

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

UMKM menjadi pilar paling penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM menyerap 97% tenaga kerja, menyediakan 99% dari total lapangan kerja, menyumbang 61,07 % dari total Produk Domestik Bruto Nasional, menyumbang 14,37% dari total ekspor, dan menyumbang 60,42% dari total investasi (Kemenkopukm, 2020). UMKM menghadapi banyak permasalahan, disamping memiliki peran yang besar bagi perekonomian Indonesia. Sebanyak 72,47% UMKM di Indonesia mengalami 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 sudah sangat besar, ditambah lagi terkena dampak buruk dari pandemi covid-19 sehingga UMKM menjadi sangat terpuruk.

UMKM diketahui sedang mengalami penurunan kinerja yang signifikan berupa penurunan pendapatan atau penjualan, terganggunya arus kas, dan kredit macet (Elena, 2020). Berikut dalam gambar 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 PPE Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia.



Gambar 1.1 Informasi Penjualan UMKM Selama Pandemi Covid-19

Sumber: LIPI, (2020)

Berdasarkan gambar 1.1 dapat diketahui bahwa selama pandemi 94,69% UMKM mengalami penurunan penjualan dan terjadi penurunan harga jual produk atau jasa pada 58,76% UMKM. Disamping mengalami penurunan penjualan dan penurunan harga jual produk atau jasa, LIPI (2020) juga menguraikan biaya usaha UMKM cenderung tetap dan bahkan mengalami peningkatan yang terdiri dari peningkatan biaya bahan baku, biaya transportasi, biaya tenaga kerja, dan biaya lain-lain. Hal ini menunjukkan Pandemi Covid-19 menyebabkan keberlanjutan bisnis UMKM terancam karena banyak UMKM yang mengalami kebangkrutan akibat pendapatan yang menurun dan biaya yang meningkat. Sehingga pada saat ini memasuki era pasca pandemi, diperlukan strategi yang tepat untuk membangkitkan UMKM melalui perbaikan kinerja yang merupakan inti dari keberlanjutan bisnis UMKM.

Keberlanjutan UMKM menjadi permasalahan yang serius di Indonesia. UMKM menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, namun pengelolaan UMKM tidak mudah. Hasil studi dari Forbes, terdapat 8 dari 10 pelaku UMKM yang mengalami kegagalan di tahun ke-2 saat bisnisnya dimulai (OJK, 2020). Hal

ini menunjukkan bahwa angka keberlanjutan UMKM Indonesia sangat kecil dan perlu mendapatkan perhatian dari pemerintah.

Tiap daerah di Indonesia terkena dampak pandemi, akan tetapi pariwisata merupakan salah satu sektor yang paling terdampak (BPS, 2021), termasuk Provinsi Bali yang merupakan salah daerah yang perekonomiannya mengandalkan pariwisata, sehingga keberlanjutan UMKM di Bali pasca pandemi sangat menarik untuk dikaji. Berikut disajikan data perkembangan jumlah UMKM untuk mengetahui gambaran keberlanjutan bisnis UMKM pada tiap kabupaten di Provinsi Bali.

No.	Kabupaten/Kota	Jumlah UMKM pada Tahun		
		2019	2020	2021
1	Buleleng	34.374	54.489	57.216
2	Jembrana	24.346	46.277	66.537
3	Tabanan	42.744	43.715	47.160
4	Badung	19.261	22.647	40.989
5	Karangasem	40.468	57.456	40.614
6	Denpasar	32.026	32.224	32.226
7	Gianyar	75.482	75.542	75.620
8	Bangli	44.068	44.123	44.175
9	Klungkung	35.792	35.814	35.792

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah UMKM Di Provinsi Bali 2019-2021

Sumber : Data diolah, (2023).

