



**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENGGUNAAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP KINERJA USAHA BATIK JAMBI DI
KECAMATAN PELAYANGAN DAN DANAU TELUK KOTA JAMBI**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

DISUSUN OLEH:

RUTH HERVINA SIAHAAN

NIM. C1B018194

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JAMBI**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Ruth Hervina Siahaan

Nomor Induk Mahasiswa : C1B018194

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan media sosial terhadap Kinerja Usaha Batik Jambi di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah karya asli penulis, selama proses penulisan penulis tidak melakukan kegiatan plagiat atas karya ilmiah orang lain, semua petikan yang saya ajukan dalam skripsi ini sesungguhnya ada dan disiapkan dengan kaidah ilmiah penulisan.
2. Bila dikemudian hari didapati ketidaksesuaian sebagaimana pada poin (1) maka saya siap menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya telah peroleh.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jambi, Juli 2022
Yang membuat pernyataan

Ruth Hervina Siahaan
Nim. C1B018194

TANDA PERSETUJUAN

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi menyatakan bahwa Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Ruth Hervina Siahaan
Nomor Induk Mahasiswa : C1B018194
Judul Skripsi : “Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan media sosial terhadap Kinerja Usaha Batik Jambi di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi”

Telah disetujui pembimbing dan disahkan sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku untuk mengikuti sidang skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Jambi, Juli 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Rike Setiawati, S.E., M.M.
NIP: 196204031989022001

Dr. Besse Wediawati, S.E., M.Si.
NIP: 197306212000032001

Mengetahui

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Dr. Musnaini, S.E., M.M.
NIP: 197706172006042001

TANDA PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Panitia Penguji Komprehensif
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 07 Juli 2022
Jam : 16.00 – 17.30 WIB
Tempat : Ruang Ujian Skripsi FEB

PANITIA PENGUJI

| Jabatan | Nama | Tanda Tangan |
|-----------------|---------------------------------|--------------|
| Ketua Penguji | Dr. Tona Aurora Lubis, S.E., MM | |
| Sekretaris | H. Mohd. Ihsan, S.E., M.Si | |
| Penguji Utama | Dr. Agus Solikhin, S.E., MM | |
| Anggota Penguji | Dr. Rike Setiawati, S.E., M.M | |
| | Dr. Besse Wediawati, S.E., M.Si | |

Disahkan Oleh :

Ketua Jurusan Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Zulfina Adriani, S.E., M.Sc.

Dr. H. Junaidi, S.E., M.Si

NIP : 196702151993032004

NIP : 196706021992031003

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus, atas berkat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja Usaha Batik Jambi di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi”** Skripsi ini diajukan guna untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Jambi.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari kekurangan dan keterbatasan untuk mencapai kesempurnaan sehingga keberhasilan akan sulit tercapai tanpa adanya bimbingan, bantuan serta motivasi dari beberapa pihak.

Secara khusus, peneliti mengucapkan terimakasih yang tidak terhingga kepada kedua orangtua tercinta Bapak **Timbul Siahaan** dan Ibu **Rihotna Silaban** yang luar biasa telah membesarkan, mendidik, serta memberikan dukungan materil dan moril hingga peneliti bisa menyelesaikan studi dengan baik. Peneliti juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini telah banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. Sutrisno, M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Jambi.
2. Bapak Dr. H. Junaidi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
3. Ibu Dr. Zulfina Adriani, S.E., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Ibu Dr. Sry Rosita, S.E., M.M. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
4. Ibu Dr. Musnaini, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
5. Ibu Dr. Rike Setiawati, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi I yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi yang tiada henti sebagai pembimbing sehingga selesainya skripsi ini.

6. Ibu Dr. Besse Wediawati, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi II yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi yang tiada henti sebagai pembimbing sehingga selesainya skripsi ini.
7. Bapak Dr. Agus Solikhin, S.E., M.M., Bapak Dr. Tona Aurora Lubis, S.E., M.M dan Bapak H. Mohd. Ihsan, S.E., M.Si selaku Tim Penguji yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat baik sehingga penulisan skripsi ini selesai.
8. Bapak Dr. Johannes, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan nasehat selama mengikuti kegiatan perkuliahan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
9. Seluruh Bapak/Ibu Dosen beserta Staf Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan, Bimbingan, Pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
10. Kedua abang penulis tersayang, Abang Samuel Siahaan dan Bernard Siahaan terima kasih atas bantuan moril, spritual, materi, kasih sayang dan motivasinya selama ini serta Kepada Keluarga Besar penulis yang tidak bisa disebutkan satu-persatu terima kasih atas dukungan dan kasih sayang terhadap penulis, Tuhan Yesus Memberkati.
11. Kepada Febri Hanter Haloho terkasih, yang selalu menemani, membantu dan mendukung penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini
12. Kepada Sahabat penulis yang saya banggakan (Yismaya, Jesika, Titah, Wenny, Suci, Hidayati dan Rica) serta Merdus Squad (Deby, Angela, Gabriella, Esther dan Atika) yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, support dan yang selalu ada dalam keadaan susah maupun senang.
13. Teman-teman KKN-Kebangsaan 2021 Posko XI yang sudah seperti keluarga dimana selama kurang lebih 30 hari bersama-sama tinggal satu rumah susah senang kita lewati bersama menjalani program kerja yang sudah kita buat.
14. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having*

no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I recieve, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini belum sempurna karena keterbatasan pengetahuan, wawasan dan pengalaman yang penulis miliki. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri maupun mereka yang membacanya. Atas kritik dan saran penulis ucapkan Terima kasih.

Jambi, Juni 2022

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja Usaha Batik Jambi di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan data penelitian yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Populasi dan Sampel adalah pelaku usaha batik jambi di kecamatan pelayangan dan danau teluk kota Jambi yang berjumlah 35 pelaku. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran Kuesioner dengan skala likert. Teknik pengujian data menggunakan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, uji R- Square dan Uji Hipotesis dengan Bootstrapping dengan menggunakan Software SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha, dan Penggunaan Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Penggunaan Media Sosial, Kinerja Usaha

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of financial literacy and the use of social media on the business performance of Jambi batik in the District of Pelayangan and Teluk Teluk Jambi City. This research is quantitative and the research data used are primary and secondary data. The population and sample are Jambi batik business actors in the subdistrict of servisgan and Teluk Teluk Jambi City which found 35 actors. Data was collected through the distribution of questionnaires with a Likert scale. The data testing technique uses Validity Test and Reliability Test, R-Square Test and Hypothesis Testing with Bootstrapping using SmartPLS 3.0 Software. The results showed that Financial Literacy had a positive and significant effect on business performance, and the use of social media had a significant effect on business performance.

