

ANALISIS KEUNGGULAN BERSAING PADA UMKM KREATIF DI KABUPATEN BANTUL D.I.YOGYAKARTA

Siti Resmi

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta, Indonesia
sitiresmiamp@yahoo.com

Reza Widhar Pahlevi

Department of Management
Faculty of Economics, Universitas Islam Indonesia
rezawp@uii.ac.id

Frans Sayekti

Department of Accounting
Faculty of Economics, Universitas Teknologi Yogyakarta, Indonesia
fran.sayekti@uty.ac.id

ABSTRAK

UMKM pada era globalisasi masih memegang peranan penting khususnya dalam ketahanan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat. Kata kuncinya adalah memperkuat perekonomian lokal dengan tetap menghasilkan produk berkualitas dan berdaya saing internasional. Oleh karena itu, diperlukan upaya-upaya strategis guna meningkatkan keunggulan bersaing UMKM. Salah satu carayang dapat dilakukan adalah dengan memperkaya pengetahuan pelaku UMKM terhadap pengetahuan keuangan sehingga pengelolaan dan akuntabilitasnya dapat dipertanggungjawabkan dengan lebih baik sebagaimana layaknya perusahaan besar. Pemerintah pusat dan daerah memegang peran penting dalam memberikan dukungan, komitmen, dan pendampingan agar UMKM dapat unggul dan memiliki daya saing. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi mengenai upaya optimalisasi keunggulan bersaing pada UMKM kreatif di Kabupaten Bantul D.I.Yogyakarta melalui penguatan literasi keuangan. Ekonomi di Indonesia tumbuh pesat melalui sektor UMKM. Peran UMKM terhadap perekonomian dan penyerapan tenaga kerja memang tidak lagi diragukan. Namun, dalam kenyataan, UMKM masih memiliki kendala diantaranya bidang keuangan.UMKM Kreatif diprediksikan akan tumbuh dan berkembang apabila mampu mengelola keuangan secara efektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tantangan besar bagi pelaku UMKM kreatif untuk memiliki pengetahuan lebih mengenai literasi keuangan. Dengan meningkatnya literasi keuangan, pemilik dan atau pengelola UMKM Kreatif di Kabupaten Bantul diharapkan mampu membuat keputusan manajemen dan keuangan yang tepat untuk mencapai keberhasilan keunggulan bersaing yang berkelanjutan

Kata Kunci:Bantul, Laporan Keuangan, Keunggulan Bersaing dan UMKM Kreatif

PENDAHULUAN

Globalisasi ekonomi menjadi peluang untuk mendorong pertumbuhan ekonomi bagi negara yang mampu memanfaatkan peluang tersebut. Salah satu bentuk peluang untuk memanfaatkan pasar global adalah produk (barang dan jasa) yang memiliki ciri khas namun memiliki karakteristik yang diminati pasar internasional yang pada umumnya dapat diproduksi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Bagi perekonomian Indonesia, pengembangan UMKM memiliki posisi strategis dalam pencapaian sasaran pembangunan seperti penciptaan kesempatan kerja, pengentasan kemiskinan, dan peningkatan pendapatan masyarakat. Saat ini, posisi daya saing kewirausahaan dan kreativitas Indonesia di

tingkat global masih tertinggal dari negara-negara lain, khususnya di kawasan Asean. Data dari *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) menunjukkan bahwa pada tahun 2017, Indonesia hanya memiliki sekitar 1,65 persen pelaku wirausaha dari total jumlah penduduk, jumlah wirausahawan yang dimiliki Indonesia tertinggal dibandingkan dengan tiga Negara di kawasan Asia Tenggara yaitu Singapura, Malaysia, dan Thailand (www.lyceum.id/jumlah-entrepreneur-rendaah-keinginan-indonesia-tinggi/ diakses pada 17 Agustus 2019).

Yogyakarta sebagai kota wisata yang kaya akan ragam budaya dan cerita serta memiliki bermacam keunikan yang patut dibanggakan dalam industri kreatif. Hal tersebut mendukung perkembangan dan kemajuan

UMKM Kreatif. Keberadaan UMKM Kreatif menjadi salah satu pilar utama penggerak perekonomian di D.I. Yogyakarta (<https://economy.okezone.com>, diakses 17 Agustus 2019). Usaha mereka telah banyak membantu pengentasan kemiskinan dan pengangguran. Demikian pula telah memberikan kontribusi sangat tinggi (95%) pada perekonomian D.I. Yogyakarta. Kabupaten Bantul yang merupakan salah satu kabupaten di D.I. Yogyakarta, memiliki perencanaan pengembangan UMKM dimulai dari potensi daerah pada level kecamatan. Hal ini membuat Kabupaten Bantul berusaha untuk menumbuhkan wirausahawan baru dengan berbasis pada komoditas unggulan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Bidang Pengendalian, Penelitian dan Pengembangan Kabupaten Bantul bahwa kenyataannya keterbatasan anggaran menjadi penyebab utama potensi wirausaha daerah tidak dapat dimaksimalkan. Tercatat setiap tahun rata-rata hanya lima UMKM yang memperoleh bantuan program bantuan kewirausahaan dari Pemerintah Kabupaten Bantul.

