BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

UMKM memiliki kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian Indonesia. Pada tahun 2022 kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yakni sebesar 61,09% (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2023). Selain memiliki kontribusi yang besar bagi perekonomian, UMKM juga memiliki permasalahan terkait keberlanjutan usahanya. 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 keberlanjutan usaha UMKM rendah.

Keberlanjutan usaha merupakan 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 selalu mengalami 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).

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). 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 pengelolaan keuangan, digitalisasi bisnis dan *enterpreneurial 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.

Faktor pertama yang mempengaruhi keberlanjutan usaha UMKM berdasarkan *Resource-Based Theory* adalah pengelolaan keuangan. 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.

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

Faktor kedua yang mempengaruhi keberlanjutan usaha UMKM berdasarkan *Resource-Based Theory* adalah digitalisasi bisnis. Digitalisasi bisnis adalah proses menggunakan teknologi dalam operasi bisnis untuk meningkatkan efisiensi, pengalaman pelanggan, dan penjualan. Digitalisasi adalah pendorong penting untuk meningkatkan kemampuan inovasi perusahaan (Denicolai et al., 2021) yang penting untuk menjamin keberlanjutan dengan membantu perusahaan bersaing dengan pesaing (Lo et al., 2021).

Faktor terakhir yang mempengaruhi keberlanjutan usaha UMKM berdasarkan *Resource-Based Theory* adalah *entrepreneurial marketing.* Pada awalnya, Gardner (1994) memperkenalkan konsep *entrepreneurial marketing* sebagai antarmuka perilaku kewirausahaan dan pemasaran dimana inovasi dibawa ke pasar. *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 dikarakteristikkan 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).

Pada masa pandemi Covid-19 telah memberikan dampak negatif pada kinerja ekonomi baik secara global maupun nasional. Sektor-sektor yang paling terpengaruh secara signifikan meliputi transportasi, pariwisata, perdagangan,

kesehatan, dan beberapa sektor lainnya. Sektor yang mengalami dampak terburuk adalah industri UMKM (Susilawati et al., 2020). Setidaknya 37 ribu UMKM di Indonesia mengalami penurunan kinerja akibat Covid-19. Dampak yang dialami meliputi penurunan penjualan (56%), masalah pendanaan (22%), distribusi barang (15%), dan akses bahan baku (4%) (Rahman, 2020). Permasalahan terkait keberlanjutan usaha terjadi pada UMKM di Kabupaten Buleleng. Penjualan menjadi komponen penting dalam pengukuran keberlanjutan usaha. Namun semua sektor usaha UMKM di Kabupaten Buleleng mengalami permasalahan rata-rata penurunan penjualan sebesar 61% sesuai data yang tersaji pada Tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1
Kinerja UMKM di Kabupaten Buleleng Pada Awal Covid-19

No.	Dampak	Persentase
1	Penurunan penjualan	Rata-rata 61%
2	Penurunan laba usaha	Rata-rata 61%
3	Permasalahan modal	Dialami oleh 71,4% UMKM
4	Penurunan kemampuan pembayaran angsuran bank	Dirasakan hampir 100% UMKM

Sumber: Balitbang Kab. Buleleng & LP2M Undiksha (2020).

Data yang disajikan dalam Tabel 1.1 mencerminkan situasi yang cukup mengkhawatirkan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Buleleng pada awal pandemi covid-19. Di antara dampak yang terjadi, penurunan penjualan dan laba usaha sebesar rata-rata 61% menjadi sorotan utama. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM di wilayah tersebut mengalami penurunan signifikan dalam kinerja finansial pada UMKM wilayah kabupaten Buleleng. Selain itu, terdapat permasalahan lain yang turut memengaruhi keberlanjutan usaha UMKM, seperti permasalahan modal dan kemampuan pembayaran angsuran bank. Lebih dari tujuh puluh persen UMKM mengalami masalah modal, yang menjadi hambatan dalam menjalankan dan mengembangkan usaha mereka. Sementara hampir semua UMKM mengalami kesulitan dalam membayar angsuran bank, yang

menandakan beban finansial yang cukup berat dan mengancam keberlangsungan usaha. Pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng menghadapi tantangan serius yang dapat mengancam kelangsungan usaha mereka. Penurunan penjualan dan laba usaha secara signifikan dapat menyebabkan kesulitan finansial yang serius, sementara permasalahan modal dan pembayaran angsuran bank dapat menghambat kemampuan UMKM untuk bertahan dan tumbuh. Jika tidak segera ditangani, masalah ini dapat mengakibatkan banyak UMKM gulung tikar dan berpotensi merusak ekonomi lokal serta menciptakan dampak sosial yang luas. Oleh karena itu, dibutuhkan langkah-langkah strategis baik dari pemerintah maupun pihak terkait lainnya untuk mendukung keberlanjutan usaha UMKM di Kabupaten Buleleng.

