

Peran Manajemen untuk Mengevaluasi dan Meningkatkan Kinerja UMKM saat Pandemi COVID-19



Disusun Oleh :
Dr. Sriyono, MM

Buku Referensi
Peran Manajemen untuk Mengevaluasi dan
Meningkatkan Kinerja UMKM saat
Pandemi Covid - 19

Penulis:
Sriyono



Diterbitkan oleh
UMSIDA PRESS
Jl. Mojopahit 666 B Sidoarjo
ISBN: 978-623-464-052-6
Copyright©2022.

Buku Referensi
Peran Manajemen untuk Mengevaluasi dan
Meningkatkan Kinerja UMKM saat
Pandemi Covid - 19

Penulis :

Sriyono

ISBN :

978-623-464-052-6

Editor :

Alshaft Febrianggara, SE., MM

Copy Editor :

M. Tanzil Multzam, S.H., M.Kn

Design Sampul dan Tata Letak :

Sutrino, S.M

Penerbit :

UMSIDA Press

Redaksi :

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Jl. Mojopahit No 666B

Sidoarjo, Jawa Timur

Cetakan pertama

© Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dengan suatu
apapun

tanpa ijin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Alloh SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan ridhonya sehingga BUKU REFERENSI dengan judul “**Peran Manajemen Keuangan Untuk Meningkatkan Kinerja Umkm Yang Terdampak Pandemi Covid-19**” dapat penulis selesaikan.

Buku. **Peran Manajemen Keuangan Untuk Meningkatkan Kinerja Umkm Yang Terdampak Pandemi Covid-19** terdiri dari 5 Bab. Tiap bab dijelaskan mulai dari Permasalahan, konsep strategi serta pemecahan terhadap UMKM. Penulis berharap dengan memaparkan berbagai aspek yang berhubungan dengan Peran Manajemn Keuangan dalam membantu meningkatkan Kinerja UMKM yang terdampak Covid 1, maka buku ini dapat memberikan ilmu kepada para Dosen, peneliti, pengamat serta mahasiswa yang mempelajari bagaimana cara meningkatkan kinerja UMKM yang terdampak Covid 19

Akhirnya saya berharap semoga buku ini dapat memberikan manfaat kepada sesama manusia dan besar harapan penulis agar pembaca dapat menjadikan buku Peran Manajemen Keuangan Untuk Meningkatkan Kinerja Umkm Yang Terdampak Pandemi Covid-19 I ni dapat digunakan sebagai buku referensi untuk pemecahan Permasalahan pada UMKM ang terdampak Covid 19

Terima kasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang tidak dapat saya sampaikan satu persatu atas bantuannya dalam menyelesaikan buku referensi ini, semoga segala amal yang diberikan mendapat pahala yang besar

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | v |
| | |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Tujuan Penulisan Buku | 6 |
| 1.3 Manfaat Penulisan Buku | 6 |
| | |
| BAB 2 PENDEKATAN PERMASALAHAN | 7 |
| 2.1 Pendekatan Akademisi (A) | 7 |
| 2.2 Pendekatan Bisnis (B) | 9 |
| 2.3 Literasi | 11 |
| 2.4 Kinerja Keuangan | 14 |
| 2.5 Inovasi | 17 |
| 2.6 Pemasaran | 19 |
| 2.7 Financial Technology | 22 |
| 2.8 Pendekatan Government (G) | 24 |
| 2.9 Pendekatan Community (C) | 25 |
| 2.10 Pendekatan Personal (P) | 27 |
| | |
| BAB 3 TINJAUAN PUSTAKA | 28 |
| 3.1 Literasi Keuangan | 28 |
| 3.2 Pembiayaan | 35 |
| 3.2.1 Pembiayaan Modal | 37 |
| 3.2.2 Pembiayaan Kredit | 41 |
| 3.3 Kinerja Keuangan | 44 |

| | |
|--------------------------------------|----|
| 3.3.1 Laporan Keuangan | 44 |
| 3.4 Inovasi | 53 |
| 3.4.1 Inovasi Strategi | 53 |
| 3.4.2 Strategi Orientasi Pasar | 65 |
| 3.5 Literasi Digital | 66 |
| 3.5.1 Financial Teknologi | 66 |

BAB 4 KONSEP DASAR DAN STRATEGI 74

| | |
|--|----|
| 4.1 Konsep Dasar Literasi Keuangan | 74 |
| 4.2 Kinerja Keuangan | 76 |
| 4.2.1 Laporan Keuangan | 76 |
| 4.3 Pembiayaan | 82 |
| 4.3.1 Pembiayaan Modal | 83 |
| 4.3.2. Pemberian Kredit | 84 |
| 4.4 Inovasi | 86 |
| 4.4.1 Inovasi Strategi | 86 |
| 4.4.2 Orientasi Pasar | 87 |
| 4.5 Literasi Digital | 90 |
| 4.5.1 Financial Teknologi | 90 |

BAB 5 PEMECAHAN MASALAH 92

| | |
|---|-----|
| 5.1 Solusi Literasi Keuangan | 92 |
| 5.2 Implementasi Model Pembiayaan | 93 |
| 5.3 Penguatan Modal | 94 |
| 5.4 Kemudahan Akses Modal | 95 |
| 5.5 Kreatfikasi dan Inovasi | 98 |
| 5.6 Diversifikasi Pasar | 99 |
| 57 Literasi Digital | 101 |

| | |
|--------------------------------------|------------|
| BAB 6 PEMBAHASAN | 103 |
| 6.1 Literasi Keuangan | 103 |
| 6.2 Pentingnya Pembiayaan | 104 |
| 6.3 Modal | 104 |
| 6.4 Fasilitas Pemberian Kredit | 106 |
| 6.5 Analisis Kinerja Keuangan | 107 |
| 6.6 Inovasi Berkelanjutan | 108 |
| 6.7 Orientasi Pasar | 111 |
| 6.8 Kemajuan Literasi Digital | 113 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | 115 |

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam rangka mencapai pertumbuhan ekonomi yang stabil dan berkelanjutan, perlu didukung kokohnya stabilitas makroekonomi dan sistem keuangan. Untuk mendukung upaya tersebut diperlukan pemberdayaan sektor riil khususnya pengembangan Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berkontribusi besar dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi, UMKM memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia yaitu mencapai 60 % atau sekitar Rp 2 triliun. UMKM juga mampu memperkerjakan sebanyak 97 persen tenaga kerja dari total 64 Juta UMKM di Indonesia. Deputi Bidang Usaha Kecil dan Menengah Kementerian Koperasi dan UKM, Sebagai penyangga perekonomian nasional, kontribusi UMKM yang lebih dari 60% terhadap PDB tidak dapat dianggap kecil. Selain itu signifikansi dari UMKM ialah mampu memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk membuka lapangan kerja baru. Penyerapan tenaga kerja yang tinggi bisa mengurangi kemiskinan sehingga angka pengangguran di Indonesia berkurang. Berdasarkan data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, angka pertumbuhan pelaku UMKM selalu naik dari tahun ke tahun. Melihat besarnya peran UMKM dalam bagi

pembangunan ekonomi, tak mengherankan jika UMKM menjadi lokomotif pembangunan. UMKM mampu menjadi solusi bagi Indonesia di tengah melonjaknya usia produktif akibat bonus demografi dan meningkatnya jumlah TPT akibat Covid-19. Ironisnya pandemi yang mengguncang dunia sejak Maret 2020 ini juga memporandakan ketahanan UMKM. Hasil survei Bank Indonesia menunjukkan bahwa selama pandemi terdapat 72,6% pelaku UMKM yang mengalami penurunan kinerja karena terdampak Covid-19. Selain itu survei yang dilakukan Asian Development Bank (ADB) per 16 September 2020 juga menunjukkan 48,6% UMKM Indonesia tutup akibat pandemi.

Pemerintah melalui Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) telah memberikan bantuan bagi masyarakat dan berbagai sektor bisnis yang terdampak Covid-19, termasuk UMKM. Data menunjukkan bahwa hingga akhir November 2020 dukungan UMKM telah terealisasi Rp98,76 triliun atau setara dengan 85,27% dari total pagu Rp115,82 triliun dengan perincian melalui belanja pusat Rp32,26 triliun, TKDD Rp2 triliun, dan penempatan dana Rp64,5 triliun. Selanjutnya realisasi anggaran PEN untuk insentif usaha sudah mencapai Rp 120,6 triliun dari pagu anggaran. Seluruh usaha pemerintah ini tentu dengan harapan bahwa UMKM tumbuh bertahan dan tetap tumbuh dengan segala situasi yang ada saat ini.

Namun demikian munculnya masalah Pandemi Covid-19 dalam waktu yang panjang memberikan dampak permasalahan yang sangat signifikan terhadap kondisi dan keberlanjutan dari aktivitas UMKM. Permintaan akan barang dan jasa menurun selama periode ini. Keadaan ini

menjadi hal yang sulit bagi suatu negara berkembang. Hal ini didasari bahwa usaha kecil menengah menjadi sangat rentan pada masa Covid-19. Kebijakan relaksasi kredit yg dikeluarkan pemerintah melalui Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 11/POJK.03/2020. Pemerintah punya berkewajiban mengatasi dampak dari pandemi Covid-19

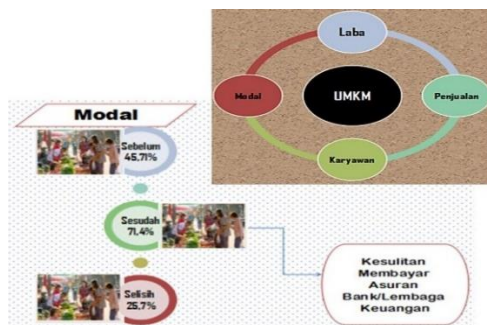


Gambar 1 Ilustrasi adanya UKM yang terkena Dampak Pandemi Covid 19

Peningkatan akses dan jangkauan akses UMKM terhadap jasa keuangan sangat dibutuhkan untuk menghadapi persaingan tersebut. Sehingga pengembangan UMKM tidak luput dari kontribusi manajemen keuangan baik tentang pembiayaan dari perbankan dan lembaga keuangan lainnya. Namun demikian Lembaga-lembaga tersebut masih memiliki keterbatasan informasi mengenai UMKM potensial lengkap dengan kelayakan usahanya sehingga menyebabkan tidak bisa memberikan bantuan. Untuk itu diperlukan informasi laporan keuangan yang memadai dari UMKM baik yang telah atau belum terhubung

dengan perbankan atau lembaga keuangan lainnya agar Lembaga-lembaga tersebut dapat memberikan bantuan permodalan.

Kementerian Keuangan Republik Indonesia (2016) menyatakan Indonesia merupakan salah satu Negara berkembang di kawasan Asia yang pernah mengalami krisis moneter pada tahun 1998, dan sektor yang tetap bertahan adalah sektor Usaha Mikro Kecil Menengah. Namun demikian saat terjadinya covid 19 UMKM tidak lagi mampu bertahan sehingga memerlukan bantuan permodalan.



Gambar 2 Siklus Terhadap Keuangan UMKM

Secara umum, UMKM sering mengalami keterlambatan, hal ini dikarenakan berbagai masalah konvensional yang tidak terselesaikan secara tuntas, seperti masalah kapasitas SDM, kepemilikan, pembiayaan, pemasaran dan berbagai masalah lain yang berkaitan dengan pengelolaan usaha, sehingga UMKM sulit bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar. Oleh karena itu, diperlukan upaya-upaya strategis guna

meningkatkan pertumbuhan UMKM. Salah satunya dengan cara memperkaya pengetahuan pelaku UMKM terhadap pengetahuan keuangan sehingga pengelolaan keuangan usaha dapat berkembang dengan baik.

Pemahaman tingkat literasi keuangan bagi pelaku usaha khususnya UMKM terutama untuk penyusunan laporan keuangan usahanya guna untuk dilakukan mencari pendanaan. Lebih jauh, pentingnya pemilik usaha memahami pengetahuan keuangan guna memiliki kinerja perusahaan yang lebih bagus. Sehingga memungkinkan UMKM mengalami pertumbuhan bisnis.

Selain itu besarnya persaingan pasar global saat ini tidaklah mudah, karena produk UMKM akan bersaing dengan produk negara lain. Kualitas produk yang rendah dan inovasi produk yang kurang beragam baik dari muara sampai hilir, sehingga tidak memiliki daya saing terhadap produk dari negara lain. Perkembangan UMKM Indonesia yang saat ini belum menunjukkan perkembangan kesiapan dalam menghadapi pasar global. UMKM memang menjadi unggulan Indonesia dalam skala nasional, namun masih perlu ditingkatkan untuk skala internasional. Jumlah UMKM Indonesia mencapai 95% dari jumlah perusahaan di Indonesia, dan menyumbang 56,92% terhadap GDP nasional. Namun demikian, sumbangan UMKM terhadap ekspor baru mencapai sekitar 14,6% (Ashariyadi, 2016)

1.2 Tujuan Penulisan Buku

Tujuan penulisan buku ini adalah selain untuk memberikan informasi terhadap kondisi UMM yang terdampak Covid, juga memberikan suatu buku referensi buat masyarakat umum, dosen, pengamat serta mahasiswa tentang bagaimana manajemen Keuangan dapat melakukan evaluasi koordinasi antar Lembaga dalam rangka untuk membantu meningkatkan kinerja UMM yang terdampak Covid 19

1.3 Manfaat Penulisan Buku

Buku ini berisi komplit tentang penanganan masalah-masalah yang dihadapi UMKM saat terjadinya Covid 19, bagaimana cara melakukan koordinasi antar Lembaga, serta bagaimana cara pembentukan dan penyelesaian kalau kita mengalami masalah besar yang belum jells

BAB 2

PENDEKATAN PERMASALAHAN

Permasalahan yang di hadapi UMKM selama terjadinya Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang sangat besar mulai dari terhambatnya proses produksi, pemasaran hingga masalah pengelolaan keuangan dan akses pembiayaan. Untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh UMKM diperlukan Pendekatan Pendampingan yang terintegrasi meliputi Pendekatan Akademisi, Pendekatan Bisnis, Pendekatan Government, Pendekatan Community, Pendekatan Personal (ABGSP) agar Permasalahan yang ada saat ini mampu dihadapi dan UMKM mampu untuk melakukan recovery usahanya dan mampu melakukan usahanya.

Tahapan Pendekatan ABGCP adalah :

2.1 Pendekatan Akademisi (A)

Akademisi dalam hal ini perguruan tinggi merupakan salah satu elemen yang memiliki peran penting dalam pemberdayaan UMKM. Pemberdayaan dapat diartikan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan seseorang atau kelompok sehingga mampu melaksanakan tugas dan kewenangannya sebagaimana tuntutan kinerja tugas tersebut. Masyarakat sekarang

mempercayakan kepada perguruan tinggi sebagai lembaga pendidikan tinggi yang masih memiliki kekuatan moral untuk menjadi panutan masyarakat dalam transformasi menuju masyarakat global. Maka tidak bisa dipungkiri jika perguruan tinggi memiliki peran yang sangat besar dalam memberdayakan kewirausahaan. Pemberdayaan UMKM perlu dilakukan oleh perguruan tinggi dengan dibantu oleh pemerintah dan pihak terkait sehingga UMKM dapat berfungsi sebagai motor penggerak ekonomi kerakyatan. Akademisi sebagai elemen yang memiliki pendalaman terhadap khazanah pengetahuan termasuk perekonomian diharapkan mampu memberikan kontribusinya dalam bentuk inovasi yang mampu menyelesaikan permasalahan UMKM. Saat ini pengembangan UMKM harus berdasarkan riset sehingga Akademisi tentunya dapat menjadi sumber pembelajaran bagi UMKM yang berperan sebagai mitra yang akan mengembangkan usahanya berdasarkan pengajaran yang telah diberikan. Tri Dharma Perguruan Tinggi, pendidikan, penelitian, dan pengabdian sebagai dorongan bagi para akademisi untuk mewujudkan kontribusinya dalam memberdayakan UMKM. Pembelajaran yang diberikan tentunya tidak akan cukup untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi pada UMKM. Untuk itu Perguruan Tinggi juga memiliki peran dalam hal pendampingan guna memastikan apa

yang sudah menjadi pelajaran konkrit diimplementasikan. Elemen utama dalam peran pendampingan ini lebih banyak ditujukan pada mahasiswa. dengan kapasitas yang dimiliki mahasiswa yang berbekal dengan kepakaran ilmu yang mereka dapatkan selama perkuliahan menjadi wahana transfer knowledge dan jalur penyebaran teknologi kepada masyarakat. Penerapan teknologi tepat guna yang aplikatif dapat menjadi solusi efektif untuk menyelesaikan permasalahan UMKM. Mahasiswa berperan sebagai pendorong adaptasi masyarakat terutama UMKM untuk terpapar kehadiran teknologi. mahasiswa menjadi pelopor Shifting Behaviour UMKM untuk lebih digital sehingga usaha yang dilakukan dapat lebih efektif dan efisien

2.2 Pendekatan Bisnis (B)

Sektor bisnis atau swasta sebagai pihak yang menjalankan Usaha, melakukan kegiatan memproduksi barang dan jasa dalam perekonomian. Kolaborasi antar usaha di tengah iklim yang sangat kondusif ini membuka berbagai peluang kolaborasi. Kolaborasi antara UMKM dan Perusahaan Swasta membuka akses dan jejaring bagi UMKM. dengan infrastruktur yang sudah dibangun oleh perusahaan tentunya dapat membantu UMKM menunjang kebutuhan usahanya. Perusahaan swasta juga memiliki peran dalam hal permodalan. Pasar Bebas Asean yang

diberlakukan sejak 2015 menciptakan persaingan produk yang membuat UMKM mau tidak mau meningkatkan kualitas produknya. Untuk itu dibutuhkan permodalan yang cukup untuk meningkatkan produktivitas tersebut. UMKM yang memiliki permasalahan salah satunya dari segi akses permodalan mendorong Kolaborasi antara UMKM dan Perusahaan Swasta pemberi modal dan pihak yang menjalankan usaha sehingga roda perekonomian Indonesia juga dapat berputar dan menuju arah yang lebih positif. Pemberdayaan UMKM dilakukan oleh pihak swasta melalui Corporate Social Responsibility (CSR) yang mereka miliki, antara lain melalui bapak angkat, plasma, pembinaan manajemen dan berbagai kegiatan untuk pemasaran produk UMKM. CSR diharapkan juga digulirkan oleh industri perbankan Indonesia guna memberikan kemudahan dan kses kredit kepada para pelaku UMKM. Danang Girindrawardana, Direktur Eksekutif Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo), menambahkan, pihak swasta bila mampu untuk terlibat juga dalam membimbing UKM terkait sustainability report dan mekanisme manajemen di dalam UMKM. Peran ini dalam implementasinya diharapkan mampu berjalan secara bottom up bukan top down sehingga UMKM sendiri yang nantinya akan menjadi aktor utamanya dengan begitu pengimplementasian akan jauh lebih efektif. Sebagai contoh yang telah dilakukan oleh

Sampoerna yang telah melakukan transfer knowledge bagi para UMKM secara kontinyu.

