

# BAB 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Indonesia Sebagai salah satu negara berkembang menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang stabil, namun peningkatan ini belum berdampak signifikan pada pengurangan ketimpangan pendapatan, angka pengangguran, dan tingkat kemiskinan. Salah satu pendekatan dalam membangun masyarakat pedesaan adalah dengan meningkatkan kesejahteraan melalui pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia sangat vital. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2023) mengungkapkan bahwa sektor UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB nasional dan menyerap hampir 97% total tenaga kerja di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM menjadi fondasi ekonomi lokal dengan menyediakan produk dan jasa unggulan daerah sekaligus membuka peluang kerja yang luas bagi masyarakat.

Keberlangsungan UMKM masih dihadapkan pada berbagai hambatan, baik yang berasal dari dalam maupun luar usaha. Seperti dikemukakan Damayanti et al. (2024), sustainability bisnis mengacu pada kapasitas suatu usaha untuk mempertahankan kelangsungan operasinya sekaligus berkembang secara berkelanjutan dari aspek ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Faktor internal yang mempengaruhi ketahanan usaha meliputi kualitas manajerial, kompetensi finansial, kapasitas inovasi, dan akses permodalan. Teori Resource-Based View (RBV) (Barney, 1991) menggarisbawahi bahwa pengoptimalan sumber daya internal seperti kecakapan finansial, kemampuan inovatif, dan ketersediaan modal yang bersifat unik, bernilai, dan sulit ditiru merupakan fondasi utama dalam menciptakan daya saing dan menjamin keberlanjutan bisnis..

Salah satu faktor internal paling kritis yang mempengaruhi keberlanjutan UMKM adalah tingkat literasi keuangan. Penelitian Lusardi et al. (2011) mengungkapkan bahwa literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami dan menerapkan informasi keuangan untuk pengambilan keputusan bisnis yang tepat. Namun, realitanya tingkat literasi keuangan di Indonesia masih sangat memprihatinkan. Data Otoritas Jasa Keuangan (2022) menunjukkan indeks literasi keuangan nasional hanya mencapai 49,68%, dimana pelaku UMKM justru memiliki tingkat pemahaman yang lebih rendah dari rata-rata nasional. Kondisi ini berdampak signifikan terhadap kemampuan UMKM dalam mengelola arus kas, menyusun anggaran, merencanakan investasi, serta mengambil keputusan keuangan yang strategis. Seperti ditegaskan dalam penelitian Berman et al. (2008) yang dikutip Vacher (2014), literasi keuangan seharusnya menjadi budaya dasar dalam setiap aktivitas bisnis. Pemahaman menyeluruh terhadap konsep keuangan dasar merupakan pondasi vital bagi pengelolaan usaha yang berkelanjutan dan kompetitif.

Di samping persoalan literasi keuangan, pelaku UMKM juga kerap mengalami kesulitan dalam mengimplementasikan teknologi digital. Nambisan et al. (2017) menjelaskan bahwa inovasi digital mencakup berbagai bentuk terobosan, mulai dari pengembangan produk dan platform baru

hingga penciptaan pengalaman pelanggan yang inovatif, di mana semua hal tersebut dimungkinkan melalui pemanfaatan teknologi digital. Adopsi teknologi mutakhir, kemampuan analisis data, serta penerapan strategi pemasaran digital yang kreatif dapat membuka peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar hingga ke tingkat global, meningkatkan efisiensi operasional, serta mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar. Kingsnorth (2022) menambahkan bahwa strategi pemasaran digital mampu memberikan berbagai keuntungan, seperti perluasan pasar online, pengurangan biaya operasional, dan peningkatan visibilitas produk. Lebih lanjut, Schallmo & Williams (2018) mendefinisikan inovasi digital sebagai suatu proses transformasi yang memanfaatkan teknologi digital untuk menyempurnakan produk, layanan, proses bisnis, model operasional, maupun pengalaman konsumen.