Keywords: *Financial Literacy, Use of Social Media, Business Performance*

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH..... | i |
| TANDA PERSETUJUAN | ii |
| TANDA PENGESAHAN..... | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 9 |
| 2.1 Landasan Teori | 9 |
| 2.1.1 Literasi Keuangan | 9 |
| 2.1.2 Media Sosial..... | 12 |
| 2.1.3 Kinerja Usaha..... | 15 |
| 2.1.4 Usaha Mikro dan Kecil | 17 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 18 |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel..... | 23 |
| 2.3.1 Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha | 23 |
| 2.3.2 Media Sosial Terhadap Kinerja Usaha..... | 24 |
| 2.4 Kerangka Pemikiran | 24 |
| 2.5 Hipotesis | 26 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 27 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 27 |

| | | |
|-----------------------------|---|-----------|
| 3.2 | Populasi dan Sampel..... | 27 |
| 3.2.1 | Populasi | 27 |
| 3.2.2 | Sampel | 27 |
| 3.3 | Jenis dan Sumber data..... | 29 |
| 3.3.1 | Data Primer..... | 29 |
| 3.3.2 | Data Sekunder | 29 |
| 3.4 | Tempat dan Waktu Penelitian..... | 30 |
| 3.5 | Defenisi Operasional Variabel..... | 30 |
| 3.6 | Teknik Analisis Data | 32 |
| 3.6.1 | Analisis Deskriptif..... | 32 |
| 3.6.2 | Partial Least Square (PLS) | 34 |
| 3.7 | Uji Hipotesis | 37 |
| BAB IV | GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN | 39 |
| 4.1 | Gambaran Umum Obyek Penelitian..... | 39 |
| 4.1.1 | Sejarah Batik Jambi..... | 39 |
| 4.2 | Sejarah Singkat UMKM | 40 |
| BAB V | HASIL DAN PEMBAHASAN | 42 |
| 5.1 | Gambaran Umum Responden..... | 42 |
| 5.2 | Analisis Statistik Deskriptif | 45 |
| 5.2.1 | Objective Self Assesment..... | 46 |
| 5.2.2 | <i>Subjective Self Assessment</i> | 50 |
| 5.3 | Pengujian Data dan Model penelitian..... | 54 |
| 5.3.1 | Evaluasi Model | 55 |
| 5.4 | Pengujian Hipotesis | 63 |
| 5.5 | Pembahasan..... | 65 |
| BAB VI | KESIMPULAN DAN SARAN..... | 67 |
| 6.1 | Kesimpulan | 67 |
| 6.2 | Saran | 67 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 69 |
| LAMPIRAN..... | | 72 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. 1 Survey Awal..... | 5 |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 18 |
| Tabel 3. 1 Usaha Batik Jambi di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi | 28 |
| Tabel 3. 2 Definisi Operasional | 31 |
| Tabel 3. 3 Rentang Pengklasifikasian Variabel | 34 |
| Tabel 3. 4 Ringkasan <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Pengukuran..... | 35 |
| Tabel 3. 5 Ringkasan <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>) . | 37 |
| Tabel 5. 1 Jawaban <i>Objective Self Assesment</i> Pertama..... | 46 |
| Tabel 5. 2 Jawaban <i>Objective Self Assesment</i> Kedua | 47 |
| Tabel 5. 3 Jawaban <i>Objective Self Assesment</i> Ketiga | 47 |
| Tabel 5. 4 Jawaban <i>Objective Self Assesment</i> Keempat | 48 |
| Tabel 5. 5 Jawaban <i>Objective Self Assesment</i> Kelima | 48 |
| Tabel 5. 6 Rentang Pengklasifikasian Variabel | 50 |
| Tabel 5. 7 Tanggapan Responden Terkait Literasi Keuangan | 50 |
| Tabel 5. 8 Tanggapan Responden Terkait Penggunaan Media Sosial | 52 |
| Tabel 5. 9 Tanggapan Responden Terkait Kinerja Usaha..... | 53 |
| Tabel 5. 10 Tabel <i>Outer Loading</i> | 57 |
| Tabel 5. 11 <i>Outer Loading</i> Setelah Dikalkulasi Ulang | 60 |
| Tabel 5. 12 Nilai <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> | 61 |
| Tabel 5. 13 <i>Composite Reliability</i> | 61 |
| Tabel 5. 14 <i>Cronbach's Alpha</i> | 61 |
| Tabel 5. 15 Nilai <i>R-Square</i> | 64 |
| Tabel 5. 16 <i>Path Coefficients</i> | 64 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----|
| Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran..... | 25 |
| Gambar 2. 2 Model Penelitian | 26 |
| Gambar 5. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 42 |
| Gambar 5. 2 Responden Berdasarkan Usia..... | 43 |
| Gambar 5. 3 Responden Berdasarkan Riwayat Pendidikan..... | 44 |
| Gambar 5. 4 Responden Berdasarkan Lama Usaha Berdiri..... | 44 |
| Gambar 5. 5 Responden Berdasarkan Pendapatan..... | 456 |
| Gambar 5. 6 <i>Outer Model</i> dan <i>Inner Model</i> | 55 |
| Gambar 5. 7 <i>Outer Model</i> | 56 |
| Gambar 5. 8 <i>Outer Model</i> Setelah Dikalkulasi Ulang | 58 |
| Gambar 5. 9 <i>Inner Model</i> (Model Struktural)..... | 62 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... | 73 |
| Lampiran 2 Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian..... | 78 |
| Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data Dengan PLS | 80 |
| Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian | 85 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro dan Kecil (UMK) masih mempunyai peran yang penting untuk pembangunan perekonomian negara Indonesia dimana UMK berkontribusi dalam ekonomi nasional untuk menggerakkan sektor perekonomian. Selain berkedudukan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja UMK juga berkedudukan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Jumlah UMK yang sangat besar telah memberikan dampak positif untuk perekonomian Indonesia. Dampak yang berpengaruh positif dapat menggerakkan roda perekonomian masyarakat dan mengurangi jumlah pengangguran. Namun UMK sering mengalami keterlambatan dalam perkembangannya, hal ini disebabkan berbagai masalah konvensional yang tidak terselesaikan secara tuntas seperti masalah kapasitas sumber daya manusia, pengetahuan keuangan, kepemilikan, pembiayaan, pemasaran, dan berbagai masalah lain yang berkaitan dengan pengelolaan usaha. Oleh karena itu, perlu adanya strategis untuk meningkatkan kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) (Quartey & Abor, 2015).

