

BAB I

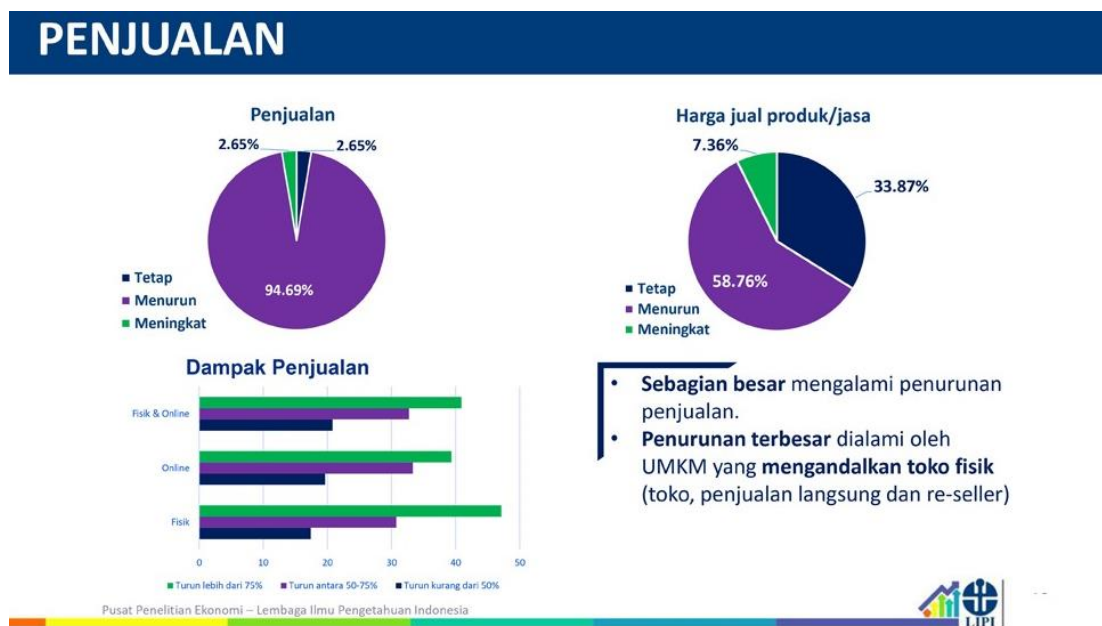
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif milik perorangan atau badan usaha yang diatur dalam undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM. UMKM berkontribusi besar bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia. UMKM menyediakan 99% dari total lapangan kerja, menyerap 97% tenaga kerja, menyumbang 61,07% dari total PDB nasional, menyumbang 60,42% dari total investasi, dan menyumbang 14,37% dari total ekspor (Kemenkopukm, 2020).

UMKM menghadapi banyak permasalahan, disamping memiliki peran yang besar bagi perekonomian Indonesia. Sebanyak 72,47% dari keseluruhan UMKM di Indonesia mengalami permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan bidang manajemen, organisasi, teknologi, permodalan, operasional dan teknis di lapangan, keterbatasan akses pasar, perizinan yang terkendala, serta biaya-biaya non teknis yang sulit untuk dihindarkan (Kemenkopukm, 2020). Permasalahan UMKM semakin parah di masa pandemi covid-19 yang sesuai dengan pernyataan Masduki (2020) bahwa sektor UMKM menjadi salah satu sektor yang paling terdampak pandemi covid-19. Selama ini UMKM menjadi *safety net* yang menyelamatkan perekonomian disaat krisis tahun 1998 dan 2008, namun saat ini UMKM menjadi sektor paling terpuruk akibat covid-19 yang menyebabkan penurunan kinerja keuangan signifikan berupa penurunan pendapatan atau

penjualan, terganggunya arus kas, dan kredit macet (Elena, 2020). Berikut dalam gambar 1.1 disajikan data penjualan UMKM selama Pandemi Covid-19 yang diperoleh dari hasil survei dampak pandemi Covid-19 terhadap kinerja UMKM Indonesia yang dilakukan oleh Pusat Peneliti Ekonomi Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia.



Gambar 1.1 Data Penjualan UMKM selama Pandemi Covid-19
(Sumber: LIPI, 2020)

Berdasarkan gambar 1.1, dapat diketahui bahwa 94,69% UMKM mengalami penurunan penjualan dan terjadi penurunan harga jual produk/jasa pada 58,76% UMKM akibat Pandemi Covid-19. Disamping mengalami penurunan penjualan dan penurunan harga jual produk/jasa, LIPI (2020) juga menguraikan bahwa biaya usaha UMKM cenderung tetap dan bahkan mengalami peningkatan. Rincian peningkatan biaya tersebut dapat dipaparkan sebagai berikut: 45,07% UMKM mengalami peningkatan biaya bahan baku; 23,41% UMKM mengalami peningkatan biaya transportasi; 5,46% UMKM mengalami peningkatan biaya

tenaga kerja; dan 44,33% UMKM mengalami peningkatan biaya lain-lain. Hal ini menunjukkan bahwa Pandemi Covid-19 menyebabkan kinerja keuangan UMKM mengalami penurunan karena terjadinya penurunan *profit* usaha yang signifikan akibat tetapnya biaya produksi atau bahkan meningkat, sementara penjualan menurun (LIPI, 2020).