Kabupaten Buleleng sendiri terdiri dari 9 kecamatan, dimana masing-masing kecamatan mengalami fluktuasi perkembangan UMKM. Berdasarkan data dari Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Buleleng (2023) UMKM terbagi menjadi dua kategori yakni usaha formal dan usaha informal. Usaha formal adalah usaha yang telah terdaftar, tercatat dan telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), sedangkan usaha informal adalah usaha yang belum terdaftar, belum tercatat dan belum berbadan hukum. Adapun data jumlah UMKM formal per Kecamatan di Kabupaten Buleleng 5 tahun terakhir dapat disajikan pada Tabel 1.2 berikut.

Tabel 1.2
Perkembangan Jumlah UMKM Formal Per Kecamatan di Kabupaten Buleleng 5 Tahun Terakhir

No	Kecamatan	2019	2020	2021	2022	2023
1	Buleleng	297	153	115	69	2.408
2	Gerokgak	257	144	284	292	1.050
3	Sukasada	145	106	59	37	930
4	Seririt	123	69	41	0	564
5	Banjar	93	95	34	37	491
6	Sawan	109	83	83	27	446
7	Tejakula	123	120	99	100	372
8	Kubutambahan	81	45	24	19	347
9	Busungbiu	113	71	55	43	188
Jumlah		**1.341**	**886**	**794**	**624**	**6.796**

Sumber: Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kab. Buleleng (2023).

Berdasarkan data dalam Tabel 1.2 diketahui bahwa Kecamatan Buleleng merupakan Kecamatan yang memiliki jumlah UMKM formal terbanyak selama lima tahun terakhir, bahkan pada tahun 2023 jumlahnya mencapai 2.408 UMKM. Secara lebih mengkhusus, UMKM formal di Kecamatan Buleleng terbagi menjadi empat sektor usaha yakni perdagangan, aneka jasa, industri pertanian dan industri non pertanian yang jumlah tiap sektornya dapat dilihat pada Tabel 1.3 berikut.

Tabel 1.3
Perkembangan Jumlah UMKM Formal Per Sektor Usaha di Kecamatan Buleleng

No	Sektor	2020	2021	2022	2023
1	Perdagangan	96	96	46	1.196
2	Aneka Jasa	41	15	22	888
3	Industri Pertanian	1	0	0	296
4	Industri non Pertanian	15	4	1	28
Jumlah		**153**	**115**	**69**	**2.408**

Sumber: Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kab. Buleleng (2023).

Tabel 1.3 menunjukan perkembangan UMKM Formal di Kecamatan Buleleng dari tahun 2020 hingga 2023. Pada tahun 2020 hingga 2022 terlihat tidak ada perkembangan yang signifikan dari UMKM Formal di Kecamatan Buleleng, hal tersebut disebabkan oleh pandemi covid-19 yang melanda sehingga terjadinya

penurunan kinerja UMKM. Pada tahun 2023 pasca pandemi UMKM di Kecamatan Buleleng mulai mengalami perkembangan, mayoritas UMKM formal di Kecamatan Buleleng bergerak pada sektor perdagangan yakni dengan jumlah 1.196 UMKM. Namun dibalik tingginya perkembangan jumlah UMKM formal sektor perdagangan tersebut, tentunya pelaku UMKM sektor perdagangan memiliki tantangan tersendiri agar bisa mempertahankan usahanya ditengah banyaknya persaingan usaha. Sehingga berdasarkan data tersebut, penelitian keberlanjutan pada UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng sangat penting untuk dilakukan.