Kinerja adalah merujuk pada pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam waktu tertentu (Munizu, 2010). Kinerja menunjukkan seberapa besar suatu perusahaan dapat mening sejauh mana usaha dapat meningkatkan penjualan dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan. Kinerja dapat diketahui hasilnya melalui mekanisme manajemen usaha yang baik dengan meninjau susunan pencatatan laporan keuangan. Selain itu, sebuah usaha akan mudah diketahui tumbuh tidaknya penjualan dari perputaran hutang yang telah dikelola. Kemudian anggaran yang telah disusun melalui evaluasi juga dapat meningkatkan kinerja sekaligus penjualan usaha.

Pada Era milenium ini, peran media sosial sangat membantu UMK untuk menyebarluaskan bisnis mereka dalam upaya promosi, pengenalan produk sampai pada penjualannya. Media sosial adalah sebuah media *online* dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial,

dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (Marsal & Hidayati, 2018). Menurut (Zulfikar & Novianti, 2018), media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan serta sebagai pembentuk kesadaran merek bagi konsumen dan sesuai fungsinya adalah ada untuk menimbulkan kesadaran konsumen terhadap produk dan mampu meningkatkan penjualan perusahaan. Pemasaran media sosial kini tidak dapat dipandang sebelah mata, bahkan media sosial menjadi ujung tombak pemasaran saat ini sebab media sosial menawarkan manfaat bagi UMK untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan, memperluas pangsa pasar, dan membantu pengambilan keputusan bisnis (Priambada, 2015). Berkembangnya teknologi digital dan internet di era ini telah mempengaruhi dunia pemasaran, dimana pemasaran tradisional pada awalnya yang dilakukan secara manual kini berubah menjadi pemasaran secara digital (Purwana dkk, 2017). Sebagai langkah dalam mengatasi permasalahan tersebut, para pelaku UMK mulai mengadopsi media sosial untuk menunjang kinerjanya sehingga peningkatan penjualan dapat tercapai (Purwantini & Anisa, 2018).

Perkembangan ekonomi juga harus didukung oleh tingkat literasi keuangan. Keterbatasan pengelolaan keuangan disebabkan oleh kurangnya pemahaman para pelaku usaha tentang literasi keuangan, di mana literasi keuangan merupakan syarat mendasar bagi setiap orang untuk menghindari masalah keuangan. Upaya untuk meningkatkan kemampuan literasi telah menjadi isu dunia. Saat ini, berbagai negara, baik negara maju maupun negara berkembang, telah merencanakan sistem dan strategi untuk meningkatkan literasi keuangan. Literasi keuangan merupakan suatu hal yang penting untuk dimiliki setiap orang untuk mengelola finansial atau pendapatan yang dihasilkan oleh seseorang untuk menunjang kesejahteraan di masa depan. Untuk mencapai kesejahteraan dan kemakmuran seseorang harus memiliki pengelolaan keuangan yang baik.

Literasi keuangan adalah kombinasi kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang sehat dan pada akhirnya mencapai kesejahteraan financial individu

(OECD, 2017). Literasi keuangan merupakan pengukuran terhadap pemahaman seseorang mengenai konsep keuangan, memiliki kemampuan dan keyakinan untuk mengatur keuangan pribadi melalui pengambilan keputusan jangka pendek yang tepat, perencanaan keuangan jangka panjang, serta memperhatikan kejadian dan kondisi ekonomi (Remund, 2010). Literasi keuangan meliputi kesadaran dan pengetahuan akan instrument keuangan dan aplikasinya di dalam bisnis dan kehidupannya (Huston, 2010).

Literasi keuangan sangat berkaitan dengan kesejahteraan individu. Pengetahuan keuangan dan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Kesulitan keuangan bukan hanya berasal dari rendahnya pendapatan. Kesulitan keuangan juga dapat muncul jika terjadi kesalahan dalam pengelolaan keuangan, seperti kesalahan penggunaan kredit dan tidak adanya perencanaan keuangan. Adanya pengetahuan keuangan dan literasi keuangan akan membantu individu dalam mengatur perencanaan keuangan pribadi, sehingga individu tersebut bisa memaksimalkan nilai waktu uang dan keuntungan yang diperoleh oleh individu akan semakin besar dan akan meningkatkan taraf kehidupannya (Yushita, 2017).

Literasi keuangan menjadi hal yang sangat diperlukan dalam meningkatkan kinerja usaha, hal ini akan berdampak pada pengembangan usahanya. Selain membantu dalam memudahkan akses ke lembaga keuangan, dengan literasi keuangan yang baik pengusaha mampu membuat keputusan keuangan yang sehat sehingga meningkatkan kemampuan bersaing dan terhindar dari masalah keuangan (Putu dkk, 2018). Semakin baik tingkat literasi keuangan pelaku UMK maka akan mempengaruhi kinerja. Literasi keuangan yang baik, pengusaha mampu untuk meningkatkan pengelolaan kinerja usahanya dengan baik yang dapat dilihat dari struktur rencana kerjanya, adanya pertumbuhan penjualan, kualitas produk yang mampu bersaing, kapasitas produksi, dan efisiensi atau efektifitas kerja dalam mencapai tujuan. Pengetahuan keuangan yang tinggi pemilik usaha juga dapat menggunakan kemampuan dibidang keuangannya dalam pengambilan keputusan yang tepat untuk usahanya.

Pengambilan keputusan yang efektif dan strategis maka keberhasilan untuk mencapai tujuan juga akan ikut membaik (Rahayu, 2017).

