

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan salah satu usaha yang memberikan kontribusi besar dalam menumbuhkan serta meningkatkan perekonomian pada suatu kota dan mensejahterakan masyarakat (Ismail *et al.*, 2023). UMKM mampu menyumbang PDB kurang lebih sekitar 61,07% setara dengan Rp 8.573,89 triliun pada tahun 2021 (Suryantara & Ridhawati, 2023). Selain itu UMKM memiliki peran dalam membantu mengatasi permasalahan kemiskinan, kesenjangan pendapatan masyarakat serta membantu untuk mengurangi jumlah pengangguran (Amalina, 2024). Namun terdapat kesenjangan pada masyarakat dikarenakan masih banyak pengelolaan keuangan masyarakat yang kurang baik (Nengsih *et al.*, 2022). Hal tersebut berdampak pada kondisi pengelolaan keuangan UMKM (Trisnadewi & Dewi, 2023).

Saat ini terdapat pelaku UMKM yang mampu mengerti terkait pengelolaan keuangan namun juga ada yang belum (Hanasri *et al.*, 2023). Pelaku UMKM yang belum memahami pengelolaan keuangan berkecenderungan dalam mencampurkan keuangan milik pribadinya dengan keuangan bisnisnya, hal tersebut dapat mengakibatkan adanya hasil yang tidak maksimal dalam laporan keuangannya (Wismanjaya & Werastuti, 2022). Pemahaman yang berhubungan dengan pengelolaan keuangan menjadi suatu keharusan bagi UMKM dalam mengambil keputusan saat menjalankan usahanya (Anisah & Crisnata, 2021). Literasi keuangan menjadi faktor penting yang mampu mempengaruhi keberlanjutan UMKM, pelaku usaha yang memiliki pengetahuan terkait keuangan akan mampu melakukan perancangan strategi pertumbuhan berkelanjutan, keputusan cerdas serta mengoptimalkan keuntungan usahanya (Cahyono & Suarantalla, 2024). Tidak hanya terkait dengan pengelolaan keuangan, pemahaman terkait digitalisasi juga harus dimiliki oleh UMKM karena adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat (Anaqi *et al.*, 2021).

Digitalisasi tersebut merupakan kebutuhan yang penting untuk mempertahankan usaha UMKM dalam persaingan yang ketat (Agustin *et al.*, 2023). Namun adanya peningkatan tekanan era globalisasi serta perubahan teknologi memberikan dampak pada UMKM yaitu tantangan yang besar dalam mempertahankan daya saing serta keberlanjutan usaha (Bahasoan *et al.*, 2024). Adanya teknologi digital juga membantu dalam membuka peluang UMKM untuk

perluasan jangkauan pasar serta peningkatan daya penjualan produk UMKM (Yulistiawan *et al.*, 2024). Kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital, dipengaruhi oleh literasi digital yang memberikan pengaruh juga terhadap kinerja pemasaran UMKM, hal tersebut juga bergantung oleh akses fasilitas digital yang dikuasai oleh pelaku UMKM (Supriatna *et al.*, 2022). Dua faktor penting tersebut juga harus diiringi dengan adanya *digital marketing*, *digital marketing* karena menjadi instrumen penting bagi UMKM guna menjangkau pelanggan secara luas dan meningkatkan penjualan (Asrah *et al.*, 2024).

Pulau Madura memiliki potensi pada kuliner, hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya wisatawan yang mencari kuliner khas Madura (Faqih & Setyawan, 2022). Selain itu Pulau Madura juga menjadi titik sentral konsepsi syariah hingga 99,6%, sehingga membentuk beberapa potensi meliputi wisata, budaya serta kuliner Madura sebagai objek dalam kegiatan perekonomian yang berbasis syariah (Kholili & Hisyam, 2024). Pulau Madura juga memiliki potensi besar pada bagian perikanan, dikarenakan wilayah ini diapit oleh lautan sehingga sebagian besar penduduknya bekerja sebagai nelayan (Mufarrohah *et al.*, 2023). Pulau Madura terkenal dengan hasil olahan petisnya yang memiliki cita rasa unik berbeda dengan petis daerah lainnya (Syauqi & Rohman, 2024). Petis Madura memiliki ciri khas rasa gurih, biasanya berbahan dasar utama sari rebusan ikan (Istiqhfariyah & Utami, 2021). Selain itu petis merupakan oleh-oleh khas Madura dengan daya tahan yang lama, sehingga dapat dibawa hingga ke luar kota maupun ke luar negeri.