Tingkat motivasi pelaku usaha terutama di daerah tidak sebanding dengan kondisi yang terjadi di lapangan. Karena pelaku usaha kerap menghadapi beberapa masalah seperti persaingan bisnis, akses pembiayaan, infrastruktur, pemasaran dan teknologi. Dari sisi akses pembiayaan, pemerintah daerah melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan lembaga keuangan berupaya mendukung dan motivasi UMKM melalui pemahaman (literasi) keuangan agar lebih mudah untuk memenuhi kebutuhan pendanaan yang diperlukan. Dengan pendampingan dan pengenalan lebih baik tentang literasi dan inklusi keuangan diharapkan dapat mengatasi masalah finansial yang terjadi pada UMUM. Literasi keuangan memfasilitasi penggunaan produk secara efektif dan membantu pelaku usaha mengembangkan keterampilan dan produk keuangan terbaik sesuai dengan kebutuhan. Kondisi tersebut sebagai syarat untuk meningkatkan inklusi keuangan. Inklusi keuangan adalah kemampuan seseorang dalam mendapatkan akses berbagai produk dan jasa keuangan yang terjangkau dan sesuai kebutuhan (Sulistiyawati dan Indarto, 2018).

Pemahaman mengenai konsep-konsep dasar keuangan yang baik berdampak pada pembuatan keputusan tentang keuangan tidak mengalami masalah di masa depan sehingga mampu menunjukkan perilaku keuangan yang sehat untuk menentukan prioritas kebutuhan bukan hanya sekedar keinginan (Xu & Zia, 2012). Pada negara berpenghasilan tinggi, literasi keuangan dianggap sebagai pelengkap dari perlindungan konsumen, sedangkan pada negara berpenghasilan rendah, jangkauan keuangan jauh lebih terbatas. Peranan literasi keuangan membantu negara berkembang untuk lebih fokus meningkatkan akses keuangan serta pelayanan keuangan.

Pada umumnya, keterlambatan pengembangan yang dialami oleh UMKM diakibatkan oleh masalah

konvensional, misalnya masalah kapasitas SDM, kepemilikan, pembiayaan, pemasaran, dan berbagai masalah lain yang berkaitan dengan pengelolaan usaha. Masalah-masalah tersebut berdampak pada kesulitan UMKM untuk bersaing dengan perusahaan besar. UMKM di industri kreatif cenderung memiliki orientasi jangka pendek dalam pengambilan keputusan bisnisnya. Oleh karena itu, diperlukan upaya-upaya strategis guna meningkatkan keunggulan bersaing UMKM. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah memperkaya pengetahuan keuangan bagi pelaku UMKM. Literasi keuangan yang baik diharapkan mampu menghasilkan pengelolaan dan akuntabilitas yang dapat dipertanggungjawabkan dengan seperti halnya perusahaan besar. Banyak penelitian yang menemukan bahwa kemampuan perusahaan dalam mengenali dan mengakses sumber daya keuangan akan berdampak pada daya saing perusahaan.

Penelitian berkaitan dengan keunggulan bersaing pada UMKM telah dilakukan. Beck (2005) dan Agyei (2018) menemukan UMKM mengalami berbagai kesulitan untuk meningkatkan daya saing, khususnya yang mencakup literasi keuangan yang merupakan sumberdaya organisasi utama yang belum dimanfaatkan yang dapat meningkatkan kinerja UMKM melalui keunggulan kompetitif berkelanjutan. Hasil penelitian Rudiantoro dan Sylvia (2012) menunjukkan bahwa kualitas laporan keuangan UMKM tidak berpengaruh terhadap jumlah kredit yang diterima UMKM. Rendahnya kualitas laporan keuangan UMKM mengakibatkan perbankan meragukan relevansi dan keandalan kualitas laporan keuangan UMKM. Penerapan ketentuan penyusunan laporan keuangan terhadap peningkatan kualitas laporan keuangan menghadapi kendala akibat rendahnya pemahaman para pengusaha UMKM atas literasi keuangan dalam hal ini adalah standar akuntansi keuangan. SAK ETAP tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi mengenai upaya optimalisasi keunggulan bersaing pada UMKM kreatif di Kabupaten Bantul DIY. Pemilihan lokasi penelitian adalah Kabupaten Bantul karena industri kreatif di Kabupaten Bandung memiliki pertumbuhan sangat signifikan dan merupakan salah satu Kabupaten Mandiri Kreatif di Indonesia (<https://www.republika.co.id/berita/ekonomi>, diakses pada 21 Juli 2019). Industri kreatif membutuhkan sumber daya manusia yang kreatif dan selalu menghasilkan karya inovatif agar memperoleh hasil yang berdaya saing tinggi di pasar lokal maupun global. Masyarakat di Kabupaten Bantul dikenal dengan inovasi dan kreasinya di sektor kerajinan (kriya). Hal ini menjadikan UMKM Bantul mampu menembus pasar mengeksplorasi hasil produksinya ke beberapa negara baik Eropa, Amerika, Timur Tengah, Asia dan Afrika. di Kabupaten Bantul tumbuh sangat pesat dan menjadikan. Peran UMKM terhadap perekonomian dan penyerapan tenaga kerja memang tidak