Tabel 1.1 menunjukkan secara umum jumlah UMKM di Provinsi Bali mengalami peningkatan setiap tahun. Hal yang sangat menarik terjadi pada UMKM di Kabupaten Karangasem dan Klungkung yang mengalami penurunan jumlah pada tahun 2021. Pada tahun 2021 disaat jumlah UMKM tiap Kabupaten mengalami peningkatan, UMKM di Kabupaten Klungkung justru mengalami penurunan yang

pada Tahun 2020 berjumlah 35.814 menjadi 35.792 UMKM. Fenomena ini menunjukkan terdapat puluhan UMKM yang tutup dan tidak bisa melanjutkan aktivitas bisnisnya. Hal ini menjadi tantangan bagi Pemerintah Kabupaten Klungkung untuk mendukung UMKM dalam menjaga keberlanjutan usahanya. Kecamatan Klungkung menarik untuk diperhatikan, karena kecamatan tersebut mempunyai wilayah paling tersempit diantara kecamatan lainnya, akan tetapi karena ibu kota kabupaten berada di kecamatan tersebut menyebabkan Kecamatan Klungkung menjadi pusat pemerintah dan perekonomian sehingga mempunyai jumlah UMKM terbanyak dibandingkan tiga kecamatan lain. Berikut rincian luas wilayah dan jumlah UMKM di Kabupaten Klungkung.

Kecamatan	Luas Wilayah (Km)	Jumlah UMKM
Kecamatan Klungkung	2.905	10.852
Kecamatan Banjarangkan	4.573	9.037
Kecamatan Dawan	3.738	8061
Nusa Penida	20.284	7.845
Jumlah	31.500	35.795

Tabel 1.2 Luas Wilayah dan Jumlah UMKM Per Kecamatan di Kabupaten Klungkung Tahun 2022

Sumber : Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan
Kabupaten Klungkung (2023)

Tabel 1.2 menunjukkan Kecamatan Klungkung mempunyai luas wilayah paling kecil, namun mempunyai UMKM paling banyak sehingga menunjukkan padatnya UMKM di Kecamatan Klungkung yang menyebabkan persaingan sangat ketat yang berimbas pada ancaman terhadap keberlanjutan bagi UMKM yang tidak kuat bersaing.

Keberlanjutan usaha dapat diketahui dari keberhasilan suatu perusahaan

untuk melakukan inovasi baik itu dalam hal produk, dan pemasaran selain itu dalam pengelolaan karyawan dan pelanggan serta dalam pengembalian suatu modal. Keberlanjutan usaha bagi pelaku usaha akan memberikan manfaat untuk bisa menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan pendapatan usahanya. Selain itu keberlanjutan juga dapat memberikan suatu kesejahteraan dalam hal ini untuk mencapai hal tersebut harus memiliki kemampuan dan upaya untuk membuat strategi agar dapat mempertahankan keberlanjutan usahanya (Ratnasari, 2020b). Selain itu, keberlanjutan usaha menjadi salah satu kondisi ketika pelaku usaha dapat meningkatkan pencapaian keuntungan usaha secara terus menerus serta mampu dalam mempertahankan operasional usaha (Zumaroh, 2021). UMKM yang memiliki keberlanjutan bisnis adalah UMKM yang selalumengalami pertumbuhan dari waktu ke waktu. Artinya, jika UMKM mengalami stagnasi bisnis, maka dapat dipastikan bahwa UMKM tersebut tidak dapat melanjutkan bisnisnya (Kusuma et al., 2021). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki orientasi untuk berkembang dan melihat peluang untuk inovasi secara berkesinambungan (Hudson et al., 2001). Keberlanjutan usaha dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satu teori yang menjelaskan faktor-faktor berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha adalah *Resource-Based Theory*. *Resource Based Theory* dicetuskan oleh Wernerfelt (1984) yang menyebutkan bahwa suatu usaha akan semakin unggul dalam persaingan usaha dan mendapatkan kinerja keuangan yang baik dengan cara memiliki, menguasai, dan memanfaatkan aset-aset strategis yang penting (aset berwujud dan tidak berwujud). *Resource Based Theory* menyatakan bahwa perusahaan yang mampu mengelola sumber daya dan pengetahuan dengan baik maka perusahaan tersebut akan memiliki keunggulan kompetitif sehingga dapat

bersaing dengan lawan bisnisnya dan keberlanjutan perusahaan akan terjamin. Dalam proses penciptaan nilai perusahaan membutuhkan pemanfaatan optimal dari seluruh potensi sumber daya yang dimilikinya. Strategi yang potensial untuk meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan adalah dengan menyatukan aset berwujud dan aset tidak berwujud (Belkaoui, 2003). Sumber daya berwujud yang dimiliki oleh UMKM salah satunya adalah kas (uang) yang harus dikelola dengan baik sebagai modal usaha. Sumber daya tidak berwujud yang dimiliki oleh UMKM diantaranya pengetahuan atau kemampuan pengelolaan keuangan, inklusi keuangan, dan *entrepreneurial marketing* sebagai sumber daya internal perusahaan yang memiliki suatu nilai dan potensi dalam mendukung berjalannya suatu bisnis untuk mencapai suatu keunggulan bersaing dan pertumbuhan kinerja yang berkelanjutan.