Kinerja keuangan adalah penentuan suatu takaran yang mampu menakar keberhasilan pencapaian laba perusahaan (Sucipto, 2003). Kinerja keuangan juga diartikan sebagai kondisi yang mencerminkan keadaan keuangan suatu perusahaan berdasarkan sasaran, standar, dan kriteria yang ditetapkan (Sawir, 2015). Berdasarkan definisi yang telah dipaparkan maka dapat ditegaskan bahwa kinerja keuangan perusahaan atau instansi yang dapat diketahui melalui pengukuran yang melibatkan cara-cara tertentu.

Kinerja keuangan dapat diukur menggunakan pendekatan objektif maupun subjektif. Sebagian besar penelitian ilmiah mengukur kinerja keuangan menggunakan pendekatan objektif yaitu berdasarkan rasio-rasio yang diperoleh dari laporan keuangan. Pengukuran kinerja keuangan menggunakan pendekatan objektif yaitu berdasarkan rasio laporan keuangan kurang memungkinkan untuk dilakukan pada UMKM karena sangat sedikit jumlah UMKM yang melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan, bahkan Mahrizal (2017) menyebutkan 80% UMKM belum mampu menyusun laporan keuangan. Berkaitan dengan hal tersebut, beberapa peneliti menyebutkan bahwa pengukuran kinerja keuangan UMKM lebih tepat menggunakan pendekatan subjektif.

Penelitian Dawes (1999), Sweeney (2009), Man (2011), dan Agyemang & Ansong (2017) mengadopsi pendekatan subjektif untuk mengukur kinerja keuangan UMKM dengan beberapa alasan. Alasan pertama bahwa pendekatan subjektif merupakan alternatif yang lebih baik untuk mengukur kinerja keuangan UMKM daripada menggunakan angka sebenarnya, karena keengganan pemilik/pengelola UMKM untuk mengungkapkan angka sensitif secara komersial atau rahasia tersebut. Kedua, ukuran subjektif mungkin lebih tepat daripada ukuran objektif untuk membandingkan kinerja keuangan dalam studi lintas industri, hal ini karena tingkat keuntungan dapat sangat bervariasi di seluruh jenis industri. Ketiga, pendekatan subjektif mungkin lebih tepat dalam pengukuran kinerja keuangan karena pemilik/pengelola UMKM dapat mempertimbangkan kinerja relatif usaha mereka ketika memberikan tanggapan. Terakhir, beberapa penelitian menunjukkan korelasi kuat antara ukuran objektif dan subjektif. Selain itu, terdapat hasil penelitian yang memperkuat bahwa pengukuran kinerja keuangan menggunakan pendekatan subjektif tepat untuk dilakukan. Pernyataan tersebut disampaikan oleh Richard et al. (2009) yang menyebutkan bahwa peneliti tidak boleh melihat pilihan tindakan subjektif sebagai alternatif terbaik kedua tetapi harus menentukan ukuran yang paling menguntungkan di bawah keadaan tertentu dari konteks penelitian. Berdasarkan penelitian Dawes (1999), Sweeney (2009), Burton & Goldsby (2009), Man (2011), dan Agyemang & Ansong (2017), penelitian ini mengadopsi pendekatan subjektif untuk mengukur kinerja keuangan UMKM yang terdiri dari *profit growth*, *sales growth* dan *leverage*.

Penjualan, laba, dan *leverage* menjadi komponen dalam pengukuran kinerja keuangan (Agyemang & Ansong, 2017). Secara nasional, UMKM Indonesia mengalami penurunan penjualan rata-rata 53% (BRI, 2020). UMKM di Kabupaten Buleleng mengalami rata-rata penurunan penjualan yang lebih tinggi dari rata-rata Nasional yaitu sebesar 61%. Hal ini menyebabkan penurunan kinerja keuangan yang signifikan sesuai hasil kajian dampak pandemi covid-19 terhadap UMKM di Kabupaten Buleleng yang dilaksanakan oleh Balitbang Kabupaten Buleleng & LPPM Undiksha (2020). Hasil kajian yang berhubungan dengan kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Buleleng khususnya pada aspek penjualan, laba dan kemampuan pembayaran angsuran bank disajikan dalam tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1 Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Buleleng

No.	Aspek Dampak	Besaran Dampak
1	Rata-rata penurunan penjualan	61%
2	Rata-rata penurunan laba usaha	61%
3	Penurunan kemampuan pembayaran angsuran bank	Dampak terjadi pada hampir seluruh UMKM

(Sumber: Balitbang Kabupaten Buleleng & LPPM Undiksha, 2020).