Selain masalah literasi keuangan, factor inovasi digital juga sangat menentukan keberlanjutan usaha. Menurut Nambisan et al., (2017) inovasi digital mencakup penerapan teknologi informasi untuk menciptakan efisiensi dan nilai tambah dalam proses bisnis. Kingsnorth (2022) juga mengungkapkan bahwa strategi pemasaran digital ini membawa banyak manfaat, seperti meningkatkan pangsa pasar online, mengurangi biaya, dan meningkatkan jangkauan produk. Schallmo & Williams, (2018) menyatakan bahwa digitalisasi meningkatkan daya saing dan mempercepat pertumbuhan usaha. Namun keterbatasan akses dan kemampuan teknologi menjadi tantangan tersendiri bagi banyak pelaku UMKM.

Keberhasilan adopsi teknologi digital sering kali tergantung pada dukungan modal usaha. Modal merupakan factor internal yang berpengaruh langsung terhadap keberlanjutan bisnis. Modal merupakan sumber daya keuangan yang digunakan untuk mendukung aktivitas operasional dan pengembangan usaha. Menurut Safitri et al., (2018), keterbatasan modal menghambat pelaku usaha dalam meningkatkan produksi, memperluas distribusi atau mengembangkan produk. Akses permodalan yang terbatas sering kali membuat pelaku usaha kesulitan meningkatkan produksi, memperluas distribusi atau mengikuti tren teknologi. Modal yang cukup memungkinkan pelaku UMKM untuk berinovasi dan bertahan di tengah ketidakpastian pasar (Wahab et al., 2024). Selain itu, akses ke lembaga keuangan formal masih menjadi kendala karena keterbatasan agunan, catatan keuangan, dan ketidakpastian arus kas UMKM, yang memperkuat urgensi penelitian ini.

Pantai Pasir Putih di Kabupaten Situbondo menonjol sebagai destinasi wisata andalan Jawa Timur yang sukses menggerakkan perekonomian lokal melalui kontribusi UMKM. Panorama alamnya yang memukau, kawasan ini berhasil menarik minat wisatawan nusantara maupun internasional. Keindahan alam tersebut sekaligus menjadi katalisator pertumbuhan berbagai jenis usaha mikro, kecil, dan menengah di sektor kuliner khas daerah, kerajinan tangan bernuansa lokal, serta jasa penyewaan peralatan wisata. Pola kunjungan wisata di daerah ini menunjukkan fluktuasi musiman yang jelas, dengan lonjakan pengunjung yang cukup besar terjadi pada periode-periode liburan penting seperti Idul Fitri, Natal, dan tahun baru.

Berdasarkan data resmi dari Dinas Pariwisata Kabupaten Situbondo, berikut perkembangan jumlah wisatawan di Pantai Pasir Putih selama periode 2022 hingga 2023:

Tabel 1. 1Data pengunjung wisata pantai Pasir Putih Situbondo tahun 2022-2023

No.	Bulan	Pantai Pasir Putih			
		2022		2023	
		Wisnus	Wisnus	Wisnus	Wisman
1	Januari	24,828	-	27,210	-
2	Februari	7,413	-	11,359	-
3	Maret	14,171	-	8,516	4
4	April	2,552	-	42,965	4
5	Mei	49,372	-	21,797	2
6	Juni	26,144	-	22,065	-
7	Juli	31,421	-	23,862	52
8	Agustus	13,539	124	8,679	205
9	September	15,053	50	12,928	
10	Oktober	19,527	15	14,367	12
11	November	13,845	25	13,542	-
12	Desember	-	-	28,397	-
	<b>Total</b>	<b>217,867</b>	<b>214</b>	<b>235,687</b>	<b>279</b>

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Situbondo Tahun 2022-2023

Data kunjungan wisata menunjukkan pola yang bersifat musiman, menciptakan ketidakstabilan pendapatan di sektor pariwisata. Jumlah pengunjung biasanya meningkat secara signifikan pada akhir pekan dan momen-momen liburan tertentu seperti Hari Raya Idul Fitri dan tahun baru, yang kemudian diikuti oleh lonjakan pendapatan para pelaku usaha. Misalnya, puncak kunjungan terjadi pada Mei 2022 dan April 2023, yang bertepatan dengan liburan Lebaran. Namun, di luar musim liburan, jumlah wisatawan menurun, menyebabkan pendapatan sektor wisata berfluktuasi. Fenomena ini menciptakan pola kunjungan yang bersifat musiman atau fluktuatif sepanjang tahun, yang pada gilirannya turut memengaruhi kestabilan pendapatan para pelaku UMKM.