Pemahaman akan literasi keuangan sangat diperlukan bagi setiap individu agar dapat mengelola dan merencanakan keuangannya. Begitu pula dengan para pelaku usaha khususnya bagi pelaku UMK. Rendahnya kemampuan pengusaha UMK dalam mengelola keuangan karena pengetahuan mengenai literasi keuangan juga rendah, sehingga akan mengakibatkan seseorang kurang baik dalam melakukan pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan yang kurang tepat (Aribawa, 2016).

Sejumlah penelitian terdahulu menyatakan hasil yang berbeda tentang pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja usaha. Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Kasendah & Wijayangka, 2019), (Prakoso, 2020), dan (Aribawa, 2016). Diperoleh kesimpulan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Namun berbeda dengan penelitian (Fitria et al., n.d.), bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Di Indonesia, literasi keuangan telah menjadi salah satu fokus kebijakan pemerintah dan lembaga keuangan. Dengan adanya perhatian khusus terhadap literasi keuangan ini diharapkan masyarakat lebih berpengetahuan, berkemampuan dan memiliki keterampilan dalam mengelola dan membuat keputusan keuangan dengan baik, sehingga dapat memberikan kontribusi pada kestabilan sistem keuangan dan dapat mengurangi kerentanan pada sistem keuangan di Indonesia.

Melalui inisiatif program peningkatan tingkat literasi keuangan yang dimulai sejak tahun 2013 oleh OJK, menunjukkan rendahnya tingkat melek keuangan. Berdasarkan data survei yang dilakukan oleh OJK (2013), bahwa terdapat 4 tingkatan literasi keuangan penduduk Indonesia yaitu (1) *well literate* 21,84%, yakni memiliki pengetahuan dan mengetahui manfaat dari lembaga jasa keuangan serta memiliki keterampilan penggunaan produk keuangan. (2) *sufficient literate* sebesar 75,69%, yakni memiliki pengetahuan dan mengetahui manfaat dari lembaga jasa keuangan. (3) *less literate* sebesar 2,06 %, yakni hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga keuangan. (4) *not literate* 0,41%, yakni

tidak memiliki pengetahuan dan kepercayaan terhadap jasa lembaga keuangan. Sajian data OJK menunjukkan bahwa dari 100 penduduk hanya 22 orang yang memiliki literasi keuangan pada tingkatan *well literate*. Kondisi tersebut menunjukkan literasi keuangan penduduk Indonesia masih rendah. Data survei OJK pada 2016 mencatat tingkat literasi keuangan Indonesia hanya sebesar 29,7%. Dengan kurangnya pemahaman tentang keuangan, masyarakat tidak memiliki cukup pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait pengelolaan keuangan (Kasendah & Wijayangka, 2019). Pemahaman keuangan harus dimiliki oleh pelaku UMKM agar terjadi peningkatan kinerja dan pertumbuhan UMKM yang akhirnya akan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan pelaku UMKM (Dahmen & Rodríguez, 2014).

Salah satu jenis UMKM yang terkenal di Kota Jambi yaitu UMKM Batik Jambi. Hampir setiap daerah di Indonesia memiliki batik dengan ciri khasnya masing-masing. Batik Jambi memiliki jenis batik sendiri yang motifnya khas tentang keadaan sekitar Jambi, seperti tanaman dan hewan sekitar. Batik Jambi terpusat di desa Kota Jambi Seberang (seberang Sungai Batanghari). Batik jambi menjadi salah satu produk unggulan yang diharapkan mampu bersaing dalam pasar persiangan dalam negeri maupun luar negeri dan mengangkat kearifan lokal Jambi untuk diperkenalkan kepada pasar sasaran.

Penelitian terkait literasi keuangan dan media sosial telah dilakukan survey awal terhadap 20 pelaku usaha batik Jambi di Kecamatan Pelayangan dan Danau teluk, dengan hasil yang diperoleh:

Tabel 1. 1
Survey Awal

A. Literasi Keuangan

| No | Pertanyaan | Jawaban | |
|----|---|---------|-------|
| | | Ya | Tidak |
| a. | Saya pernah mendengar tentang literasi keuangan | 45% | 55% |
| b. | Saya memahami literasi keuangan | 20% | 80% |

| | | | |
|----|---|-----|-----|
| c. | Saya membuat anggaran pemasukan dan pengeluaran | 65% | 35% |
|----|---|-----|-----|

B. Media Sosial

| No | Pertanyaan | Jawaban | |
|----|---|---------|-------|
| | | Ya | Tidak |
| a. | Saya pernah mendengar tentang media sosial | 100% | 0% |
| b. | Saya menggunakan media sosial dalam pemasaran | 100% | 0% |
| c. | Media sosial yang digunakan : | | |
| | Whatsapp | 100% | 0% |
| | Facebook | 55% | 45% |
| | Instagram | 80% | 20% |

Sumber: Data survey awal penelitian (2022)

Setelah dilakukan survey terhadap 20 responden didapatkan data yang menunjukkan bahwa 45% responden pernah mendengar tentang literasi keuangan dan 20% responden memahami literasi keuangan. Sebagian besar responden sudah membuat anggaran pemasukan dan pengeluaran pada usaha mereka. Terkait pertanyaan tentang media sosial menunjukkan bahwa semua responden pernah mendengar dan sudah menggunakan media sosial dalam pemasaran. Media sosial yang paling banyak digunakan oleh responden dalam memasarkan produk yaitu media Whatsapp.