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan bersama Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Koperasi, UKM Kabupaten Buleleng yang menyatakan bahwa pelaku UMKM sektor perdagangan yang ada di Kecamatan Buleleng tidak melakukan pelaporan kegiatan usahanya dari tahun ke tahun, sehingga untuk mengetahui perkembangan keberlanjutan usaha yang dirasakan oleh pelaku UMKM sektor perdagangan tidak dapat diketahui secara pasti. Oleh karena itu, penulis melakukan sebuah observasi awal kepada beberapa pelaku UMKM sektor perdagangan yang ada di Kecamatan Buleleng untuk mengetahui hal tersebut.

Dari hasil observasi awal terkait keberlanjutan UMKM yang penulis lakukan terhadap 30 UMKM formal sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng menunjukan bahwa mayoritas pelaku UMKM sektor perdagangan masih mampu untuk bertahan pada pasca pandemi hingga saat ini, namun menghadapi permasalahan di dalam mempertahankan keberlanjutan usahanya. Melalui observasi dengan pertanyaan berdasarkan indikator peningkatan omset penjualan, peningkatan volume penjualan, peningkatan jumlah pelanggan, perluasan media

pemasaran, dan *branding* (Wijayanti & Hanandia 2022). Menunjukkan hasil bahwasanya pelaku UMKM sektor perdagangan dengan rata-rata 59,3% UMKM menjawab tidak pada pernyataan yang mengukur keberlanjutan usaha, sehingga hal tersebut dapat menunjukan bahwasanya pelaku UMKM sektor perdagangan menghadapi permasalahan dalam mempertahankan keberlanjutan usahanya, dapat dilihat pada Tabel 1.4 berikut.

Tabel 1.4
Survei Awal Keberlanjutan Usaha UMKM Sektor Perdagangan di Kecamatan Buleleng

No.	Indikator	Ya	Tidak
1	Peningkatan omzet penjualan	36,7%	63,3%
2	Peningkatan volume penjualan	33,3%	66,7%
3	Peningkatan jumlah pelanggan	40,0%	60,0%
4	Perluasan media pemasaran	26,7%	73,3%
5	*Branding*	63,3%	33,3%

Sumber: data diolah (2024).

Dari Tabel 1.4 diketahui bahwa 63,3% pemilik UMKM tidak mengalami peningkatan omzet penjualan atau pendapatan secara keseluruhan yang berasal dari hasil penjualan barang dalam suatu periode. 66,7% UMKM tidak mengalami peningkatan volume penjualan atau jumlah barang yang terjual dalam suatu periode. 60% UMKM tidak mengalami peningkatan jumlah pelanggan. 73,3% UMKM tidak melakukan perluasan media pemasaran atau peningkatan penggunan sarana untuk mengenalkan produk serta layanan kepada pelanggan dan calon pelanggan. 33,3% UMKM tidak melakukan aktivitas mempertahankan serta memperkuat merek atau brand untuk memberikan citra positif bagi usaha yang dijalani. Hanya pada indikator branding lebih sedikit pelaku UMKM yang menjawab tidak sehingga mayoritas UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng sudah berusaha untuk menciptakan citra positif pada usahanya.

Hasil observasi menunjukkan hal yang sejalan dengan data yang disajikan sebelumnya pada tahun 2020, meskipun kini pelaku UMKM sektor perdagangan telah mulai membenahi diri dan bangkit sedikit demi sedikit. Namun kombinasi dari data ini menunjukkan bahwa UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng masih menghadapi tantangan serius dalam menjaga keberlanjutan usaha mereka. Penurunan penjualan dan laba usaha bersamaan dengan permasalahan modal dan kemampuan pembayaran angsuran bank dapat menghambat pertumbuhan dan bahkan kelangsungan hidup UMKM. Selain itu, kurangnya respons positif terhadap indikator-indikator keberlanjutan usaha menunjukkan bahwa banyak UMKM sektor perdagangan yang belum mampu atau belum fokus untuk meningkatkan kinerja dan daya saing mereka dalam pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, langkah-langkah yang menyeluruh dan strategis perlu diambil untuk mendukung UMKM sektor perdagangan dalam menghadapi tantangan ini dan menjaga keberlanjutan usaha mereka.