Telah dilakukan survei awal dengan dilakukan wawancara secara langsung kepada 3 sektor pelaku UMKM yang menjual pakaian, 5 sektor penjual makanan dan minuman, 2 pelaku UMKM menjual jasa di dalam kawasan wisata Pantai Pasir Putih Situbondo. Pada wawancara ini, ditemukan informasi terkait dengan pengelolaan keuangan, penggunaan teknologi dan akses modal. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara berupa tabel berikut.:

Tabel 1. 2 Survei awal pengetahuan keuangan, penggunaan teknologi dan akses modal di UMKM Pasir Putih Situbondo

No.	Pertanyaan	Sektor pakaian (3 pelaku UMKM)	Sektor makanan dan minuman (5 pelaku UMKM)	Sektor jasa (2 pelaku UMKM)
1	Apakah anda memahami literasi keuangan mengenai perencanaan keuangan untuk keberlanjutan usaha?	Tidak paham, (66,67%)	Tidak paham, (100%)	Tidak paham (100%)
2	Apakah anda mencatat pemasukan dan pengeluaran usaha secara keseluruhan?	Tidak mencatat pemasukan dan pengeluaran keuangan	Tidak mencatat pemasukan dan pengeluaran keuangan	Tidak mencatat pemasukan dan pengeluaran keuangan
3	Apakah Anda pernah mengajukan pinjaman untuk usaha?	Iya pernah	Iya pernah	Iya pernah
4	Bagaimana Anda mengatur pembayaran cicilan pinjaman?	Selalu tepat waktu dalam pembayaran cicilan (100%)	Terkadang terlambat membayar cicilan pinjaman (4 orang, 80%)	Selalu tepat waktu dalam pembayaran cicilan (100%)
5	Apakah anda sudah menggunakan media social atau platform digital untuk pemasaran usaha dan ?	Tidak menggunakan social media dan platform digital (100%)	Tidak menggunakan social media dan platform digital (100%)	Tidak (100%)
6	Seberapa sering anda memanfaatkan teknologi digital seperti e-commerce atau pembayaran digital	Jarang memanfaatkan teknologi digital (2 orang, 67%)	Tidak pernah memanfaatkan teknologi digital (5 orang, 100%)	Tidak pernah memanfaatkan teknologi digital (2 orang, 100%)
10	Setelah menambahkan modal, apakah Anda melihat perubahan dalam usaha Anda?	Ya, terdapat peningkatan pendapatan, peningkatan jumlah pelanggan (100%)	Ya, terdapat peningkatan pendapatan, peningkatan jumlah pelanggan (100%)	Ya, terdapat peningkatan pendapatan, peningkatan jumlah pelanggan (100%)

Sumber: Survei awal pada bulan Januari tahun 2025

Berdasarkan survei awal yang dilakukan terhadap pelaku UMKM di sektor makanan, pakaian dan jasa menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM belum memahami literasi keuangan, tidak menggunakan teknologi digital, serta mengalami kendala dalam mendapatkan modal usaha tambahan. Hal ini menunjukkan lemahnya kapasitas internal elaku UMKM dalam menjaga keberlangsungan usahanya di tengah tekanan eksternal yang fluktuatif. Temuan tersebut menegaskan bahwa tiga aspek internal literasi keuangan, inovasi digital, dan modal usaha menjadi faktor dominan yang memengaruhi keberlanjutan UMKM di kawasan wisata. Ketiganya merupakan sumber daya internal yang sejalan dengan kerangka teori RBV dalam memperkuat daya tahan dan adaptasi bisnis UMKM terhadap tantangan eksternal yang dinamis

Berdasarkan Hasil studi pendahuluan terhadap pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di tiga sektor utama - kuliner, fashion, dan jasa - mengungkapkan tiga tantangan utama: (1) minimnya pemahaman tentang pengelolaan keuangan yang baik, (2) belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam operasional bisnis, dan (3) kesulitan dalam mengakses sumber pembiayaan untuk pengembangan usaha. Hal ini menunjukkan lemahnya kapasitas internal elaku UMKM dalam menjaga keberlangsungan usahanya di tengah tekanan eksternal yang fluktuatif. Temuan tersebut menegaskan bahwa tiga aspek internal literasi keuangan, inovasi digital, dan modal usaha menjadi faktor dominan yang memengaruhi keberlanjutan UMKM di kawasan wisata. Ketiganya merupakan sumber daya internal yang sejalan dengan kerangka teori RBV dalam memperkuat daya tahan dan adaptasi bisnis UMKM terhadap tantangan eksternal yang dinamis.