lagi diragukan. Namun, dalam kenyataan, UMKM di D.I.Yogyakarta termasuk Kabupaten Bantul masih memiliki masalah mendasar yang tidak teratasi dengan baik, yaitu 1) akses pemasaran, 2) akses sumberdaya, 3) akses teknologi, 4) akses legalitas, dan 5) aspek keuangan. Aspek keuangan biasanya terkait dengan masalah permodalan. UMKM Bantul tidak menyadari sepenuhnya akan pentingnya aspek keuangan dalam mengembangkan usahanya. Beberapa aspek keuangan yang menjadi masalah bagi UMKM di Bantul adalah mencampuradukkan keuangan pribadi dan usaha, akses terhadap lembaga kredit formal masih rendah, dan tidak berbadan hukum (<https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/>, diakses 10 Juli 2019). Beberapa permasalahan lain yang dialami oleh UMKM Bantul adalah kurangnya pengetahuan (literasi) keuangan meliputi jasa bank, manajemen utang, dan penganggaran.

KAJIAN PUSTAKA

UMKM Kreatif

Menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah, pengelompokan usaha mikro, kecil, dan menengah didasarkan pada nilai aset dan omset (penjualan). Kategori usaha mikro, yaitu nilai aset maksimal Rp50 juta atau nilai penjualan maksimal Rp300 juta. Kategori usaha kecil UU Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, mendefinisikan usaha kecil, yaitu nilai aset di atas Rp50 juta sampai Rp500 juta dengan nilai penjualan (omset) di atas Rp300 juta sampai Rp2,5 milyar. Usaha dengan nilai aset di atas Rp500 juta sampai Rp10 milyar atau penjualan (omset) di atas Rp2,5 milyar sampai Rp50 milyar dikategorikan sebagai usaha menengah.

Menurut Badan Pusat Statistik, usaha menengah dikelompokkan kedalam beberapa bagian, yaitu: 1) Usaha rumah tangga mempunyai: 1-5 tenaga kerja, 2) Usaha kecil menengah: 6-19 tenaga kerja, 3) Usaha menengah: 20-29 tenaga kerja, 4) Usaha besar: lebih dari 100 tenaga kerja.

UMKM Kreatif merupakan UMKM yang bergerak di bidang usaha yang tergolong dalam industri kreatif. Di Indonesia industri kreatif selalu berkembang sesuai dengan perkembangan inovasi dan kreatifitas manusia. Setidaknya terdapat 15 jenis industri kreatif yang ada di Indonesia, yaitu periklanan, arsitektur, pasar seni & barang, kerajinan, desain, fesyen, video/film/fotografi, permainan interaktif (game), musik seni pertunjukan (showbiz), penerbitan & percetakan, software, broadcasting, riset & pengembangan, dan kuliner.

Keunggulan Bersaing

Terdapat banyak pengertian tentang keunggulan bersaing, yang secara umum adalah kemampuan suatu

perusahaan dalam mencapai kinerja lebih tinggi dibanding perusahaan kompetitorinya. Keunggulan bersaing dapat dilihat dari berbagai aspek. Diosdad (2003) melihat keunggulan bersaing dari posisi perusahaan dalam hal kekuatan dan kelemahan dibandingkan dengan perusahaan lain yang merupakan pesaingnya. Beberapa peneliti (Ferdinand, 2003; Respatya, 2001; Hall, 1990) menghubungkan keunggulan bersaing dengan kinerja keuangan perusahaan dalam hal ini adalah kemampuan menghasilkan keuntungan. Aspek keuangan dalam mencapai keunggulan bersaing dapat dilakukan dengan beberapa cara misalnya dengan penetapan harga kompetitif, penghematan biaya, pemilihan alternatif sumber pembiayaan yang tepat agar menekan biaya bunga, melakukan sistem penganggaran dan pengawasan secara ketat. Temuan penelitian Sucuahi (2013) adalah peran signifikan UKM dapat dibayangi dan dipertahankan melalui manajemen keuangan yang baik dan tepat dari para pengusaha itu sendiri. Menurut pandangan berbasis sumber daya (*resource-based view*), banyak sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Das & Teng (2000) berpendapat bahwa tingkat mempertahankan keunggulan kompetitif oleh perusahaan tergantung pada kemampuan mereka untuk mempertahankan heterogenitas sumber pengetahuan mereka