Hasil kajian yang disajikan dalam tabel 1.1 menunjukkan bahwa UMKM mengalami penurunan penjualan rata-rata sebesar 61%, rata-rata penurunan laba usaha sebesar 61%, dan hampir semua UMKM di Kabupaten Buleleng mengalami penurunan kemampuan pembayaran angsuran bank akibat pandemi covid-19. Hal ini sebagai bukti bahwa UMKM di Kabupaten Buleleng mengalami penurunan kinerja keuangan yang signifikan.

Kinerja keuangan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Teori yang menjelaskan faktor-faktor berdampak pada kinerja keuangan salah satunya adalah *Resource*

Based Theory (RBT). *Resource Based Theory* dicetuskan oleh Wernerfelt (1984) yang menyebutkan perusahaan akan semakin unggul pada kompetisi dan mendapatkan kinerja keuangan yang baik melalui kepemilikan, penguasaan, dan pemanfaatan aset-aset strategis penting (aset berwujud dan tidak berwujud). *Resource Based Theory* pada dasarnya menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) mampu mendukung perusahaan dalam mengoptimalkan kinerja (Barney, 1991).

Keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) adalah kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan sehingga memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain pada industri atau pasar yang sama (Porter, 1985). Keunggulan kompetitif juga diartikan sebagai keunggulan diatas pesaing yang diperoleh melalui penawaran nilai lebih kepada konsumen, seperti harga yang murah atau bahkan pemberian berbagai manfaat pendukung penetapan harga lebih tinggi (Kotler & Armstrong, 2014). Keunggulan kompetitif secara umum dikonseptualisasikan sebagai pengurangan biaya, eksploitasi peluang pasar, dan/atau netralisasi ancaman persaingan yang diperoleh dari penerapan strategi yang tidak sedang diterapkan oleh perusahaan lain, sehingga anggapan ini menunjukkan indikator dalam keunggulan kompetitif yaitu: (1) pengurangan biaya, (2) eksploitasi peluang pasar, dan (3) netralisasi ancaman persaingan (Barney, 1991). Keunggulan kompetitif bersumber dari sumber daya asli, susah diduplikat, dan tidak tergantikan yang meliputi semua aset, kemampuan, proses organisasional, karakteristik perusahaan, informasi, pengetahuan dan

sebagainya untuk implementasi strategi agar tercapai efektifitas serta efisiensi (Barney & Clark, 2007).

Keunggulan kompetitif dalam persaingan yang semakin ketat menjadi jantung dari kinerja keuangan perusahaan (Porter, 1985). Pandemi covid-19 yang menyebabkan krisis ekonomi sehingga banyak entitas menerapkan PHK. Kondisi ini menyebabkan pergantian profesi dari karyawan menjadi wirausahawan, sehingga jumlah UMKM meningkat pesat yang menyebabkan persaingan semakin ketat (Kurniawan, 2021). Persaingan usaha yang semakin ketat juga terjadi pada UMKM di Kabupaten Buleleng karena pada saat pandemi covid-19, jumlah UMKM meningkat pesat sesuai data yang disajikan dalam tabel 1.2 berikut.

Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah UMKM di Kabupaten Buleleng

Tahun	Jumlah UMKM
2018	34.552
2019	35.555
2020	54.489
2021	57.216

(Sumber: DisdagperinkopUKM Kabupaten Buleleng, 2021)

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Kabupaten Buleleng mengalami peningkatan yang pesat pada tahun 2020 dan 2021. Peningkatan Jumlah UMKM ini menyebabkan persaingan yang semakin ketat sehingga dibutuhkan keunggulan kompetitif agar UMKM dapat mempertahankan kinerja keuangannya.

Keunggulan kompetitif UMKM di Kabupaten Buleleng masih perlu ditingkatkan karena lebih rendah apabila diperbandingkan dengan UMKM Kabupaten lain di Provinsi Bali. Hal ini terbukti dari kontribusi terhadap pertumbuhan PDRB senilai 6,05% yang termasuk rendah jika dibandingkan dengan Kabupaten lain yaitu Karangasem 6,22%; Badung 6,20%; dan Denpasar 6,15%.

Daya saing UMKM di Buleleng yang masih rendah juga diperlihatkan dari kalahnya pemasaran produk keluar daerah, bahkan banyak produk luar daerah yang beredar di Buleleng (Yuniarta et al., 2017). Keunggulan kompetitif UMKM kabupaten Buleleng yang masih perlu ditingkatkan juga terbukti dari dijadikannya upaya peningkatan daya saing UMKM sebagai program yang sedang gencar dilaksanakan oleh DisdagperinkopUKM Kabupaten Buleleng (Pemkab Buleleng, 2021).