2.3 Literasi

Literasi dan inklusi keuangan digunakan menjadi program nasional di beberapa negara. Terdapatnya literasi keuangan yang masih rendah di negara maju, termasuk Indonesia. UMKM dianggap sebagai komponen penting dalam sektor bisnis. Mereka dari itu memiliki peran penting dalam membangun perekonomian suatu negara atau wilayah. Mereka telah menjadi salah satu prioritas untuk agenda pembangunan di Indonesia. UMKM tetap eksis ketika Indonesia menghadapi krisis ekonomi yang parah pada 1998. UMKM Indonesia tetap berdiri tegak disaat sebagian perusahaan besar gulung tikar. UMKM adalah tulang punggung perekonomian bangsa Indonesia.



Gambar 3 Ilustrasi Model Peningkatan

Selain dengan literasi keuangan dalam perkembangan kinerja UMKM pada umumnya banyak yang mengalami masalah dalam hal pembiayaan salah satunya yaitu modal . modal menjadi bagian dari yang penting dalam perkembangan usaha UMKM. Upaya untuk meningkatkan UMKM pada perekonomian nasional diperlukan serangkaian pembinaan yang bersumber pada masalah keterbatasan teknologi, informasi dan permodalan .



Gambar 4 Gambar Index Literasi Keuangan

Keberhasilan UMKM ditentukan oleh kepribadian yang dilakukan oleh para Pengusaha dan memiliki dampak langsung terhadap pembangunan ekonomi suatu negara. Bantuan yang diberikan baik dari daerah maupun provinsi atau pemerintah pusat akan memberikan dampak terhadap kinerja UMKM bahwa bantuan permodalan berdampak nyata terhadap

pendapatan. Misal bantuan KUR, dampak KUR memperoleh hasil yaitu KUR memberikan dampak positif terhadap keuntungan, penyerapan tenaga kerja, dan kepemilikan aset dari usaha mikro dan kecil.

Selain modal dalam pendanaan, kredit juga termasuk dalam pembiayaan. Para usaha juga membutuhkan kredit untuk menambah modal uang pribadi. Sehingga kredit termasuk salah satu bagian dari perkembangan dan meningkatnya kinerja UMKM. UMKM memang memiliki kelemahan yang dapat membuatnya sulit berkembang dibandingkan usaha-usaha besar. Kelemahan tersebut seperti, terbatasnya modal yang dimiliki, serta pengetahuan mereka dalam pengelolaan keuangan atau pemahaman akuntansi yang belum mumpuni yang dapat mengurangi kinerja UMKM.

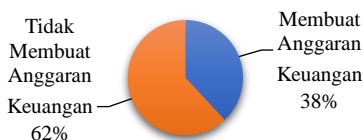
Pentingnya peran UMKM yang telah dikemukakan di atas, mengarahkan Pemerintah untuk melakukan berbagai upaya yang sekaligus menunjukkan komitmen untuk meningkatkan kinerja dan daya saing ekonomi Indonesia. Dalam rangka mewujudkan UMKM Indonesia yang maju, mandiri, dan modern, serta mampu mengakses sumber pendanaan industri keuangan, Ikatan Akuntan Indonesia sebagai standard setter menyiapkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, Menengah Anggota Dewan Pengurus Nasional IAI, Ito Warsito mengatakan, SAK EMKM dapat membantu UMKM

mencapai literasi keuangan sehingga pelaku UMKM memiliki kemampuan mengoptimalkan setiap peluang yang ada di industri keuangan untuk memaksimalkan kinerjanya

2.4 Kinerja Keuangan

Selama ini laporan keuangan dalam usaha UMKM juga sedikit sekali para Usaha yang mencatat keuangan mereka. Bukan hal yang sepele lagi hampir lebih dari 50 % UMKM yang tidak mempuat laporan keuangan.

UMKM DI KABUPATEN SIDOARJO YANG MEMBUAT ANGGARAN KEUANGAN



Gambar 4 Kondisi UKM membuat anggaran

Diagram di atas menunjukkan salah satu permasalahan yang dapat ditemui di kalangan pelaku UMKM. Data diambil melalui kuesioner yang disebarakan ke para pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Sidoarjo. Dari data tersebut menunjukkan bahwa lebih dari 50% pelaku UMKM di Kabupaten Sidoarjo tidak membuat anggaran keuangan untuk bisnis yang dijalankan. Penganggaran keuangan dalam

bisnis dapat membantu pemiliknya dalam memperkirakan pengeluaran dan pendapatan. Selain itu, adanya penganggaran keuangan dapat memudahkan pemilik dalam mengetahui pendapatan bisnis yang aktual.

Kemudahan usaha mikro dan kecil dan menengah (UMKM) dalam menghimpun modal yang berasal dari eksternal harus dibarengi dengan pelaporan keuangan yang tepat. Oleh karena itu, kualitas pelaporan keuangan sangat penting dan penggunaan informasi akuntansi saat mengambil keputusan, terutama saat penambahan modal. Kualitas pelaporan keuangan yang disajikan oleh pelaku usaha masih dalam bentuk yang sederhana yaitu pendapatan dan pengeluaran. Pelaporan keuangan usaha kecil tidak dianggap rutin karena dianggap tidak berguna dan dapat menambah biaya. Selain itu, pemilik dan karyawan tidak memiliki kemampuan untuk menyusun laporan keuangan tahunan.



Gambar 5 Model Analisis Penyesuaian

UMKM juga perlu menyusun laporan keuangan yang sesuai dengan standar akuntansi keuangan. Karena

laporan tersebut berisi informasi yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan usaha UMKM. Laporan Keuangan adalah sebuah informasi yang mencerminkan keuangan entitas atau suatu organisasi yang dapat digunakan untuk menilai bagaimana kinerja entitas atau organisasi tersebut pada suatu periode tertentu.



Gambar 6 Ilustrasi Laporan Keuangan

Laporan keuangan pada dasarnya merupakan hasil proses pencatatan akuntansi yang digunakan untuk berkomunikasi antara data keuangan atau aktifitas keuangan suatu perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas yang berhubungan dengan laporan keuangan. Menurut penelitian ini pada laporan keuangan dapat mencatat semua biaya yang dikeluarkan selama perusahaan beroperasi sampai saat ini, laporan yang telah disajikan meliputi laporan penjualan, laporan gaji karyawan, laporan pembelian bahan baku, laporan beban-beban, laporan perlengkapan dan laporan peralatan. Setiap usaha diharapkan mempunyai laporan keuangan untuk menganalisis kinerja keuangan sehingga dapat

memberikan informasi tentang posisi keuangan, kinerja, dan arus kas yang bermanfaat bagi pengguna laporan keuangan dalam rangka membuat keputusan-keputusan ekonomi serta menunjukkan pertanggungjawaban manajemen.

2.5 Inovasi

Dalam usaha sangat diperlukan inovasi untuk meningkatkan minat konsumen pada produk. Dari segi inovasi sangat membantu dalam perkembangan usaha. Permasalahan yang sering dihadapi oleh para UMKM dari perspektif individu adalah rendahnya pengetahuan tentang bisnis, kurangnya keberanian dan juga kurangnya inovasi dalam menjalankan bisnis. (Mustikowati & Tysari, 2015) mengungkapkan suatu fakta bahwa daya saing yang rendah dari UKM menyebabkan kelompok ini mengalami kesulitan dalam meningkatkan outputnya. Beberapa peneliti menjelaskan bahwa ketidakmampuan UKM dalam meningkatkan daya saing disebabkan karena UKM memiliki berbagai keterbatasan, seperti kurangnya kemampuan untuk beradaptasi dengan lingkungan, kurang cekatan dalam peluang – peluang usaha, kurangnya kreativitas dan inovasi dalam mengantisipasi berbagai tantangan lingkungan.



Gambar 7 Ilustrasi Analisis

Inovasi juga menjadi faktor terhadap kinerja UMKM. Karena peran inovasi cukup penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. Inovasi merupakan pengambilan ide-ide kreatif yang meliputi menciptakan produk baru, melakukan proses baru, serta memperkenalkan produk melalui pemasaran dan menguprade organisasi yang lebih baru.



Gambar 8 Ilustrasi Peningkatan pemasaran

Semakin berkembangnya usaha UMKM di Indonesia maka perlu adanya perhatian penuh dari pihak pemerintah. Perkembangan dunia UMKM menjadi salah satu barometer pertumbuhan perekonomian disuatu

wilayah. Ketatnya persaingan memaksa secara tidak langsung kepada pelaku usaha demi mempertahankan bisnisnya dengan melakukan inovasi secara berlangsung, karena pesaing akan meniru inovasi yang sudah dimiliki pelaku usaha. Inovasi mempunyai pengaruh yang penting terhadap perusahaan dalam melakukan terobosan-terobosan baru untuk meningkatkan kinerja usahanya. Tingkat kejenuhan konsumen akan terjadi begitu cepat dengan adanya produk baru dan jasa yang dikonsumsi. Berbagai inovasi yang dilakukan baik oleh wirausaha lama maupun wirausaha yang baru umumnya dilakukan pada berbagai bagian seperti inovasi pada produk, inovasi pada proses, inovasi pada pemasaran dan inovasi pada organisasi.

2.6 Pemasaran

Disamping itu pasar juga menjadi salah satu objek yang dapat mempengaruhi dari perkembangan dan kinerja UMKM. dalam hal pemasaran dan minat konsumen menjadi bagian dari pasar untuk mengetahui seberapa banyak konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Apakah produk tersebut banyak diminati oleh konsumen?, hal yang paling mendasar dalam usaha dengan menentukan target yang akan diambil dalam menjual produk usaha.



Gambar 9 Ilustrasi Model Pemasaran

Nuvriasari et al., 2018) menyatakan bahwa Perkembangan UKM industri kreatif yang pesat dari sisi kuantitas unit usaha belum dibarengi dengan kinerja yang maksimal dikarenakan adanya sejumlah kendala yang dihadapi oleh UKM. Kendala tersebut antara lain adalah UKM belum secara maksimal berorientasi pasar seperti dalam menjalankan kegiatan pemasaran masih bersifat konvensional dan belum secara maksimal memanfaatkan teknologi informasi untuk mempercepat pelayanan dan memperluas akses pasar.

UMKM di Indonesia merupakan entitas ekonomi yang berkaitan dengan rendahnya kualitas sumber daya manusia, rendahnya orientasi kewirausahaan (entrepreneurial orientation), rendahnya keterampilan dalam teknologi dan manajemen, kurangnya informasi, dan orientasi pasar (market orientation). atau perhatian. Perusahaan secara alami memiliki karakteristik yang berbeda. Karakteristik ini dapat ditentukan oleh beberapa faktor yang berhubungan dengan kewirausahaan, atau oleh batasan dan ukuran khusus untuk tahap perkembangan perusahaan. Batasan tersebut juga dapat

terjadi dalam bentuk keterbatasan sumber daya (sumber daya keuangan, waktu, pengetahuan pemasaran, dll), kurangnya keahlian, atau keterampilan pemilik bisnis.



Gambar 10 Kondisi Pasar Normal

Berlangsungnya masa pandemi memiliki dampak psikososial yang sangat besar diantara semua individu, menciptakan tekanan psikologi dan keemasan, hidup pada masa pandemic.hal ini menjadikan kesulitan para umkm untuk menjual produk mereka. Prilaku konsumtif sangat berperan penting dalam perkembangan UMK.

Pada perilaku konsumtif juga pernah dilakukan oleh beberapa bahwa penelitian oleh (Cristanti, 2021) Menyatakan bahwa perilaku konsumtif tidak ada hubungan (tidak signifikan) terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa FKIP UKSW. penelitian terkait perilaku konsumtif yang menunjukkan bahwa perilaku konsumtif berpengaruh signifikan dan positif terhadap unit usaha dan industry. Karena perilaku pembelian konsumen telah mengambil tindakan baru akibat dampak pandemi, pemasar dan pelaku bisnis harus menemukan strategi baru untuk menyenangkan konsumen. Penting

untuk diberikan pada ritel yang aman, membangun pengalaman pelanggan, meningkatkan kemampuan pengiriman, meningkatkan saluran digital dan menjadi lebih berempati kepada konsumen.

2.7 Financial Technology

Menurut *National Digital Research Centre* (NDRC) *fintech* didefinisikan sebagai langkah inovasi terhadap layanan keuangan. Dalam arti layanan keuangan bahwa *fintech* merupakan inovasi di sektor keuangan yang dipadukan dengan sentuhan teknologo-teknologi modern. Misalnya mencakup berbagai transaksi termasuk pembayaran, investasi, kredit online, transfer dan rencana keuangan.

Teknologi keuangan (*fintech*) merupakan inovasi di sektor keuangan yang menggabungkan teknologi dengan fasilitas yang diproduksi tanpa menggunakan perantara, mengubah cara bisnis menyediakan layanan dan barang sekaligus melindungi privasi pelanggan, mengatur industry, mengajukan tantangan hukum dan memungkinkan inklusi pertumbuhan.

Financial Teknologi memiliki peran yang penting dalam perkembangan UMKM, terutama dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM, salah satu yang dapat dilakukan untuk mempermudah dalam transaksi keuangan yaitu dengan memanfaatkan financial teknologi, hal ini sangat mempermudah proses transaksi dalam kinerja keuangan usaha yang dijalankan.



Gambar 11 Ilustras Fintech

Ada beberapa penelitian yang mengatakan terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara *financial* teknologi (bisnis elektronik) terhadap kinerja keuangan umkm. Hal ini dapat dikatakan bahwa teknologi sangat dibutuhkan oleh kinerja keuangan umkm dan bisa membangun pengetahuan

Selain itu potensi dari financial teknologi terhadap pertumbuhan *inclusive entrepreneurship* berpengaruh pada pertumbuhan kewirausahaan. Dalam penelitian ini pengaruh teknologi dalam kewirausahaan berpengaruh signifikan dan negative . Efek kewirausahaan pada masyarakat dapat bersifat transformatif dan eksploitatif sebagian karena sifat dominan dan oportunistik pengusaha kapitalis . Para ahli juga menemukan bahwa keuangan mikro, sebagai bentuk solusi kewirausahaan untuk kemiskinan, dapat berdampak negatif pada masyarakat, seperti stigmatisasi pengusaha gagal.

2.8 Pendekatan Government (G)

Laporan World Economic Forum (WEF) 2010 menempatkan pasar Indonesia pada ranking ke-15. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia sebagai pasar yang potensial bagi negara lain. Potensi ini yang belum dimanfaatkan oleh UMKM secara maksimal. Pemerintah sebagai organisasi yang memiliki kewenangan untuk membuat dan menerapkan hukum serta undang-undang dalam hal ini memiliki peran penting untuk mampu mendorong UMKM memiliki kekuatan untuk memaksimalkan potensi tersebut.

Analisis Persaingan yang super ketat merupakan analisis yang menunjukkan bahwa pada akhirnya setiap negara akan dipaksa memikirkan atau menemukan suatu strategi yang tepat, agar negara/perusahaan tersebut dapat tetap bertahan pada kondisi persaingan global yang sangat sulit. Pemerintah sebagai regulator, pada dasarnya dapat membantu UMKM untuk mengakses pasar ekspor. Secara umum, kinerja ekspor Indonesia menurun dalam beberapa tahun ini. Menurut informasi dari Bank Dunia Ekspor Indonesia kini hanya sekitar 24% dari PDB dengan total perdagangan secara keseluruhan sekitar 45% dari PDB atau lebih kecil ketimbang Vietnam yang ekspornya mencapai 86% dari PDB dengan total perdagangan 169% dari PDB

Pemerintah secara aktif ikut serta dalam berbagai persetujuan perdagangan (multilateral, regional, dan bilateral) untuk menjaga dan meningkatkan akses pasar di pasar ekspor. Ikut sertanya pemerintah di berbagai

persetujuan perdagangan tersebut diharapkan dapat meningkatkan akses ke pasar tersebut melalui pengurangan hambatan tarif maupun non-tarif. Peran pemerintah sebagai regulator harus lebih diarahkan kepada fasilitasi perdagangan yang dapat memperbaiki masalah di sisi penawaran dan sisi permintaan ekspor.

Pemerintah juga perlu mengubah pola pikirnya terhadap impor. Pola produksi yang baru bergantung pada impor dengan semakin banyak produk yang diproduksi secara global dalam rantai produksi (value chain). Hal ini memerlukan perubahan pola pikir dan business practice termasuk reformasi kelembagaan. Kebijakan lain yang dapat diimplementasikan oleh pemerintah adalah Insentif, Kebijakan, Pendapatan.

2.9 Pendekatan Community (C)

WHO (1974) mendefinisikan komunitas sebagai kelompok sosial yang ditentukan oleh batas-batas wilayah, nilai-nilai keyakinan dan minat yang sama, serta adanya saling mengenal dan berinteraksi antara anggota masyarakat yang satu dengan yang lainnya. Komunitas memiliki kekuatan tersendiri dalam sistem sosial karena orientasi pada impact yang diciptakan dari komunitas itu sendiri. Komunitas dalam hal ini berperan sebagai pendukung kegiatan dapat berupa dukungan finansial seperti perbankan.

Salah satu peran yang dilakukan perbankan dalam upaya memberdayakan UMKM adalah Kredit Usaha

Rakyat (KUR). KUR adalah Kredit atau pembiayaan kepada UMKM dan Koperasi yang tidak sedang menerima Kredit atau Pembiayaan dari Perbankan dan/atau yang tidak sedang menerima Kredit Program dari Pemerintah pada saat permohonan Kredit/ Pembiayaan diajukan. Tujuan akhir diluncurkan Program KUR adalah meningkatkan perekonomian, pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. KUR merupakan kredit yang diberikan oleh bank kepada UMKM dalam bentuk pemberian modal kerja dan investasi untuk usaha produktif yang feasible namun belum bankable.

Tujuannya adalah tercapainya percepatan pengembangan sektor riil (terutama sektor pertanian, kehutanan, kelautan dan perikanan serta industri). Kredit Usaha Pembibitan Sapi (KUPS), Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri (PNPM), Kolaborasi UMKM dan Perbankan dapat menciptakan simbiosis mutualisme dalam ekonomi. kolaborasi tersebut tak hanya menjadi pendorong berputarnya roda permodalan, lebih dari itu dapat menciptakan dampak yang lebih luas yaitu terciptanya produktivitas UMKM, terbukanya lapangan pekerjaan serta peningkatan PDB Indonesia. Perbankan juga turut andil dalam menarik investor luar negeri ke Indonesia, adanya berbagai peluang investasi di Indonesia telah menarik minat investor dari negara-negara lain untuk menanamkan modalnya di Indonesia. dengan

deminikian akses UMKM untuk mendapatkan pendanaan dari Investor semakin terbuka.

2.10 Pendekatan Personal (P)

Pendekatan personal ini sangat penting untuk dilakukan karena melalui pendekatan maka akan dipahami seberapa kekuatan baik secara jasmani maupun rohani terhadap pelaku UMKM. Melalui pendekatan ini juga akan dipahami seberapa kuat mental UMKM dalam menghaapi permasalahan yang ada. Selain itu juga akan diketahui seberapa kemampuan skill operasional maupun manajemen UMKM dalam menjalankan usahanya.

