

1. Pendahuluan

Perkembangan dunia bisnis yang pesat mengakibatkan persaingan bisnis semakin ketat dan menjadikan isu keberlanjutan dalam bisnis juga turut meningkat, sehingga konsep dan praktik keberlanjutan dalam bisnis sangat dibutuhkan. Keberlanjutan dalam konteks bisnis didefinisikan dengan sangat luas dan beragam sehingga muncul pendekatan *triple bottom line* (Elkington, 1998) dimana konsep *sustainability* dibagi menjadi tiga dimensi yaitu lingkungan, sosial, dan ekonomi yang praktiknya dikejar oleh perusahaan (Evans dkk., 2017; Maguire, 2011; Meza-Ruiz dkk., 2017; Michael dkk., 2018). Organisasi dengan level kecanggihan yang masih rendah kurang memahami hubungan antara tiga dimensi keberlanjutan, mereka hanya fokus pada keberlanjutan ekonomi dan tidak peduli dengan keberlanjutan lingkungan maupun sosial (Amini dan Bienstock, 2014). Oleh karena itu, sampai saat ini meningkatkan dan menyeimbangkan ketiga dimensi tersebut masih menjadi tujuan utama (Biloslavo dkk., 2017; Meza-Ruiz dkk., 2017; Morioka dkk., 2016).

Dimensi lingkungan (*environmental*) berfokus pada pengelolaan sumber daya alam baik yang terbarukan maupun tidak terbarukan (Elkington, 1998) serta dampak yang ditimbulkan terhadap ekosistem di bumi (Harjivanbhai dan Marvadi, 2018; Michael dkk., 2018). Dimensi sosial (*social*) berkaitan dengan masalah sosial kemanusiaan seperti kesejahteraan dan kesehatan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, kegiatan amal, dan perilaku organisasi di tengah masyarakat (Aras dkk., 2018; Elkington, 1998; Shad dkk., 2019). Kedua dimensi tersebut lebih banyak dibahas yakni dihubungkan dengan konsep CSR (*Corporate Social Responsibility*) (Amini dan Bienstock, 2014; Martinez-Conesa dkk., 2017), padahal dimensi ekonomi juga tidak kalah penting karena merupakan faktor internal sedangkan dimensi lingkungan dan sosial sebagai faktor eksternal untuk membangun citra organisasi (Freeman, 1983; Shad dkk., 2019). Dimensi ekonomi (*economic*) mengarah pada bagaimana organisasi bisnis mendapatkan keuntungan dan menyimpan uangnya untuk jangka panjang (Elkington, 1998; Westman, 2018).

Keberlanjutan bisnis juga dapat diartikan sebagai kemampuan organisasi untuk mengelola secara efektif dan efisien sumber dayanya yang sangat terbatas demi memenuhi kebutuhan dalam jangka panjang (Alshehhi dkk., 2018; Amini dan Bienstock, 2014; Bansal dan DesJardine, 2014; Shad dkk., 2019). Baik perusahaan manufaktur ataupun jasa perlu untuk mempertahankan bisnisnya (Gupta, 2017) dengan sumber keunggulan bersaing dalam *sustainability* yaitu sumber daya yang langka, bernilai tinggi, tidak dapat ditiru, dan tidak ada substitusinya (Meza-Ruiz dkk., 2017). Pandangan strategis terhadap keberlanjutan merupakan jalan yang tepat guna meningkatkan daya saing dan kinerja sehingga organisasi dituntut agar memikirkan cara untuk mencapainya (Biloslavo dkk., 2017; Cantele dan Zardini, 2018).

Inovasi dapat menjadi salah satu cara untuk mencapai kesuksesan dalam keberlanjutan dan keunggulan bersaing (Evans dkk., 2017; Gupta, 2017; Morioka dkk., 2016) dengan dimulai dari menganalisis peluang (Staub dkk., 2015). Menurut teori *entrepreneurship* dari Schumpeter, inovasi adalah munculnya suatu ide baru yang harus dipraktikkan agar dapat menghasilkan keuntungan (Schumpeter, 2017). Inovasi diartikan sebagai kemampuan organisasi untuk memperbaiki proses internal termasuk produk (barang atau jasa), struktur organisasi, pemasaran, hubungan eksternal (Damanpour dkk., 2009; Najafi-Tavani dkk., 2018; Staub dkk., 2015). Kafetzopoulos (2015) melakukan penelitian tentang pengembangan konsep kemampuan inovasi perusahaan dan sejauh mana hubungannya dengan empat dimensi dasar inovasi yaitu produk, proses, pemasaran, dan organisasi.

Perusahaan yang dapat secara efektif menangani ketidakpastian keadaan dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan semakin mampu berinovasi untuk keberhasilan jangka panjang (Haffar dan Searcy, 2017). Saat perusahaan memutuskan melakukan inovasi untuk keberlanjutan, maka kompleksitas pada seluruh proses bisnisnya akan lebih tinggi (Gupta, 2017; Kafetzopoulos, 2015). Namun, sisi baiknya adalah inovasi dapat mendorong perusahaan untuk dapat meningkatkan kinerja agar sukses bersaing di pasar (Anning-Dorson, 2018; Saridakisa dkk., 2019). Menumbuhkan perhatian yang tinggi pada kontribusi inovasi cenderung akan

meningkatkan kualitas dan nilai perusahaan (Nybakk dan Jenssen, 2012; Putra dan Rahanatha, 2017; Rajapathirana dan Hui, 2018) yang akan berpengaruh pada kelangsungan hidup perusahaan tersebut (Anning-Dorson, 2018).