Pengelolaan keuangan (*financial management*) menjadi faktor pertama yang mempengaruhi keberlangsungan UMKM berdasarkan *Resource-Based Theory*. Pengelolaan keuangan menyangkut kegiatan perencanaan usaha, pengelolaan kas dan pengendalian kegiatan keuangan. Manajemen keuangan ini dilakukan untuk mengatur keuangan dalam usaha yang berukuran kecil, mulai dari pendanaan, manajemen kas, dan kebutuhan untuk pengembangan usahanya (Husnan, 2010).

Pengelolaan keuangan juga didefinisikan seluruh proses yang dilakukan untuk mendapatkan pendapatan perusahaan dengan meminimalkan biaya, selain itu dalam penggunaan dan pengalokasian dana yang efisien dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Ruang lingkup pengelolaan keuangan mencakup kebijakan-kebijakan keuangan yang harus diambil untuk mendapatkan laba yang maksimum bagi pemilik perusahaan.

Pengelolaan keuangan UMKM di Indonesia masih belum dapat dikatakan berjalan dengan baik. Pramono (2017) menyebutkan bahwa kelemahan pengelolaan keuangan UMKM yang pertama adalah keuangan belum dipisahkan antara uang untuk modal usaha dan uang kebutuhan hidup sehari-hari karena pelaku UMKM memiliki pandangan yang masih sederhana terhadap sebuah usaha. Pelaku UMKM sebagian besar berpandangan bahwa hasil usaha akhirnya akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sehingga sering terjadi modal usaha digunakan untuk kebutuhan diluar kegiatan usaha termasuk didalamnya untuk kebutuhan konsumsi. Kedua, banyak pelaku UMKM yang tidak melakukan penyusunan laporan keuangan sebagai pemantauan dan bahan pengukuran kinerja usahanya walaupun dalam bentuk yang sangat sederhana, karena hal yang terpenting bagi pelaku UMKM adalah hasil penjualan hari ini dapat digunakan untuk modal hari selanjutnya. Pengelolaan keuangan menjadi hal yang sangat penting bagi keberlanjutan UMKM ditengah ketidakpastian ekonomi.

Kurangnya kemampuan UMKM dalam mengelola keuangan juga terlihat dari tingkat literasi keuangan UMKM. Literasi keuangan merupakan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*), dan keterampilan (*skill*), yang mempengaruhi sikap (*attitude*) dan perilaku (*behaviour*) untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (OJK, 2017). Ketika kemampuan pengelolaan keuangan rendah, maka pengelolaan keuangan menjadi kurang terarah. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2019 menunjukkan indeks literasi keuangan sebesar 38,03 persen yang tergolong masih rendah (OJK, 2019). UMKM di Indonesia memiliki pengetahuan tingkat literasi keuangan dalam pengelolaan usaha yang relatif rendah

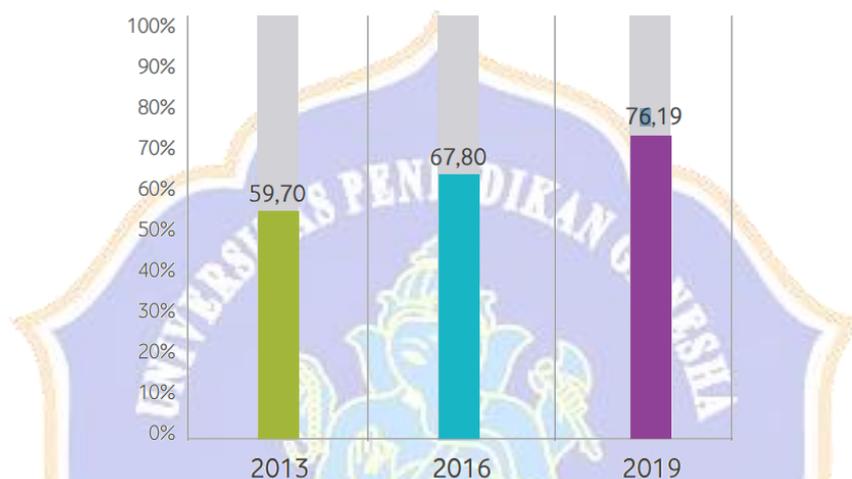
(Bank Indonesia, 2022).

Hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh pengelolaan keuangan terhadap keberlanjutan UMKM masih menunjukkan ketidakkonsistenan. Penelitian Dermawan (2019) dan Romero & Desiyanti (2021) menunjukkan pengelolaan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM, sedangkan penelitian Ardiyani et al., (2021) menunjukkan pengelolaan keuangan tidak berpengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM, yang mana peningkatan kinerja ini memiliki keterkaitan dengan keberlanjutan UMKM. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa penelitian terkait pengaruh pengelolaan keuangan terhadap keberlanjutan UMKM masih sangat perlu dan sangat penting untuk dilakukan.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keberlanjutan UMKM berdasarkan *Resource-Based Theory* adalah inklusi keuangan. Inklusi keuangan merupakan kajian yang menyeluruh guna menghilangkan berbagai macam hambatan terkait penggunaan dan pemanfaatan layanan jasa lembaga keuangan oleh masyarakat (Yanti, 2019). Selain itu, inklusi keuangan juga didefinisikan sebagai ketersediaan akses pada berbagai lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Akses permodalan yang baik merupakan hal yang dapat mendukung usaha agar terus bertahan dan berkembang. Inklusi keuangan sangat diperlukan oleh UMKM, namun ada berbagai hal yang menghambat permodalan pemilik usaha dari lembaga keuangan.

Inklusi keuangan sangat dibutuhkan oleh UMKM untuk dapat mengakses sumber permodalan yang digunakan dalam memulihkan usaha pasca pandemi Covid-19 dan membiayai operasional UMKM untuk dapat terus melanjutkan

aktivitas bisnisnya. Inklusi keuangan yang tinggi mampu mendukung UMKM untuk bersaing dengan pembisnis lain sehingga keberlanjutan usahanya dapat dipertahankan. Inklusi keuangan sangat penting bagi sebuah perusahaan, termasuk juga UMKM yang sering mengalami permasalahan terkait akses permodalan. Berikut pada Gambar 1.2 disajikan perkembangan indeks inklusi keuangan di Indonesia.



Gambar 1.2 Indeks Inklusi Keuangan Tahun 2013-2019

Sumber : OJK (2021)

Gambar 1.2 menunjukkan terjadi permasalahan terkait inklusi keuangan di Indonesia, dimana berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2019 menunjukkan indeks inklusi keuangan sebesar 76,19%. Meskipun tergolong masih rendah, angka tersebut meningkat dibanding hasil SNLIK tahun 2016, yaitu indeks indeks inklusi keuangan sebesar 67,8%. Hal ini menunjukkan masyarakat Indonesia secara umum mempunyai kemampuan yang masih kecil dalam mengakses berbagai lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan, yang termasuk juga didalamnya UMKM. Otoritas Jasa Keuangan memiliki komitmen tinggi dalam mendorong peningkatan inklusi (OJK, 2021).

Hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh inklusi keuangan terhadap keberlanjutan UMKM masih menunjukkan ketidakkonsistenan. Penelitian Kusuma et al., (2021) dan Surya (2023) menunjukkan inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM, sedangkan penelitian Hilmawati & Kusumaningtias (2021), dan Dermawan (2019) menunjukkan inklusi keuangan tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa penelitian terkait pengaruh inklusi keuangan terhadap keberlanjutan UMKM masih sangat perlu dan sangat penting untuk dilakukan.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keberlanjutan UMKM berdasarkan *Resource-Based Theory* adalah *entrepreneurial marketing*. Pada awalnya, Gardner (1994) memperkenalkan konsep *entrepreneurial marketing* sebagai sebagai antarmuka perilaku kewirausahaan dan pemasaran dimana inovasi dibawa ke pasar. *Entrepreneurial marketing* mengacu pada identifikasi dan eksploitasi peluang secara proaktif untuk tujuan memperoleh dan mempertahankan keuntungan pelanggan melalui pendekatan inovatif atas manajemen risiko, pemanfaatan sumber daya, dan penciptaan nilai (Morris et al., 2001). *Entrepreneurial marketing* juga dapat didefinisikan sebagai fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan *stakeholder*, dan ditandai dengan adanya inovasi, pengambilan risiko, keproaktifan, dan dapat dilakukan tanpa sumber daya yang saat ini dikendalikan (Kraus et al., 2010).