Kinerja Keuangan dan Keunggulan Kompetitif dipengaruhi oleh *Intellectual Capital (IC)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Intellectual Capital* dan *Corporate Social Responsibility* saat ini menjadi topik utama dalam literatur akademis dan praktik bisnis penting di seluruh industri (Calhan et al., 2020; dan Chae & Park, 2018).

Intellectual capital merupakan himpunan aset tersembunyi sekaligus sebagai sumber daya terpenting bagi organisasi dalam mengembangkan serta menjaga keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan (Roos & Roos, 1997). Pengaruh *intellectual capital* terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan UMKM didasari oleh *Resource Based Theory (RBT)* yang diperkuat dengan penelitian terdahulu terkait dampak *intellectual capital* terhadap keunggulan kompetitif (Wijayanto et al., 2017 dan Isa & Deviana, 2018) dan dampak *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan UMKM (Wijayanto et al., 2017; Isa & Deviana, 2018; dan Prastuti & Budiasih, 2019). *Resource Based Theory (RBT)* menjelaskan bahwa suatu usaha akan mendapatkan keunggulan kompetitif dan kinerja yang baik melalui pengakuisisian, perolehan, dan pemanfaatan aset strategis

yang penting untuk keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan yang tinggi (Wernerfelt, 1984). Aset strategis perusahaan salah satunya adalah *intellectual capital* yang merupakan aset tidak berwujud dan sedang menarik perhatian berbagai bidang termasuk akuntansi, manajemen, sosiologi, maupun teknologi informasi (Ulum et al., 2008).

Intellectual capital telah mengakibatkan pergeseran atau perubahan metode dalam melaksanakan bisnis yaitu fokus modal fisik didasarkan pada tenaga kerja menjadi *intellectual capital*, yaitu terjadi pergerakan sumber dari modal fisik menjadi SDM, dari SDA bergeser menjadi sumber daya pengetahuan, pergeseran dari posisi sosial ke proses hubungan, dan pergeseran dari kekuatan pemegang saham menjadi kekuatan pelanggan (Hidayat, 2000 dan Marr et al., 2004).

Intellectual capital oleh sebagian besar praktisi dikelompokkan menjadi tiga elemen atau dimensi yaitu *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital* (Stewart, 1997; Edvinsson & Malone, 1997; dan Bontis, 1998). *Human capital* merupakan modal terkait SDM perusahaan yang berupa keahlian, motivasi, tanggung jawab, dan ketaatan karyawan (Muthaheer & Prasetyo, 2014). *Structural capital* merupakan modal yang berupa aktivitas perusahaan, sistem, prosedur, budaya organisasi, struktur organisasi, serta basis data (Muthaheer & Prasetyo, 2014). *Customer capital* adalah hubungan organisasi dengan pelanggan yang menghasilkan nilai kontribusi terhadap pendapatan saat ini dan masa depan (Bontis, 1996; dan Duffy, 2000).

Intellectual capital menjadi aset perusahaan yang bernilai dan berkarakteristik unik. Aset lain seperti gedung, peralatan, mesin, dan sebagainya

ketika digunakan akan mengalami penyusutan, sedangkan *intellectual capital* berlaku sebaliknya (Nasih, 2011). *Intellectual capital* dimiliki oleh semua jenis usaha, namun tidak banyak yang sadar bahwa aset ini sangat penting (Hartati, 2014). Perhatian pelaku bisnis di Indonesia terhadap *intellectual capital* mulai timbul setelah adanya SAK 19 mengenai Aset Tidak Berwujud (Ulum, 2009).

Para pembuat kebijakan dikejutkan oleh pandemi covid-19 dan aktivitas perusahaan menjadi lumpuh. Ribuan bisnis mengalami kebangkrutan dalam waktu cepat akibat krisis ini beberapa bisnis termasuk sektor UMKM membatasi operasinya, bahkan beberapa diantaranya berhenti beroperasi sehingga berdampak pada kinerja perusahaan (Hafidhah et al., 2022). UMKM menghadapi permasalahan yang berhubungan dengan bidang manajemen, organisasi, teknologi, permodalan, operasional dan teknis di lapangan, akses pasar yang terbatas, izin yang terkendala, serta biaya nonteknis di lapangan yang sulit dielakkan (Kemenkopukm, 2020) dan ditambah masalah akibat pandemi covid-19 yang berupa penjualan yang menurun, terganggunya saluran bahan baku, penurunan produksi, dan hambatan pendistribusian barang (Hafidhah et al., 2022). Hal ini memperlihatkan pandemi covid-19 menyebabkan ketidakpastian ekonomi (Sugiarto, 2020). Sehingga untuk mengatasi ketidakpastian ekonomi perusahaan diarahkan agar mengimplementasikan *intellectual capital* agar terus mempunyai kemampuan bersaing dan mempertahankan kinerja (Tarutè & Gatautis, 2014 dan Wang et al., 2015). *Intellectual capital* mempunyai peran yang sangat strategis dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi seperti saat pandemi covid-19, namun dalam konteks Indonesia belum banyak UMKM yang menyadari pentingnya

mengoptimalkan *intellectual capital* yang berpengaruh besar pada peningkatan keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan usaha (Widiastuti & Sulistyandari, 2013).