Banyak penelitian sebelumnya yang menggunakan literasi keuangan dan literasi digital untuk mengetahui kinerja pada UMKM. Namun belum terdapat penelitian yang menggunakan pemasaran digital sebagai jembatan antara literasi keuangan dan literasi digital terhadap peningkatan volume penjualan. Penelitian ini juga dapat mengisi kekosongan pengamatan terkait UMKM Halal Petis Madura yang ada di Wilayah Pulau Madura. UMKM petis Madura memiliki potensi besar dikarenakan adanya potensi alam serta kondisi pasar yang menopang. Digitalisasi menjadi fenomena penting yang mampu mengubah segala pola aktivitas, sehingga perlu dilakukan penelitian untuk memahami peran pemasaran digital dalam upaya meningkatkan penjualan. Selain itu adanya persaingan UMKM yang semakin ketat serta dukungan kebijakan lokal yang belum optimal. Penelitian ini penting untuk menganalisis tingkat literasi keuangan dan literasi digital pada UMKM Halal Petis Madura di Pulau Madura masih sangat terbatas yang dapat

berdampak terhadap kesiapan pengambilan keputusan usaha. Selain itu dapat menjadi hambatan dalam peningkatan penjualan di era persaingan pemasaran digital. Penelitian ini memiliki fokus pada potensi lokal yaitu Petis Madura yang masih sedikit dieksplorasi. Serta *digital marketing* sebagai mediator antara literasi keuangan serta literasi digital.

1.2 Rumusan Masalah

UMKM Halal Petis Madura di Pulau Madura memiliki permasalahan yaitu masih kurangnya tingkat literasi keuangan dan literasi digital sehingga UMKM belum bisa mengoptimalkan potensi untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dikarenakan dengan adanya permasalahan terkait literasi keuangan, literasi digital menjadi penghambat perkembangan UMKM Petis Madura. Maka dari itu masalah yang dihadapi oleh UMKM yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat literasi keuangan, literasi digital dan pemasaran digital pada pelaku UMKM Halal Petis Madura di Pulau Madura?
2. Bagaimana pengaruh secara langsung dan pengaruh secara tidak langsung literasi keuangan, literasi digital, pemasaran digital terhadap volume penjualan pada UMKM Halal Petis Madura di Pulau Madura?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui secara deskriptif tingkat literasi keuangan, literasi digital dan pemasaran digital pada UMKM Halal Petis Madura di Pulau Madura.
2. Menganalisis pengaruh secara langsung dan pengaruh secara tidak langsung literasi keuangan, literasi digital, pemasaran digital terhadap volume penjualan pada UMKM Halal Petis Madura di Pulau Madura.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis yaitu untuk menyumbang kontribusi dalam pengembangan ilmu dan memperbarui pembahasan terkait literasi keuangan, literasi digital serta pemasaran digital serta menambah referensi untuk penelitian yang sejenis.
2. Manfaat Praktis yaitu sebagai wawasan mendalam bagi pelaku UMKM terkait pentingnya literasi keuangan, literasi digital serta pemasaran digital untuk mendorong peningkatan kemampuan pengelolaan dan peningkatan volume penjualan.
3. Manfaat Strategis yaitu sebagai bahan pertimbangan awal dalam penyusunan program peningkatan literasi UMKM untuk Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan di Pulau Madura, Kantor Kementerian

Agama Kabupaten di Pulau Madura, Dinas Perindustrian dan Perdagangan
di Pulau Madura.