Literasi Keuangan

Diperlukan upaya-upaya strategis guna meningkatkan keberlangsungan UMKM. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memperkaya pengetahuan pelaku UMKM terhadap pengetahuan keuangan. Literatur telah banyak yang mengkonfirmasi bahwa kemampuan perusahaan meningkatkan literasi terhadap keuangan. Aribawa (2016) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh pada kinerja dan keberlangsungan usaha UMKM kreatif. Lusimbo, (2016) menemukan bahwa manajer dengan literasi keuangan rendah mencatat pertumbuhan usaha lebih rendah bahkan nol. Drexler, *et al.* (2010) mengungkapkan bahwa pelatihan yang lebih sederhana dan aturan yang praktis dapat menghasilkan perbaikan yang berarti secara ekonomis pada UKM. Perusahaan termasuk UKM dapat mengandalkan kemampuan dinamis seperti literasi keuangan, yang dapat membantu mengubah sumber daya menjadi berbagai tujuan seperti pembuatan, perluasan, dan modifikasi sumber daya. Pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan keuangan dasar lebih tepat dan efisien untuk perkembangan ekonomi dan pertumbuhan usaha UMKM (Adomako & Damoah, 2016). *Knowledge sharing* ke UMKM terjadi tidak hanya dari pemerintah, akademisi, atau bisnis besar saja, namun *knowledge sharing* antar UMKM bisa menjadi kunci utama keberhasilan UMKM dalam berkembang di era perdagangan global. Sangat penting untuk menyadari

diperlukan kerjasama intraUMKM untuk mencapai kemampuan yang saling melengkapi.

Dengan literasi keuangan yang baik pengusaha mampu untuk menggunakan kemampuan di bidang keuangan dalam pengambilan berbagai keputusan yang tepat untuk perusahaan mereka (Muraga & John, 2015). Pemilik/pengelola bisnis sangat terkait dengan pengambilan keputusan keuangan yang kompleks dan strategis terkait dengan keberhasilan mencapai tujuan dan keberlanjutan usaha (Draxler *et al.*, 2014). Penelitian sebelumnya oleh Dahmen & Rodríguez (2014) menemukan bahwa terdapat hubungan yang bermakna antara literasi keuangan dan kinerja yang dialami pengusaha. Hubungan ini secara logis diterapkan pada perusahaan yang dengan literasi keuangan baik akan mampu secara strategis mengidentifikasi dan merespon perubahan iklim bisnis, ekonomi dan keuangan sehingga keputusan yang diambil akan menciptakan solusi inovatif dan terarah dengan baik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh uraian, serta pemahaman yang lebih mendalam tentang optimalisasi keunggulan bersaing pada UMKM kreatif di Kabupaten Bantul DIY melalui penguatan literasi keuangan. Sehingga jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dan metode analitik bersifat deskriptif kualitatif. Sementara itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dapat diartikan sebagai proses pendekatan penelitian yang dilakukan secara alami dan sesuai dengan kondisi objektif di lapangan tanpa ada manipulasi (Moleong, 2007).

Analisis yang digunakan dalam pendekatan ini menekankan proses berpikir induktif yang terkait dengan dinamika hubungan antara fenomena yang diamati, dan selalu menggunakan logika ilmiah. Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2010), pengumpulan data dapat diperoleh dari observasi, wawancara, dokumentasi, dan kombinasi atau triangulasi. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini dibagi dalam hal pendekatannya. Pendekatan kualitatif dilakukan melalui Pengurangan Data, meringkas, memilih hal-hal utama, berfokus pada hal-hal penting, mencari tema dan pola. Penyajian data (Tampilan Data) dalam bentuk deskripsi singkat, grafik, hubungan antara kategori, diagram alur dan sejenisnya. Dan penarikan kesimpulan atau verifikasi dengan menggambar kesimpulan dan memverifikasi data. Kesimpulan disajikan dengan dukungan bukti kuat untuk mendukung validitas data. Bukti pendukung yang valid saat mengumpulkan data akan menghasilkan kesimpulan yang kredibel (Moleong, 2007).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masih menjadi prioritas pengembangan pemerintah dan diharapkan dapat terus membuka kesempatan yang luas bagi masyarakat untuk ikut serta dalam pengembangan perekonomian. Harapan dalam menggerakkan sektor riil tersebut tidak terlepas dari peran UMKM sebagai pelaku usaha utama pada tingkatan masyarakat di daerah baik dalam memberikan lapangan kerja dan membuka kesempatan usaha yang menguntungkan. Namun demikian, beberapa penelitian mengenai tata kelola usaha menunjukkan bahwa UMKM sering mengalami hambatan dalam melakukan praktek tata kelola usahanya yang sesuai dengan peraturan yang berlaku seperti pelaporan dan pencatatan keuangan, perpajakan, ijin usaha dan lainnya. Dilansir dari data BPS Kabupaten Bantul industri kreatif di Bantul mencapai angka 39 persen, ini tentu melampaui target yang diberikan Pemerintah Provinsi yakni sebesar 35 persen (<https://jogja.tribunnews.com/2017/09/06/perkembangan-umkm-bantul-mengembangkan>).