Selain kemampuan inovasi, kemampuan dalam mengelola keuangan yang dalam penelitian ini disebut literasi keuangan juga memiliki pengaruh penting dalam menjaga keberlanjutan di realita bisnis saat ini (Eniola dan Entebang, 2017; Hikmah dkk., 2019). Baik di negara maju maupun berkembang seperti Indonesia, literasi keuangan menjadi isu yang cukup menarik (Chepngetich, 2016) karena merupakan kebutuhan dasar bagi siapapun untuk mengatasi masalah *financial* dalam rangka mempertahankan bisnisnya (Hikmah dkk., 2019; B. R. Purnomo, 2019; Wise, 2013). Literasi keuangan diartikan sebagai sejauh mana seseorang memahami konsep-konsep penting keuangan dan memiliki kemampuan untuk menangani pengelolaan dana untuk pengambilan keputusan baik jangka pendek maupun jangka panjang (Hikmah dkk., 2019; B. R. Purnomo, 2019; Remund, 2010; Usama dan Yusoff, 2018).

Perusahaan seharusnya menganggap literasi keuangan sebagai sumber daya yang berharga, karena dapat menentukan keberhasilan dan kegagalan bisnis yang diakibatkan lemahnya manajemen keuangan (Berryman, 1983; Roslan dkk., 2018). Semakin tinggi tingkat melek finansial di kalangan pemilik bisnis maka semakin baik kinerja bisnis mereka, begitu juga sebaliknya (Eniola dan Entebang, 2017; Ngek, 2016; Roslan dkk., 2018). Sayangnya, tingkat literasi keuangan di beberapa negara masih rendah padahal manfaatnya tidak hanya untuk organisasi itu sendiri melainkan juga untuk pihak eksternal seperti institusi keuangan (Bire dkk., 2019; Prete, 2013). Terdapat tiga pilar utama mencapai literasi keuangan yaitu *financial knowledge*, *financial attitude* dan *financial behaviour* (Schuhen dan Schürkmann, 2014) yang dapat dijadikan fokus edukasi finansial untuk meningkatkan kesuksesan wirausaha dan menekan kegagalan bisnis (Kotzè dan Smit, 2008; Usama dan Yusoff, 2018).

Penelitian sebelumnya membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara kemampuan inovasi dan keberlanjutan bisnis (Damanpour dkk., 2009; Gupta, 2017; Ortiz-Villajos dan Sotoca, 2018) juga antara literasi keuangan terhadap keberlanjutan

bisnis (Adomako dan Danso, 2014; Agyei, 2018; Eton dkk., 2018; Hikmah dkk., 2019; Wise, 2013; Ye dan Kulathunga, 2019). Namun, terdapat juga hasil penelitian yang mengatakan hasil sebaliknya. Pada penelitian Ulubeyli dkk. (2018) inovasi dengan menggunakan strategi *cost leadership* tidak berdampak pada keberlanjutan bisnis. Penelitian oleh Eresia-Eke dan Raath (2013) menyatakan tidak ada hubungan yang signifikan antara literasi keuangan dengan pertumbuhan bisnis untuk keberlanjutan. Ketidakkonsistenan hasil penelitian sebelumnya mendasari peneliti memasukkan mediasi kinerja bisnis.

Kinerja merupakan hal yang selalu menarik untuk dibahas terutama bagi pemilik bisnis karena secara umum tujuan utama adalah bisnis dapat terus tumbuh dan bertahan (Uwuigbe dkk., 2018; Venkatraman dan Ramanujam, 1986). Pemilik bisnis menginginkan adanya keseimbangan antara kinerja keuangan dan non keuangan dalam bisnisnya (Kaplan dan Norton, 1992) karena keberhasilan dan keberlanjutan bisnis tergantung pada bagaimana kinerja organisasinya (Almatrooshi dkk., 2016; Singh dkk., 2016) sehingga diperlukan pengukuran yang dapat mencakup dua bentuk kinerja tersebut. Pengukuran kinerja dapat menggunakan empat perspektif dalam *The Balanced Scorecard* yaitu perspektif pelanggan, proses bisnis internal, pembelajaran dan pertumbuhan, serta perspektif keuangan (Kaplan dan Norton, 1992). Kinerja memiliki hubungan terhadap keberlanjutan bisnis dimana kinerja dianggap sebagai penentu keberhasilan keberlanjutan dalam bisnis (Ameer dan Othman, 2011; Prommarat dkk., 2015; Turban dan Greening, 1996). Lebih lanjut, terdapat hubungan pula antara kemampuan inovasi dan literasi keuangan terhadap kinerja. Kemampuan inovasi akan membantu menganalisis pencapaian kinerja organisasi (Anning-Dorson, 2018; Gupta, 2017; Hamelink dan Opdenakker, 2019; Martinez-Conesa dkk., 2017; Rajapathirana dan Hui, 2018), begitu juga memiliki literasi keuangan yang baik akan menciptakan kinerja bisnis yang lebih baik pula (Eniola dan Entebang, 2017; Ngek, 2016; B. R. Purnomo, 2019; Roslan dkk., 2018; Siyanbola, 2018; Usama dan Yusoff, 2018).