Umumnya penelitian-penelitian terdahulu meneliti tentang literasi keuangan terhadap kinerja usaha dan keberlangsungan usaha, media sosial terhadap kinerja usaha. Secara parsial belum ada penelitian yang menggabungkan variabel Literasi Keuangan dan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha batik di Kota Jambi. Penelitian ini merupakan penelitian empiris pertama yang akan meneliti tentang Literasi Keuangan dan Media Sosial pada Usaha Batik Jambi. Oleh karena itu, berdasarkan fenomena penelitian di atas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja Usaha Batik Jambi di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang permasalahan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap Kinerja Usaha Batik Jambi di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi?
2. Apakah Penggunaan Media Sosial berpengaruh positif terhadap Kinerja Usaha Batik Jambi di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menghasilkan bukti empiris Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Usaha Batik di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi.
2. Untuk menghasilkan bukti empiris Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha Batik di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, antara lain:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini dan dapat memperkaya bahan kepustakaan dan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan teori, terutama yang berkaitan dengan ilmu manajemen keuangan
 - b. Bagi peneliti selanjutnya dapat digunakan untuk tambahan pengetahuan kepada pembaca dan dapat menjadi sumber referensi terhadap penelitian selanjutnya, terutama penelitian yang mengangkat

topik penelitian tentang pengaruh literasi keuangan dan penggunaan media sosial terhadap kinerja usaha mikro di Kota Jambi.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pelaku usaha batik, diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai informasi dalam menemukan program pengembangan usaha bagi pelaku usaha batik di Kota Jambi sehingga dapat mengatasi kendala yang dihadapinya sehingga mampu mengembangkan daya saing usaha yang sedang dijalankan, serta dapat memberikan masukan bagi pelaku usaha dalam upaya peningkatan produktivitas dan perkembangan usaha yang sedang dijalankan.
- b. Bagi instansi terkait DISPERINDAG Kota Jambi dapat digunakan sebagai referensi penambah wawasan dan pengetahuan tentang UMKM.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Literasi Keuangan

Pengertian Literasi Keuangan yang dihasilkan oleh penelitian lain dapat bermakna sempit dan luas. Literasi keuangan dalam arti sempit yaitu pengetahuan keuangan yang berfokus pada penganggaran, menabung, investasi dan asuransi atau disebut alat manajemen uang dasar (Gallery et al., 2011). Sedangkan menurut (Online et al., 2006) literasi keuangan dalam arti luas yaitu pengetahuan keuangan yang mengadopsi pemahaman ekonomi tentang bagaimana kondisi atau situasi ekonomi mempengaruhi keputusan rumah tangga.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) 2013 Literasi Keuangan adalah Pengetahuan keuangan dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan adalah pengetahuan dan kecakapan untuk mengaplikasikan pemahaman tentang konsep dan resiko, keterampilan agar dapat membuat keputusan yang efektif dalam konteks finansial untuk meningkatkan kesejahteraan finansial (Aribawa, 2016)

Literasi keuangan merupakan pengukuran terhadap pemahaman seseorang mengenai konsep keuangan, dan memiliki kemampuan dan keyakinan untuk mengatur keuangan pribadi melalui pengambilan keputusan jangka pendek yang tepat, perencanaan keuangan jangka panjang, serta memperhatikan kejadian dan kondisi ekonomi (Remund, 2010). Literasi keuangan merupakan kemampuan bagi seseorang untuk membaca, menganalisis, mengelola dan mengkomunikasikan kondisi keuangan yang mempengaruhi kesejahteraannya (Lusardi et al., 2009).

Menurut *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) 2017 Literasi keuangan adalah kombinasi kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang sehat dan pada akhirnya mencapai kesejahteraan financial

individu. Indikator yang digunakan dalam tingkat literasi keuangan yaitu pengetahuan keuangan, perilaku keuangan, sikap keuangan yang akan menghasilkan tingkat literasi keuangan secara nasional.

a. Pengetahuan keuangan

Pengetahuan tentang keuangan sangat penting bukan hanya bagi individu saja tetapi juga bagi perusahaan dan perekonomian. Semakin tinggi pengetahuan keuangan seseorang maka orang tersebut cenderung memiliki perilaku keuangan yang baik (Yulianti & Silvy, 2013).

Pengetahuan keuangan adalah edukasi mengenai tata cara pengelolaan keuangan pribadi untuk menghadapi masa depan dengan kemandirian ekonomi. Pengetahuan keuangan meliputi pengetahuan umum keuangan pribadi, tabungan dan pinjaman, asuransi, dan investasi.

b. Perilaku keuangan

Munculnya perilaku keuangan merupakan dampak dari besarnya hasrat seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sesuai dengan tingkat pendapatan yang diperoleh. Perilaku keuangan merupakan kemampuan seseorang melakukan perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian dan penyimpanan dana keuangan sehari-hari. Perilaku keuangan seseorang dapat dilihat dari empat hal, yaitu konsumsi, manajemen arus kas, menabung dan berinvestasi, serta manajemen utang.

c. Sikap Keuangan

Sikap keuangan adalah kecenderungan psikologis yang diekspresikan ketika mengevaluasi praktik manajemen keuangan yang direkomendasikan dengan beberapa tingkatan kesepakatan dan ketidaksepakatan. Menurut Furnham (1984), sikap keuangan tercermin dalam enam konsep berikut yaitu:

- 1) *Obsession*, merujuk pada pola pikir seseorang tentang uang dan persepsinya tentang masa depan untuk mengelola uang dengan baik.
- 2) *Power*, yaitu merujuk pada seseorang yang menggunakan uang sebagai alat untuk mengendalikan orang lain dan menurutnya uang dapat menyelesaikan masalah.

- 3) *Effort*, merujuk pada seseorang yang merasa pantas memiliki uang dari apa yang sudah dikerjakannya.
- 4) *Inadequacy*, merujuk pada seseorang yang selalu merasa tidak cukup memiliki uang.
- 5) *Retention*, merujuk pada seseorang yang memiliki kecenderungan tidak ingin menghabiskan uang.
- 6) *Security*, merujuk pada pandangan seseorang yang sangat kuno tentang uang seperti anggapan bahwa uang lebih baik hanya disimpan sendiri tanpa ditabung di Bank atau untuk investasi.

Dari berbagai definisi literasi keuangan menurut beberapa ahli diatas dapat diambil kesimpulan bahwa literasi keuangan merupakan pembelajaran ilmu ekonomi yang meliputi cara mendapatkan uang, memahami, mengevaluasi semua informasi sebelum bertindak dalam pengambilan keputusan keuangan dengan melakukan perencanaan dan mampu mengelola keuangan dengan baik yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan sosial, pendidikan keluarga, pengalaman orang lain dalam penggunaan keuangan.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyebutkan bahwa Literasi keuangan masyarakat berdasarkan Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia dibagi menjadi 4, yaitu:

1. *Well literate*

Memiliki pengetahuan dan keyakinan dan tentang lembaga jasa keuangan serta produk jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

2. *Sufficient literate*

Memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.