Berdasarkan hal diatas, sehingga dapat disimpulkan bahwa UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng mayoritas mengalami permasalahan penurunan volume penjualan, penurunan omzet atau pendapatan penjualan, penurunan jumlah pelanggan dan mengalami permasalahan dalam melakukan media pemasaran. Hal tersebut tentunya akan memberikan dampak yang buruk bagi pelaku UMKM sektor perdagangan untuk dapat mempertahankan keberlanjutan usahanya. Adapun tujuan pokok dijalankannya suatu usaha adalah untuk memperoleh omzet atau pendapatan tinggi yang diperoleh dari hasil penjualan, dimana omzet atau pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup serta untuk membiayai operasional usaha kedepannya. Namun didalam mendukung keberlanjutan dan pengembangan UMKM tidaklah mudah,

karena omzet atau pendapatan yang didapatkan oleh para pelaku UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng cenderung tidak stabil. Sehingga omzet atau pendapatan yang tidak mengalami peningkatan akan menjadi kendala bagi pelaku UMKM sektor perdagangan dalam mempertahankan keberlanjutan usahanya. Penurunan penjualan terjadi karena jumlah barang atau jasa yang terjual tidak mengalami peningkatan. Hal itu juga disebabkan oleh minimnya jumlah pelanggan dalam melakukan sebuah pembelian, sehingga apabila ini terus terjadi maka berpotensi menyebabkan usaha akan mengalami kebangkrutan. Sehingga dengan menerapkan media pemasaran merupakan hal yang sangatlah penting untuk dilakukan oleh pelaku UMKM sebagai sarana untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada pelanggan dan atau calon pelanggan. Apalagi pada saat ini pemasaran menggunakan teknologi digital memiliki peran yang sangat penting untuk mendukung keberlanjutan usaha. Sehingga pelaku UMKM sektor perdagangan yang kurang menerapkan media pemasaran akan mengalami kesulitan dalam menghadapi persaingan. Dengan demikian, berbagai permasalahan tersebut tentunya dapat menyebabkan keberlanjutan usaha UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng rendah.

Dalam menunjang keberlanjutan usaha yang baik maka diperlukan pengelolaan keuangan yang baik pula. Karena jika pelaku UMKM bisa memahami bahwa dengan melakukan pengelolaan yang baik secara tidak langsung akan mampu mendorong keberlanjutan usaha mereka. Namun fenomena yang ada, dimana pengelolaan keuangan yang dilakukan oleh pelaku UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng masih rendah. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil observasi awal yang peneliti lakukan secara langsung terhadap 30 orang pelaku UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng, menunjukan

bahwa dari 30 responden, sebanyak 17 pemilik UMKM atau 56,7% tidak melakukan pengelolaan keuangan dengan baik mulai dari kegiatan perencanaan usaha, pengelolaan kas dan pengendalian kegiatan keuangannya. Hal tersebut disebabkan oleh keterbatasan ilmu akuntansi yang dimiliki pelaku UMKM, yang menyebabkan pencatatan keuangannya masih menggunakan pencatatan secara sederhana dan manual. Sehingga pelaku UKM sering mengalami kesulitan untuk menyisihkan keuangan pribadi dengan keuangan milik usahanya. Selain itu, hal ini juga dikarenakan masih kurangnya pemahaman pelaku UMKM mengenai literasi keuangan. Literasi keuangan masyarakat Bali Tahun 2022 berada di angka 57,66 persen (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Literasi keuangan yang rendah akan menyebabkan buruknya pengelolaan keuangan bagi pelaku UMKM yang akan mengakibatkan permasalahan pada keberlanjutan usahanya.

Fenomena selanjutnya adalah UMKM memiliki permasalahan terkait digitalisasi bisnis. Berdasarkan data Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bali, nilai tingkat elektronifikasi transkasi pemerintah daerah di Buleleng dan Klungkung masing-masing sebesar 2,84. Sisanya, kabupaten lain di Bali berada di atas 3 dengan nilai tertinggi berada di Denpasar sebesar 3,73. Rendahnya penerapan digitalisasi dalam melakukan transaksi tersebut juga dirasakan oleh pelaku UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng, hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil obervasi bahwasanya 20 pemilik UMKM atau 66,7% belum mampu memanfaatkan perangkat lunak atau aplikasi (aplikasi mobile, media sosial, dan transaksi pembayaran digital), perangkat keras (*handphone*, laptop, atau komputer), dan akses internet dengan baik dalam menjalankan aktivitas usahanya. Beberapa pelaku UMKM sektor perdagangan yang menyebutkan alasan tidak menggunakan teknologi di dalam aktivitas usahanya karena dirasa kurang etis jika menggunakan