BAB 3

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Literasi Keuangan

Literasi keuangan telah mendapatkan perhatian luas dari negara dan telah berkembang dalam beberapa tahun terakhir karena satu aspek mempengaruhi kinerja bisnis. Pengetahuan dan keterampilan keuangan adalah hal penting yang baik untuk membuat keputusan keuangan. Jika orang salah membuat keputusan keuangan maka akan ada efek berat dan jangka panjang.

Literasi keuangan adalah pengetahuan dan kemampuan dalam mengorganisir keuangan pribadi dan bisnis. Kecerdasan dan kemampuan manajemen keuangan adalah aspek penting dari kehidupan. Pengetahuan intelijen dan kemampuan manajemen keuangan adalah salah satu hal penting.

Literasi keuangan dapat mencegah orang dari masalah keuangan. Melek keuangan menunjukkan kemampuan untuk mendapatkan informasi keuangan dan keputusan dalam keuangan. Literasi keuangan memiliki peranan yang sangat penting untuk menentukan tingkat keberhasilan usaha UMKM. Pemahaman dan kemampuan manajemen keuangan menjadi penting bagi kinerja keuangan usaha UMKM.

Literasi keuangan akan meningkatkan pendapatan ekonomi daerah dan negara. UMKM, pembangunan ekonomi daerah dan negara.

Ada beberapa survei tentang literasi keuangan di Indonesia. Menurut otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengungkapkan tingkat literasi keuangan di Indonesia. Menurut OJK (2013), bahwa tingkat literasi keuangan penduduk Indonesia dibagi menjadi empat bagian, yakni:

1. Well literate, yakni memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.
2. Sufficient literate, memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.
3. Less literate, hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.
4. Not literate, tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

Dimensi kecakapan individu berdasarkan keyakinan diri dalam menerapkan pengetahuannya untuk menggunakan produk keuangan dengan penilaian yang baik menentukan seberapa baik literasi keuangan yang diterapkan.

Ada 2 macam dimensi yang dijelaskan antara lain:

a. Dimensi Pengetahuan

Dimensi literasi keuangan adalah kumpulan informasi tentang keuangan yang diterapkan pada keputusan keuangan dunia nyata. Adapun luasnya pengetahuan di bidang keuangan terbatas pada pemahaman individu tentang bagaimana menggunakan produk keuangan yang diperoleh dari pengalaman atau studi pribadi.

b. Dimensi Aplikasi

Sedangkan aspek penerapan literasi keuangan bergantung pada kemampuan dan kepercayaan diri individu dalam menerapkan pengetahuan keuangannya untuk menggunakan barang keuangan secara efektif.

Aspek literasi keuangan meliputi beberapa aspek keuangan, yaitu:

- 1) Pengetahuan dasar keuangan pribadi mencakup pemahaman tentang beberapa hal yang paling mendasar dalam manajemen keuangan sebagai perhitungan suku bunga sederhana, senyawa bunga, inflasi, nilai waktu uang, likuiditas aset.
- 2) Aspek manajemen keuangan termasuk bagaimana seseorang mengelola uangnya serta menganalisa sumber pendapatan.
- 3) Manajemen kredit. Kurangnya pendanaan bagi UMKM akan menimbulkan hutang. Meningkatnya kebutuhan dan tuntutan hidup

seperti rumah, kendaraan, dan biaya pendidikan, dengan menggunakan kredit dapat menjadi pertimbangan untuk mengatasi semua kebutuhan hidup.

- 4) Tabungan dan investasi, rekening tabungan adalah bagian dari pendapatan individu yang tidak digunakan untuk konsumsi. Orang yang memiliki pendapatan lebih besar dan kebutuhan konsumsi yang sedikit akan memiliki kesempatan untuk menghemat uang.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menjelaskan tujuan dari literasi keuangan ada 2 macam diantaranya yaitu:

1. Meningkatkan kemampuan setiap orang untuk membuat keputusan kengan yang baik.
2. Perbaikan dalam sikap dan perilaku pribadi terhadap pengelolaan uang.

Masyarakat harus secara akurat memahami manfaat dan bahaya, menyadari hak dan kewajiban mereka dan memiliki keyakinan bahwa produk dan layanan keuangan yang dipilih dapat meningkatkan kesejahteraan, setidaknya untuk diri mereka sendiri untuk memilih mana yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka.

Beberapa manfaat literasi keuangan yang dirangkum dari beberapa ahli antara lain:

1. Bagi Industry Jasa Keuangan

- Meningkatkan keterlibatan public dengan barang atau jasa keuangan (Miller, Godfrey, Levesque & Stark 2009)
- Mendorong penyedia jasa keuangan untuk terus mengembangkan dan memproduksi barang dan jasa keuangan.

2. Secara Makroekonomi

Jumlah masyarakat yang menggunakan produk atau jasa keuangan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat akan meningkat sebagai akibat dari peningkatan literasi keuangan.

Teori Literasi Keuangan terdiri dari beberapa hal, yaitu:

1) Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior harus memperhitungkan control perilaku yang dirasakan atau kapasitas mereka untuk melakukan aktivitas tertentu, di samping sikap terhadap perilaku dan norma subjektif. Menurut pandangan ini perilaku mengarahkan individu dapat dihasilkan dari tujuan mereka untuk bertindak dengan cara tertentu. (Ajzen,1991).

Theory of Planned Behavior terdapat 2 macam alasan yang dapat mempengaruhi tindakan yang diambil oleh individu antara lain:

- a. Behavioural Belief, yaitu keyakinan salam hasil perilaku serta evaluasi atau penilaian hasil perilaku.

b. Normative Belief, yaitu keyakinan seseorang terhadap harapan normative dirinya sendiri atau orang lain yang menjadi acuan seperti keluarga, teman, atasan atau penasihat yang dapat mempengaruhi keputusannya untuk menerima atau menolak suatu perilaku.

2) Theory of Reasoned Action (TRA)

Theory of Reasoned Action (TRA) digunakan sebagai acuan dalam teori literasi keuangan ini. Teori ini juga mengandaikan bahwa meskipun menyadari informasi yang ada dimana orang bertindak dengan cara yang mengabaikannya. Factor yang dapat dihubungkan oleh teori tersebut diantaranya yaitu sikap, keyakinan/niat, kehendak dan perilaku dalam pengambilan keputusan. Menurut teori ini penentu utama perilaku individu adalah niat perilaku mereka tersebut terhadap kegiatan tertentu.

3) Teori Atribusi

Teori atribusi dapat dijelaskan ketika individu mengamati perilaku individu terhadap resiko. Teori ini juga tidak jauh berbeda dengan teori utilitas, dimana dalam penelitian ini tindakan dan perilaku seseorang adalah pemilihan investasi dapat mencegah terjadinya risiko (Christanti & Mahastanti, 2011 dalam Arianti, 2020). Teori ini juga sangat penting untuk menjelaskan bagaimana seseorang akan berperilaku finansial sambil mengelola uang mereka dengan baik.

4) Theory Prospect

Teori prospek berangkat dari analisis mengenai perilaku seseorang dalam pengambilan keputusan ekonomi di antara dua pilihan. Tidak seperti kebanyakan teori psikologi lainnya, karena dikembangkan bersama teori ekonomi, teori prospek memiliki dasar matematika yang kuat. Teori prospek berkaitan dengan bagaimana pilihan actual dibuat secara teoritis, prospek memiliki ekonomi berbasis pasar yang bertindak dengan cara yang membuktikan pelaku ekonomi tidaklah selamanya rasional.

Teori prospek juga membahas bagaimana individu (investor) memutuskan antara dua opsi berisiko ketika dihadapkan dengan ketidakpastian atau dalam kondisi risiko yang diketahui. Ada beberapa aspek perilaku investor dalam memandang risiko yang dijelaskan dalam teori prospek antara lain:

- a. Loss aversion, adalah salah satu preferensi paling penting dalam teori keuangan perilaku. Fitur perilaku ini berbeda dari teori pasar yang efisien secara signifikan. Loss aversion adalah keengganan investor untuk mengalami kerugian.
- b. Mental Accounting, adalah kecenderungan orang untuk membagi uang di beberapa rekening tergantung pada banyak factor yang berubah-ubah seperti sumber dana dan tujuan setiap rekeningnya.
- c. Self-control, factor perilaku ini juga dapat digunakan untuk menyimpulkan bahwa investor lebih suka melakukan investasi di mana mereka

dapat secara efektif melakukan control atas uang mereka. Investor memiliki saham yang memberikan dividen daripada capital gain karena hal ini.

- d. Regret aversion, yaitu kecenderungan investor untuk menghindari perilaku potensial tertentu membuatnya tidak nyaman di kemudian hari, terlepas dari kenyataan bahwa menurutnya tindakan seperti itu adalah yang terbesar. Hal ini disebabkan fakta bahwa ketika investor membuat pilihan yang buruk, mereka akan menyesalinya dan merasa menderita.

3.2 Pembiayaan

Pembiayaan sebagai dasar dalam pendanaan suatu usaha atau kegiatan. Pembiayaan sendiri yaitu jumlah dana yang harus di sediakan untuk menyenggarakan atau memanfaatkan upayah sebagai awal dari suatu usaha.

Secara umum tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok yaitu:

1. Secara makro, pembiayaan bertujuan untuk:
 - a. Meningkatkan ekonomi
 - b. Tersedianya dana untuk peningkatan usaha
 - c. Meningkatkan produktivitas
 - d. Membuka lapangan pekerjaan baru
 - e. Adanya distribusi pendapatan
2. Secara mikro, pembiayaan bertujuan untuk:
 - a. Upaya untuk meningkatkan keuntungan
 - b. Upaya untuk mengurangi resiko

- c. Memanfaatkan sumber daya keuangan
- d. Menyalurkan kelebihan dari dana

Adapun jenis-jenis dalam pembiayaan antara lain:

1. Berdasarkan Tujuan Penggunaanya
 - a. Pembiayaan Moda Kerja
Pembiayaan modal kerja adalah pembiayaan yang digunakan untuk membeli bahan baku atau barang untuk diperdagangkan atau untuk menyediakan modal usaha.
 - b. Pembiayaan Investasi
Secara khusus, pendanaan yang ditujukan untuk menyediakan dana bagi pelaku usaha untuk membeli peralatan, memproduksi barang atau membeli barang modal berupa aktiva tetap atau persediaan.
 - c. Pembiayaan Konsumtif
Pembiayaan konsumtif adalah pembiayaan yang ditunjukkan untuk membeli suatu barang yang digunakan untuk kepentingan pribadi.
2. Berdasarkan cara Pembayaran/Angsuran Bagi Hasil
 - a. Pembiayaan Dengan Cara Angsuran Pokok dan Bagi Hasil Periodik Merupakan pembayaran pokok dan bagi hasil dilakukan dengan cara mencicil secara berkala seperti bulanan.
 - b. Pembiayaan Dengan Bagi Hasil Angsuran Pokok Periodik dan Akhir yaitu untuk bagi hasil dibayar/diangsur tiap periodic, sedangkan pokok

yang dibayar sepenuhnya pada saat akhir jangka waktu angsuran.

- c. Pembiayaan Dengan Angsuran Pokok dan Bagi Hasil Akhir yaitu untuk pokok dan bagi hasil dibayar pada saat akhir jangka waktu pembayaran dengan catatan jangka waktu maksimal satu bulan.
3. Berdasarkan Jangka Waktu Pemberiannya
- a. Pembiayaan dengan jangka waktu pendek biasanya dibawah 1 tahun
 - b. Pembiayaan dengan jangka waktu menengah biasanya dalam waktu 1 tahun
 - c. Pembiayaan dengan jangka waktu panjang biasanya diatas 1 tahun sampai dengan 3 tahun
 - d. Pembiayaan dengan jangka waktu diatas 3 tahun dalam kasus tertentu, seperti untuk pembiayaan investasi perumahan

3.2.1 Pembiayaan Modal

Setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitas atau operasinya sehari-hari selalu membutuhkan modal kerja (working capital). Modal kerja ini misalnya digunakan untuk membayar upah buruh, gaji pegawai, membeli bahan mentah, membayar persekot dan pengeluaran-pengeluaran lainnya yang gunanya untuk membiayai operasi perusahaan.

Modal kerja bersih adalah aktiva lancar dikurangi kewajiban lancar, dan modal kerja kotor adalah invest

asi perusahaan dalam aktiva lancar seperti kas, piutang dan persediaan”.

Sementara itu pada beberapa literatur mengatakan bahwa mengemukakan 3 (tiga) konsep pengertian modal kerja diantaranya :

1) Konsep kuantitatif

Konsep ini menitikberatkan pada kuantitas dana yang ter tanam dalam unsur-unsur aktiva lancar, aktiva ini merupakan aktiva sekali berputar kembali dalam bentuk semula atau dana yang tertanam dalam aktiva akan dapat bebas lagi dalam jangka pendek. Jadi menurut konsep ini adalah keseluruhan jumlah aktiva lancar. Dalam pengertian ini modal kerja sering disebut modal kerja bruto atau gross working capital.

2) Konsep kualitatif

Pada pengertian ini konsep modal kerja dikaitkan dengan besarnya jumlah hutang lancar atau hutang yang segera harus dibayar. Jadi modal kerja menurut konsep ini adalah sebagian aktiva lancar yang benar-benar dapat digunakan untuk membiayai operasi perusahaan tanpa mengganggu likuiditasnya, yaitu yang merupakan kelebihan aktiva lancar di atas hutang lancarnya.

3) Konsep fungsional

Konsep ini menitikberatkan pada fungsi dana dalam meng hasilkan pendapatan. Setiap dana yang digunakan dalam perusahaan adalah dimaksudkan untuk menghasilkan pen dapatan Aktiva lancar

sebagian merupakan unsur modal kerja, walaupun tidak seluruhnya.

Dari uraian tersebut di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa modal kerja adalah harta yang dimiliki perusahaan yang dipergunakan untuk menjalankan kegiatan usaha atau membiayai operasional perusahaan tanpa mengorbankan aktiva yang lain dengan tujuan memperoleh laba yang optimal.

A. Jenis-Jenis modal

Modal kerja permanen (permanen working capital): adalah modal kerja yang harus terus ada pada perusahaan untuk dapat terus menjalankan fungsinya. Modal kerja permanen dibedakan menjadi :

- a) Modal kerja primer: modal kerja minimum yang harus ada pada perusahaan untuk menjamin kontinuitas perusahaan.
- b) Modal kerja normal: modal kerja yang diperlukan untuk menyelenggarakan luas produksi.
- c) Modal kerja variabel modal kerja yang jumlahnya berubah ubah sesuai dengan perubahan keadaan.

Modal kerja variabel dibedakan menjadi:

- a) Modal kerja musiman modal kerja yang jumlahnya berubah ubah yang disebabkan musim.
- b) Modal kerja siklis: modal kerja yang jumlahnya berubah ubah karena fluktuasi konjungtur.

- c) Modal kerja darurat modal kerja yang jumlahnya berubah ubah karena keadaan darurat yang tidak diketahui sebelumnya.

Penentuan besarnya kebutuhan modal kerja tergantung pada besar kecilnya:

1. Periode perputaran/periode terikatnya modal kerja merupakan keseluruhan atau jumlah dari periode yang meliputi jangka waktu pemberian kredit, pembelian, penyimpanan bahan baku dan jangka waktu penerimaan piutang.
2. Pengeluaran kas rata-rata tiap hari: merupakan pengeluaran kas rata-rata setiap harinya untuk keperluan pembelian bahan mentah, bahan pembantu, membayar upah dan biaya lain.

B. Unsur- Unsur Modal.

Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah modal kerja sebagai berikut:

- a) Sifat/jenis perusahaan
- b) Waktu yang diperlukan
- c) Cara/syarat pembelian dan penjualan
- d) Tingkat perputaran persediaan
- e) Tingkat perputaran piutang
- f) Siklus usaha
- g) Resiko kemungkinan penurunan harga aktiva lancar
- h) Musim

Menurut S. Munawir sumber modal kerja suatu perusahaan dapat berasal dari:

- a. Hasil operasi perusahaan, adalah jumlah net income yang nampak dalam perhitungan rugi laba ditambah dengan depresiasi dan amortisasi, jumlah ini menunjukkan jumlah modal kerja yang berasal dari hasil operasi perusahaan.
- b. Keuntungan dari penjualan surat-surat berharga (investasi jangka pendek)
- c. Penjualan aktiva tidak lancar.
- d. Penjualan saham atau obligasi

Jumlah modal kerja yang berasal dari hasil operasi perusahaan dapat dihitung dengan menganalisa laporan perhitungan rugi laba perusahaan tersebut. Dengan adanya keuntungan atau laba dari usaha perusahaan, dan apabila laba tersebut tidak diambil oleh pemilik perusahaan maka laba tersebut akan menambah modal perusahaan yang bersangkutan.

3.2.2 Pembiayaan Kredit.

Manajemen kredit yang efektif merupakan hal yang sangat penting, karena seperti yang akan dibahas pada bab ini, terlalu banyak kredit akan menambah biaya dalam bentuk investasi dan pemeliharaan piutang, sementara itu kredit yang terlalu sedikit juga dapat menyebabkan kerugian dalam penjualan. Manajemen kredit memiliki fungsi, antara lain:

1. Menentukan kebijakan kredit apa yang harus diterapkan perusahaan.
2. Melaksanakan kebijakan kredit tersebut.

3. Dan menyesuaikan kebijakan kredit ketika dibutuhkan.

Mengatur standar kredit secara mutlak membutuhkan pengukuran terhadap kualitas kredit, yang ditetapkan karena adanya kemungkinan konsumen yang lalai, dan tidak membayar kreditnya. Sistem 5 CS terdiri dari lima cakupan, yaitu:

1. Karakteristik Yaitu adanya kemungkinan konsumen yang melakukan kredit membayar dan melunasi hutang-hutangnya.
2. Kapasitas Yaitu penilaian subjektif mengenai kemampuan konsumen untuk melunasi kredit. Kapasitas menjadi alat ukur terhadap kemampuan konsumen yang melakukan kredit untuk menghasilkan uang yang cukup untuk melakukan kredit.
3. Kapital Yaitu diukur dengan cara melihat kondisi keuangan keseluruhan dari peminjam yang diindikasikan dari analisis.
4. Kolateral Yang digambarkan oleh asset peminjam yang dijamin sebagai bahan jaminan dalam rangka memperoleh kredit.
5. Kondisi Yaitu mengenai keadaan perekonomian, perkembangan wilayah geografis, ataupun perkembangan sektor ekonomi yang mungkin akan memberi pengaruh terhadap kemampuan meminjam dan melunasi kredit.

A. Sumber Informasi Kredit

Terdapat dua sumber utama dari informasi kredit. Yang pertama adalah credit association, yang merupakan kelompok lokal yang saling bertemu secara berkala dan saling berhubungan satu dengan yang lain untuk saling bertukar informasi tentang konsumen kredit. Sumber yang kedua merupakan informasi dari luar yang dihasilkan oleh credit-reporting agencies, dimana mereka mengumpulkan informasi kredit dan menjualnya untuk mendapatkan bayaran. Laporan kredit suatu bisnis yang umum meliputi beberapa informasi di bawah ini:

1. Laporan keuangan dan ikhtisar laba rugi,
2. Beberapa ratio keuangan, yang berhubungan dengan informasi,
3. Informasi yang diperoleh dari supplier perusahaan dapat memberitahukan apakah kredit dibayarkan tepat waktu atau tidak atau mungkin tidak dapat membayar kredit.
4. Deskripsi verbal mengenai kondisi fisik dari operasinal perusahaan
5. Deskripsi verbal mengenai latar belakang dari kepemilikan perusahaan, meliputi adanya pengalaman kebrangkutan dimasa lalu, masalah hukum, masalah perpecahan, dan sejenisnya.
6. Ikhtisar rating, yang mengurutkan dari A untuk resiko bisnis yang dapat dikurangi sampai dengan F dimana dapat dianggap gagal membayar.

