kontribusi PDB mencapai 60,5 persen serta penyerapan tenaga kerja mencapai 96,9 persen dari total penyerapan tenaga kerja nasional (Kemenko

Perekonomian, 2022). Andil penting UMKM dalam siklus bisnis seringkali terlibat dalam rantai pasok dimana UMKM menjual bahan baku yang dibutuhkan oleh perusahaan besar dan setiap UMKM yang ikut andil akan mempengaruhi nilai kontribusi PDB, namun hanya sekitar 6,3 persen UMKM yang terlibat dalam rantai pasok (Kemenkop UKM, 2021). UMKM juga mampu menciptakan lapangan pekerjaan dengan demikian dapat dikatakan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian nasional (Hasanah, Kholifah, dan Alamsyah, 2020).

Berikut ini merupakan tabel data perkembangan UMKM di Provinsi Jawa Tengah dari tahun 2018-2020.

Tabel 1. Perkembangan UMKM di Provinsi Jawa Tengah

No	Keterangan	Satuan	Tahun		
			2018	2019	2020
1.	Jumlah UMKM	Unit	143.738	161.458	167.391
2.	Penyerapan Tenaga Kerja	Orang	1.043.320	1.312.400	1.298.007

(Sumber: Dinas Koperasi, Usaha kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah).

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi sangat besar terhadap penyerapan tenaga kerja namun terdapat penurunan tingkat penyerapan tenaga kerja pada tahun 2020 hal ini terjadi akibat adanya pandemi covid-19 sehingga berdampak pada pengurangan karyawan. Pengurangan karyawan terjadi karena adanya kebijakan pemberhentian karyawan akibat adanya penurunan kinerja suatu usaha dalam hal keuangan (Utami & Nurwati, 2022). Serta pada saat terjadi pandemi Covid-19 sebanyak 80 persen pelaku UMKM mengalami penurunan omzet penjualan dan keuntungan usaha sebesar 85-90 persen (Kase, Babulu, dan Redjo, 2022). Mengingat peran penting UMKM dalam perekonomian nasional, maka diperlukan pemberian perhatian lebih mengenai hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kinerja UMKM terutama dalam hal keuangan. Terdapat berbagai cara untuk meningkatkan

kinerja keuangan UMKM antara lain dengan literasi keuangan serta penggunaan *digital marketing*.

Selain itu adanya pandemi Covid-19 berpengaruh terhadap kinerja UMKM di wilayah Kabupaten Banyumas yang ditandai dengan penurunan penjualan sebanyak 56 persen, 22 persen mengalami permasalahan pembiayaan, 15 persen mengalami kesulitan dalam hal pemasaran, serta sebanyak 4 persen mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku mentah (Fitriana & Prawestri, 2021). Disisi lain UMKM di wilayah Kabupaten Banyumas memiliki andil dalam penerimaan daerah yang berasal dari pajak, sebanyak 5177 UMKM telah berkontribusi dalam pembayaran pajak, hal ini berarti pelaku UMKM sebanyak 11,8 persen dari total UMKM yaitu sebanyak 43.928 tahun 2020 telah menyumbang penerimaan daerah yang berasal dari pajak, namun terjadi penurunan pada tahun 2021 pelaku UMKM yang membayar pajak hanya 3.261 UMKM atau 7,4 persen dari total seluruh pelaku UMKM yaitu sebanyak 44.073 tahun 2021, jumlah penurunan ini dikarenakan terjadinya penurunan jumlah wajib pajak yang terdaftar pada KPP Pratama Purwokerto (Fakhrunnisa, 2021).

Penurunan wajib pajak ini karena banyak dari pelaku UMKM yang tidak memenuhi kriteria pungutan pajak pada UMKM yaitu UMKM dengan kepemilikan omzet sebanyak 4,8 milyar rupiah per tahun. Adanya jumlah penurunan wajib pajak tersebut berarti banyak UMKM yang mengalami penurunan omzet atau dapat dikatakan mengalami penurunan kinerja keuangan. Untuk meningkatkan kontribusi UMKM dalam pembayaran pajak perlu diperhatikan hal yang dapat berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM.