3. *Less literate*

Memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.

4. *Not literate*

Memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

2.1.2 Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media *online* dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menghasilkan suatu karya yang meliputi *blog*, *social network* atau jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual lainnya. Hal tersebut merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (Ardianto, 2014). Pengertian media sosial menurut Shirky dalam buku (Fuchs, 2014) menyatakan bahwa media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerjasama (*to co-operate*) diantara pengguna lainnya dan melakukan tindakan secara kolektif dimana semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi. Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang mengkaitkan antar pengguna sebagai suatu ikatan sosial. Menurut (Zulfikar & Novianti, 2018), media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan serta sebagai pembentuk kesadaran merek bagi konsumen dan sesuai fungsinya adalah ada untuk menimbulkan kesadaran konsumen terhadap produk dan mampu meningkatkan penjualan perusahaan.

Media sosial diartikan sebagai medium di internet yang memungkinkan para penggunanya untuk mengekspresikan dirinya ataupun berinteraksi, bekerja sama, dan berbagi dengan pengguna yang lain guna membentuk sebuah ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015).

Karakteristik media sosial dikelompokkan menjadi 6 bagian (Nasrullah, 2015) yaitu:

1. Jaringan (*Network*)

Dalam karakteristiknya, media sosial adalah membangun jaringan atau *network* antar penggunanya. Terlepas dari saling mengenali atau tidaknya di dunia

nyata, namun dengan adanya media sosial dapat memberikan wadah bagi pengguna untuk saling terhubung secara mekanisme teknologi.

2. Informasi

Dilihat dari dua sisi, karakteristik media sosial yang pertama adalah sebuah media yang bekerja berdasarkan sistem informasi. Dari institusi menyebarkannya kepada pengguna, dan informasi yang didapatkan merupakan landasan bagi pengguna untuk berinteraksi dan berkomunikasi. Karakteristik kedua, informasi menjadi konsekuensi di media sosial karena setiap orang menyertakan informasi pribadinya.

3. Arsip

Hadirnya sosial media sebagai media baru, membawa informasi yang dapat disimpan dan bisa diakses dimanapun, kapanpun, dan melalui perangkat apapun. Media sosial saat ini tidak hanya bekerja berdasarkan jaringan dan informasi belaka, tetapi juga memiliki informasi-informasi yang dapat disimpan dan disebut arsip.

4. Interaksi

Terbentuknya jaringan antara para pengguna merupakan karakter dasar dari sosial media yang membentuk interaksi. Jaringan ini tidak hanya mendapatkan teman atau pengikut di internet, tetapi juga dapat membangun terjadinya interaksi di antara pengguna yang lain.

5. Simulasi Sosial

Karakter sosial media sebagai media komunitas atau masyarakat pada virtual dunia menyebabkan sosial media memiliki aturan dan etika yang tertanam di antara penggunanya. Karakter seperti ini yang dimanfaatkan oleh MoJa Museum untuk mengkomunikasikan dan mempublikasikan kegiatannya ke dalam sosial media.

6. Konten Oleh Pengguna

Karakter ini merupakan sebuah simbolis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keistimewaan kepada pengikutnya. Jika pada media tradisional pengikutnya terbatas, artinya menjadi objek yang pasif dan minim dalam pendistribusian pesan. Maka di dalam media baru ini, media sosial

memperkenalkan teknologi baru yang khalayaknya dapat dimasukkan kedalam arsip, memuat atau menambahkan keterangan, serta menyebarkan kembali informasi dan membawanya kepada produksi media secara pribadi.

Indikator penelitian yang digunakan untuk variabel penggunaan media sosial adalah menggunakan komunitas online, interaksi, berbagi konten, aksesabilitas, kredibilitas (Singh et al., 2010). Penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Komunitas Online

Komunitas online adalah dimensi media sosial untuk membangun komunitas di sekitar yang terkait dengan produk/bisnisnya. Pada media sosial Instagram, komunitas online adalah followers dari sebuah akun instagram yang cenderung memiliki minat yang sama. Misal, followers akun Instagram penjual sepatu cenderung memiliki minat yang sama terhadap sepatu yang dijual tersebut. Komunitas yang cerdas menciptakan loyalitas dan mendorong diskusi, yang dapat berkontribusi terhadap pengembangan dan peningkatan sebuah bisnis/usaha.

2. Interaksi

Pada media sosial, interaksi dapat memberitahu kepada semua pengguna lainnya berdasarkan subjek tertentu dengan cepat dan secara bersamaan. Media sosial memungkinkan interaksi yang lebih besar dengan komunitas online melalui siaran up to date dan informasi yang relevan. Interaksi yang besar memungkinkan promosi berjalan lebih baik dan ajakan persuasif lebih tersampaikan, yang pada akhirnya dapat dimanfaatkan oleh wirausahawan untuk menciptakan pelanggan.

3. Berbagi Konten

Media sosial menyediakan cara untuk orang membagikan ide atau konten yang sudah dibuat. Berbagi konten secara online sudah menjadi bagian dari kehidupan modern seperti mengirimkan artikel yang ada di koran atau majalah, mengirim video YouTube, dan mengirim review tentang produk di berbagai media sosial.

4. Aksesibilitas

Media sosial mudah diakses dan minim bahkan tidak memerlukan biaya dalam menggunakannya. Media sosial mudah digunakan sehingga tidak memerlukan keahlian dan pengetahuan khusus. Seseorang yang ingin berwirausaha dapat segera memulai tanpa perlu memikirkan hal-hal teknis. Hanya diperlukan smartphone yang mampu mengakses internet dan media sosial, seseorang sudah dapat memulai untuk berwirausaha

5. Kredibilitas

Kredibilitas adalah tentang menyampaikan pesan dengan jelas kepada orang-orang. Membangun kredibilitas terhadap setiap perkataan dan perbuatan, membangun emosional dengan target audiensi, mendorong pembeli dan menghasilkan pelanggan setia. Media sosial menyediakan platform yang sangat bagus dan support untuk semua bisnis (besar atau kecil) ke jaringan dan menjangkau target audiensi, terhubung secara langsung dengan mereka, dan menghasilkan kepercayaan dengan mendengarkan apa yang mereka katakan

2.1.3 Kinerja Usaha

Menurut (Moehariono, 2012) “Kinerja Usaha merupakan sebuah penggambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan dalam suatu perencanaan strategis suatu organisasi.” Menurut (Rivai, 2013) “Kinerja Usaha adalah suatu istilah secara umum yang digunakan sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode dengan suatu referensi pada sejumlah standar seperti biaya masa lalu yang diproyeksikan dengan dasar efisiensi, akuntabilitas manajemen dan sebagainya.”