komputer untuk mencatat kegiatan usahanya dengan melihat minimnya jumlah pembelian dan pelaku UMKM sektor perdagangan juga masih kurang memahami dalam penggunaan *e-commerce* sebagai media untuk mengembangkan usahanya. Selain itu beberapa pelaku UMKM sektor perdagangan juga mengatakan bahwasanya tidak menggunakan pembayaran digital seperti QRIS dengan efektif dikarenakan besarnya potongan pajak yang didapatkan. Sehingga dengan rendahnya penerapan digitalisasi bisnis menyebabkan pelaku UMKM sektor perdagangan kurang dapat mengikuti perkembangan perilaku konsumen yang lebih banyak memilih melakukan transaksi secara online. Padahal diketahui bahwa penggunaan digitalisasi bisnis sangat penting diterapkan secara optimal, dimana tidak hanya merupakan sarana bagi pelaku UMKM sektor perdagangan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses usaha dan mentransformasi model usaha yang ada, namun juga merupakan sarana bagi pelaku UMKM sektor perdagangan untuk dapat bertahan dalam perekonomian usaha baru saat ini dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat.

Entrepreneurial marketing membantu UMKM untuk dapat bertahan dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif dan tidak stabil. Namun hasil observasi awal sebanyak 21 pemilik UMKM atau 70% tidak menerapkan *entrepreneurial marketing.* Mayoritas responden tidak melakukan identifikasi dan eksploitasi peluang secara proaktif untuk tujuan memperoleh dan mempertahankan keuntungan serta pelanggan, melakukan pendekatan inovatif, melakukan manajemen risiko, pemanfaatan sumber daya, dan membuat sesuatu lebih berharga dalam pemasarannya. Sehingga hal ini dapat menghambat keberlanjutan usaha UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng karena prinsip-prinsip kewirausahaan belum diaplikasikan secara maksimal dalam proses pemasaran.

Hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh pengelolaan keuangan, digitalisasi bisnis, dan *entrepreneurial marketing* terhadap keberlanjutan usaha UMKM masih menunjukkan ketidakkonsistenan. Penelitian Dermawan (2019) dan Romero & Desiyanti (2021) menunjukkan pengelolaan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha 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 usaha UMKM. Hasil penelitian Arifin (2023) dan Jayanti & Karnowati (2023) menunjukkan digitalisasi bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha UMKM, sedangkan penelitian Annas (2021) menunjukkan digitalisasi bisnis pada aspek e-commerce berpengaruh tidak signifikan terhadap keberlanjutan usaha UMKM. 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 usaha UMKM, sedangkan penelitian Merdekawati & Rosyanti (2019) menunjukkan *entrepreneurial marketing* tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha UMKM. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa penelitian terkait pengaruh pengelolaan keuangan, digitalisasi bisnis, dan *entrepreneurial marketing* terhadap keberlanjutan usaha UMKM masih sangat perlu dan penting untuk dilakukan.

Penelitian ini didasarkan pada penelitian Riska, dkk (2023) dengan judul Pengaruh Inklusi Keuangan, Pengelolaan Keuangan, dan *Entrepreneurial Marketing* Terhadap Keberlanjutan UMKM Kecamatan Klungkung. Peneliti menambahkan satu variabel bebas yakni digitalisasi bisnis untuk menciptakan kebaruan (*novelty*). Penelitian ini juga memiliki perbedaan lokasi dengan penelitian

terdahulu. Penelitian terdahulu dilakukan pada UMKM di Kecamatan Klungkung, sedangkan penelitian ini dilakukan pada UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng.

Adapun *research gap* dari penelitian ini ialah inkonsistensi hasil penelitian terdahulu pada ketiga variabel bebas serta penggunaan variabel *entrepreneurial marketing* untuk meneliti pengaruhnya terhadap keberlanjutan usaha UMKM yang masih jarang digunakan. Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti keberlanjutan usaha UMKM di Kecamatan Buleleng dengan mengambil judul **"Pengaruh Pengelolaan Keuangan, Digitalisasi Bisnis dan *Entrepreneurial Marketing* Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM Sektor Perdagangan di Kecamatan Buleleng".**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada pemaparan latar belakang di atas, dapat diidentifikasikan permasalahan sebagai berikut.