Saat ini sudah banyak pelaku bisnis yang mengadopsi pendekatan *entrepreneurial marketing* untuk dapat meningkatkan kemampuannya dalam

mengoperasikan bisnis di tengah situasi ketidakpastian lingkungan yang tinggi (Herman et al., 2018). *Entrepreneurial marketing* mengacu pada strategi yang dilakukan perusahaan untuk dapat meraih keunggulan kompetitif di industri yang dikarakteristikan oleh tingginya ketidakpastian lingkungan dengan menggunakan sumberdaya terbatas yang dimiliki perusahaan. Pelaku bisnis kecil perlu memahami dan menerapkan pendekatan *entrepreneurial marketing* karena perusahaan kecil menghadapi tantangan lebih besar dalam hal persaingan. Di situasi ketidakpastian lingkungan yang tinggi, selain bersaing dengan perusahaan kecil lainnya, perusahaan kecil juga bersaing dengan perusahaan besar. Kepemilikan sumber daya terbatas menyebabkan perusahaan kecil harus mampu menyusun strategi untuk dapat bersaing dengan perusahaan besar. Karenanya pendekatan *entrepreneurial marketing* menjadi sangat penting untuk diterapkan pada perusahaan kecil untuk meningkatkan daya saingnya.

Pendekatan *entrepreneurial marketing* dapat digunakan sebagai strategi bagi pelaku usaha kecil di industri ekonomi kreatif untuk bertahan di tengah ketidakpastian pasca pandemi dan juga di era VUCA (*Volatility, Uncertainty, Complexity, dan Ambiguity*) yakni lingkungan bisnis yang semakin bergejolak, kompleks, dan semakin tidak pasti. *Entrepreneurial marketing* mempunyai peranan penting terhadap peningkatan kinerja bisnis dan keberlanjutan bisnis kecil dalam jangka panjang terutama untuk bisnis skala menengah dan kecil seperti UMKM di Indonesia (Setiyaningrum & Ramawati, 2020). *Entrepreneurial marketing* menjadi pilihan strategi yang lebih sesuai untuk bisnis kecil yang memiliki keterbatasan sumber daya untuk terus bertahan di masa mendatang (Stokes, 2000).

Hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh *entrepreneurial marketing*

terhadap keberlanjutan UMKM masih menunjukkan ketidakkonsistenan. Penelitian Nandita et al., (2019) dan Purba (2019) menunjukkan *entrepreneurial marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan dan keunggulan bersaing UMKM yang berhubungan dengan keberlanjutan UMKM, sedangkan penelitian Merdekawati & Rosyanti (2019) menunjukkan *entrepreneurial marketing* tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa penelitian terkait pengaruh *entrepreneurial marketing* terhadap keberlanjutan UMKM masih sangat perlu dan sangat penting untuk dilakukan.

Penelitian ini dilaksanakan berdasarkan pada penelitian Hertadiani & Lestari (2021) tentang pengaruh inklusi keuangan dan pengelolaan keuangan terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di Jakarta Timur. Peneliti menyesuaikan variabel terikat yang awalnya kinerja UMKM menjadi keberlanjutan UMKM, kemudian menambahkan satu variabel bebas yaitu *entrepreneurial marketing* untuk menciptakan kebaruan (*novelty*) penelitian. Penelitian ini memiliki perbedaan lokasi dengan penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu dilakukan di Jakarta Timur, sedangkan penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Klungkung.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk mencari bukti empiris terkait faktor yang dapat mempengaruhi keberlanjutan UMKM di Kecamatan Klungkung dengan mengambil judul “Pengaruh Inklusi Keuangan, Pengelolaan Keuangan, dan *Entrepreneurial Marketing* terhadap Keberlanjutan UMKM di Kecamatan Klungkung”.