Menurut (Munizu, 2010) Kinerja adalah merujuk pada pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam waktu tertentu. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja adalah:

- 1) Pertumbuhan penjualan
- 2) Pertumbuhan modal
- 3) Penambahan tenaga kerja

4) Pertumbuhan pasar

5) Pertumbuhan laba

Menurut (Munizu, 2010) terdapat dua jenis faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM, yaitu faktor internal dan eksternal.

Faktor-faktor internal terdiri dari:

- 1) aspek sumber daya manusia
- 2) aspek keuangan,
- 3) aspek teknik produksi atau operasional
- 4) aspek pasar dan pemasaran.

Faktor-faktor eksternal terdiri dari:

- 1) Aspek kebijakan pemerintah
- 2) Aspek sosial budaya dan ekonomi
- 3) Aspek teknik produksi atau operasional
- 4) Aspek peranan lembaga terkait

(Aribawa, 2016) menyatakan bahwa kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang di capai oleh seorang individu dan dapat diselesaikan dengan tugas individu tersebut didalam perusahaan dan pada suatu periode tertentu, dan akan dihubungkan dengan ukuran nilai atau standard dari perusahaan yang individu bekerja. Kinerja disini sendiri adalah capaian yang akan diperoleh seseorang maupun perusahaan yang akan mencapai dalam suatu tujuan tertentu. Kinerja merupakan keberhasilan suatu organisasi yang mewujudkan sasaran yang strategic dan telah ditetapkan sebelumnya dengan perilaku yang akan diharapkan oleh suatu organisasi tersebut.

Indikator Pengukuran Kinerja Menurut (Aribawa, 2016) Indikator dalam pengukuran kinerja adalah sebagai berikut:

1. Rencana kerja
2. Kesalahan kerja
3. Pertumbuhan penjualan
4. Penurunan biaya tetap
5. Antisipasi produksi

2.1.4 Usaha Mikro dan Kecil

UMK merupakan solusi yang mendukung perekonomian Indonesia. UMK merupakan salah satu sektor industri yang tidak terpengaruh oleh krisis global yang melanda dunia. Tujuan UMK adalah untuk menciptakan berbagai peluang kerja bagi PRT, mengurangi pengangguran, dan mendorong pertumbuhan ekonomi negara (Riduwani dkk, 2021)

UMKM merupakan sebuah entitas usaha yang terus menjadi perhatian dan selalu mendapat prioritas oleh pemerintah. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 pasal 1 mengenai UMKM, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah:

- 1) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang atau perseorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- 2) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang ini.

Kriteria UMKM yang diatur oleh Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2008 adalah :

- a. Usaha mikro, memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000, kekayaan tersebut tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000.
- b. Usaha Kecil, memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000 – Rp.500.000.000, kekayaan tersebut juga tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000 – 2.500.000.000.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

| NO | Judul, Peneliti & Sumber | Variabel | Metode | Hasil Penelitian |
|---|--|--|------------------------|--|
| 1 | <p>Pengaruh Kemampuan Menyusun Laporan keuangan, Literasi Keuangan Dan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja UMKM (Monica Dewi Ilarrahmah & Susanti, 2021)</p> <p>https://e-journal.hamzanwadi.ac.id/index.php/jpek/article/view/3327/pdf_69</p> | <p>Independen: Kemampuan Menyusun Laporan keuangan, Literasi Keuangan Dan Penggunaan Teknologi Informasi</p> <p>Dependen: Kinerja UMKM</p> | Kuantitatif Assosiatif | <p>1) kemampuan menyusun laporan keuangan, literasi keuangan dan penggunaan teknologi informasi memberi pengaruh secara bersama-sama terhadap kinerja UMKM di kecamatan Babat.</p> <p>2) kemampuan menyusun laporan keuangan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,006.</p> <p>3) literasi keuangan berpengaruh secara positif dengan signifikansi 0,00</p> <p>(4) penggunaan teknologi informasi berpengaruh positif dengan signifikansi sebesar 0,000</p> |
| <p>Persamaan : Menggunakan variable Literasi Keuangan, penggunaan teknologi, dan kinerja UMKM. Menggunakan metode kuesioner</p> <p>Perbedaan : Menggunakan metode non-probability</p> | | | | |
| 2 | <p>Analisis Literasi Keuangan, Penggunaan Teknologi, Perilaku Keuangan Dan Kinerja UMKM Kota Probolinngo (Mega Risky Aprilia, 2020)</p> <p>https://scholar.google.com/scholar?start=90&qpengaruh+penggunaan+teknologi+terhadap+kinerja+umkm&hl=id&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&u=%23p%3DdUILP8vNOM8J</p> | <p>Independen: Literasi Keuangan, Penggunaan Teknologi, Perilaku Keuangan</p> <p>Dependen: Kinerja UMKM Kota Probolinngo</p> | Kuantitatif deskriptif | <p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan yang dijelaskan dalam indikator perencanaan keuangan, budgeting dan control berkorelasi negatif dengan kinerja UMKM, indikator pembukuan berkorelasi negatif dengan kinerja UMKM, indikator sumber pendanaan memiliki 3 poin berkorelasi positif, 3 poin berkorelasi negatif dan 1 poin tidak berkorelasi, indikator pemahaman bisnis oleh responden terbagi menjadi 3 poin berkorelasi positif, 8 poin berkorelasi negatif dan satu poin tidak berkorelasi dengan kinerja UMKM dan indikator manajemen risiko terbagi menjadi 4 poin berkorelasi positif UMKM, penggunaan teknologi berkorelasi negatif</p> |