Menyadari potensi UMKM dalam suatu perekonomian terlebih jumlah UMKM yang selalu mengalami peningkatan, seharusnya UMKM memiliki peran yang besar pula dalam perekonomian. Namun terlihat dalam fenomena yang terjadi, nyatanya hanya sedikit UMKM di Kabupaten Banyumas yang menyumbang penerimaan daerah dalam hal penerimaan pajak. Maka dari itu pemerintah melalui dinas terkait memberikan berbagai dukungan yang tujuannya adalah meningkatkan kinerja UMKM terutama dalam hal keuangan. Beberapa dukungan pemerintah yaitu dengan memberikan keringanan mengenai

syarat pengajuan kredit serta melalui dinas tenaga kerja, koperasi dan UMKM (Dinnakerkop) Kabupaten Banyumas memberikan beberapa pelatihan seperti pelatihan kewirausahaan, pelatihan *digital marketing*, serta pelatihan mengenai keuangan. Setelah pemberian pelatihan tersebut diharapkan pelaku UMKM dapat memiliki keterampilan kewirausahaan lebih baik, serta dapat mengelola keuangan dan cakap digital terutama dalam hal pemasaran produk.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan, ternyata masih banyak pelaku UMKM yang belum dapat mengelola keuangannya hal ini terlihat dari banyaknya pelaku UMKM yang menggabungkan antara keuangan pribadi dengan keuangan perusahaan, hal tersebut menimbulkan masalah yaitu dana yang semestinya digunakan untuk keperluan perusahaan namun digunakan untuk keperluan pribadi, serta banyak pelaku UMKM yang belum dapat melakukan pemasaran melalui digital dengan baik dan benar. Kedua permasalahan ini menimbulkan usaha yang dijalankan kurang berkembang, untuk itu diperlukan hal yang dapat meningkatkan kinerja suatu usaha terutama dalam hal keuangan, karena dengan demikian usaha yang berjalan dapat berkembang. Kinerja keuangan penting bagi suatu perusahaan karena dengan mengetahui kinerja keuangan pelaku UMKM dapat menganalisis sejauh mana suatu perusahaan dalam melaksanakan serta menggunakan aturan pelaksanaan keuangan dengan baik dan benar. Kinerja suatu perusahaan perlu diperhatikan karena dapat mengindikasikan hasil pencapaian yang diperoleh selama periode tertentu dalam melaksanakan tugas dengan target atau kriteria-kriteria tertentu (Darmawan, Sepriani, Bagis, dan Rahmawati, 2021).

Terdapat Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM seperti variabel inklusi keuangan dimana memiliki hasil penelitian yang konsisten seperti penelitian yang dilakukan oleh (Darmawan *et al.*, 2021; Mayasari, 2022; Septiani & Wuryani, 2020; Nurlianti & Qhodriyah, 2022; Christianty, Latupapua, dan Assyatri, 2022) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM. Variabel modal memiliki hasil penelitian yang konsisten yaitu berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM hal ini dinyatakan oleh (Ferdiansyah & Bukhari, 2021; Aulia

& Hidayat, 2021; Akuba & Hasmirati, 2022; Hutabarat, Yunita, Putri, dan Indrayani, 2022; Mukoffi & Adi, 2021), variabel pemberian kredit juga memiliki hasil penelitian yang konsisten yaitu berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM seperti penelitian yang dilakukan oleh (Ayem & Wahidah, 2021; Indriyati, 2018; Nurbayani, Muliana, dan Gafur, 2019; Octaviani & Putri, 2021), variabel *locus of control* juga memiliki pengaruh yang konsisten yaitu berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Maulana, Violinda, dan Setyorini, 2023; Mufarid, 2023; Darmawan et al., 2021; Suherlan, 2022) dikarenakan alasan tersebut sehingga dalam penelitian ini berfokus pada literasi keuangan dan pemanfaatan sistem gilasirosi yang merupakan bagian dari pemanfaatan salah satu *e-commerce* yang menunjukkan bahwa masih terdapat ketidak konsistenan hasil penelitian yang telah dilakukan.

Literasi keuangan merupakan faktor penting yang dapat berpengaruh terhadap kinerja keuangan suatu usaha yang dijalankan, pengetahuan serta keterampilan yang dimiliki pelaku UMKM dalam pengelolaan keuangan menjadi salah satu penentu mengenai bagaimana kinerja suatu perusahaan, karena literasi keuangan memiliki efek jangka panjang bagi perusahaan (Baharudin, 2021). Literasi keuangan dapat mempengaruhi pola pikir seseorang mengenai kondisi keuangan dan mempengaruhi bagaimana pelaku UMKM dalam pengambilan keputusan yang strategis (Hilmawati & Kusumaningtias, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh (Baharudin, 2021; Hilmawati & Kusumaningtias, 2021; Esiebugi, Richard, dan Emmanuel, 2018; Yakob, Yakob, B.A.M, Rusli, 2021; Christianty *et al.*, 2022; Bidasari, Goso, Sahrir, dan Hamid, 2023) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, hal ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurlianti & Qhodriyah, 2022; Naufal & Purwanto, 2022; Mayasari, 2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM, artinya masih banyak dari pelaku UMKM yang belum memahami pentingnya literasi keuangan dalam pengambilan keputusan bisnis

serta dalam rangka perencanaan keuangan yang baik untuk jangka waktu yang panjang.

Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UMKM (Dinnakerkop) selain memberikan berbagai pelatihan juga membuat sebuah sistem penjualan yang diberi nama sistem digitalisasi, kolaborasi dan terintegrasi (gilasirosi). Sistem gilasirosi merupakan suatu sistem pemasaran digital atau digital marketing melalui *e-commerce* berbasis *website* (Purwanto, 2022). Namun, berdasarkan hasil survey yang dilakukan bahwa banyak dari pelaku UMKM di Kabupaten Banyumas yang *gagap teknologi (gaptek)* sehingga tampilan sistem gilasirosi dibuat sesederhana mungkin untuk memudahkan penggunaannya, dengan demikian dapat berpengaruh terhadap proses penjualan sehingga berdampak kepada kinerja keuangan.

Pembuatan sistem gilasirosi ini bertujuan supaya dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha khususnya pelaku usaha di Kabupaten Banyumas untuk menstabilkan kembali kinerja keuangan UMKM pasca pandemi. Pemanfaatan sistem gilasirosi sebagai sebuah *e-commerce* yang digunakan untuk penjualan produk, pengoperasionalannya lebih memudahkan pelaku UMKM dibandingkan dengan *e-commerce* lainnya, hal ini dikarenakan sistem gilasirosi sendiri memiliki tampilan yang sederhana dibanding dengan tampilan *e-commerce* lain sehingga dapat mempermudah pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan dalam adaptasi teknologi akibat rendahnya kualitas SDM.

Pemanfaatan sistem gilasirosi sebagai sebuah *e-commerce* dapat berpengaruh terhadap variabel dependen (kinerja keuangan) karena dengan adanya sistem gilasirosi pelaku UMKM dapat mengoptimalkan pemasaran tanpa adanya biaya yang dikeluarkan namun masih dapat melakukan penjualan secara global dengan demikian pelaku UMKM dapat mengelola keuangan secara efektif dan efisien, pelaku UMKM tidak mengeluarkan biaya pada saat penggunaan sistem gilasirosi namun dapat tetap memperoleh manfaat yaitu dalam penerimaan pendapatan karena sistem gilasirosi dapat menjangkau pasar yang lebih luas (Simamora, 2017).

Pemanfaatan sistem gilasirosi dapat menjadi pilihan tepat yang dilakukan oleh pelaku UMKM dalam memasarkan produknya, dengan demikian pelaku UMKM dapat melakukan penjualan secara global, menghemat biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran dengan demikian pelaku UMKM dapat mengelola kelebihan keuangan yang dimiliki untuk kebutuhan operasional perusahaan yang lainnya seperti untuk melakukan inovasi produk sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan suatu perusahaan, dapat mengurangi harga produk karena pertimbangan minimnya biaya yang dikeluarkan (Simamora, 2017). Dengan mengetahui berbagai manfaat dari sistem gilasirosi dan melihat jumlah pelaku UMKM di Kabupaten Banyumas yang mencapai 44 ribu seharusnya banyak pelaku UMKM banyak yang menggunakan sistem ini, namun sayangnya jumlah UMKM tidak menjadi alasan banyaknya pengguna sistem gilasirosi, faktanya hanya sejumlah 78 orang pelaku UMKM yang menggunakan *e-commerce* ini.

Pengaruh variabel literasi keuangan terhadap kinerja keuangan dapat diperkuat dengan pemanfaatan sistem gilasirosi yang merupakan bagian dari digital marketing. Pemanfaatan sistem gilasirosi dapat berakibat pada penghematan biaya yang dikeluarkan karena sistem ini tidak ada biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran produk hal ini selaras dengan indikator literasi keuangan yaitu perilaku keuangan yang dapat berpengaruh terhadap kinerja keuangan, selain itu dengan pemanfaatan *e-commerce* melalui sistem gilasirosi dapat memperluas pemasaran karena memiliki jangkauan pasar yang lebih luas dibandingkan dengan pemasaran produk yang dilakukan secara konvensional, dikarenakan mempunyai jangkauan pasar yang luas maka akan berakibat pada penjualan produk yang lebih banyak dibandingkan dengan penjualan secara konvensional hal ini selaras juga dengan salah satu indikator literasi keuangan mengenai pengetahuan keuangan yaitu bagaimana cara pelaku usaha memperoleh pendapatan sehingga akan berdampak pada kinerja keuangan.

Selanjutnya, dengan pemanfaatan sistem gilasirosi ini dapat membangun interaksi yang lebih dekat antara pelaku UMKM dengan konsumen karena

langsung berinteraksi secara *real time* dengan konsumen, karena di dalam sistem ini tercantum nomor telepon atau WA yang dapat langsung dihubungi, dengan demikian pelaku UMKM dapat langsung memberi respon kepada konsumen secara *real time* hal ini dapat memicu penjualan produk sehingga akan berpengaruh terhadap kinerja keuangan (Hikmahwati & Sahla, 2022). Selain itu tampilan desain yang memudahkan pengguna dalam transaksi pembelian serta pemberian program penjualan yang menarik yang dilakukan oleh pelaku UMKM juga akan mempengaruhi produk yang terjual sehingga akan berdampak pada jumlah pendapatan yang diperoleh. Pernyataan ini sesuai dengan indikator literasi keuangan yaitu mengenai pengetahuan keuangan mengenai bagaimana perolehan pendapatan yang pada akhirnya akan digunakan sebagai bahan untuk melakukan proses penganggaran.

