

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1. Latar Belakang**

Kondisi pandemi yang memasuki awal tahun 2020 hingga kini menjelang akhir tahun 2021 melanda seluruh sub sektor perekonomian (Muhyiddin & Nugroho, 2021). Dalam posisi persaingan usaha yang semakin tajam, perusahaan skala besar, menengah, dan kecil khususnya UMKM harus memiliki energi yang lebih kreatif untuk usaha yang ada (Wignaraja, 2003). Dalam kondisi produktivitas manajemen yang terbatas akibat PPKM, peluang yang dapat dilakukan terutama untuk tetap eksis dalam keberlangsungan bisnis perusahaan adalah melalui media IT.

Badan usaha menengah dan besar mandek dalam menjalankan usahanya, kemudian tidak dengan usaha kecil yaitu menengah. Hal ini dikarenakan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) tidak memiliki kerumitan pelaksanaan produksi yang dikonsep dengan PPKM dan bekerja dari rumah (WFH). UMKM saat ini memiliki kinerja keuangan untuk mendorong kreativitas usaha, mendorong pertumbuhan ekonomi baik sendiri maupun pertumbuhan ekonomi daerah.

Fenomena perkembangan ekonomi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 5% dari total PDB tahun 2019 (Tambunan, 2019). Berdasarkan fenomena tersebut, tentunya UMKM tetap mampu meningkatkan keberlangsungan usahanya untuk memberikan kontribusi yang lebih besar. Namun, seiring dengan keterbatasan investasi, modal kerja, dan gerakan sosial dengan PPKM, aspek teknologi menjadi kata kunci untuk meningkatkan keberlanjutan usaha.

Aspek teknologi yang sangat mendukung pertumbuhan ekonomi UMKM adalah aspek financial technology dan digital marketing atau via online yang saat ini sangat membantu perkembangannya. Melalui financial technology (fintech) untuk mengumpulkan investasi dan modal kerja melalui transaksi ekonomi sebagai faktor pendorong untuk meningkatkan kapasitas produksi, di sisi lain, pemasaran digital (online) sebagai cara untuk meningkatkan pemasaran, yang pada gilirannya akan membantu keberlanjutan keuangan perusahaan. usaha, yaitu pendapatan (keuangan). Keberlanjutan usaha Pembiayaan yang baik akan mampu meningkatkan pertumbuhan usaha dan dalam proses pengembangan usaha kesinambungan keuangan UMKM melalui pencapaian laba dengan biaya produksi yang lebih rendah (Adrian, 2019).

Berdasarkan kondisi yang ada, penulis melakukan penelitian untuk mengevaluasi keberlangsungan usaha keuangan dan juga keberlangsungan usaha para pelaku UMKM, dengan objek populasi komunitas UMKM Indonesia di Surabaya.

Ada beberapa faktor yang diidentifikasi mempengaruhi keberlangsungan usaha UMKM, antara lain financial technology dan digital marketing. Banyak penelitian telah dilakukan untuk mendukung pernyataan ini ((Adede et al., 2017; Laskar et al., 2017; Leong et al., 2021; Moro-Visconti et al., 2020; Musabegović et al., 2019; Rudi, 2020; Saura et al., 2020; Varga, 2018; Vergara & Agudo, 2021)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh financial technology dan digital marketing terhadap UMKM serta dampaknya terhadap kinerja keuangan dan keberlangsungan usaha

## 1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *financial technology* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Surabaya?
2. Apakah *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Surabaya?
3. Apakah *financial technology* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya?
4. Apakah *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya?
5. Apakah kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya?
6. Apakah kinerja keuangan menjadi mediator pengaruh *financial technology* terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya?
7. Apakah kinerja keuangan menjadi mediator pengaruh *digital marketing* terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis :

1. Pengaruh *financial technology* terhadap kinerja keuangan UMKM di Surabaya
2. Pengaruh *digital marketing* terhadap kinerja keuangan UMKM di Surabaya
3. Pengaruh *financial technology* terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya

4. Pengaruh digital marketing terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya
5. Pengaruh kinerja keuangan terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya
6. Peran kinerja keuangan sebagai mediator pengaruh *financial technology* terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya
7. Peran kinerja keuangan sebagai mediator pengaruh *digital marketing* terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti yang sudah cukup lama berinteraksi dengan komunitas UMKM terutama UMKM di Surabaya, maka hasil penelitian ini bisa memberi konsultasi tentang manfaat *financial technology* dan *digital marketing* kepada UMKM lain sebagai bentuk pengabdian peneliti kepada masyarakat
2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan rujukan untuk penelitian pengembangan UMKM selanjutnya.
3. Bagi Universitas Narotama hasil penelitian ini bisa menjadi sarana untuk lebih berperan aktif kepada pengembangan teori teori yang melibatkan UMKM sebagai obyek penelitian.