3.3 Kinerja Keuangan.

3.3.1 Laporan Keuangan.

Fahmi (2014) mengatakan bahwa laporan keuangan adalah suatu informasi yang menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan dan lebih jauh informasi tersebut dapat dijadikan sebagai gambaran kinerja keuangan perusahaan tersebut. Laporan keuangan secara sederhana merupakan suatu informasi mengenai keadaan keuangan pada suatu perusahaan yang dapat digunakan untuk menilai kinerja perusahaan dalam suatu periode tertentu dan sebagai pengambilan keputusan baik untuk pihak internal maupun eksternal.

Laporan keuangan (financial statements) merupakan produk akhir dari serangkaian proses pencatatan dan pengikhtisaran data transaksi bisnis. Seorang akuntan diharapkan mampu untuk mengorganisir seluruh data akuntansi hingga menghasilkan laporan keuangan dan bahkan harus dapat menginterpretasikan serta menganalisis laporan keuangan yang dibuatnya.

Laporan keuangan pada dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk mengkomunikasikan data keuangan atau aktivitas perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Dengan kata lain, laporan keuangan ini berfungsi sebagai alat informasi yang menghubungkan perusahaan dengan pihak-pihak yang

berkepentingan, yang menunjukkan kondisi kesehatan keuangan perusahaan dan kinerja perusahaan

Urutan laporan keuangan berdasarkan proses penyajiannya adalah sebagai berikut:

1. Laporan Laba Rugi (Income Statement) merupakan laporan yang sistematis tentang pendapatan dan beban perusahaan untuk satu periode waktu tertentu. Laporan laba rugi ini pada akhirnya memuat informasi mengenai hasil kinerja manajemen atau hasil kegiatan operasional perusahaan, yaitu laba atau rugi bersih yang merupakan hasil dari pendapatan dan keuntungan dikurangi dengan beban dan kerugian.
2. Laporan Ekuitas Pemilik (Statement of Owner's Equity) adalah sebuah laporan yang menyajikan ikhtisar perubahan dalam ekuitas pemilik suatu perusahaan untuk satu periode waktu tertentu. Laporan ini sering dinamakan sebagai laporan perubahan modal.
3. Neraca (Balance Sheet) adalah sebuah laporan yang sistematis tentang posisi aset, kewajiban, dan ekuitas perusahaan per tanggal tertentu. Tujuan dari laporan ini tidak lain adalah untuk menggambarkan posisi keuangan perusahaan.
4. Laporan Arus Kas (Statement of Cash Flows) adalah sebuah laporan yang menggambarkan arus kas masuk dan arus kas keluar secara terperinci dari

masing-masing aktivitas, yaitu mulai dari aktivitas operasi, aktivitas investasi, sampai pada aktivitas pendanaan/pembiayaan untuk satu periode waktu tertentu. Laporan arus kas menunjukkan besarnya kenaikan/penurunan bersih kas dari seluruh aktivitas selama periode berjalan serta saldo kas yang dimiliki perusahaan sampai dengan akhir periode.

Laporan keuangan biasanya dilengkapi dengan catatan atas laporan keuangan (notes to the financial statements). Catatan ini merupakan bagian integral yang tidak dapat dipisahkan dari komponen laporan keuangan. Tujuan catatan ini adalah untuk memberikan penjelasan yang lebih lengkap mengenai informasi yang disajikan dalam laporan keuangan.

Tujuan Laporan Keuangan.

Tujuan umum laporan keuangan adalah memberikan informasi mengenai posisi keuangan sekaligus menggambarkan kondisi perusahaan tersebut. Informasi yang didapatkan dari laporan keuangan digunakan oleh berbagai pihak untuk pengambilan keputusan. Secara garis besar tujuan laporan keuangan adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kondisi suatu perusahaan tanpa harus turun langsung ke lapangan.
2. Memahami kondisi keuangan perusahaan serta hasil usaha perusahaan.

3. Meramalkan kondisi keuangan perusahaan pada masa yang akan datang.
4. Melihat kemungkinan akan adanya risiko atau masalah dalam perusahaan.
5. Menilai dan mengevaluasi kinerja perusahaan.

Terdapat tujuan yang berbeda-beda terkait dengan masing-masing laporan keuangan, sebagai berikut:

- 1) Tujuan neraca atau laporan posisi keuangan adalah memberikan informasi mengenai posisi keuangan suatu perusahaan. Neraca menunjukkan aset, kewajiban dan modal.
- 2) Tujuan laporan laba/rugi adalah memberikan informasi mengenai kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Laporan laba rugi menunjukkan pendapatan, pengeluaran dan laba atau rugi perusahaan.
- 3) Tujuan laporan arus kas adalah memberikan informasi mengenai aliran kas perusahaan yang masuk dan keluar.
- 4) Tujuan laporan perubahan modal adalah memberikan informasi mengenai modal yang dimiliki perusahaan, perubahan modal serta sebab-sebabnya berubah modal.
- 5) Tujuan catatan atas laporan keuangan adalah memberikan informasi penjelasan yang lebih rinci atas laporan keuangan sehingga menjadi jelas akan data yang disajikan.

Kegunaan Laporan Keuangan.

Laporan keuangan dibutuhkan untuk menilai hasil kinerja, mengetahui perkembangan perusahaan dari waktu ke waktu serta mengetahui sudah sampai dimana pencapaian perusahaan. Laporan keuangan merupakan informasi yang bersumber dari perusahaan, yang meliputi neraca, laporan laba rugi, dan laporan arus kas. Pihak pihak yang sudah menanamkan modalnya ke perusahaan membutuhkan laporan keuangan untuk mengetahui kelancaran aktivitas perusahaan dan keuntungan perusahaan.

Laporan keuangan yang disusun ke seluruh pihak-pihak yang berkepentingan dengan eksistensi suatu perusahaan, pada dasarnya merupakan suatu alat komunikasi. Artinya laporan keuangan adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk mengkomunikasikan informasi keuangan dari suatu perusahaan dan aktivitas aktivitas kepada pihak yang berkepentingan dengan perubahan tersebut. Dengan adanya laporan keuangan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan demi peningkatan perusahaan di masa yang akan datang.

Karakteristik Kualitatif Laporan Keuangan

Karakteristik kualitatif laporan keuangan merupakan ciri khas yang membuat informasi dalam laporan keuangan dapat berguna bagi pemakainya guna

pengambilan keputusan. Adapun beberapa karakteristik penting yang harus tercermin pada laporan keuangan adalah sebagai berikut:

1) Dapat dipahami.

Kualitas informasi yang diterima dalam laporan keuangan adalah kemudahan untuk dapat dipahami atau dimengerti oleh pemakainya.

2) Relevan.

Informasi pada laporan keuangan harus relevan agar dapat memenuhi kebutuhan pemakainya dalam pengambilan keputusan. Informasi harus dapat mempengaruhi keputusan ekonomi pemakainya dengan membantu mengevaluasi kejadian masa lalu atau masa yang akan datang, dan memperbaiki hasil evaluasi pada masa lalu.

3) Keandalan.

Informasi pada laporan keuangan harus memiliki kualitas andal, dapat dikatakan memiliki kualitas andal jika bebas dari pengertian yang mampu menyesatkan dan dapat diandalkan oleh pemakainya sebagai penyajian.

4) Dapat dibandingkan.

Pemakai laporan keuangan harus mampu membandingkan laporan keuangan perusahaan antar periode satu ke periode berikutnya, untuk mengidentifikasi kecenderungan posisi keuangan dan kinerja keuangan perusahaan. Pemakai laporan keuangan juga harus bisa membandingkan antara

laporan keuangan antar perusahaan untuk mengevaluasi posisi keuangan, kinerja perusahaan serta posisi keuangan.

5) Materialitas.

Informasi dikatakan memiliki kesalahan yang signifikan jika kelalaian untuk mencantumkan atau kesalahan dalam mencatat informasi tersebut dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pemakainya yang diambil atas dasar laporan keuangan.

6) Penyajian jujur.

Informasi pada laporan keuangan harus serta menggambarkan dengan jujur transaksi kejadian lain yang seharusnya disajikan.

7) Netral.

Informasi harus pada kebutuhan umum dan tidak pada kebutuhan atau keinginan pihak-pihak tertentu.

8) Pertimbangan sehat.

Saat melakukan perkiraan dalam kondisi ketidakpastian harus dengan prinsip kehati-hatian sehingga penghasilan tidak dinyatakan terlalu tinggi dan kewajiban tidak dinyatakan terlalu rendah.

9) Kelengkapan.

Informasi dalam laporan keuangan harus lengkap.

10) Tepat waktu.

Laporan keuangan akan kehilangan relevansinya apabila terdapat penundaan yang tidak seharusnya dalam pelaporan.

11) Penyajian wajar

Laporan keuangan dianggap menggambarkan pandangan yang wajar ditinjau dari cara menyajikan dengan wajar, posisi keuangan, kinerja keuangan serta perubahan posisi keuangan pada suatu perusahaan.

A. Kualitas dan Keterbatasan Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan sumber informasi bagi pihak-pihak yang membutuhkan, namun Laporan keuangan juga memiliki kelemahan atau keterbatasan menurut Prinsip-Prinsip Akuntansi Indonesia (PAI) adalah sebagai berikut:

1. Laporan keuangan bersifat historis yaitu merupakan laporan atas kejadian yang telah lewat, karenanya laporan keuangan tidak dapat dianggap sebagai satu satunya sumber informasi dalam proses pengambilan keputusan.
2. Laporan keuangan bersifat umum dan bukan dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan pihak tertentu.
3. Proses penyusunan laporan keuangan tidak luput dari penggunaan taksiran dan berbagai pertimbangan.
4. Akuntansi hanya melaporkan informasi material, demikian pula penerapan prinsip akuntansi terhadap suatu fakta atau pos tertentu mungkin tidak dilaksanakan jika hal itu tidak menimbulkan

pengaruh yang material terhadap kelayakan laporan keuangan.

5. Laporan keuangan bersifat konservatif dalam menghadapi ketidakpastian, apabila beberapa kemungkinan kesimpulan yang tidak pasti mengenai penilaian suatu pos, lazimnya dipilih alternatif yang menghasilkan laba bersih atau nilai aktiva yang paling kecil.
6. Laporan keuangan lebih menekankan pada makna ekonomis suatu peristiwa atau transaksi daripada bentuk hukumnya atau formalitas.
7. Laporan keuangan disusun dengan menggunakan istilah-istilah teknis dan pemakai laporan diasumsikan memahami bahasa teknis akuntansi dan sifat dari informasi yang dilaporkan.
8. Adanya berbagai alternatif metode akuntansi yang dapat digunakan menimbulkan variasi dalam pengukuran sumber-sumber ekonomis dan tingkat kesuksesan antara perusahaan.
9. Informasi yang bersifat kualitatif dan fakta yang tidak dapat dikuantitatifkan umumnya diabaikan.

Informasi yang bersumber dari laporan keuangan terdapat kelemahan atau keterbatasan. Oleh sebab itu, pihak pemakai laporan keuangan harus memahami dan menyadari keterbatasan tersebut sebagai kenyataan yang tidak dapat dipungkiri walaupun setiap akuntan selalu berusaha memberikan informasi yang maksimal.

3.4 Inovasi

3.4.1 Inovasi Strategi

Inovasi merupakan kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang. Intinya, inovasi adalah kemampuan untuk melakukan sesuatu yang baru dan berbeda. Seorang wirausahawan harus memiliki ide-ide baru yang dihasilkan dari suatu kreativitas. Kreativitas inilah yang akan membawa wirausahawan berinovasi terhadap usahanya.

Peran sentral dalam kewirausahaan adalah adanya kemampuan yang kuat untuk menciptakan (to create or to innovate) sesuatu yang baru, misalnya: sebuah organisasi baru, pandangan baru tentang pasar, nilai-nilai corporate baru, proses-proses manufacture yang baru, produk produk dan jasa-jasa baru, cara-cara baru dalam mengelola sesuatu, cara-cara baru dalam pengambilan keputusan.

Kreativitas merupakan sumber penting dalam penciptaan daya saing untuk semua organisasi yang peduli terhadap growth (pertumbuhan) dan change (perubahan). Menurut beberapa penulis menyatakan bahwa syarat-syarat orang yang kreatif yaitu:

- a) Keterbukaan terhadap pengalaman (*openness to experience*)
- b) Pengamatan melihat dengan cara yang biasa dilakukan (*observance seeing things in unusual ways*).
- c) Keinginan (*curiosity*) toleransi terhadap ambiguitas (*tolerance of porites.*)
- d) Kemandirian dalam penilaian, pikiran, dan tindakan tindependencein judgment, thought and action).
- e) Memerlukan dan menerima otonomi (*needing and assuming autonomy*).
- f) Kepercayaan terhadap diri sendiri (*self-reliance*).
- g) Tidak sedang tunduk pada pengawasan kelompok (*not being subject to group standard and control*).
- h) Ketersediaan untuk mengambil risiko diperhitungkan (*willing to take calculated risks*).

Salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuan berinovasi. Tanpa adanya inovasi, perusahaan tidak akan dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan adanya kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan berubah-ubah. Pelanggan tidak selamanya akan mengonsumsi produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang

dirasa dapat memuaskan kebutuhan mereka. Untuk itulah, diperlukan adanya inovasi terus-menerus jika perusahaan akan berlangsung lebih lanjut dan tetap berdiri dengan usahanya. Inovasi adalah sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Meskipun ide tersebut telah lama ada, tetapi ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya. Perusahaan dapat melakukan inovasi dalam bidang:

- a) Inovasi produk (barang, jasa, ide, dan tempat).
- b) Inovasi manajemen (proses kerja, proses produksi, keuangan pemasaran, dan lain-lain).

Dalam melakukan inovasi perlu memperhatikan prinsip-prinsip sebagai berikut:

- a) Menganalisis peluang.
- b) Apa yang harus dilakukan untuk memuaskan peluang.
- c) Sederhana dan terarah.
- d) Dimulai dari yang kecil.
- e) Kepemimpinan.

Sebuah kemampuan perusahaan dalam menggunakan bentuk dan proses organisasi baru bisa meningkatkan kemampuannya dalam mencari peluang baru secara internal. seperti kemajuan teknologi, dan hal-hal eksternal seperti pasar baru atau memperluas pasar. Inilah yang

menghasilkan kesuksesan entrepreneurial. Georgellis, Joyce, 'n Woods (2001) mengatakan bahwa bisnis entrepreneurial yang digambarkan melalui kapasitasnya membuat rencana ke depan, kapasitasnya dalam berinovasi dan kemauan mengambil risiko, akan memudahkannya berinovasi, dan juga berkembang serta tumbuh dengan sukses. Inovasi adalah karakteristik kunci dari sebuah bisnis entrepreneurial yang memengaruhi kinerja bisnis.

Inovasi sangat penting karena terdapat alasan berikut:

1. Teknologi berubah sangat cepat seiring adanya produk baru, proses dan layanan baru dari pesaing, dan ini mendorong usaha entrepreneurial untuk bersaing dan sukses. Yang harus dilakukan adalah menyesuaikan diri dengan inovasi teknologi baru.
2. Efek perubahan lingkungan terhadap siklus hidup produk makin pendek, yang artinya bahwa produk atau layanan lama harus digantikan dengan yang baru dalam waktu cepat, dan ini bisa terjadi karena ada pemikiran kreatif yang menimbulkan inovasi.
3. Konsumen saat ini lebih pintar dan menuntut pemenuhan kebutuhan. Harapan dalam pemenuhan kebutuhan berharap lebih dalam hal kualitas, pembaruan, dan harga. Oleh

karena itu, skill inovatif dibutuhkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen sekaligus mempertahankan konsumen sebagai pelanggan.

4. Dengan pasar dan teknologi yang berubah sangat cepat, ide yang bagus dapat makin mudah ditiru, dan ini membutuhkan metode penggunaan produk, proses yang baru dan lebih baik, dan layanan yang lebih cepat secara kontinu.
5. Inovasi bisa menghasilkan pertumbuhan lebih cepat. meningkatkan segmen pasar, dan menciptakan posisi korporat yang lebih baik.

Kompetensi Inovasi yang Efektif pada UMKM

UMKM merupakan salah satu jenis wirusaha yang saat ini telah menjamur di negara kita, apalagi saat ini negara kita sedang dilanda Pandemi Covid-19. Di mana-mana dilakukan pembatasan akses ke wilayah-wilayah yang termasuk pada zona mengkhawatirkan untuk penyebaran virus Covid-19. UMKM sebagai salah satu wirausaha yang bergerak di bidang usaha kecil dan menengah diharapkan memiliki kreativitas dan inovasi seperti yang telah dijelaskan di atas.

Untuk bisa menjadikan UMKM ini usaha yang sukses. maka harus dengan mengembangkan

berbagai inovasi, diperlukan kompetensi yang efektif yang dapat menunjang pengelolaan UMKM menjadi wirausaha yang menguntungkan. Ada tujuh dimensi kompetensi Inovasi yang hendaknya bisa dikuasai oleh UMKM sebagai salah satu strategi pencapaian usaha yang lebih efektif dan menguntungkan

Tujuh dimensi kompetensi inovasi yang efektif yang harus dimiliki oleh UMKM di antaranya:

- a) Tujuan dan agenda yang strategis. UMKM harus menetapkan agenda inovasi dan strategi go to market untuk membangun pondasi inovasi yang kuat.
- b) Kepemimpinan dan budaya. UMKM dapat berperan untuk menciptakan "iklim kreativitas dan inovasi" yang menghasilkan ide-ide kreatif bagi UMKM.
- c) Kolaborasi dan kemitraan. Adanya kolaborasi dan kemitraan UMKM dengan berbagai unsur eksternal, UMKM harus dilakukan untuk mengembangkan berbagai ide kreatif dan inovatif.
- d) Bisnis dan Teknologi. UMKM perlu menyelaraskan antara bisnis dan teknologi untuk menciptakan berbagai ide inovatif.
- e) Proses Inovasi. Proses komprehensif yang terikat strategi bisnis dalam mengembangkan

- kemampuan dan ide kreatif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
- f) Organisasi Inovatif. UMKM membutuhkan nilai-nilai di mana inovasi dihormati sebagai pengembangan ide-ide kreatif yang dipertahankan untuk menambah keuntungan UMKM
 - g) Organisasi Belajar dan Manajemen Pengetahuan. UMKM perlu belajar kepada perusahaan yang telah maju, dapat berupa manajemen, teknologi, pemasaran, pengembangan produk.