Kajian literatur yang berkaitan dengan keunggulan bersaing perusahaan selama ini sepakat bahwa keunggulan bersaing tersebut ditentukan oleh tindakan-tindakan manajerial, seperti inovasi sumber daya yang dihasilkan maupun posisi strategis yang dimiliki organisasi tersebut. Keunggulan bersaing merupakan alat dalam pencapaian tujuan-tujuan finansial organisasi untuk mendapatkan keberhasilan melebihi para pesaingnya. Menurut Hameed (2009), dalam konteks industri, perusahaan yang berhasil dapat dilihat dari kemampuannya menghasilkan penjualan, laba dan *market share*. Lebih lanjut menurutnya strategi merupakan representasi dari fenomena yang memicu tercapainya keunggulan bersaing perusahaan. Keunggulan bersaing perusahaan berasal dari dua sumber yaitu lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang meliputi sumber-sumber daya manusia, modal, pemasok/supplier, pelanggan dan juga mitra kerja.

Keunggulan bersaing tidak hanya dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan besar saja, tetapi juga perusahaan-perusahaan kecil dan menengah, atau seringkali kita sebut dengan UMKM. Kalangan peneliti melihat keunggulan bersaing pada konteks bisnis UMKM berbeda dengan keunggulan bersaing pada perusahaan-perusahaan besar. Pembahasan keunggulan bersaing UMKM merupakan hal yang penting, mengingat di Indonesia UMKM merupakan sektor yang memberikan kontribusi penting bagi perkembangan perekonomian Indonesia yang terbukti mampu bertahan di tengah goncangan krisis ekonomi global. Beaver dan Prince (2004) melihat keunggulan bersaing pada bisnis UMKM lebih merupakan alat untuk bertahan hidup (*survive*) dibandingkan alat untuk tumbuh (*growth*). Hal tersebut serupa sebagaimana yang dikatakan Hameed (2009),

bahwa perusahaan-perusahaan kecil seyogianya fokus pada penambahan nilai dalam proses produksi maupun inovasi jasa sebagai tolok ukur keunggulan bersaingnya dibandingkan dengan laba ataupun *market share*nya. Lebih lanjut diungkapkan, bahwa keunggulan bersaing UMKM membutuhkan keterlibatan ataupun peran serta pelaku usaha (wirausahawan), sumber dayasumber daya perusahaan (Hameed 2009), kapabilitas (Collis dan Montgorerry, 1995), dukungan para mitra terkait (Kettunen, 2002), *branding* (Anarnkaporn, 2007) dan *clustering* (Guzey & Tasseven, 2011). Dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidup organisasi, tumbuh dan bersaing dalam iklim persaingan saat ini, pengusaha UKM seyogianya mempelajari kondisi pasar dan mengimplementasikan strategi yang efektif. Faktor lain yang juga penting dalam membangun keunggulan bersaing UKM antara lain adalah, dukungan dari pemerintah dan sektor swasta dalam menyediakan berbagai macam fasilitas bagi UKM. Menurut Kettunen (2002), pemerintah dan asosiasi industri, pusat pelatihan, lembaga keuangan, institusi pendidikan dan pelatihan memainkan peran penting dalam memfasilitasi UKM dalam memperbaiki keunggulan bersaingnya.