Corporate Social Responsibility merupakan variabel kedua yang mempengaruhi keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan UMKM selain *Intellectual Capital*. *Corporate Social Responsibility* adalah konsep multidimensi yang mencerminkan respons bisnis terhadap harapan dan kebutuhan pemangku kepentingan yang beragam termasuk individu, masyarakat, dan lingkungan (Yuan et al., 2020). *World Business Council* berpendapat bahwa istilah CSR memiliki konotasi komitmen tanpa henti untuk bertindak secara etis dan mengabdikan diri untuk pembangunan ekonomi dan upaya perusahaan untuk memperkaya standar kerja dan hidup karyawan mereka serta kualitas masyarakat (Holme & Watts, 2000). CSR dijelaskan melalui konsep *The Triple Bottom Line* menerangkan perusahaan harus memberikan perhatian pada 3P (*Profit, Planet, dan People*) agar dapat menjaga kelangsungan hidupnya (Elkington, 1998). Konsep CSR telah mendapat perhatian yang lebih tinggi dari akademisi dan praktisi (Martinez-Conesa et al., 2017). Implementasi CSR adalah cara bagi bisnis untuk mendapatkan keuntungan sendiri sambil bertanggung jawab atas pengaruhnya terhadap masyarakat dan lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan bisnis tersebut. CSR semakin penting untuk pengembangan perusahaan yang berkelanjutan dengan memperbaiki reputasi perusahaan, dorongan inovasi dan menumbuhkan kepercayaan pelanggan untuk mencapai retensi pelanggan dan dukungan

berkelanjutan (Mishra, 2017). Pada akhirnya implementasi CSR akan meningkatkan keunggulan kompetitif sekaligus kinerja keuangan (Jain et al., 2017).

Secara tradisional CSR dipandang sebagai bidang bisnis besar (Kechiche & Soparnot, 2012), tetapi UMKM adalah sektor yang sangat signifikan di seluruh dunia dalam hal dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial yang ditimbulkannya sehingga perhatian mulai dipusatkan terhadap praktik CSR UMKM yang menyebabkan sektor ini tidak lagi berada di luar gerakan CSR (Jenkins, 2009). Terkait implementasi CSR yang diterapkan oleh UMKM, Vives (2006) mempelajari langkah-langkah CSR yang dilaksanakan oleh UMKM dan menemukan bahwa UMKM memisahkan tanggung jawab sosial mereka menjadi tiga kategori yaitu kewajiban sosial internal, kewajiban eksternal dan berorientasi pada pengembangan ikatan kohesif dengan ekonomi lokal, dan kewajiban yang berhubungan dengan ketangguhan terhadap lingkungan atau ekosistem. Pertama, kewajiban sosial internal adalah kesejahteraan karyawan (Hamman et al., 2009). UMKM mengimplementasikan CSR melalui upaya untuk menjaga kesehatan dengan menyediakan lingkungan kerja yang bersih dan aman, upah yang adil, jaminan sosial, serta peningkatan keterampilan dan kompetensi melalui kesempatan pelatihan (Branco & Rodrigues, 2006). Kedua, kewajiban eksternal dan berorientasi pada pengembangan ikatan kohesif dengan ekonomi lokal (Juwaheer & Kassean, 2009). UMKM mencapai komitmen ini melalui integrasi sosial dalam hal menunjukkan tingkat keterkaitan yang tinggi dengan komunitas di mana operasional usahanya dilaksanakan sebagai sponsor dalam aktivitas lokal (Berger-Douce, 2008). Ketiga, adalah kewajiban yang berhubungan dengan ketangguhan

terhadap lingkungan atau ekosistem (Lewis & Cassells, 2010). Berbagai langkah telah diadopsi oleh UMKM untuk mengurangi dampak kegiatan operasional mereka terhadap lingkungan yang mencakup penetapan target terukur untuk pengurangan energi, kegiatan ramah lingkungan, program daur ulang, pengurangan emisi polusi ke udara dan air, serta pengelolaan limbah (Collins et al., 2007).