Pada hasil penelitian yang dilakukan oleh (Purba, Simanjuntak, Malau, Sholihat, dan Ahmadi., 2021) bahwa *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, ini diartikan dengan peningkatan pemasaran digital akan mendorong kinerja keuangan dan penurunan *digital marketing* akan mendorong penurunan kinerja keuangan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Irfan et al., 2023) menunjukkan bahwa digital marketing mampu memoderasi atau memperkuat hubungan modal usaha dan inovasi produk terhadap perkembangan usaha, baik dalam hal peningkatan pendapatan, memperbesar skala usaha dan meningkatkan sektor kelas UMKM.

Media pemasaran digital juga dapat memudahkan pelaku UMKM untuk berkomunikasi dengan pelanggan tanpa adanya batasan waktu (Hikmahwati & Sahla, 2022). Namun hal tersebut tidak sejalan dengan (Noviyana & Sitorus, 2023) bahwa digital marketing tidak mampu memoderasi hubungan antara *managerial capability* dalam pengelolaan perusahaannya dengan kinerja keuangan UMKM serta pada penelitian yang dilakukan oleh (Setiawan, Darmala, dan Amri et., 2020) digital marketing tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Pada penelitian ini, penulis memberikan pembaharuan berupa variabel pemanfaatan sistem gilasirosi sebagai variabel moderasi, yang merupakan salah

satu *e-commerce* dimana pelaku UMKM menggunakannya untuk menjual produknya alasannya karena pada penelitian sebelumnya belum ada yang membahas mengenai variabel pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM dengan pemanfaatan sistem gilasirosi sebagai variabel moderasi, serta masih terdapat pengaruh yang belum konsisten antara variabel independen terhadap variabel dependen dan masih terdapat pengaruh yang belum konsisten antara pengaruh moderasi antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti topik tersebut dengan judul **“Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dengan Pemanfaatan Sistem Gilasirosi Sebagai Variabel Moderasi”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, adanya fenomena *gap* dan perbedaan hasil penelitian sebelumnya maka perumusan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM?
2. Apakah pemanfaatan sistem gilasirosi dapat memperkuat hubungan antara pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM?

C. Pembatasan Masalah

Untuk mendapatkan alur pembahasan yang lebih baik dan tercapainya tujuan penelitian, maka ruang lingkup penelitian dibatasi sebagai berikut:

1. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh UMKM di Kabupaten Banyumas yang terdata dalam sistem gilasirosi.
2. Sampel pada penelitian ini yaitu UMKM dengan kategori industri pengolahan.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan UMKM diteliti melalui variabel literasi keuangan dan pemanfaatan sistem gilasirosi.

4. Untuk tahun yang akan diteliti pada penelitian ini yaitu selama satu tahun periode akuntansi yang berawal dari di *launching* nya sistem gilasirosi yaitu tahun 2022.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM.
2. Untuk menganalisis pengaruh moderasi pemanfaatan sistem gilasirosi terhadap hubungan antara literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM.

E. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang bagaimana literasi keuangan dapat mempengaruhi kinerja keuangan yang di moderasi oleh pemanfaatan sistem gilasirosi.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pelaku UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bahwa literasi keuangan dapat berpengaruh terhadap kinerja keuangan, dan sistem gilasirosi dapat memperkuat hubungan antara variabel literasi keuangan dengan kinerja keuangan, sehingga diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan pengetahuan serta keterampilan mengenai bagaimana cara pencatatan laporan keuangan menurut SAK yang berlaku sehingga pelaku UMKM dapat mengambil keputusan secara tepat dan efisien, dan diharapkan UMKM yang belum menggunakan sistem gilasirosi dapat menggunakan sistem tersebut dalam menjalankan kegiatan usahanya.

- b. Bagi Fakultas

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai kinerja keuangan UMKM.

c. Bagi peneliti selanjutnya.

Dapat menggunakan penelitian ini sebagai bahan referensi atau acuan dalam melakukan penelitian dengan topik yang sama.

d. Bagi Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UMKM

Dapat dijadikan bahan evaluasi dalam proses sosialisasi perihal pengenalan sistem gilasirosi sehingga akan banyak masyarakat baik konsumen ataupun khususnya pelaku UMKM di Kabupaten Banyumas yang mengetahui sistem ini sehingga akan berdampak pada bertambahnya pengguna sistem gilasirosi.