Literatur terkait menunjukkan hasil yang beragam mengenai faktor-faktor penentu keberlanjutan UMKM. Beberapa peneliti seperti Sudyarti et al. (2024), Ayu et al. (2020), Inanna et al. (2023), dan Pramesti et al. (2024) menemukan hubungan positif yang signifikan antara literasi keuangan dengan keberlangsungan usaha UMKM. Namun, temuan kontradiktif dilaporkan oleh Naufal & Purwanto (2022) serta Mila & Nurhidayah (2022) yang menyatakan tidak adanya pengaruh signifikan dari literasi keuangan. Dalam konteks digitalisasi, penelitian Mila & Nurhidayah (2022) mengkonfirmasi dampak positif yang signifikan dari inovasi digital terhadap sustainability UMKM. Sementara itu, mengenai faktor permodalan, Pramesti et al. (2024) melaporkan pengaruh positif namun tidak signifikan, berbeda dengan kesimpulan Wahab et al. (2024) dan Dewi & Yuniarta (2022) yang menemukan pengaruh signifikan. Di sisi lain, Junedi & Dwi Arumsari (2021) justru menyimpulkan tidak adanya pengaruh signifikan modal usaha terhadap keberlanjutan UMKM.

Berdasarkan temuan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, inovasi digital, dan modal usaha merupakan tiga faktor internal penting yang saling terkait dan relevan untuk dikaji lebih lanjut dalam konteks keberlanjutan UMKM di daerah wisata. Ketiganya menjadi sumber daya utama yang dapat menjelaskan daya tahan UMKM dalam menghadapi tantangan eksternal, sebagaimana ditekankan dalam teori RBV. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, inovasi digital, dan modal usaha terhadap keberlanjutan UMKM di kawasan wisata Pantai Pasir Putih, Situbondo. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam perumusan strategi pemberdayaan UMKM berbasis potensi internal agar mampu bertahan dan berkembang dalam ekosistem pariwisata yang terus berubah.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan penelitian sebelumnya, penelitian ini berfokus pada pelaku UMKM di kawasan wisata Pantai Pasir Putih, Situbondo, yang menghadapi tantangan keberlanjutan keterbatasan dalam literasi keuangan, inovasi digital, dan akses modal usaha. Oleh karena itu, penelitian ini merumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah tingkat literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan UMKM di Pantai Pasir Putih Situbondo?
2. Apakah inovasi digital berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan UMKM di Pantai Pasir Putih Situbondo?
3. Apakah modal usaha berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan UMKM di Pantai Pasir Putih Situbondo?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Menguji dan menganalisis pengaruh signifikan tingkat literasi keuangan terhadap keberlanjutan UMKM
2. Menguji dan menganalisis pengaruh signifikan inovasi digital terhadap keberlanjutan UMKM di Pantai Pasir Putih Situbondo
3. Menguji dan menganalisis pengaruh signifikan modal usaha terhadap keberlanjutan UMKM di Pantai Pasir Putih

## 1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi pelaku UMKM : Memberikan wawasan tentang pentingnya literasi keuangan, inovasi digital, dan modal usaha untuk meningkatkan keberlanjutan usaha, serta solusi praktis untuk menghadapi tantangan bisnis.
2. Bagi peneliti : Menambah wawasan dalam bidang penelitian UMKM dan memberikan pengalaman dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan usaha.
3. Peneliti selanjutnya : Menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut yang terkait dengan literasi keuangan, inovasi digital, dan modal usaha. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya kajian literatur mengenai keberlanjutan UMKM, khususnya di sektor pariwisata.