Indonesia sebagai negara berkembang memiliki Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang sangat berperan besar dalam pertumbuhan ekonomi karena dapat menyerap tenaga kerja hingga mencapai 80-85 persen (Madanchian dan Taherdoost, 2019; Pfeffermann, 2016), di samping itu juga berkontribusi terhadap perekonomian Indonesia hingga 91,8 persen (Roslan dkk., 2018). Selain itu, UMKM merupakan sektor usaha yang terbukti mampu bertahan di tengah badai krisis ekonomi jika dibandingkan dengan perusahaan besar (Suci, 2017), karena UMKM sangat fleksibel dapat dengan mudah melakukan improvisasi menyesuaikan situasi dan kondisi. Menurut Badan Pusat Statistik pada tabel perkembangan UMKM tahun 1997-2013 yang terakhir diperbarui pada 22 Desember 2016, tercatat jumlah UMKM di Indonesia tahun 2013 sebesar 57.895.721. Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2019 sebanyak 59,2 juta. Berdasarkan hal tersebut, maka usaha kecil di Indonesia perlu untuk diperhatikan tingkat keberlanjutan bisnisnya (Westman, 2018). Namun, masih banyak kendala yang dihadapi oleh UMKM dalam menjalankan bisnisnya, seperti permasalahan teknologi, inovasi produk dan pemasaran, modal dan pembiayaan, juga legalitasnya (Battisti dan Perry, 2011; Lee dan Kim, 2019).

Permasalahan umum UMKM di Indonesia juga mencakup kurangnya modal dan akses ke sumber daya keuangan, kurangnya ketrampilan, manajemen teknologi yang terbatas, kesulitan pemasaran, dan kurangnya jaringan bisnis (Suci, 2017; Tambunan, 2015). Berdasarkan semua permasalahan tersebut, sebagian besar masalah yang paling banyak dihadapi UMKM adalah melakukan inovasi pada pemasaran (Febriani dan Dewobroto, 2018). Hal ini menjadikan para pelaku UMKM di Indonesia harus memikirkan bagaimana cara yang lebih strategis untuk menjaga kelangsungan hidup bisnisnya, tetapi mereka masih kesulitan sehingga memerlukan peran para peneliti untuk membantu menyelesaikan masalahnya. Problematika tersebut yang mendasari fokus penelitian pada UMKM di Indonesia khususnya Jawa Timur sebagai salah satu provinsi yang menyumbang jumlah UMKM cukup banyak berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Timur yaitu mencapai 9,7 juta UMKM.

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh kemampuan inovasi dan literasi keuangan terhadap keberlanjutan bisnis dengan mediasi kinerja bisnis pada UMKM di Jawa Timur. Selain itu, berkontribusi dengan menambahkan kinerja bisnis sebagai mediasi yang masih jarang digunakan, sedangkan penelitian sebelumnya hanya berfokus pada hubungan langsung antara kemampuan inovasi terhadap keberlanjutan bisnis (Gupta, 2017; Ortiz-Villajos dan Sotoca, 2018; Ulubeyli dkk., 2018) serta literasi keuangan terhadap keberlanjutan bisnis (Hikmah dkk., 2019; Resmi dkk., 2019; Wise, 2013). Penelitian ini berbeda dalam hal: modifikasi indikator pengukuran pada setiap konstruk; berfokus pada UMKM di Jawa Timur, Indonesia; serta metode analisis data. *Structural Equation Modelling – Partial Least Square* (SEM-PLS) digunakan dalam mengolah data dengan bantuan *software* WarpPLS 6.0. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu UMKM dalam mengatasi permasalahan terutama dalam hal inovasi dan keuangan untuk meningkatkan kinerja agar tercapai keberlanjutan bisnisnya. Selanjutnya, diharapkan dapat memberikan bukti empiris atas teori *Resource Based-View* dan teori *Entrepreneurship* pada pengaruh kemampuan inovasi dan literasi keuangan terhadap keberlanjutan bisnis melalui kinerja bisnis. Adapun sistematika penulisan terdiri dari: 1) Pendahuluan berisikan latar belakang dan fenomena sebagai alasan penelitian dilakukan, 2) Memaparkan kajian teori dengan literatur yang relevan dan merumuskan hipotesis, 3) Metodologi penelitian yang menjelaskan identifikasi serta pengukuran variabel, jenis data, prosedur pengumpulan data, dan teknik analisis data, 4) Menyajikan hasil analisis atas pengujian hipotesis dan pembahasan, terakhir 5) Kesimpulan dan saran serta keterbatasan penelitian.