Berdasarkan hasil wawancara penelitian dengan narasumber yang berlangsung pada 22 April 2019, perencanaan pembangunan UMKM di Kabupaten Bantul bermula dari sektor unggulan yang ada di kabupaten Bantul yaitu industri pengolahan dengan jenis komoditas yang beragam dan lokasinya tersebar di seluruh kecamatan. Pembangunan UMKM tersebut dimasukkan dalam mekanisme perencanaan pembangunan kabupaten, dimulai dengan meminta setiap kecamatan untuk mengusulkan sektor industri yang menjadi andalan dan berpotensi besar untuk menciptakan wirausaha baru. Usulan ini kemudian dimasukkan ke dalam usulan kabupaten sebagai bagian dari rencana tahunan pembangunan daerah Bantul. Namun demikian tidak semua usulan yang berasal dari kecamatan dapat diakomodasi mengingat adanya kendala keterbatasan anggaran dan harus mengikuti prioritas tingkat provinsi yang ditetapkan oleh Gubernur. Permasalahan modal merupakan permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM dalam tahap pengembangan usaha, selain itu permasalahan mencukupi kebutuhan modal kerja dan pemahaman mengenai keuangan yang sangat minim menjadi kendala pelaku UMKM di Kabupaten Bantul.

Upaya Pemerintah Daerah Bantul untuk melakukan pendampingan bagi wirausahawan baru dalam menjalankan bisnisnya dilakukan untuk membantu pelaku UMKM membelanjakan modal dengan hati-hati dan memperhatikan laju pengendalian modal agar aliran uang dapat terjaga. Dengan manajemen modal dan aliran uang yang baik, tidak menutup kemungkinan pelaku UMKM mampu melanjutkan bisnisnya. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha memiliki tingkat pendidikan di bawah strata-1. Kurangnya

wawasan mengenai bisnis, keuangan dan resiko yang dihadapi pelaku usaha cukup besar apabila membelanjakan modal tanpa memperhitungkan tingkat pengembalian dan ketersediaan modal untuk melakukan produksi dan penjualan produk secara berkesinambungan. Fenomena yang ada di Kabupaten Bantul juga menunjukkan temuan bahwa sangat sedikit bisnis UMKM yang dapat bertahan hingga lebih dari dua tahun. Dari kelompok bisnis UMKM yang bertahan tersebut sangat sedikit bisnis yang mampu menghasilkan keuntungan yang dapat diinvestasikan kembali menjadi bisnis baru. Keuntungan yang dihasilkan hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Dalam hal ini, UMKM yang memiliki literasi keuangan yang baik lah yang akan dapat mencapai tujuan perusahaannya, memiliki orientasi pengembangan usaha dan mampu *survive* dalam kondisi ekonomi yang sulit.

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan dan inklusi keuangan tidak akan muncul dengan sendirinya. Hal ini dikarenakan literasi keuangan memfasilitasi penggunaan produk secara efektif dan membantu pelaku usaha mengembangkan keterampilan dan produk keuangan terbaik sesuai dengan kebutuhan, kondisi tersebut sebagai syarat untuk meningkatkan inklusi keuangan. Pemahaman mengenai konsep-konsep dasar keuangan yang baik maka ketika membuat keputusan tentang keuangan tidak mengalami masalah di masa depan sehingga mampu menunjukkan perilaku keuangan yang sehat untuk menentukan prioritas kebutuhan bukan hanya sekedar keinginan (Xu & Zia, 2012). Implikasi bahwa dengan literasi keuangan yang baik diharapkan UMKM akan mampu membuat keputusan manajemen dan keuangan yang tepat untuk peningkatan kinerja dan keberlanjutan usaha. Sehingga diharapkan muncul dukungan yang signifikan dari pemerintah sebagai regulator, akademisi sebagai edukator, swasta sebagai katalisator, dan komunitas sebagai pendorong untuk pengembangan literasi keuangan pada UMKM di Kabupaten Bantul.

Berdasarkan PISA 2012: *Financial Literacy Assessment Framework* (OECD INFE, 2012), dirumuskan bahwa literasi keuangan merupakan faktor yang fundamental untuk pertumbuhan ekonomi dan stabilitas keuangan. Dari sudut pandang konsumen, literasi keuangan yang baik akan memunculkan keputusan pembelanjaan yang mengedepankan kualitas. Hal ini akan berakibat pada kompetisi di industri yang menjadi sehat dan kompetisi akan mengedepankan inovasi dalam barang dan jasa yang ditawarkan ke konsumen. Selain itu, dengan literasi keuangan yang baik juga bisa meminimalkan terjadinya keputusan yang salah terhadap isu ekonomi dan keuangan yang muncul.