Kata "inovasi" akhir-akhir ini sering kali muncul dalam berbagai perbincangan atau diskusi-diskusi pada seminar ataupun workshop, terutama yang membahas mengenai era milenial atau revolusi industri 5.0. Keseimbangan antara kemajuan teknologi digital, pembangunan ekonomi paralel, dan pemecahan masalah sosial. Industri 5.0 bersinergi dengan sinergi peradaban manusia dan teknologi digital tanpa kehilangan jati diri manusia yang sebenarnya.

Orientasi Pasar

Kinerja merupakan perilaku kerja yang ditampakkan oleh orang-orang yang terlibat dalam suatu perusahaan dan dapat dijelas kan melalui sistem evaluasi kerja atau performance appraisal.

Kinerja merupakan hasil keluaran yang dihasilkan pada fungsi atau aktivitas kerja tertentu selama periode tertentu. Hal ini berarti kinerja identik dengan hasil upaya dalam menjalankan tugasnya. Rendahnya kinerja usaha skala kecil dari hasil berbagai studi disebabkan karena kelemahan mendasar yang merupakan ciri pengusaha kecil di Indonesia yaitu lemahnya akses terhadap permodalan, keterampilan dan penguasaan teknologi yang masih rendah serta pengelolaan usaha yang rendah.

Untuk mencapai kinerja usaha yang maksimal seperti pada usaha komputer dihadapkan pada persoalan perilaku konsumen dan persaingan produk serta keputusan dalam segmentasi pasar persaingan (kompetisi) dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Dengan adanya persaingan (kompetisi), maka perusahaan-perusahaan tersebut dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam negeri. Untuk itu setiap perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta berbagai perubahan yang ada di lingkungan bisnisnya sehingga mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Sudah seharusnya perusahaan yang bergerak di bidang komputer berupaya untuk

meminimalisasi kelemahan-kelemahannya dan memaksimalkan kekuatan yang dimilikinya. Dengan demikian perusahaan tersebut dituntut untuk mampu memilih dan menetapkan strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan.

Bauran berarti campuran atau kombinasi. Orientasi berarti peninjauan untuk menentukan sikap, arah, tempat, dan waktu yang tepat dan benar, atau dapat berarti pandangan yang mendasari pikiran, perhatian dan kecenderungan. Strategi berarti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus atau untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang, yang didasarkan pada riset pasar, penilaian, perencanaan produk, promosi dan perencanaan penjualan, serta distribusi.

Strategi orientasi pasar didefinisikan sebagai budaya organisasi yang menempatkan konsumen sebagai bagian yang utama dalam merencanakan bisnisnya. Strategi orientasi pasar merupakan istilah yang populer digunakan oleh para praktisi di bidang pemasaran sebagai implementasi dari konsep pemasaran. Pada tahun tujuh puluhan strategi perusahaan yang berstrategi orientasi pasar dipandang sebagai pilar utama untuk mencapai kinerja perusahaan yang unggul pada

perusahaan manufaktur. perusahaan dagang maupun pada perusahaan jasa.

Orientasi pasar (pelanggan dan pesaing) didefinisikan sebagai budaya organisasi yang menempatkan konsumen sebagai bagian yang utama dalam merencanakan bisnisnya, strategi orientasi pasar terdiri dari strategi orientasi pelanggan dan strategi pesaing. Jadi strategi orientasi pelanggan adalah sebagai budaya organisasi yang menempatkan pelanggan sebagai bagian yang utama dalam merencanakan yaitu:

- a) Komitmen memuaskan pelanggan ini bermaksud semua kegiatan yang dilaksanakan harus difokuskan pada kepuasan pelanggan, pelanggan yang tidak puas sangat berbahaya karena mau tidak mau, suka tidak suka pasti mereka akan menceritrakan ketidakpuasannya pada pihak lain.
- b) Mengumpulkan informasi kebutuhan ini bermaksud pelanggan kita semua wajib mengetahui kebutuhan calon pelanggan. merupakan hal yang wajib diketahui. Bermula dari kebutuhan ini usaha kita akan dimulai. Dengan mengetahui kebutuhan ini akan dikembangkan produk kita. Membuat produk tanpa mengetahui kebutuhan pelanggan sama saja dengan menjual produk kepada orang yang tidak memerlukan.

- c) Melaksanakan cara memuaskan pelanggan ini merupakan cara yang tepat dalam memuaskan pelanggan adalah memberikan barang dan jasa yang nilainya melebihi harapan pelanggan. Semakin tinggi nilai barang yang di sediakan dibanding dengan harapannya maka pelanggan akan puas dan sebaliknya kalau harapannya yang lebih tinggi mereka tidak akan puas.
- d) Mengakomodasi keluhan pelanggan ini dimaksudkan agar pelanggan yang tidak puas pasti akan mengeluh. Keluhan ini harus ditampung dan diidentifikasi kemudian dicari penyebab dan jalan keluarnya
- e) Perhatian pada pelanggan ini maksudnya setiap pelanggan punya perilaku yang berbeda, bagaimana kita bisa memperhatikan maunya mereka

Orientasi pasar dapat diartikan sebagai : *“Market Orientation reflects the organization’s philosophy to identify and meet the needs and requirements of customers by being adaptive in responding to market conditions”*. Artinya “orientasi pasar mencerminkan filosofi suatu organisasi untuk mengidentifikasi dan memenuhi keinginan konsumen dengan menjadi lebih adaptif dalam menanggapi kondisi pasar. Penjelasan ini mengarah pada kesimpulan bahwa orientasi pasar adalah

proses mengumpulkan, menerapkan dan berbagi informasi untuk memenuhi permintaan konsumen dan memprediksi tindakan persaingan.

Menurut pendapat beberapa peneliti mengatakan bahwa terdapat tiga indikator yang mempengaruhi orientasi pasar diantaranya yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi antar fungsi:

a. Orientasi Pelanggan

Kapasitas orientasi untuk memahami kliennya disebut sebagai orientasi pelanggan. Kemampuan untuk menghasilkan produk yang lebih baik bagi perusahaan merupakan keinginan pelanggan yang cukup dipahami melalui orientasi pelanggan.

b. Orientasi Pesaing

Kata orientasi pesaing mengacu pada pemahaman perusahaan tentang kekuatan langsung, kekurangan langsung, kemampuan jangka panjang dan kemungkinan rencana pesaing. Pemahaman perusahaan tentang kekuatan dan kelemahan jangka pendek dan jangka panjang dari pesaing masa lalu, sekarang dan potensial dikenal sebagai orientasi pesaing.

c. Koordinasi antar Fungsi

Memanfaatkan sumber daya perusahaan secara terkoordinasi untuk menghasilkan nilai yang lebih tinggi bagi klien yang ditargetkan dikenal sebagai koordinasi antar fungsi. Unsur-unsur khusus dari struktur organisasi yang mempermudah komunikasi

antar berbagai fungsi organisasi disebut sebagai koordinasi antar fungsi.

3.4.2 Strategi Orientasi Pasar

Orientasi pasar didefinisikan sebagai budaya organisasi yang menempatkan konsumen sebagai bagian yang utama dalam merencanakan bisnisnya, strategi orientasi pasar terdiri dari strategi orientasi pelanggan dan strategi pesaing. Jadi strategi orientasi pesaing adalah sebagai budaya organisasi yang menempatkan pesaing sebagai bagian yang utama dalam merencanakan bisnisnya. Variabel ini memiliki indikator sebagai berikut:

- a. Mendiskusikan informasi pesaing merupakan hal penting. Ini akan digunakan untuk mengetahui posisi kita, sehingga dalam melakukan kegiatan lebih tepat.
- b. Memperoleh informasi keunggulan pesaing sangat diperlukan. Ini digunakan untuk benchmarking agar pada suatu saat kita bisa unggul atau bisa menjadi nomor satu atau follower nomor satu.
- c. Mendiskusikan strategi pesaing harus dilakukan ini bermaksud dalam meeting dengan karyawan atau bawahan kita untuk menentukan strategi yang harus dilakukan agar bisa mengalahkan pesaing.

- d. Merespons tindakan pesaing perlu dilakukan ini bermaksud bila melakukan strategi baru kita harus meresponsnya. Misalnya pesaing memberi diskon beli 1 dapat 1 bagaimana dengan kita.
- e. Mengungguli pesaing penting bagi usaha kita maksudnya usaha kita harus unggul dalam segala hal yang pada saatnya akan menjadi yang nomor satu.

3.5 Literasi Digital.

3.5.1 Financial Teknologi

FinTech merupakan suatu bentuk inovasi penting dalam industri keuangan yang berkembang dengan cepat, didorong oleh pemerataan ekonomi, regulasi yang menguntungkan, dan teknologi informasi. *FinTech* menjanjikan ekosistem baru industri keuangan dimana dengan biaya rendah dapat memberikan layanan keuangan yang berkualitas dan menciptakan lingkungan keuangan yang lebih beragam dan stabil.

Pada dasarnya berbicara tentang *fintech* adalah membahas tentang inovasi teknologi (technology innovation), gangguan proses (process disruption) serta transformasi layanan (service transformation). Technology innovation secara umum adalah sebuah pemicu dari

perkembangan dan pertumbuhan ekonomi dan transformasi industri.

Analisis yang dilakukan oleh Lee dan Shin pada tahun 2018 terhadap ekosistem *fintech* yang berfokus pada lima elemen dasar ekosistem *FinTech* itu sendiri:

- a) Startup *fintech* yang menyediakan layanan transaksi pembayaran, transfer, pengelolaan uang, pembiayaan dan pinjaman perdagangan sekuritas, asuransi dan lainnya
- b) Pengembangan teknologi seperti pengembangan layanananggalisis big data, kecerdasan buatan (artificial intelligence), blockchain dan cryptocurrency, cloud computing komputasi awan)
- c) Organisasi pemerintahan (regulasi keuangan dan legislatif).
- d) Klien baik individu dan yang berbadan hukum
- e) Lembaga keuangan tradisional seperti bank tradisional perusahaan pialang dan pemodal ventura flee dan Shin, 2018.

Dari beberapa point di atas tersebut *financial teknologi* dapat mempermudah dalam kinerja keuangan, karena dalam hal ini teknologi saat ini sangat berpengaruh bagi masyarakat untuk melakukan transaksi keuangan.

Menurut Woeld Economic Forum, menyatakan *fintech* merupakan inovasi industry keuangan

yang menggunakan teknologi. Produksi berbasis teknologi adalah salah satu cara inovasi finansial ini menggunakan inovasi metode inovasi seperti dalam organisasi keuangan seperti pinjaman tabungan, pembayaran elektronik dan investasi. Industry *Fintech* dapat berkembang karena beberapa factor diantaranya:

a. Adanya perubahan pola pikir konsumen

Masyarakat mengalami peningkatan penyakit akibat perubahan ini, tetapi mereka ingin mengatasinya secara lugas dan praktis. Hal ini mendorong individu untuk memulai menggunakan layanan *fintech* untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka dengan cepat daripada system tradisional di mana mereka harus pergi ke penjual.

b. Kemajuan Digital

Digitalisasi mewakili transisi dari system sebelumnya yang kurang kontemporer. Sebagai tuntutan masyarakat, digitalisasi telah dimasukkan ke dalam item di era ini, seperti dalam smartphone menjadi lebih maju dan banyak digunakan di masyarakat dalam membantu kegiatan dan kebutuhannya.

c. Perubahan Tren

Inovasi dan kemajuan yang terjadi dengan cepat mendukung percepatan trend an perubahan dari waktu ke waktu.

d. Menurunnya Loyalitas Terhadap Merk dan Institusi

Pada periode saat ini, potensi untuk memutuskan membeli suatu produk tidak lagi dipengaruhi oleh merek atau insitusi, melainkan oleh potensi generasi milenial untuk melakukan pembelian lebih cepat dan menyeluruh dengan pilihan produk dan layanan.

e. Akses yang Semakin Mudah

Akses transaksi menjadi lebih mudah berkat meningkatnya keterbukaan layanan dan system informasi. Perkembangan akses ini dimungkinkan oleh kemajuan teknologi yang akan menghasilkan peningkatan pangsa pasar.

f. Penawaran Produk yang Menguntungkan

Jika produk yang ditawarkan memberikan keuntungan yang besar, maka akan mengubah pasar serta mendorong pelanggan untuk membelinya.

g. Dukungan Kebijakan dari Pemerintah

Untuk memajukan industry *fintech* dan mendorongnya untuk terus berkembang, pemerintah dalam hal ini menetapkan kebijakan dalam pengawasan. Di Indonesia sendiri badan yang diberi wewenang untuk mengawasi yaitu Ooritas Jasa Keuangan (OJK).

- A. Klasifikasi *Fintech* menurut beberapa peneliti ada beberapa macam yaitu:
- a. Crowdfunding dan peer to peer lending
Crowdfunding adalah strategi pembiayaan untuk unit atau proyek perusahaan yang terutama melibatkan orang (kemenkeu.go.id, 2017). Peer to peer lending (P2P lending) adalah kegiatan atau metode peminjaman uang kepada orang atau bisnis dan di sisi lain, mengajukan aplikasi pinjaman online kepada pemberi pinjaman yang bertindak sebagai perantara antara peminjam dan investor.
 - b. Market Aggregator yaitu memperoleh dan memelihara data pelanggan yang dapat digunakan untuk membantu pengambilan keputusan.
 - c. Risk and Investment Management atau sering disebut dengan risiko dan investasi manajemen dalam financial technology ini digunakan sebagai perencanaan dalam bentuk digital.
 - d. Payment, Settlement and Clearing adalah layanan di sektor fintech yang system pembayaran andal yang telah ditetapkan oleh perbankan atau lembaga Bank Indonesia.
- B. Peran *Fintech* bagi UMKM
- a. Berperan sebagai sumber pembiayaan usaha

Fintech menawarkan kemudahan akses bagi peminjam dari sector UKM untuk mendorong pertumbuhan UKM, dengan melakukan pinjaman melalui online dimana pemilik UKM hanya perlu mencantumkan dokumen-dokumen yang diperlukan secara online.

Fintech secara umum membantu memenuhi kebutuhan pembiayaan di negara yang masih besar, mendorong pemerataan kesejahteraan serta mendorong pembiayaan nasional yang masih belum merata di seluruh tanah air, meningkatkan inklusi keuangan nasional dan mendorong kemampuan ekspor UKM yang masih relative rendah.

- b. Berperan dalam inklusi keuangan UMKM
- Peran fintech dalam terwujudnya inklusi keuangan antara lain:
- Fintech memberikan kemudahan untuk mengakses berbagai jenis layanan keuangan.
 - Mampu menjangkau seluruh UMKM di setiap wilayah.
 - Fintech menawarkan dan membuka akses pembiayaan usaha yang cepat dan mudah
 - Fintach berkontribusi besar bagi pemberdayaan UMKM dan ekonomi lokal

- c. Berperan dalam meningkatkan literasi keuangan

Meningkatkan kepemilikan produk dan layanan situasi keuangan ini mencerminkan peningkatan literasi keuangan hasil dari perkembangan fintech. Penggunaan fintech oleh pemilik UMKM untuk mendukung kegiatan usahanya yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi finansial. Perkembangan fintech, permintaan konsumen, kenyamanan dan keamanan menjadi kekuatan pendorong yang memaksa pemilik UMKM untuk merangkul teknologi ini.

Peningkatan literasi keuangan UMKM dapat terjadi karena adanya kerjasama antara perbankan dan financial technology (*fintech*). Selain itu, pemerintah telah secara aktif mempromosikan penggunaan transaksi nontunai di seluruh negeri, sehingga masyarakat dengan transaksi mata uang yang lebih sedikit dapat terjadi.

BAB 4

KONSEP DASAR DAN STRATEGI

4.1 Konsep Dasar Literasi Keuangan

Peran penting dalam membangun perekonomian suatu negara atau wilayah. Mereka telah menjadi salah satu prioritas untuk agenda pembangunan di Indonesia. UMKM tetap eksis ketika Indonesia menghadapi krisis ekonomi yang parah pada 1998. UMKM Indonesia tetap berdiri tegak disaat sebagian perusahaan besar gulung tikar. UMKM adalah tulang punggung perekonomian bangsa Indonesia. Dahmen dan Rodriguez (2014) menyatakan bahwa diperlukan pemahaman tingkat literasi keuangan bagi pelaku usaha terutama untuk penyusunan laporan keuangan usahanya guna untuk dilakukan mencari pendanaan. Lebih jauh, Dahmen dan Rodriguez (2014) juga menyatakan bahwa pentingnya pemilik usaha memahami pengetahuan keuangan guna memiliki kinerja perusahaan yang lebih bagus. Sehingga memungkinkan UMKM mengalami pertumbuhan bisnis.

Anggraeni (2015) literasi keuangan mempengaruhi cara berpikir seseorang terhadap kondisi keuangan serta mempengaruhi pengambilan keputusan yang strategis dalam hal keuangan dan pengelolaan yang lebih baik bagi pemilik usaha. Kemampuan mengelola keuangan pemilik usaha memang sangat diperlukan untuk kinerja usaha dan kelangsungan usahanya. Dalam penelitiannya, peningkatan literasi keuangan

menyebabkan lebih sering individu untuk membuat laporan keuangan usaha mereka. Penelitian ini menemukan bahwa pengusaha yang lebih sering menghasilkan laporan keuangan yang lebih baik akan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi dari pembayaran pinjaman dan untuk kelangsungan usahanya akan lebih tinggi.

Literasi keuangan mempengaruhi upaya strategi dimana untuk meningkatkan kinerja dan keberlangsungan UMKM. salah satu dari cara tersebut yaitu memperkaya para usaha terhadap pengetahuan keuangan sehingga pengelolaan dan akuntabilitas bisa dipertanggungjawabkan dengan baik selayaknya perusahaan besar.

Literasi keuangan terdiri dari sejumlah kemampuan dan pengetahuan mengenai keuangan yang dimiliki oleh seseorang untuk mampu mengelola atau menggunakan sejumlah uang untuk meningkatkan taraf hidupnya. Literasi keuangan sangat mahir dengan uang berkaitan dengan perilaku, adat istiadat dan dampak pengaruh luar.

Data terbaru yang dipaparkan oleh OJK, mengungkapkan bahwa hanya responden dari sektor perbankanlah yang memiliki literasi keuangan yang tinggi dibandingkan sektor-sektor lain. Sedangkan survei yang di-lakukan oleh Grup Pengembangan Keuangan Inklusif menemukan bahwa aksesibilitas bukan satu-satunya faktor yang menyebabkan responden tidak berhubungan

dengan bank. Sampai saat ini, belum ada penelitian atau survei di Indonesia yang secara spesifik melihat tingkat literasi keuangan untuk perusahaan dari sudut pandang pemilik dan atau pengelola (manajer) perusahaan.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam pendekatan permasalahan literasi keuangan sangat di butuhkan, karena dengan hal tersebut para usaha UMKM dapat mengetahui permasalahan apa saja yang di akan di hadapi kedepan nya mengenai resiko keuangan.