1.2 Identifikasi Masalah

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

- 1.2.1 UMKM berkontribusi paling besar terhadap perekonomian Indonesia, namun saat ini UMKM menjadi sektor paling terpuruk akibat Covid-19 yang menyebabkan terjadinya penurunan kemampuan keberlanjutan UMKM ditandai dengan banyaknya UMKM yang bangkrut karena tidak mampu bersaing ditengah ketidakpastian ekonomi akibat pandemi.
- 1.2.2 UMKM di Provinsi Bali mengalami peningkatan jumlah dalam periode terakhir, namun UMKM di Kecamatan Klungkung justru mengalami penurunan yang menunjukkan keberlanjutan UMKM di Kecamatan Klungkung lebih rendah dibandingkan Kecamatan lain di Provinsi Bali. Sehingga strategi penguatan keunggulan kompetitif dan peningkatan keberlanjutan UMKM sangat penting untuk dikaji.
- 1.2.3 UMKM di Indonesia, termasuk di Kecamatan Klungkung mempunyai permasalahan terkait pengelolaan keuangan.
- 1.2.4 Masyarakat Indonesia, termasuk juga di dalamnya UMKM Kecamatan Klungkung mempunyai permasalahan terkait inklusi keuangan yang masih rendah. Hal ini menunjukkan masyarakat Indonesia secara umum mempunyai kemampuan yang masih kecil dalam mengakses berbagai lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan.
- 1.2.5 Pendekatan *entrepreneurial marketing* menjadi salah satu strategi utama bagi UMKM untuk dapat bersaing dan mempertahankan bisnis di tengah ketidakpastian pasca pandemi dan juga di era VUCA (*Volatility*,

Uncertainty, Complexity, dan Ambiguity). *Entrepreneurial marketing* menjadi pilihan strategi yang lebih sesuai untuk bisnis kecil yang memiliki keterbatasan sumber daya untuk terus bertahan di masa mendatang.

1.2.6 Hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh inklusi keuangan, pengelolaan keuangan, dan *entrepreneurial marketing* terhadap keberlanjutan UMKM masih mengalami inkonsistensi.

1.3 Pembatasan Masalah

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

1. Penulis memfokuskan penelitian ini pada UMKM di Kecamatan Klungkung sebagai subjek penelitian.
2. Penulis memfokuskan penelitian ini pada inklusi keuangan, pengelolaan keuangan, *entrepreneurial marketing*, dan keberlanjutan UMKM sebagai objek penelitian.

1.4 Perumusan Masalah

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

- 1.4.1 Apakah inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM di Kecamatan Klungkung?
- 1.4.2 Apakah pengelolaan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM di Kecamatan Klungkung?
- 1.4.3 Apakah *entrepreneurial marketing* berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keberlanjutan UMKM di Kecamatan Klungkung?

1.5 Tujuan Penelitian

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

- 1.5.1 Memberikan bukti empiris pengaruh inklusi keuangan terhadap keberlanjutan UMKM di Kecamatan Klungkung.
- 1.5.2 Memberikan bukti empiris pengaruh pengelolaan keuangan terhadap keberlanjutan UMKM di Kecamatan Klungkung.
- 1.5.3 Memberikan bukti empiris pengaruh *entrepreneurial marketing* terhadap keberlanjutan UMKM di Kecamatan Klungkung.

1.6 Manfaat Penelitian

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

1.6.1 Manfaat Teoritis.

- a) Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.
- b) Sebagai tambahan bahan pustaka bagi mahasiswa yang ingin mengetahui pengaruh inklusi keuangan, pengelolaan keuangan, dan *entrepreneurial marketing* terhadap keberlanjutan UMKM di Kecamatan Klungkung.

1.6.2 Manfaat Praktis.

- a) Bagi Pemerintah Kabupaten Klungkung.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh inklusi keuangan, pengelolaan keuangan, dan *entrepreneurial marketing* terhadap keberlanjutan UMKM di Kecamatan Klungkung. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi Pemerintah Kabupaten

Klungkung dalam menentukan kebijakan untuk meningkatkan keberlanjutan UMKM.

b) Bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Klungkung

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan strategi bersaing dan meningkatkan keberlanjutan usaha.

c) Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya serta menjadi bahan pengetahuan tambahan khususnya dalam bidang akuntansi keuangan.