CSR tidak hanya berdampak pada sikap konsumen, niat pembelian mereka tetapi juga memiliki efek mendalam pada loyalitas, retensi dan kepuasan mereka (Chung et al., 2015). Manfaat tersebut akan menambah nilai lebih bagi perusahaan di masa depan dan akan membantu dalam menghasilkan profitabilitas jangka panjang. Dominasi teori pemangku kepentingan (*Stakeholder Theory*) dalam teori CSR menunjukkan bahwa CSR yang efektif mampu meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan (Hillman & Keim, 2001; Maqbool & Zameer, 2018; dan Kassa, 2019), dan mampu meningkatkan kinerja keuangan (Famiyeh, 2017; Nyeadi et al., 2018; Maqbool & Zameer, 2018; dan Le et al., 2021). Teori *Stakeholder* pertama kali digagas oleh Freeman (1984) dan menyatakan bahwa Teori *Stakeholder* adalah teori terkait organisasional manajemen dan etika bisnis yang membahas moral dan nilai dalam mengatur organisasi. Teori *Stakeholder* menyatakan perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus mampu menyuguhkan manfaat untuk *stakeholdernya*. Pemikiran dasar dari Teori *Stakeholder* adalah hubungan korporasi yang semakin kuat akan menyebabkan bisnis korporasi menjadi semakin baik, ataupun sebaliknya. Teori *Stakeholder* merupakan konsep manajemen strategik yang bertujuan untuk

mendukung perusahaan dalam memperkuat korelasi dengan kelompok eksternal, mengembangkan keunggulan kompetitif, dan kinerja (Mardikanto, 2014)

Pada praktiknya, penerapan CSR berbeda-beda dalam berbagai jenis industri yang dikategorikan berdasarkan *stakeholder* utama dan *stakeholder* kedua dari setiap perusahaan. Perbedaan *stakeholder* setiap perusahaan menyebabkan pengungkapan CSR yang berbeda, sebab perusahaan lebih mengutamakan pertanggungjawaban pada *stakeholder* utama terkait operasional bisnisnya. (Sweeney & Coughlan, 2008). Dalam konteks UMKM, pemegang saham bukan merupakan *stakeholder* utama dengan mengacu pada CSR, karena pada UMKM manajer atau pemilik merupakan pemegang saham signifikan (Sweeney, 2009). Berdasarkan hal tersebut, dimensi CSR penelitian ini mengacu pada penelitian Sweeney (2009) dan Agyemang & Ansong (2017) yang terdiri dari karyawan, pelanggan, masyarakat, dan lingkungan.

CSR memiliki dampak yang besar bagi keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan UMKM, sehingga CSR perlu diperhitungkan dalam upaya peningkatan keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan UMKM (Jain et al., 2017). Kesadaran UMKM Indonesia dalam penerapan CSR masih kurang dan perlu mendapatkan perhatian dari pemerintah dan akademisi (Trisnawati et al., 2021). Dalam konteks UMKM Indonesia khususnya Kabupaten Buleleng, pengaruh CSR terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan masih belum dapat diketahui arah kecenderungannya karena penelitian terkait CSR UMKM di Indonesia masih sangat terbatas. Bahkan penelitian terkait CSR UMKM di kabupaten Buleleng belum pernah dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian terkait pengaruh CSR

terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan dalam konteks UMKM di Indonesia sangat perlu dilakukan. Penelitian terkait pengaruh CSR terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan UMKM sudah banyak dilakukan dalam konteks penelitian internasional karena CSR dari UMKM mulai diperhatikan dan bahkan menjadi topik yang sangat penting untuk diungkap (Jain et al., 2017; Agyemang & Ansong 2017; Choongo, 2017; dan Le et al., 2021).

Hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh *intellectual capital* dan CSR terhadap keunggulan kompetitif serta implikasinya pada kinerja keuangan masih menunjukkan ketidakkonsistenan. Hasil penelitian Jain et al. (2017), Wijayanto et al. (2017), Isa & Deviana (2018), Wahyuni et al. (2019), dan Persada & Kusumawardhani (2021) menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif, sedangkan hasil penelitian Putri et al. (2017) dan Yuniar & Amanah (2021) menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh negatif terhadap keunggulan kompetitif. Hasil penelitian Jain et al. (2017), Famiyeh (2017), Kassa (2019), dan Sohail et al. (2020) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif, sedangkan hasil penelitian Wedysiage et al. (2021) menunjukkan CSR tidak berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif, bahkan hasil penelitian Yu et al. (2017) menunjukkan CSR berpengaruh negatif terhadap keunggulan kompetitif. Hasil penelitian Jain et al. (2017), Wijayanto et al. (2017), Widodo & Priyadi (2018), Isa & Deviana (2018), Prastuti & Budiasih (2019), Xu & Li (2019), Wahyuni et al. (2019), Persada & Kusumawardhani (2021), Yuniar & Amanah (2021), dan Le et al. (2021) menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh

positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, sedangkan hasil penelitian Putri et al. (2017), Wibisono & Panggabean (2019), dan Ristiani & Wahidahwati (2021) menunjukkan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hasil penelitian Jain et al. (2017), Agyemang & Ansong (2017), Choongo (2017), Famiyeh (2017), Maqbool & Zameer (2018), Nyeadi et al. (2018), Partalidou et al. (2020), dan Zahid et al. (2021) menunjukkan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, sedangkan hasil penelitian Widodo & Priyadi (2018), Prastuti & Budiasih (2019), dan Wibisono & Panggabean (2019) menunjukkan CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hasil penelitian Jain et al. (2017), Wijayanto et al. (2017), Ristiani & Wahidahwati (2021), dan Yuniar & Amanah (2021) menunjukkan keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, sedangkan hasil penelitian Wahyuni et al. (2019) dan Persada & Kusumawardhani (2021) menunjukkan keunggulan kompetitif berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja keuangan, bahkan hasil penelitian Wijayanto et al. (2017) menunjukkan keunggulan kompetitif berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan.

Penelitian ini berdasarkan pada penelitian Xu & Li (2019) yang meneliti pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Kinerja Keuangan UMKM, sehingga untuk menciptakan keterbaruan peneliti menambahkan satu variabel bebas yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan variabel intervening yaitu Keunggulan Kompetitif. Penambahan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) didasarkan pada perkembangan isu terkini yang menyebabkan CSR menjadi perhatian utama dalam literatur akademis dan praktik bisnis (Chae & Park, 2018),

disamping itu penelitian terkait CSR UMKM masih sangat terbatas di Indonesia. Penambahan variabel intervening didasarkan pada masih terbatasnya penelitian keunggulan kompetitif dalam memediasi hubungan antara *intellectual capital* dan kinerja keuangan karena sebagian besar penelitian mengabaikan pentingnya keunggulan kompetitif pada hubungan *intellectual capital* dan kinerja perusahaan (Chang & Lee, 2008). Pentingnya keunggulan kompetitif pada hubungan CSR dan kinerja keuangan juga sering diabaikan karena sebagian besar penelitian hanya berfokus pada pengujian hubungan langsung antara CSR dan kinerja perusahaan (Margolis & Walsh, 2003), sedangkan banyak peneliti yang mengklaim bahwa menguji hubungan langsung antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan akan menyamakan banyak faktor berpengaruh dalam hubungan ini yang menyebabkan temuan akhir dalam penelitian tidak dapat diandalkan (Wood, 2010; Alafi & Hasonah, 2012; dan Galbreath & Shum, 2012), sehingga untuk mendapatkan hasil yang andal maka variabel berpengaruh yang diabaikan harus dipertimbangkan dan diperiksa secara empiris salah satunya adalah variabel keunggulan kompetitif (Saeidi et al., 2015). Pada akhirnya penelitian ini menghasilkan model baru yang melibatkan *Intellectual Capital*, CSR, Keunggulan Kompetitif, dan Kinerja Keuangan dalam konteks UMKM.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis mengambil judul penelitian **“Pengaruh *Intellectual Capital* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Keunggulan Kompetitif serta Implikasinya pada Kinerja Keuangan UMKM di Kabupaten Buleleng”**.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. UMKM menjadi *safety net* yang menyelamatkan perekonomian pada saat krisis tahun 1998 dan 2008, namun saat ini UMKM menjadi sektor paling terpuruk akibat covid-19 yang menyebabkan terjadinya penurunan kinerja keuangan UMKM secara signifikan. Kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Buleleng juga mengalami penurunan signifikan yang ditunjukkan dengan penurunan penjualan, laba, dan kemampuan membayar hutang, bahkan rata-rata penurunan penjualan UMKM di Kabupaten Buleleng yaitu 61%, melebihi rata-rata penurunan penjualan UMKM secara nasional yaitu sebesar 58%.
2. Keunggulan kompetitif menjadi aspek yang sangat penting bagi UMKM untuk mempertahankan kinerja keuangan dalam ketidakpastian ekonomi dan ketatnya persaingan bisnis di masa pandemi covid-19, namun keunggulan kompetitif UMKM di Kabupaten Buleleng masih rendah dibandingkan dengan UMKM Kabupaten lain di Provinsi Bali.
3. Keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan ditengah ketidakpastian ekonomi dan ketatnya persaingan bisnis dapat ditingkatkan melalui pengoptimalan *Intellectual Capital* dan penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, namun di Indonesia termasuk Kabupaten Buleleng belum banyak UMKM yang menyadari pentingnya mengoptimalkan *intellectual capital* dan bahkan penerapan CSR oleh UMKM masih sangat terbatas.

4. Hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh *intellectual capital* dan CSR terhadap keunggulan kompetitif serta implikasinya pada kinerja keuangan UMKM masih mengalami ketidakkonsistenan.