4.2 Kinerja Keuangan

4.2.1 Laporan Keuangan

Kendala atau masalah yang ada saat ini dari UKM adalah belum memiliki sistem laporan keuangan yang memenuhi standar SAK UMKM. Dalam sistem pembukuan yang dilakukan mitra sejauh ini hanya mencatat modal, pencatatan pemasukan dan pengeluaran saja. Hal itu terjadi karena belum adanya pelatihan dan pembinaan kepada mitra terkait pembukuan yang memenuhi standar SAK UMKM. Selanjutnya permasalahan mitra yang kami temui sebagai bahan pelatihan dan pembinaan agar mitra dapat berkembang maju dan mendorong perekonomian masyarakat sekitar dengan mampu mempraktekkan sistem pembukuan yang memenuhi standar SAK UMKM. Pemilihan dasar laporan keuangan yang memenuhi standar SAK UMKM ditujukan untuk entitas mikro kecil dan menengah sesuai dengan Undang-

Undang No 20 Tahun 2008 yang mengatur tentang UMKM.

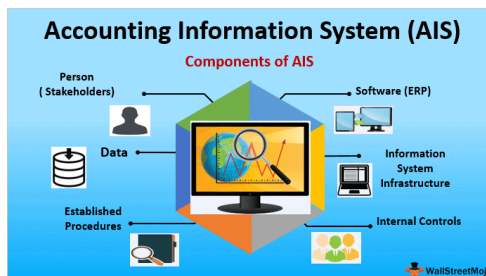


Gambar 12 Ilustrasi Pentingnya laporan Keuangan

Sri Ayem¹, Umi Wahidah¹, 2020 Kualitas laporan keuangan ternyata belum mampu dijadikan sebagai informasi yang baik bagi perbankan untuk pengambilan keputusan kredit. kualitas laporan keuangan UMKM tidak berpengaruh terhadap jumlah kredit yang diterima UMKM karena rendahnya kualitas laporan keuangan mengakibatkan relevansi dan keandalan kualitas laporan keuangan UMKM masih diragukan perbankan belum terorganisir disebabkan pengelola belum memiliki pengetahuan untuk mencatat transaksi keuangan.

Ari Nuvitasari^{1*} , Norita Citra Y², Nina Martiana³ 2019 Kegiatan kewirausahaan yang dijalankan oleh EMKM (Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah) dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Namun, hal yang menjadi kendala EMKM adalah belum banyak EMKM yang mampu

menyelenggarakan pencatatan, pembukuan bahkan pelaporan keuangan. Padahal penyelenggaraan pencatatan, pembukuan dan pelaporan keuangan adalah hal penting yang perlu dilakukan oleh setiap entitas, agar entitas dapat mengevaluasi kinerja entitas setiap tahunnya. Selain itu, entitas juga dapat menambah modal kerja usahanya dari pinjaman pihak perbankan dengan melampirkan laporan keuangan entitas. Oleh karena itu pada umumnya pencatatan laporan keuangan UMKM hanya dicatat berdasarkan kas keluar dan kas masuk saja tanpa mencatat aktifitas ekonomi yang lainnya.



Gambar 13 Accounting Information System

Dengan hanya mencatat kas keluar dan kas masuk, maka pemilik UMKM sudah dapat mengetahui berapa jumlah pendapatan dan jumlah pengeluaran yang digunakan selama operasional perusahaan. Pemilik UMKM sudah merasa cukup dengan informasi ini, sehingga para pelaku UMKM enggan atau tidak mau untuk melakukan aktivitas pencatatan atau penyusunan laporan keuangan. Para pelaku UMKM

hanya mengandalkan ingatan untuk mengingat segala sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan operasional usahanya. Sehingga tidak dapat menyediakan informasi keuangan yang memadai. Hal ini mengakibatkan kegiatan operasional perusahaan tidak terkontrol secara baik.

Pada penelitian Haze Cendera Wibisono¹ , Widi Utomo² , Ruslan Kusnadi³ , M.Soleh Ismail, Didin Waludin⁵ (2022) sering menghadapi kendala ketika akan membuat laporan pertanggung jawaban dalam bentuk laporan keuangan bulanan maupun tahunan. Sedangkan jika harus mengerjakan laporan keuangan oleh pihak luar maka diperlukan biaya yang tidak sedikit, sedangkan UMKM merupakan usaha dengan keuntungan yang masih kecil. Sebelum pelaksanaan PKM pada pelaku usaha UMKM kurang mengetahui mengenai laporan keuangan sederhana, namun setelah pelaksanaan kegiatan diketahui pelaku UMKM cukup menguasai dan dapat membuat laporan keuangan sederhana.

Sebuah UMKM yang sehat bergantung kepada kondisi keuangan yang baik karena keuangan yang dimiliki pada suatu UMKM dapat berfungsi sebagai modal untuk menjalankan operasional. Jika kondisi finansial tidak baik maka operasional suatu usaha yang dijalankan akan dapat terhambat. Oleh karena itu setiap pelaku usaha perlu menjaga kondisi finansial dengan baik. Setiap pelaku usaha menghadapi

beragam masalah keuangan yang dihadapi seperti, arus kas yang tidak sehat, pengeluaran tak terduga, kesulitan mendapatkan akses pendanaan dan lainnya. Masalah-masalah tersebut menghambat kemajuan usaha dan bisa membuat usaha macet atau gulung tikar. Secara sederhana, cash flow harus dicatat dengan teliti. Kesalahan dalam mengelola cash flow bisnis dapat berakibat fatal. Maka mengelola dan menjaga arus kas adalah agar tetap stabil, sehat dan aman maka pelaku bisnis harus mengetahui dan mengalkulasikan terlebih dahulu berapa biaya produksi produk.

Sarwani, Rusma Nailiah, Dwianto Mukhtar Latif (2019) Kualitas laporan keuangan belum dapat dijadikan sebagai informasi yang andal bagi perbankan untuk pengambilan keputusan kredit. Sementara ukuran usaha, jaminan kredit, dan termin kredit mempunyai pengaruh positif terhadap tingkat penerimaan kredit. Sehingga tingkat pemahaman pelaku UMKM masih sangat rendah sehingga menjadi kendala dalam penerapan SAK ETAP untuk pencatatan dan pelaporan keuangan UMKM industri kreatif.

Pada penelitian Nisa Noor Wahid 2017 memiliki peran yang strategis, mengembangkan kinerja UMKM bukan hal yang mudah. Permasalahan bidang manajemen khususnya dalam pengelolaan keuangan dan penyusunan laporan keuangan sangat

berpengaruh terhadap pengembangan kinerja UMKM.. Kelemahan ini dibuktikan dari permasalahan tertinggi dalam rangka penyusunan laporan keuangan yang sesuai dengan standar (SAK-ETAP) yaitu karena manajemen yang tidak profesional dan tidak mengenal SAK ETAP. Hal ini disebabkan karena rendahnya pendidikan dan kurangnya pemahaman terhadap Standar Akuntansi Keuangan serta tidak adanya peraturan yang mewajibkan penyusunan laporan keuangan bagi UMKM dan pelaku UMKM masih merangkap tugas dalam menjalankan usahanya di bidang pemasaran, kegiatan operasi, mengatur SDM dan keuangan serta transaksi juga masih sederhana. Namun, masalah yang terjadi adalah banyak pelaku UMKM hanya mencatatat jumlah uang yang diterima maupun dikeluarkan, jumlah barang yang dibeli maupun dijual, dan jumlah piutang maupun utang tidak mengikuti pedoman dalam penyusunan Laporan Keuangan yang sesungguhnya. Sehingga akan menyulitkan mereka dalam mengukur dan membukikan kinerja usahanya baik atau tidak.

Hal yang sering dialami oleh UMKM adalah pengeluaran yang tidak terkendali atau boros. Ini biasanya terjadi pada pelaku UMKM saat usahanya mulai berkembang. Membelanjakan uang tanpa pertimbangan dan akhirnya merusak keuangan. Sehingga tidak bisa mengontrol diri yang membuat

usahanya kekurangan cash flow. Berdasarkan data yang didapatkan menunjukkan bahwa para pelaku UMKM masih belum cukup sering melakukan perencanaan, penganggaran dan perencanaan keuangan di masa yang akan datang. Kurangnya mempersiapkan perencanaan keuangan di masa depan akan membuat kinerja sebuah UMKM tidak memiliki arah dan perkembangan di masa yang akan datang. Hal ini yang mungkin membuat UMKM belum mengalami perkembangan dalam usahanya

4.3 Pembiayaan

Pengaruh adanya pembiayaan terhadap nilai omset juga terlihat pada perbandingan antara nilai rata-rata omset UMK yang mengakses pembiayaan dan UMK yang tidak mengakses pembiayaan. Dalam hal ini pembiayaan memiliki nilai omset yang secara nyata lebih tinggi dibandingkan usaha yang hanya menggunakan modal sendiri.

Upaya untuk meningkatkan UMKM pada perekonomian nasional diperlukan serangkaian pembinaan yang bersumber pada masalah keterbatasan teknologi, informasi dan permodalan dan memiliki dampak langsung terhadap pembangunan ekonomi suatu negara. UMKM menciptakan lapanganpekerjaandengan biaya yang lebih rendah dan merupakan pencetus dalam inovasi

dan fleksibilitas yang tinggi terhadap strategi bisnis dan pertumbuhan usaha.

4.3.1 Pembiayaan Modal

Modal keuangan didefinisikan sebagai kemampuan untuk memperoleh sumber daya keuangan, membangun, dan mempertahankan modal riil, yang memungkinkan perusahaan untuk memainkan peran produktif dalam ekonomi. Akses ke modal keuangan selalu penting untuk memulai dan mengembangkan bisnis usaha UMKM.

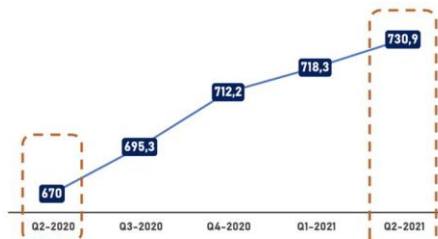
Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) diberbagai negara termasuk di Indonesia merupakan salah satu penunjang perekonomian yang kuat sehingga mampu membantu perekonomian negara. Peran usaha kecil dan menengah juga perlu ditingkatkan dalam memperkuat basis produksi di dalam negeri, dan partisipasi di pasar ekspor dan investasi. Daya tahan dan fleksibilitas ini menjadikan UMKM digunakan oleh sebagian besar masyarakat sebagai sumber utama penghidupan.

Berdasarkan tingkat produktivitas dan kebutuhan untuk meningkatkan populasi usaha kecil dan menengah, maka peningkatan produktivitas usaha mikro dijadikan sebagai target pemberdayaan UMKM ke depan. Perbaikan kapasitas dan produktivitas usaha mikro dapat dilakukan melalui penguatan aset, keterampilan dan keterhubungannya

dengan jaringan usaha dan pemasaran dalam satu sistem bisnis yang mapan.

4.3.2 Pemberian Kredit

Pemberian kredit menjadi salah satu cara untuk menambah modal usaha bagi UMKM. Perlu diperkuat struktur permodalan UMKM melalui pemanfaatan kredit berupa modal usaha dan membangun keunggulan-keunggulan yang tidak dimiliki produk lain (*product differentiation*). Penerapan diferensiasi produk dapat menciptakan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) dari



Gambar 5. Penyaluran kredit kepada UMKM (Sumber: BRI, data diolah, 2021)

Gambar 14. Informasi tentang penguatan Modal

Produk yang dihasilkan. Rendahnya pendapatan UMKM juga dapat disebabkan masih lemahnya kemampuan manajerial yang dapat menimbulkan berbagai masalah, seperti terhambatnya siklus produksi, pemasaran produk dan pembayaran biaya operasional lainnya.

Pemberian kredit kepada UMKM diharapkan tepat sasaran sehingga mampu menjadi solusi pemenuhan modal bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kapasitas usahanya. Kemudahan UKM memperoleh kredit untuk menambah modal usahanya akan mempengaruhi perkembangan UKM, sehingga UKM dapat memperoleh kredit untuk menambah modal usahanya.

4.4 Inovasi

4.4.1 Inovasi Strategi

Dalam pendekatan permasalahan inovasi strategi dalam perkembangan dan kinerja UMKM. Faktor – faktor lingkungan yang dibedakan dalam faktor internal dan eksternal baik langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap strategi daya saing. Oleh karena itu, daya saing sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam menerapkan orientasi kewirausahaan kedalam aktivitas strategi yang akan menentukan tujuan dan penciptaan kinerja secara superior. Hal ini bermakna bahwa semakin kuat orientasi kewirausahaan, inovasi dan strategi bisnis yang dimiliki oleh perusahaan, maka akan meningkatkan kinerja perusahaan. Inovasi diperlukan dalam menciptakan ide-ide baru yang dibutuhkan dalam mempertahankan roda usaha. Penciptaan inovasi dapat berupa inovasi terhadap

produk, proses, pasar serta inovasi organisasi. Maka dari itu, pelaku UMKM harus lebih berorientasi pada kegiatan inovasi karena inovasi membuat kontribusi yang lebih besar terhadap kinerja. Semakin tinggi tingkat inovasi perusahaan, maka semakin tinggi kinerja organisasi atau bisnis.

Inovasi mengacu pada suatu sikap wirausahawan untuk terlibat secara kreatif dalam proses percobaan terhadap gagasan baru yang memungkinkan menghasilkan metode produksi baru sehingga menghasilkan produk atau jasa baru, baik untuk pasar sekarang maupun ke pasar yang akan datang. Inovasi juga dapat mendorong keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk

secara efektif mewujudkan, menguasai dan meningkatkan teknologi yang sudah ada, dan untuk menciptakan sesuatu yang baru. Hal ini dapat dinyatakan berpengaruh inovasi terhadap kinerja dan keberlangsungan perkembangan dalam usaha UMKM.

4.4.2 Orientasi pasar

Keuntungan besar dari aspek penjualan yang dapat diperoleh setiap periode yang dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan dari suatu perusahaan akan terwujudnya jika bisnis mengadopsi rencana dan kebijakan pemasaran yang tepat dan terfokus. Adanya tekanan persaingan begitu ketat yang secara

langsung atau tidak langsung mempengaruhi kinerja pemasaran perusahaan. Untuk meningkatkan kinerja sebuah UMKM, dua hal perlu diperhatikan oleh pelakunya, yaitu orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan.



Gambar 14 Ilustrasi Pasar Modern

Pelaku bisnis memang tidak dapat mengendalikan lingkungan sekitarnya, namun dengan memahami orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan, kemudian membuat strategi untuk mencapainya, perusahaan sudah melangkah ke arah yang benar untuk meningkatkan kinerjanya. (Prasetyo & Wijaya, 2019) juga menyatakan Tingkatan kinerja usaha ini dapat dilihat dari sejauh mana UMKM ini dapat mencapai sasaran, tujuan, visi dan misi yang sudah ditetapkan. Namun dengan adanya persaingan yang ketat biasa berdampak pada penurunan kinerja usaha yang akan menghambat kemajuan dan pertumbuhan disuatu perusahaan.

dari analisis pesaing dan reaksi menantang pesaing, dan koordinasi interfunksional (*inter-functional coordination*) yang terdiri dari penyebaran informasi, pengumpulan data dan pemanfaatan informasi.



Gambar 16 Ilustrasi on line Marketing

UMKM diIndonesia memiliki permasalahan internal seperti kualitas sumberdaya manusia yang masih rendah, pelaku usaha memiliki orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) yang rendah, penguasaan teknologi dan manajemen yang minim, minimnya informasi, dan rendahnya kapasitas atau perhatian pelaku usaha dalam hal orientasi pasar (*market orientation*). Setiap usaha tentu saja memiliki karakteristik yang berbeda-beda satu sama lain. Karakteristik tersebut dapat ditentukan oleh beberapa factor yang melekat pada pengusaha, atau dapat ditentukan oleh keterbatasan maupun ukuran yang melekat pada tahap perkembangan perusahaan. Keterbatasan tersebut juga dapat berupa adanya sumber daya yang masih terbatas (seperti sumber

daya keuangan, waktu, dan pengetahuan pemasaran), kurangnya keahlian ataupun keterampilan pemilik usaha.

4.5 Literasi Digital

4.5.1 Finansial Teknologi

Financial Teknologi memiliki hubungan terhadap kinerja keuangan. *Financial Teknologi* pada saat ini sangat diperlukan oleh semua masyarakat untuk transaksi keuangan, baik itu berupa penjualan, pembelian, transfer dan lain sebagainya. Disamping itu financial digital juga mempermudah pemilik usaha untuk memantau dari kinerja keuangan. Dalam penelitian ini dibuktikan dari penelitian yang pernah dilakukan oleh (Trinugroho, 2021) melakukan penelitian mengenai *Adoption Of Digital Technologies For Micro And Small Business In Indonesia* hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa adopsi teknologi digital pada UMKM signifikan dan positif. *The role of technology and quality on hospital financial performance: An exploratory analysis*, hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa teknologi secara langsung berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kualitas dan kinerja keuangan rumah sakit. Jadi disini peran fintech sangat penting dalam kemajuan UMKM yang ada di Indonesia.

BAB 5

PEMECAHAN MASALAH

5.1 Solusi Literasi Keuangan

Literasi keuangan dibutuhkan oleh seluruh masyarakat, terutama bagi usaha kecil menengah/UMKM, apa lagi di masa pandemi covid-19 ini. UMKM dianggap sebagai komponen penting dalam sektor bisnis. (Lauria, 2014) menyatakan bahwa Dengan literasi keuangan yang baik pengusaha mampu untuk menggunakan kemampuan di bidang keuangan dalam pengambilan berbagai keputusan yang tepat untuk perusahaan mereka (Muraga dan John, 2015). Pemilik/pengelola bisnis sangat terkait dengan pengambilan keputusan keuangan yang kompleks dan strategis terkait dengan keberhasilan mencapai tujuan dan keberlanjutan usaha (Draxler, Fischer, dan Schoar, 2014). Penelitian sebelumnya oleh 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.

5.2 Implementasi Model Pembiayaan

Pemecahan masalah dalam pembiayaan yang dialami oleh para usaha UMKM yaitu dengan melakukan pencarian dana bantuan permodalan, dengan adanya pembiayaan secara signifikan dapat meningkatkan omset dan meningkatkan keberlangsungan kinerja UMKM sehingga usaha tersebut dapat berkembang. Dinyatakan pada study kasus dimana pengaruh pembiayaan terhadap kinerja usaha, yang mana Nilai omset dan nilai aset digunakan untuk menilai kinerja usaha menurut UU No. 20 Tahun 2008 dan Kementerian Koperasi dan UKM.

Dari beberapa penelitian tentang pentingnya sumber daya manusia, ke-uangan, produksi, dan pemasaran, terhadap petingnya dalam perkembangan UKM. Pembiayaan yang konsisten berdampak dengan perkembangan UMKM yang signifikan. Dinyatakan pada penelitian nya yaitu pembiayaan micro syariah terhadap tingkat perkembangan UMKM yang mana penelitian nya dilakukan dengan menggunakan jenis pendekatan asosiatif kuantitatif Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dan variabel terikat.