Temuan lain dari hasil penelitian yaitu terkait permasalahan keberlanjutan program bantuan UMKM yang terkendala oleh dua hal, yaitu kurangnya anggaran bagi bantuan UMKM untuk periode tahun berikutnya dan

kendala keberlanjutan program yang sering berganti antara memelihara UMKM yang sudah beroperasi dan penumbuhan UMKM yang baru. Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul mengalami kesulitan dalam hal basis data tentang keuangan UMKM yang telah memperoleh bantuan. Kekurangan basis data ini menyebabkan perkembangan kinerja penjualan dan keuntungan UMKM kurang dapat terawasi oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul. Oleh sebab itu perlu penguatan sinergi antara Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul dan DPRD Kabupaten Bantul dalam mengkomunikasikan anggaran bagi keberlanjutan program bantuan UMKM. Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul selanjutnya mengarahkan kepada pihak penyedia jasa keuangan yang dapat memberikan pinjaman dengan tingkat suku bunga bersubsidi atau komersial yang kompetitif. Dengan demikian secara keseluruhan perekonomian lokal di Kabupaten Bantul akan terbantu dengan perputaran modal dari pihak perbankan dan UMKM.

Dari sudut pandang penyedia jasa keuangan, literasi keuangan yang baik akan memberikan informasi yang memadai mengenai produk, pemahaman resiko pada pelanggan dan efisiensi biaya. Sedangkan dari sudut pandang pemerintah, dengan adanya literasi keuangan yang baik pada masyarakat maka pemerintah dapat memperoleh pemasukan pajak dengan maksimal untuk pengembangan infrastruktur dan fasilitas pelayanan publik. Dalam hal ini, pemerintah daerah apabila bermaksud memberikan tambahan permodalan maka harus diperhatikan kemampuan UMKM dalam memenuhi kewajibannya membayar pinjaman untuk modal bagi UMKM. Apabila UMKM tersebut belum melunasi bantuan modal tersebut maka Pemerintah Daerah Bantul perlu menganalisis dengan tingkat keuntungan usaha yang ada, apakah perusahaan tersebut mampu untuk mencicil pengembalian tambahan modal tersebut. Dengan demikian, ada tantangan besar bagi pelaku UMKM kreatif untuk memiliki pengetahuan lebih mengenai literasi keuangan. Dimana dengan meningkatnya literasi keuangan, pemilik dan atau pengelola UMKM khususnya UMKM Kreatif di Kabupaten Bantul diharapkan mampu membuat keputusan manajemen dan keuangan yang tepat untuk mencapai keberhasilan keunggulan bersaing.

KESIMPULAN

UMKM dalam era globalisasi masih memegang peranan penting khususnya dalam ketahananekonomi dan pemberdayaan masyarakat. Kata kuncinya adalah memperkuat perekonomian lokal dengan tetap menghasilkan produk berkualitas dan berdaya saing internasional. Pemerintah pusat dan daerah memegang peran penting dalam memberikan dukungan, komitmen dan pendampingan agar UMKM dapat unggul dan memiliki daya saing. Menciptakan keunggulan bersaing perusahaan merupakan hal yang penting bagi keberhasilan perusahaan, terutama mewujudkan tujuan keuangan superior. Tidak hanya perusahaan-perusahaan besar saja

yang membutuhkan keunggulan bersaing ini, perusahaan kecil dan menengah (UKM) juga penting menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan setidaknya dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya. Namun terdapat tantangan besar bagi pelaku UMKM kreatif untuk memiliki pengetahuan lebih mengenai literasi keuangan. Dimana dengan meningkatnya literasi keuangan, pemilik dan atau pengelola UMKM khususnya UMKM Kreatif di Kabupaten Bantul diharapkan mampu membuat keputusan manajemen dan keuangan yang tepat untuk mencapai keberhasilan keunggulan bersaing. Kurangnya wawasan mengenai bisnis, keuangan dan resiko yang dihadapi pelaku usaha cukup besar apabila membelanjakan modal tanpa memperhitungkan tingkat pengembalian dan ketersediaan modal untuk melakukan produksi dan penjualan produk secara berkesinambungan. Oleh karena itu, diperlukan upaya-upaya strategis guna meningkatkan kinerja dan keberlangsungan UMKM. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memperkaya pengetahuan pelaku UMKM terhadap pengetahuan keuangan sehingga pengelolaan dan akuntabilitasnya bisa dipertanggungjawabkan dengan lebih baik sebagaimana layaknya perusahaan besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adomako, S., Danso, A., & Damoah, J. O. (2016). The Moderating Influence of Financial Literacy on the Relationship Between Access to Finance and Firm Growth in Ghana. *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance*, 18, 43–61. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1080/13691066.2015.1079952>
- Ageyi, S. K.. (2018). Culture, Financial Literacy, and SME Performance in Ghana. *Cogent Economics & Finance*, 6, 1–16. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/23322039.2018.1463813>
- Anarnkaporn, Angkana. (2007). Branding as a Competitive Advantage for SMEs. *RU International Journal*. Vol. 1 No. 1. Pp. 25-36
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1 – 13
- Beaver, G. and Prince, C. (2004). Management, Strategy and Policy in UK Small Business Sector: a Critical Review. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 11 (3) pp. 34-49
- Beck, T., A. Demircuc-Kunt, Dan V. Maksimovic. (2005). Financial and Legal Constraints to Growth: Does Firm Size Matter?. *The Journal Of Finance*. 60 (1). 137–177
- Collis, D. and Montgomery, C. (1995). Competing on Resources: Strategy in the 1990s. *Harvard Business Review*. Vol. 73. Pp. 118-128