1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Pembatasan masalah penelitian digunakan untuk menghindari penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian ini lebih terarah, sehingga tujuan penelitian tercapai. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penulis memfokuskan penelitian ini pada UMKM di Kabupaten Buleleng.
2. Kinerja keuangan UMKM dalam penelitian ini adalah situasi yang menunjukkan keadaan keuangan perusahaan berdasarkan ketetapan sasaran, standar, dan kriteria yang diukur melalui indikator *profit growth*, *sales growth* dan *leverage*.
3. Penulis memfokuskan penelitian ini pada keunggulan kompetitif yang didefinisikan sebagai perolehan kemampuan perusahaan dari karakteristik dan sumber dayanya sehingga memiliki kinerja diatas entitas lain pada industri sejenis yang diukur menggunakan indikator pengurangan biaya (*the reduction of costs*), eksploitasi peluang pasar (*the exploitation of market opportunities*), dan netralisasi ancaman persaingan (*the neutralization of competitive threats*).
4. Penulis memfokuskan penelitian ini pada *intellectual capital* yaitu aset entitas berbasis pengetahuan yang menjadi basis kemampuan pokok perusahaan serta dapat mempengaruhi daya tahan dan keunggulan bersaing yang terdiri dari tiga dimensi yaitu *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*.

5. Penulis memfokuskan penelitian ini pada *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang merupakan konsep multidimensi pencerminan respons bisnis terhadap keragaman harapan dan kebutuhan pemangku kepentingan termasuk individu, masyarakat, dan lingkungan yang terdiri dari empat dimensi yaitu *employees*, *customers*, *society*, dan *environment*.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, peneliti merumuskan beberapa rumusan masalah yang akan diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Apakah *Intellectual Capital* (IC) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM di Kabupaten Buleleng?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM di Kabupaten Buleleng?
3. Apakah *Intellectual Capital* (IC) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Buleleng?
4. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Buleleng?
5. Apakah keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Buleleng?
6. Apakah keunggulan kompetitif memediasi pengaruh *Intellectual Capital* (IC) terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Buleleng?
7. Apakah keunggulan kompetitif memediasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Buleleng?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk memberikan bukti empiris apakah *Intellectual Capital* (IC) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM di Kabupaten Buleleng.
2. Untuk memberikan bukti empiris apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM di Kabupaten Buleleng.
3. Untuk memberikan bukti empiris apakah *Intellectual Capital* (IC) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Buleleng.
4. Untuk memberikan bukti empiris apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Buleleng.
5. Untuk memberikan bukti empiris apakah keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Buleleng.
6. Untuk memberikan bukti empiris apakah keunggulan kompetitif memediasi pengaruh *Intellectual Capital* (IC) terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Buleleng.
7. Untuk memberikan bukti empiris apakah keunggulan kompetitif memediasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Buleleng.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik ditinjau secara teoritis maupun secara praktis.

1. Manfaat Teoritis.

- a. Penelitian ini diharapkan berguna sebagai referensi dan bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.
- b. Sebagai tambahan bahan pustaka bagi mahasiswa yang berkeinginan mengetahui pengaruh *intellectual capital* dan *corporate social responsibility* terhadap keunggulan kompetitif serta implikasinya pada kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Buleleng.
- c. Penelitian ini merupakan salah satu penelitian pertama terkait CSR pada UMKM di Indonesia, sehingga memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu akuntansi pertanggungjawaban sosial khususnya pada topik CSR dari UMKM.

2. Manfaat Praktis.

- a. Bagi Pemerintah Kabupaten Buleleng.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh *intellectual capital* dan *corporate social responsibility* terhadap keunggulan kompetitif serta implikasinya pada kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Buleleng. Hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan pertimbangan bagi Pemerintah Kabupaten Buleleng dalam menentukan kebijakan untuk meningkatkan kinerja keuangan UMKM.

b. Bagi Pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng

Hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan strategi bersaing dan meningkatkan kinerja keuangan oleh UMKM di Kabupaten Buleleng.

c. Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya serta menjadi bahan pengetahuan tambahan khususnya dalam bidang akuntansi pertanggungjawaban sosial, akuntansi keuangan, dan manajemen strategik.

1.7 Penjelasan Istilah

Seluruh penjelasan istilah dalam penelitian ini akan dijelaskan secara konseptual maupun operasional pada bagian kajian pustaka.

1.8. Asumsi Penelitian

Asumsi yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah adanya pengaruh *intellectual capital* dan *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan UMKM secara langsung, maupun secara tidak langsung melalui keunggulan kompetitif. Asumsi ini didasari oleh *Resource Based Theory* dan *Stakeholder Theory*.

1.9 Rencana Publikasi

Rencana publikasi hasil penelitian ini adalah pada jurnal Nasional bereputasi terindeks Sinta maupun jurnal Internasional bereputasi terindeks Scopus. Sebagai

penelitian eksplanatori pertama terkait CSR UMKM di Indonesia, maka penelitian ini memiliki peluang untuk diterima pada jurnal yang dituju.