5.3 Penguatan Modal

Modal menjadi menjadi salah satu hal yang penting dari kinerja dan perkembangan UMKM dan sial terhadap kinerja perusahaan UKM melalui strategi inovasi. Dalam hal ini, efek langsung dari modal

keuangan pada strategi inovasi dijelaskan, efek langsung dari modal keuangan terhadap kinerja perusahaan UKM dan, pengaruh modal keuangan terhadap kinerja perusahaan UKM melalui strategi inovasi. Dinyatakan pada penelitiannya yaitu pengaruh modal keuangan terhadap kinerja perusahaan UMKM untuk menganalisis hubungan atau pengaruh modal manusia, modal sosial, dan modal keuangan dengan kinerja perusahaan bisnis, maka strategi inovasi dijadikan faktor mediasi. (Ismartaya, 2021) juga menyatakan bahwa upaya yang dilakukan oleh pelaku UMKM dengan cara mempunyai usaha dan mendirikan usahanya melalui pemenuhan modal yang memadai, tingkat pendidikan serta di dukung dengan strategi inovasi yang baik sehingga dapat menghasilkan kinerja yang maksimal. Meningkatkan dan mengembangkan kinerja UMKM pengaruhnya modal sangat penting berperan di dalamnya, sehingga dinyatakan dalam penelitiannya tentang pengaruh modal usaha, orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM.

5.4 Kemudahan Akses Modal

Kemudahan akses modal bagi UKM adalah melalui kebijakan pemerintah yang diharapkan dapat menyediakan bantuan modal untuk mengembangkan usaha para pelaku bisnis. Teori *Stewardship* lebih menekankan konsekuensi yang menguntungkan pada

pengembalian pemegang saham dari struktur otoritas fasilitatif yang menyatukan kepemimpinan dengan menempatkan CEO dan ketua untuk dikendalikan oleh orang yang sama. Peningkatan pemberian kredit, maka akan mampu meningkatkan perkembangan UKM. Mempermudah pemberian kredit sebagai meningkatnya pengembangan dan kinerja pada umkm.

Kinerja Keuangan

UMKM yang memiliki kemampuan menyusun laporan keuangan dengan baik dan sesuai standar akuntansi keuangan akan lebih bijak dalam menyalurkan dana yang dimiliki untuk memajukan usahanya dan menjadi data perhitungan dalam menentukan berapa modal yang harus dikeluarkan dan berapa keuntungan yang akan diperoleh. Sehingga untuk mencapai kinerja usaha secara berhasil perlu dilakukan penyimpanan pencatatan transaksi, pengelolaan keuangan, dan pengelolaan kredit dari laporan keuangan.

Dalam menjalankan usahanya, pelaku usaha merupakan pihak yang sangat dominan dan tingkat pendidikan menjadi faktor yang mempengaruhi cara mereka mengelola usahanya. Selain tingkat pendidikan, latar belakang pendidikan juga diduga berpengaruh terhadap persepsi pentingnya pencatatan akuntansi dan pelaporan keuangan bagi pertumbuhan usaha.

Laporan keuangan yang berkualitas bermanfaat untuk dijadikan pengambilan keputusan ekonomi bagi

pihak yang berkepentingan. Lengkapnya catatan keuangan dan kesiapan dalam membentuk laporan keuangan maka akan berpengaruh pada kualitas laporan keuangan. PSAK No 1 menjelaskan tentang penyajian laporan keuangan yang terdiri dari struktur laporan keuangan, dan persyaratan isi laporan keuangan. Tujuannya untuk umum dan tidak berlaku bagi laporan keuangan entitas syariah. Hal ini terjadi agar laporan keuangan bisa tersusun dengan jelas dan terstruktur rapi, sehingga Standar Akuntansi Keuangan menyebutkan persyaratan dan bagaimana penyusunan yang benar.

Pelaku UMKM yang memiliki kemampuan menyusun laporan keuangan dengan baik dan sesuai standar akuntansi keuangan akan lebih bijak dalam menyalurkan dana yang dimiliki untuk memajukan usahanya dan menjadi data perhitungan dalam menentukan berapa modal yang harus dikeluarkan dan berapa keuntungan yang akan diperoleh. Sehingga untuk mencapai kinerja usaha secara berhasil perlu dilakukan penyimpanan pencatatan transaksi, pengelolaan keuangan, dan pengelolaan kredit dari laporan keuangan. Oleh karena itu, kemampuan menyusun laporan keuangan penting dimiliki oleh pelaku UMKM.

Laporan keuangan sangat berguna untuk menilai kinerja usaha dan dapat membantu dalam menghadapi permasalahan dalam menjalankan usaha khususnya UKM. Sehingga untuk mencapai kinerja operasional yang

baik salah satu cara adalah dengan melakukan penyusunan laporan keuangan yang baik.

5.5 Kreatififikasi dan Inovasi

Tindakan yang inovatif dan penentuan strategi bisnis merupakan komponen yang sangat penting untuk menentukan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, UKM Sentra harus selalu berupaya untuk mencari cara-cara memasarkan produk atau jasa dengan lebih baik, menjalankan bisnis dengan menghasilkan produk atau jasa dengan atribut yang berbeda dari pesaing serta memanfaatkan teknologi guna menghasilkan barang lebih efektif dan efisien. Selain itu, perlu juga dipertimbangkan untuk menciptakan unit usaha baru yang dapat digunakan untuk meminimalisir tingkat resiko yang mungkin diterima. Dengan ditunukannya penelitian yang pernah dilakukan yaitu dengan judul orientasi kewirausahaan, inovasi dan strategi bisnis untuk meningkatkan kinerja perusahaan'. Dimana inovasi tersebut menjadi salah satu permasalahan UMKM.

Masyarakat harus memperluas inovasi dari usaha para UMKM. dari hal tersebut usaha mampu berinovasi dengan baik terhadap usahanya maka akan meningkatkan tingkat persaingan sehingga meningkatkan kinerja UKM nya. Jadi kinerja UKM di pengaruhi tinggi atau rendahnya kemampuan berinovasi dalam usaha yang dilakukan. Yang ditunjukkan dalam penelitiannya yaitu pengaruh teknologi informasi dan inovasi terhadap kinerja UKM

yang mana inovasi sebagai mengembangkan dan melaksanakan ide-ide baru, kreatifitas yang mendorong ke arah jasa dan produk yang lebih baik, serta ketangkasan beradaptasi dengan lingkungan yang berubah atau lanskap yang kompetitif. Ini merupakan kewajiban organisasi untuk memantau perubahan teknologi, melatih dan memotivasi karyawan untuk berinovasi karena teknologi meliputi semua aspek dari semua organisasi.

Menyatakan bahwa inovasi organisasi yang merupakan hasil dari keputusan strategi manajerial telah meningkatkan kinerja perusahaan dengan cara menurunkan biaya-biaya administrasi, biaya transaksi dan biaya-biaya penawaran, meningkatkan kepuasan tempat kerja dan produktifitas tenaga kerja. Pengembangan produk baru dan inovasi pada produk merupakan strategi yang utama dan memiliki dampak positif pada kinerja perusahaan yang ditunjukkan dengan meningkatnya pangsa pasar.

5.6 Diversifikasi Pasar

Pengusaha yang memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi ditandai dengan adanya kemauan yang keras, keberanian mengambil resiko, dan juga memiliki kreativitas dalam menjalankan bisnisnya. Kemampuan ini akan meningkatkan kinerja UMKM. Permasalahan yang sering dihadapi oleh para UMKM dari perspektif individu adalah rendahnya pengetahuan tentang bisnis, kurangnya keberanian dan juga kurangnya inovasi dalam

menjalankan bisnis. Hal ini memberikan makna bahwa orientasi kewirausahaan yang mencakup kreativitas dan keinovatifan, keberanian dalam mengambil resiko dan proaktif sangat diperlukan untuk meningkatkan pertumbuhan maupun profitabilitas UMKM. Dengan kata lain tanpa adanya kreativitas dan keinovatifan, keberanian mengambil resiko dan keproaktifan dari seorang pemilik usaha, hal ini akan berdampak terhadap penurunan kinerja dari UMKM. Oleh karena itu orientasi kewirausahaan memiliki efek maupun pengaruh yang positif terhadap kinerja maupun pertumbuhan UMKM.

Faktor kedua yang dianggap sangat penting untuk kinerja usaha yaitu orientasi pasar (*Market Orientation*). Orientasi pasar adalah salah satu tujuan utama para pemilik usaha UMKM untuk mengembangkan pengetahuannya didalam menerapkan berbagai strategi pemasaran agar dapat mengembangkan usaha. riantasi pasar ini memiliki tiga komponen perilaku yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi interfunksional. Orientasi pasar ini memiliki tiga komponen perilaku yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi interfunksional. Ada beberapa faktor yang dapat mencapai tujuan tersebut yaitu dapat menghasilkan kinerja dengan menciptakan nilai produk unggul bagi pelanggan dengan berfokus kepada kebutuhan pelanggan dan keuntungan jangka panjang, perusahaan harus mampu untuk terus berinovasi dalam setiap aspek dari operasional bisnis untuk dapat bersaing,

mempertahankan nilai pelanggan, dan tetap bertahan di pasar yang kompetitif. intelijen pasar terhadap pelanggan berhubungan positif dengan kinerja perusahaan di perusahaan kecil. Dengan demikian pemilik suatu usaha kuliner harus dapat menerapkan dan memahami orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar untuk dapat menciptakan kinerja usaha yang maksimal sehingga dapat bersaing dengan kompetitor yang lain

5.7 Literasi Digital.

Financial Teknologi memiliki peran yang penting dalam perkembangan UMKM, terutama dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM, salah satu yang dapat dilakukan untuk mempermudah dalam transaksi keuangan yaitu dengan memanfaatkan financial teknologi, hal ini sangat mempermudah proses transaksi dalam kinerja keuangan usaha yang dijalankan.



Gambar 17 Ilustrasi Financial Fintech

Beberapa hasil penelitian terdahulu terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara *financial* teknologi (bisnis elektronik) terhadap kinerja keuangan umkm. Adopsi teknologi digital pada UMKM berpengaruh signifikan dan positif selain itu teknologi secara langsung berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kualitas dan kinerja keuangan rumah sakit ,

BAB 6

PEMBAHASAN

6.1 Literasi Keuangan

Dari hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa bila pengusaha di sektor UMKM (dalam penelitian ini UMKM industri kreatif) memiliki kemampuan literasi keuangan yang memadai, maka keputusan bisnis dan keuangan yang diciptakan akan menuju ke arah pengembangan yang membaik dari waktu ke waktu, meningkatkan kemampuan usaha untuk bertahan di tengah krisis dan pada akhirnya akan membuat bisnis tersebut memiliki keberlanjutan jangka panjang.

UMKM memiliki karakteristik yang cukup unik untuk menghadapi perubahan lingkungan bisnis dan *stakeholders*. Sektor bisnis ini cenderung untuk lebih bekerjasama daripada berkompetisi dalam hubungan antar pelaku usahanya.

Knowledge sharing ke UMKM terjadi tidak hanya dari pemerintah, akademisi, atau bisnis besar saja, namun *knowledge sharing* antar UMKM bisa menjadi kunci utama keberhasilan UMKM dalam berkembang di era perdagangan global. Sangat penting untuk menyadari diperlukan kerjasama *intra-UMKM* untuk mencapai kemampuan yang saling melengkapi.

6.2 Pentingnya Pembiayaan

Pengaruh pembiayaan terhadap nilai omset UMKM dapat ditunjukkan oleh variabel *dummy* pembiayaan dan besarnya proporsi pembiayaan. Hal ini menunjukkan bahwa usaha yang mengakses pembiayaan memiliki nilai omset yang secara nyata lebih tinggi dibandingkan usaha yang hanya menggunakan modal sendiri. Hasil ini sesuai dengan teori bahwa pinjaman atau kredit membantu usaha untuk mencapai kondisi produksi yang optimal. Pinjaman dari pihak luar baik dari pembiayaan Syariah maupun non Syariah membuat UMK memiliki modal lebih besar untuk digunakan dalam kegiatan produksi dan tingkat Perkembangan Usaha UMKM.

6.3 Modal

Modal keuangan memiliki pengaruh positif langsung terhadap kinerja perusahaan UKM. Koefisien pengaruh variabel modal keuangan terhadap kinerja perusahaan UKM. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan modal keuangan akan langsung meningkatkan kinerja perusahaan UKM secara signifikan

Beberapa penelitian terdahulu juga juga menyatakan terjadi pengaruh yang signifikan antara Modal Usaha Terhadap Kinerja Pegawai. Dan penelitian lain nya juga menyatakan bahwa bahwa variabel Modal Usaha berpengaruh positif secara

parsial terhadap Kinerja Perusahaan. Dimana modal usaha ini terdiri dari beberapa indikator yaitu modal syarat untuk usaha, besar modal, hambatan sumber modal, dan sumber modal dari luar. Hasil ini mengisyaratkan modal usaha merupakan salah satu faktor yang berperan penting yang menentukan tinggi rendahnya peningkatan kinerja perusahaan. Semakin tinggi modal usaha, akan mendorong semakin tingginya kinerja perusahaan. Sebaliknya jika modal usaha rendah, maka kinerja perusahaan juga akan mengalami penurunan.

6.4 Fasilitas Pemberian Kredit

Pinjaman kepada usaha mikro dan kecil diharapkan dapat memperluas sumber pendanaannya dan dapat digunakan untuk meningkatkan dan mengembangkan usahanya, meningkatkan keuntungan yang diterima untuk meningkatkan kinerja pelaku UMKM. Penggunaan dana pinjaman yang tidak tepat dapat mengakibatkan kerugian yang sangat besar bagi peminjam. Selain menderita kerugian dalam bisnis mereka, mereka juga harus menanggung pengembalian dana. Penggunaan dana pinjaman yang efektif dan efisien memerlukan pemahaman akuntansi yang diharapkan dapat membantu pengelolaan dana yang dapat meningkatkan kinerja.

Pada beberapa penelitian ysebelumnya juga menyatakan bahwa pemberian kredit berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Hasil penelitian sejalan dengan teori *stewardship* dimana seorang manajer termotivasi dari target hasil utama kepentingan organisasi bukan termotivasi terhadap kepentingan pribadinya.

UMKM sebagai seorang manajer dapat dipercaya untuk melaksanakan tugas dan fungsinya dengan tepat, membuat pertanggungjawaban keuangan yang diamanahkan kepadanya, sehingga tujuan ekonomi dari usahanya dapat tercapai secara maksimal. jika aspek keuangan UMKM semakin baik akan diikuti dengan peningkatan kinerja UMKM. Pemberian kredit kepada UMKM tersebut digunakan sebagai penambahan modal sehingga meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengembangkan usaha serta meningkatkan kinerja UMKM.

6.5 Analisis Kinerja Keuangan

Laporan Keuangan merupakan suatu alat gambar kondisi kemajuan atau kemunduran suatu usaha, pengambil keputusan yang akurat dan tepat waktu serta pertanggungjawaban pada manajemen serta yang terpenting secara mendasar adalah pemahaman makna laba atau rugi yang diperoleh dari hasil usahanya yang berhasil maka sangat diperlukan pencatatan usaha dan pengelolaan keuangan.

Para pelaku UMKM memiliki kemampuan dalam menyusun laporan keuangan dengan baik dan sesuai standar akuntansi keuangan akan lebih bijak dalam menyalurkan dana yang dimiliki untuk memajukan usahanya dan menjadi data perhitungan dalam menentukan berapa modal yang harus dikeluarkan dan berapa keuntungan yang akan diperoleh.

Berdasarkan hal tersebut laporan keuangan menjadi hal yang penting karena banyak pelaku UMKM masih banyak yang belum memahami tentang pencatatan laporan keuangan dan pelaporan keuangan. Dengan adanya laporan keuangan para pelaku umkm sangat mudah terbantu untuk mencapai kinerja usaha dengan melakukan penyimpanan pencatatan transaksi, pengelolaan keuangan, dan pengelolaan kredit dari laporan keuangan.

6.6 Inovasi Berkelanjutan

Inovasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil ini memberi makna bahwa semakin baik inovasi yang dimiliki oleh UKM Sentra maka pencapaian kinerja perusahaan juga akan semakin baik. Dengan inovasi yang kuat maka akan membantu perusahaan dalam pengembangan ide tentang produk baru, fokus pada upaya untuk menghasilkan produk serta selalu berupaya untuk memasarkan produk yang variatif di

pasar. Pada akhirnya, inovasi yang telah dilakukan dapat digunakan sebagai landasan bagi perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam jangka panjang. Temuan ini memberikan gambaran bahwa UKM melakukan upaya penerapan inovasi sebagai landasan dalam menjalankan aktivitas bisnis. Melalui proses tersebut, UKM terbukti mampu mengembangkan produk baru serta melakukan modifikasi pada pasar sehingga mampu bertahan.

Inovasi juga berdampak pada kinerja bisnis Inovasi berguna Perusahaan yang menciptakan proposisi nilai baru melalui berbagai aktivitas seperti berikut ini. Menyediakan produk atau layanan baru, memperkenalkan dan menyediakan praktik organisasi dan operasional baru Solusi teknologi, keterampilan dan kemampuan baru dapat diciptakan, dan inovasi dimungkinkan. Promosi keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk implementasi yang efektif, Pelajari dan tingkatkan teknologi yang ada baru. Kinerja organisasi dapat dianggap sebagai struktur multidimensi yang terdiri dari Lebih dari sekedar kinerja keuangan. Kinerja suatu organisasi digambarkan sebagai sejauh mana ia dapat melakukan dirinya sendiri. Kebutuhan pemangku kepentingan dan kebutuhan kelangsungan hidup mereka sendiri. Inovasi tingkat lanjut Agen ekonomi akan menjadi pendorong utama untuk mencapai kinerja organisasi yang baik maksimum.

Pernyataan ini berarti bahwa UKM memiliki produk inti Dapat menciptakan identitas perusahaan, meningkatkan kinerja organisasi, dan Pertumbuhan bisnis dipertahankan.

Selain itu proses inovasi tidak berpengaruh terhadap kinerja Proses Pembelajaran dan Pertumbuhan UMKM. Dari definisi kinerja pembelajaran dan pertumbuhan dapat kita ketahui bahwa jenis kinerja ini mengutamakan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan atau UMKM dengan prinsip memuaskan dan mempertahankan konsumen secara berkelanjutan. Kinerja proses bisnis internal mengacu kepada orientasi waktu dan fleksibilitas dalam menjalankan proses bisnis internal. Sehingga sangatlah beralasan bahwa inovasi pemasaran dan inovasi organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis internal. Karena didalam inovasi pemasaran pelayanan prima agar tercapainya kecepatan pelayanan menjadi hal utama agar konsumen terpuaskan. Sementara itu dalam inovasi organisasi bagaimana perusahaan dalam hal ini UMKM berusaha untuk membekali karyawan dengan berbagai keterampilan yang dapat mempercepat waktu untuk menyelesaikan pekerjaan. Kinerja proses bisnis internal mengacu pada arah waktu dan fleksibilitas dalam menjalankan proses bisnis internal. Oleh karena itu, wajar jika inovasi

pemasaran dan inovasi organisasi berdampak signifikan terhadap kinerja internal. Dalam inovasi pemasaran, pelayanan prima, hal utama untuk mencapai kecepatan pelayanan adalah memuaskan konsumen. Di sisi lain, dalam inovasi organisasi, perusahaan (dalam hal ini UMKM) berusaha membekali karyawannya dengan berbagai keterampilan yang dapat mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan.