1. UMKM di Kabupaten Buleleng mengalami rata-rata penurunan penjualan sebesar 61%, penurunan laba usaha 61%, permasalahan modal yang dialami 71,4% UMKM, dan penurunan kemampuan pembayaran angsuran bank yang dirasakan hampir oleh 100% UMKM.
2. Hasil survei awal menunjukkan bahwa 59,3% UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng memiliki keberlanjutan usaha yang rendah.
3. 56,7% UMKM dalam survei awal tidak melakukan pengelolaan keuangan dengan baik, dikarenakan pelaku UMKM masih menggunakan pencatatan secara sederhana dan manual, hal ini juga dikarenakan masih kurangnya pemahaman mengenai literasi keuangan. Literasi keuangan masyarakat Bali

Tahun 2022 berada di angka 57,66 persen (Otoritas Jasa Keuangan ,2022). Literasi keuangan yang rendah akan menyebabkan buruknya pengelolaan keuangan bagi pelaku UMKM yang akan mengakibatkan permasalahan pada keberlanjutan usaha UMKM.

4. Digitalisasi bisnis mempunyai peran penting dalam mendukung keberlanjutan UMKM, namun 66,7% UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng yang belum mampu menerapkan penggunaan perangkat lunak, aplikasi dan akses internet dengan baik di dalam menjalankan aktivitas usahanya.
5. 70% UMKM tidak menerapkan *entrepreneurial marketing.* Mayoritas responden tidak melakukan identifikasi dan eksploitasi peluang secara proaktif untuk tujuan memperoleh dan mempertahankan keuntungan serta pelanggan, melakukan pendekatan inovatif, melakukan manajemen risiko, pemanfaatan sumber daya, dan membuat sesuatu lebih berharga dalam pemasarannya.
6. Hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh pengelolaan keuangan, digitalisasi bisnis dan *entrepreneurial marketing* terhadap keberlanjutan usaha 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 formal sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng sebagai subjek penelitian.
2. Penulis memfokuskan penelitian ini pada pengelolaan keuangan, digitalisasi bisnis dan *entrepreneurial marketing* dan keberlanjutan usaha UMKM sebagai

objek penelitian.

1.4 Rumusan Masalah

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

1. Apakah pengelolaan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng?
2. Apakah digitalisasi bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng?
3. Apakah *entrepreneurial marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng?
4. Apakah pengelolaan keuangan, digitalisasi bisnis dan *entrepreneurial marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui.

1. Pengaruh pengelolaan keuangan terhadap keberlanjutan usaha UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng.
2. Pengaruh digitalisasi bisnis terhadap keberlanjutan usaha UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng.
3. Pengaruh *entrepreneurial marketing* terhadap keberlanjutan usaha UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng.
4. Pengaruh pengelolaan keuangan, digitalisasi bisnis dan *entrepreneurial marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha

UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan dapat digunakan sebagai referensi dan bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya. Selain itu dapat melatih mahasiswa untuk dapat menguraikan dan membahas suatu permasalahan secara ilmiah, teoritis, dan sistematis. Serta sebagai tambahan pembelajaran bagi mahasiswa mengenai pembahasan yang terkait.

2. Manfaat Praktis

   1) Bagi Pelaku UMKM

      Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku UMKM terkait pemanfaatan terkait dalam mengembangkan usahanya. Selain itu diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan strategi bersaing untuk mempertahankan atau meningkatkan keberlanjutan usaha.

   2) Bagi Pemerintah Kabupaten Buleleng

      Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh pengelolaan keuangan, digitalisasi bisnis dan *entrepreneurial marketing* terhadap keberlanjutan usaha UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi Pemerintah Kabupaten Buleleng dalam menentukan kebijakan untuk meningkatkan keberlanjutan UMKM.

3) Bagi Peneliti selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan sumber atau referensi mengenai pengaruh pengelolaan keuangan, digitalisasi bisnis dan *entrepreneurial marketing* terhadap keberlanjutan usaha UMKM sektor perdagangan di Kecamatan Buleleng bagi peneliti selanjutnya.

4) Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya serta menjadi bahan pengetahuan tambahan khususnya dalam bidang ekonomi dan manajemen strategik.