- Dahmen, P., dan Rodríguez, E. 2014. Financial Literacy And The Success Of Small Businesses: An Observation From A Small Business Development Center. *Numeracy*. 7(1). 3
- Das, T.K., & Teng, B. S. (2000). A Resource-Based Theory of Strategic Alliances. *Journal Of Management*, 26(1), 31–61. DOI: <https://doi.org/10.1177/014920630002600105>
- Diosdad, Arnold. (2003). Pengaruh Budaya Perusahaan terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Sains Pemasaran Ondonesia*, 2(3), pp. 256-278.
- Draxler, A., Fischer, G., dan Schoar, A. (2014). Keeping it simple: Financial literacy and rules of thumb. *American Economic Journal: Applied Economics*. 6(2). 1-31
- Drexler, Alejandro and Fischer, Greg and Schoar, A. (2010). Keeping It Simple: Financial Literacy and Rules of Thumb. *CEPR Discussion Paper No. DP 7994*, (September)
- Ferdinand, Agustya. (2003). Keunggulan Deferensiatif. *Jurnal Bisnis Strategi*, 12(12), pp. 1-15.
- Guzey, Yildiz Yilmaz and Tasseven, Ozlem. (2011). Competitive Advantages and Clustering of SMEs: An Analysis of Clustering Effect on Competition in SmallScale Enterprises in Istanbul. *Journal of Modern Accounting and Auditing*. 7 (9). September. Pp.994-100
- Hameed, Imran. (2009). Sources of Business Competitive Advantage: A Review. *Journal of Business & Economics*. July-December. Pp. 222-233
- Hall, Edward T. And Hall, Mildred Reed. (1990). *Understanding Cultural Differences: German, French and Americans*. Intercultural Press.
- Kettunen, P. (2002). Strengthening the Competitive Edge of SMEs through New Regional and Local Measures. www.igw.Unisg.ch/rencontres/ban d2002/D_05_Kettunen.pdf
- Lusimbo E.N., M. W. (2016). Financial Literacy and The Growth of Small Enterprises in Kenya: A Case of Kakamega Central Sub- County, Kenya. *International Journal of Economics, Commerce, and Management*, IV(6), 2016
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset. Bandung
- Mottola, G.R. (2013). In Our Best Interest: Women, Financial Literacy, and Credit Card Behavior. *Numeracy* 6 (2), 4
- Muraga, K.P, dan John, N. (2015). Effects Of Financial Literacy On Performance Of Youth Led Entreprises: A Case Of Equity Group Foundation Training Program In Kiambu County. *International Journal of Social Sciences Management and Entrepreneurship*. 2(1) 218-231
- Respatya. D.M. Mulya. (2001). Analisa Pengaruh strategi pelayanan prima dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia. *Thesis. Magister Manajemen Universitas Diponegoro*.
- Rudiantoro, Rizki dan Sylvia Veronika Siregar. (2012). Kualitas Laporan Keuangan UMKM serta Prospek Implementasi SAK ETAP. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 9(1).
- Sakur. (2011). Kajian Faktor-Faktor yang Mendukung Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah: Studi Kasus di Kota Surakarta. *Spirit Publik*. 7 (2) Halaman: 85 – 110
- Sucuahi, W.T. (2013). Determinants of Financial Literacy of Micro Entrepreneurs in Davao City. *International Journal of Accounting Research*, 1(1), 44-51. DOI: <https://doi.org/10.12816/0001127>
- Sugiyono. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Sulistiyawati, Ardiani Ika dan Indarto, Saifudin. (2018). Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing pada UMKM Handycraft di Semarang. *Prosiding Seminar Nasional Unimus* (Volume 1, 2018)
- Xu, L., & Zia, B. (2012). Financial Literacy Around the World: An Overview of the Evidence with Practical Suggestions for the Way Forward. *Policy Research Working Paper*, 1-58. Washington, DC: World Bank
- www.lyceum.id/jumlah-entrepreneur-rendaah-keinginan-indonesia-tinggi/ diakses pada 17 Agustus 2019
- <https://economy.okezone.com>, diakses 17 Agustus 2019
- <https://jogja.tribunnews.com/2017/09/06/perkembangan-umkm-bantul-menggembarakandiakses> pada 19 Agustus 2019