6.7 Orientasi Pasar

Orientasi pasar menjadi salah satu langkah yang sangat penting. Kinerja UMKM memerlukan Orientasi pasar. Orientasi pasar dapat berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Orientasi pasar memiliki peran yang paling penting untuk meningkatkan kinerja UMKM sektor industri fashion. Pada orientasi kewirausahaan, diketahui bahwa indikator yang memiliki *loading factor* paling besar pengaruhnya dalam membentuk orientasi kewirausahaan adalah menangkap dan mengidentifikasi peluang bisnis. Untuk orientasi pasar yang paling besar faktor loadingnya adalah selalu memberikan perhatian dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu dalam meningkatkan orientasi pasar, perhatian dan kepuasan pelanggan memiliki peran penting.

Orientasi pasar memiliki pengaruh langsung yang lebih besar terhadap strategi diferensiasi dan strategi *low cost*, dibandingkan orientasi kewirausahaan. Orientasi pasar memiliki pengaruh langsung yang lebih besar terhadap strategi *low cost*, dibandingkan orientasi kewirausahaan. Orientasi pasar memiliki pengaruh langsung yang lebih kecil terhadap strategi fokus, dibandingkan orientasi kewirausahaan. Strategi diferensiasi memiliki pengaruh langsung yang lebih besar terhadap kinerja UKM industri kreatif dibandingkan strategi *low cost* dan fokus. Implikasi manajerial dari hasil penelitian ini adalah perlu direkomendasikannya strategi yang mendukung peningkatan kinerja UKM industri kreatif dengan berbasis orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan. Strategi berbasis orientasi pasar dapat diwujudkan melalui strategi: pemasaran intensif (*intensive marketing strategy*), penciptaan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction strategy*), penciptaan keunggulan bersaing (*competitive advantage strategy*), dan penguatan budaya organisasi (*reinforcement organizational culture strategy*). Hal ini antara lain dapat dilakukan melalui penonjolan keunikan produk yang merupakan ciri khas produk UKM, mendesain produk, kemasan dan pelabelan yang berbeda dengan UKM lainnya, dan mengimplementasikan strategi hybrid atau kombinasi dengan menawarkan produk yang unik/khas dan harga yang lebih rendah melalui

efisiensi biaya operasional. Strategi penguatan budaya organisasi diwujudkan melalui tindakan untuk menguatkan nilai-nilai, norma dan kebijakan UKM yang telah disepakati bersama dalam menjalankan usaha. Hal ini dapat dilakukan melalui mengubah mindset wirausahawan dari berorientasi penjualan ke orientasi pemasaran, menekankan komitmen bersama dalam UKM untuk berorientasi pada kepuasan konsumen, menumbuhkan iklim kerja UKM yang kondusif, dan meningkatkan perhatian pada manusia (*humanity oriented*) melalui peningkatan kesejahteraan SDM dalam UKM.

6.8 Kemajuan Literasi Digital

Dari segi penjelasan dan penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti bahwa dari penelitian terhadap *financial technology* yang dilakukan oleh beberapa penelitian sebelumnya menyatakan bahwa literasi digital mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap financial technology. Berdasarkan hal tersebut maka financial teknologi memiliki peran penting dalam perkembangan usaha UMKM. Dari hasil tersebut maka penulis akan melakukan pengujian pengaruh antara financial digital terhadap kinerja keuangan yang ada di Indonesia dengan beberapa tambahan variabel yang lebih bervariasi pada sektor UMKM.

Dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Li & Collier, 2020) mengenai *The role of technology and quality on hospital financial performance: An exploratory analysi*, hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa teknologi secara langsung berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kualitas dan kinerja keuangan rumah sakit.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrian. 2019. Digital Marketing dan Ragam Produk pada Minat Beli Konsumen yang berpengaruh pada keputusan pembelian di Toko Online Shopee, Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen. *Ekspektra Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Volume 3, Nomor 1, Hal. 14-24 ISSN 2549-3604, Online, ISSN 2549-6972.
- Abbas, D. (2018). Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Ukm Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 95–111. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.4991>
- Ayem, S., & Wahidah, U. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan UMKM Di Kota Yogyakarta. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i1.437>
- Agus Zainul Arifin, M. (n.d.). *Manajemen Keuangan*.
- Aprizal, S.Kom, (*Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing: Studi Kasus Penjualan Komputer*). <https://books.google.co.id/books?id=ei9tDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id>
- Abyan, M. A. (2018). Konsep Penggunaan Financial Technology dalam Membantu Masyarakat Sub Urban di Indonesia dalam Melakukan Transaksi Finansial. April 2018. Universitas Indonesia.

<https://www.researchgate.net/publication/324386435> [9

Agustus 2018]. Adam, A. (2017). “Pekerjaan yang Hilang karena Digitalisasi Perbankan” diambil dari <https://tirto.id/pekerjaan-yang-hilang-karena-digitalisasi-perbankancxfq>

Basalamah, R., & Erwaedy, A. (2019). *Manajemen Inovasi dalam bisnis*. <https://books.google.co.id/books?id=6Z9KEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id>

Burbano. (2015). No TitleÉ?__. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.

Covid-, D. I. M. P. (2022). *Bessie and Boimau/ Journal Of Management Small And Medium Entreprises (Sme's), Vol 15, No. 1, March 2022, p11-29. 15(1), 11–29*

Cahyono, K. & B. S. (2016). Pengaruh Pemberian Kredit, Kemampuan Manajerial dan Difrensiasi Produk Terhadap Kinerja UMKM di Kota Metro. *Jurnal Manajemen Derivatif*, 10(1), 1689–1699.

David, G., Ishmel, A., Onyeiwu, C., & Owopetu, O. A. (2018). The Impact of Financial Technology in the Operations (Payments/Collections) of SMEs in Nigeria. *Intenational Journal Of Innovate Research & Development*, 7(2), 61–71. <https://doi.org/ISSN 2278 – 0211>

Dewobroto, W. S. (2016). Penggunaan Business Model Canvas Sebagai Dasar Untuk Menciptakan

Alternatif Strategi Bisnis Dan Kelayakan Usaha.
Jurnal Teknik Industri. [https://doi.org/ISSN:
1411-6340](https://doi.org/ISSN:1411-6340)

Darmanto, L. S. & S. W. (2019). *Model Bauran Orientasi Strategi Berbasis Lingkungan Dalam Percepatan Peningkatan Kinerja Umkm.* <https://books.google.co.id/books?id=EB-4DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id>

Elvina. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Umkm. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 7(2), 192–200.
<https://doi.org/10.30871/jaemb.v7i2.1675>

Firdaus, F., Rif'ih, M. W., & Maharani, B. (2018). Internet Financial Reporting: Direktur Eskalasi Pembiayaan Modal UMKM Berbasis Stakeholder Value Sebagai Implementasi Financial Technology. Prosiding 4th Seminar Nasional Dan Call for Papers Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember, 104–125.

Febriana, H., Rismanty, V. A., dr. Lucky Eka, S.E., M. M., & Sri Utami Permata, S.E., M.M. Vega Anismadiyah, S.T., M. M. (2021). *Dasar-Dasar Analisis Laporan Keuangan.* https://books.google.co.id/books?id=Js9BEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true

Gafur, M. (2019). Peran Pemberian Kredit Terhadap

Kinerja Usaha Melalui Pemahaman Akuntansi Pada Pelaku Umkm Di Kota Makassar Role of Granting of Credit to Business Performance Through the Accounting Understanding of Msme in Makassar City. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 3(1), 73–83. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v3i1.479>

Hadi, S., & Purwati, A. A. (2020). Modal Sosial Dan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Umkm Social And Innovation Capital On Msme Business Performance. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 4(1), 274–281.

Hendrikse et.al. 2018. The Appleization of finance: Charting incumbent finance's embrace of FinTech. Belgium: Vrije Universiteit Brussel

Huston, Sandra J. 2010. Measuring Financial Literacy. *The journal of Consumer Affairs*, Volume 44 No.2. Hal. 296-315

Hanafi, M. (2004). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPF E Fakultas Ekonomi UGM.

Harahap, S. S. (2009). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada

Hendriyani, C., & Raharja, S. J. (2019). Business Agility Strategy : Peer-to-Peer Lending of Fintech Startup in the Era of Digital Finance in Indonesia. *Integrative Business and Economics Research*, 8(4), 239–246. <https://doi.org/ISSN: 2304- 1013> (

Ivashchenko, A., Britchenko, I., Dyba, M., Polishchuk, Y., Sybirianska, Y., & Vasylyshen, Y. (2018). Fintech platforms in sme's financing: eu experience and ways of their application in Ukraine. *Investment Management and Financial Innovations*, 15(3), 83–96. [https://doi.org/10.21511/imfi.15\(3\).2018.07](https://doi.org/10.21511/imfi.15(3).2018.07)

Ismartaya. (2021). Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan, Dan Inovasi Terhadap Kinerja Umkm Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat (Studi Kasus Umkm di Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 6(1)

Jurnal, J., & Dan, B. (2018). Moderasi Inklusi Keuangan Terhadap Hubungan Literasi Keuangan dan Keputusan Struktur Modal UKM. *JBIMA (Jurnal Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 92–114. <https://journal.peradaban.ac.id/index.php/jbm/article/view/295>

Kosanke, R. M. (2019). *No Title No Title No Title*. 7–25.

Lee, Tae-heo dan Hee-Woong Kim. 2015. An Exploratory Study on Fintech.Industri in Korea: Crowdfunding Case.Thailand: 2nd International conference on Innovative Engineering Technologies

- Loix, Ellen. 2016. Who's Afraid of The Cashless Society? Belgian Survey Evidence. Working Paper of Belgia Bank Mwinzi, Dickson
- Lauria, A., Rodrigues, D. C., Sato, F. R. L., & Moreira, R. W. F. (2014). Biomechanical strength analysis of mini anchors for the temporomandibular joint. *Oral and Maxillofacial Surgery*, 18(4), 425–430. <https://doi.org/10.1007/s10006-013-0431-4>
- Leong, C., Tan, F. T. C., Tan, B., & Faisal, F. (2020). The emancipatory potential of digital entrepreneurship: A study of financial technology-driven inclusive growth. *Information and Management*, September, 103384. <https://doi.org/10.1016/j.im.2020.103384>
- Li, L. X., & Collier, D. A. (2020). The role of technology and quality on hospital financial performance: An exploratory analysis. *International Journal of Service Industry Management*, 11(3), 202–224. <https://doi.org/10.1108/09564230010340715>
- Murifal, B. (2018). Peran Teknologi Finansial Sistem P2l Sebagai Alternatif Sumber Pendanaan UMKM.

Perspektif, Vol XVI(No. 2). <https://doi.org/p-ISSN 1411- 8637 e-ISSN 2550-1178>

- Muzdalifa, I., Rahma, I. A., & Novalia, B. G. (2018). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM Di Indonesia (Pendekatan Keuangan Syariah). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1). <https://doi.org/ISSN: 2527 - 6344>
- Mustari, Arisah, N., Thaief, I., Fatmawati, & Hasan, M. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar. *Proceeding Teknologi Pendidikan Seminar Daring Nasional 2021: Digital Generation For Digital Nation*, 1(8), 165–177.
- Mustikowati, R. I., & Tysari, I. (2015). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Ukm Sentra Kabupaten Malang). *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 10(1), 23. <https://doi.org/10.21067/jem.v10i1.771>
- Mwangangi.2014. The Effect of Financial Innovation on Economic Growth in Kenya. Nairobi: University of Nairobi
- Ni Luh Wiwik Sri Rahayu Ginantra, J. S., & Ramen A. Purba, Moch Yusuf Tojiri, Amin Ama Duwila Muhammad Noor Hasan Siregar, Lora Ekana Nainggolan Elisabeth Lenny Marit, Acai Sudirman, I. S. (2020). *Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era*

Digital (Alex Rikki (ed.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.

<https://books.google.co.id/books?id=3gn1DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id>

Nuvriasari, A., Wicaksono, G., & Sumiyarsih, S. (2018). Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Strategi Bersaing Terhadap Peningkatan Kinerja Ukm. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 19(2), 241–259. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2015.v19.i2.88>

Nwobu, O., Faboyede, S. O., & Onwuelingo, A. T. (2015). The Role of Accounting Services in Small and Medium Scale Businesses in Nigeria. *JABM Journal of Accounting - Business & Management*, 22(April), 54–63.

Prawirasra, Kannya Purnamahatty. 2018. Financial Technology in Indonesia Disruptive or Collaborative. *Journal Economic and Finance*, Vol.4 No.2, 83-90. <http://doi.org/10.12988/ref.2018.818>

Pambudi, Nita Felia. 2016. Enhancing SME Competitiveness in Through Digital Engagement. Jakarta: Universitas Binus

Popa, S., Soto-Acosta, P., & Perez-Gonzalez, D. (2018). An investigation of the effect of electronic business on financial performance of Spanish manufacturing SMEs. *Technological Forecasting and Social Change*, 136, 355–362. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.08.012>

- Prasetyo, A., & Wijaya, A. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Umkm Pada Bidang Kuliner Di Pasar Lama Tangerang. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(3), 383. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i3.5329>
- Prayogi, M. A. (2017). Pengaruh Pembiayaan Mikro Syariah Terhadap Tingkat Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 17(2), 121–131. <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v17i2.1795>
- Pitoyo, A., & Suhartono, E. (2018). Meningkatkan Daya Saing UKM dari Prespektif Teknologi Informasi, Pengelolaan Pengetahuan, Dan Standarisasi Produk (Studi Kasus Pada UKM Pengrajin Alat Peraga/permainan Edukatif Di Klaten). *Prosiding SENDI*, 978–979.
- Pranata, N. (2019). Fintech for Asian SMEs. (N. N. and N. Yoshino, Ed.). Japan: Asian Development Bank Institute. Retrieved from www.adbi.org
- Ragimun, & Yosepha, S. Y. (2018). The Role of Fintech Encourages the Export of Small Medium Enterprises in Indonesia. *Journal of Social and Development Sciences*, 9(3), 66–77. <https://doi.org/ISSN 2221-1152>
- Rika Desiyanti, SE., M.Si, P. . (Cand), & Dr. Hamirul, S.T., M. P. (2020). *COVID-19 MERUBAH WAJAH INDONESIA, LITERASI DAN INKLUSI KEUANGAN UMKM SELAMA*

PANDEMIle.

<https://books.google.co.id/books?id=pC89EAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id>

- Rumondang, A., Sudirman, A., Effendy, F., Simarmata, J., & Agustin, T. (2019). *Fintech: Inovasi Sistem Keuangan di Era Digital* (T. Limbong (ed.); 1st ed.). <https://books.google.co.id/books?id=oBDGDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id>
- Rizal, M., Maulina, E., & Kostini, N. (2018). Fintech Sebagai Salah Satu Solusi Pembiayaan Bagi UMKM. *AdBispreneur : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(2), 89–100. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v3i2.17836>
- Satish, K., Venkatesh, A., & Manivannan, A. S. R. (2021). Covid-19 is driving fear and greed in consumer behaviour and purchase pattern. *South Asian Journal of Marketing, ahead-of-p*(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/sajm-03-2021-0028>
- Siti Fatimah, & Azlin, N. (2021). *Pengaruh Teknologi Informasi dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) (Studi Pada UKM Berbasis Online di Kota Dumai)*. 15(1), 6.
- Sombolayuk, W., Sudirman, I., & Yusuf, R. M. (2019). Pengaruh Modal Keuangan Terhadap Kinerja

- Perusahaan Ukm Melalui Strategi Inovasi (Studi Empiris Perusahaan UKM di Kota Makassar). *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 8(2), 134–157.
- Susdiani, L. (2020). Analysis The Influence Of Innovations To Micro, Small, And Medium Enterprise Performance Of Creative Industry In Padang City. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 450–465.
- Susilo, J., Anisma, Y., & Azhari Syofyan. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Dan Inovasi Terhadap Kinerja Umkm. *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Bisnis Terkini*, 2(2), 302–318.
- Sabilla, S. O., & Wijayangka, C. (2019). Pengaruh literasi keuangan terhadap pertumbuhan usaha pada UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 145–152
- Taslim, L., Rifin, A., & Jahroh, S. (2020). Pengaruh Pembiayaan Terhadap Kinerja Usaha Mikro Dan Kecil Olahan Ubi Kayu Di Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 8(1), 33–42. <https://doi.org/10.29244/jai.2020.8.1.33-4>
- Trinugroho, I., Pamungkas, P., Wiwoho, J., Damayanti, S. M., & Pramono, T. (2021). Adoption of digital technologies for micro and small business in Indonesia. *Finance Research Letters*, May, 102156. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102156>

- Wicaksana, A. (2016). 濟無No Title No Title No Title. *Https://Medium.Com/*, 7, 8–20. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Winarto, W. W. A. (2020). Peran Fintech dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 61–73. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.132>
- Yuliana, R. R. D. (2019). Sinergi Lembaga Teknologi Finansial Dan Koperasi Dalam Pemanfaatan Teknologi Finansial Oleh Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di NTB. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, Vol 27(No. 1), 53–66.
- Zovolokina, et.al.2016. The FinTech phenomenon: antecedents of financial innovation perceived by the popular press. Switzerland: University of Zurich



Dr. Drs. Sriyono, MM., CIQnR

Adalah Dosen Tetap pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah dan Pernah menjadi Dosen Luar Biasa pada beberapa Perguruan Tinggi baik di PTN maupun PTS di Surabaya. Pendidikan S1 diselesaikan di Fakultas Sains dan Teknologi Unair tahun 1986, S2 diselesaikan di Magister Manajemen Program Pascasarjana Univeritas Sebelas Maret Solo (2005), dan S3 diselesikan di Fakultas Eonomi dan Bisnis Universitas Program Studi ESP Universitas Airlangga Surabaya (2012). Pengalaman mengajar dimulai sejak selesai S2 di Solo dan menjadi Dosen Luar biasa di beberapa Perguruan Tinggi PTN dan PTS di Surabaya mulai tahun 2007 hingga tahun 2011, dan sampai saat ini mengajar di Pascasarjana dan FEB Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Penulis juga pernah menjadi Konsultan Lingkungan (Sertifikasi Amdal UNS 2003), Konsultan Bisnis (Sertifikasi Auditor UNS, 2004), Konsultan Appraisel Properti (Sertifikasi MAPPI 2008), serta Sertifikasi untuk UKM dan Koperasi. Selain itu juga menjadi Asesor BKD, serta memiliki Sertifikasi Reviewer Artikel dan Penelitian. Disamping itu juga aktif di Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI), Asosiasi Manajemen Perguruan Tinggi Muhammadiyah (APSMA) dan Asosiasi Dosen Indonesia (ADI) serta di KADIN Kabupaten Sidoarjo

Buku **Pengantar Manajemen Kontribusi Luther Gullick terhadap Manajemen Publik** adalah merupakan Karya Pertama Penulis. kemudian disusul Buku ke Dua **Pengantar Manajemen Resiko, Manajemen Strategi dan Resiko, dan Financial Teknologi**. Disamping sebagai Dosen, penulis juga aktif mengikuti Seminar Internasional dan Nasional serta melakukan Penelitian dan Pengabdian Masyarakat serta menjadi Nara Sumber untuk beberapa kegiatan dengan UMKM. Disamping itu juga aktif membimbing mahasiswa pada program MBKM maupun PKM

ISBN 978-623-464-052-6 (PDF)



9 786234 640526