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| | | | | dengan kinerja UMKM dan |
| <p>Persamaan : sama-sama menggunakan variabel literasi keuangan dan kinerja UMKM serta menggunakan metode kuesioner</p> <p>Perbedaan : Penelitian ini menggunakan Teknik purposive sampling</p> | | | | |
| 3 | <p>Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM Di Jawa Tengah (Dwitya Aribawa, 2016)</p> <p>http://www.Researchgate.net/Publication/301280784_pengaruh_literasi_keuangan_dan_keberlangsungan UMKM_di_jawa_Tengah</p> | <p>Independen: Literasi keuangan</p> <p>Dependen: Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM Di Jawa Tengah</p> | <p>kuesioner secara online dan tatap muka secara langsung dengan responden</p> | <p>Secara umum diketahui bahwa terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlanjutan usaha pada UMKM kreatif di Jawa Tengah. Dengan kecenderungan untuk mengatasi keterbatasan yang dimiliki, UMKM memiliki karakteristik kooperatif dalam menjalankan bisnisnya untuk saling melengkapi keterbatasan dan memperoleh keunggulan kompetitif yang spesifik untuk bersaing di lingkungan global. perilaku keuangan berkorelasi positif dengan kinerja UMKM.</p> |
| <p>Persamaan :Menggunakan variabel literasi keuangan,kinerja dan kinerja UMKM. Menggunakan metode kuisisioner dan tatap muka secara langsung.</p> <p>Perbedaan : Objek penelitian UMKM Kreatif</p> | | | | |
| 4 | <p>Influence Financial Literacy, Bookkeeping Literacy, Debt Literacy, Budgeting Literacy On MSME Performance (Anjar Faishal Amri & Iramani, 2018)</p> <p>1522-4502-1-PB.pdf</p> | <p>Independen: Financial Literacy, Bookkeeping Literacy, Debt Literacy, Budgeting Literacy</p> <p>Dependen: MSME Performance</p> | <p>cluster dan purposive sampling</p> | <p>(1) literasi keuangan mampu memprediksi kinerja UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik literasi keuangan pengelola UMKM semakin baik pula kinerja usahanya.</p> <p>(2) literasi pencatatan laporan keuangan mampu memprediksi secara positif kinerja UMKM. Hal ini dapat disimpulkan semakin baik literasi pencatatan laporan keuangan pengelola UMKM semakin baik pula kinerja usaha UMKM.</p> <p>(3) literasi pengelolaan hutang mampu memprediksi secara positif kinerja UMKM. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin baik literasi pengelolaan hutang pengelola UMKM semakin baik pula kinerja usahanya</p> |
| <p>Persamaan : Menggunakan variabel literasi keuangan dan kinerja.</p> | | | | |

| | | | | |
|---|--|---|--|--|
| Perbedaan : Menggunakan metode cluster dan purposive sampling | | | | |
| 5 | Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM (Sonya Oktara Sabilla & Candra Wijayangka, 2019) 284349-pengaruh-literasi-keuangan-terhadap-kine-35031c24.pdf | Independen: Literasi Keuangan Dependen: Kinerja UMKM | metode non-probability sampling jenis sampling jenuh | literasi keuangan pada UMKM anggota binaan PPKM untuk wilayah Rancaekek dan Cileunyi termasuk dalam kategori tidak baik. Hal ini perlu terus dikelola dan ditingkatkan agar dapat membantu UMKM dalam meningkatkan profitabilitas. |
| Persamaan : Menggunakan variabel literasi keuangan dan kinerja usaha Perbedaan : Menggunakan metode non-probability | | | | |
| 6 | Literasi Keuangan, Perencanaan Keuangan, Kinerja UMKM (Isna Nuraina Mutmainah, 2019) http://repository.upi.edu/42585/ | Independen: Kapabilitas Jejaring Usaha, Media Sosial Dependen: Kinerja usaha | Deskriptif asosiatif kausalitas dengan kuantitatif | Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM dan perencanaan keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. |
| Persamaan : Menggunakan variabel literasi keuangan dan kinerja UMKM, membahas permasalahan mengenai literasi atau pemahaman tentang keuangan dan masalah-masalah berkaitan dengan perencanaan keuangan Perbedaan : Menggunakan metode Deskriptif asosiatif kausalitas dengan kuantitatif | | | | |
| 7 | The Impact of Financial Literacy on Business Performance (Khadijah Usama & Wan Fauziah, 2019) https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Usama-12/publication/346939404_The_Impact_of_Financial_Literacy_on_Business_Performance/links/5fd3249da6fdcc697bf711f4/The-Impact-of-Financial-Literacy-on-Business-Performance.pdf | The Impact of Financial Literacy on Business Performance | Kuesioner survei | Literasi keuangan memiliki pengaruh statistic terhadap kinerja pengusaha |
| Persamaan : Menggunakan variabel literasi keuangan dan kinerja Perbedaan : Penelitian ini melakukan penelitian pada Bisnis pertunjukan | | | | |
| 8 | Literasi Keuangan, Media Sosial dan | Independen: Literasi Keuangan, | Purposive sampling | memperlihatkan terdapat pengaruh signifikan literasi |

| | | | | |
|--|--|---|--------------------------|---|
| | Perilaku Keuangan Mahasiswa Dikota Padang (Tri Racmat & Henny Sulistianingsih, 2020) http://www.jurnal.unidha.ac.id/index.php/JEBD/article/view/71 | Media Sosial dan Perilaku Keuangan Mahasiswa Dikota Padang | dan smart PLS | keuangan dan media sosial terhadap perilaku keuangan. Namun dalam penelitian ini variabel media sosial tidak memiliki pengaruh signifikan sebagai variabel moderasi. |
| <p>Persamaan : Menggunakan variabel literasi keuangan dan media sosial Perbedaan : Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori</p> | | | | |
| 9 | Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlanjutan UMKM Di Kota Surabaya (Rahayu & Musdholifah, 2017) https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/20256 | Independen: Literasi Keuangan Dependen: Kinerja dan Keberlanjutan UMKM | Kuesioner | menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja dan keberlanjutan UMKM di Surabaya. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan, bisnis pemilik dapat mengelola kinerja bisnisnya dengan baik dan akhirnya bisnis memiliki keberlanjutan jangka panjang. |
| <p>Persamaan : menggunakan variabel literasi keuangan dan kinerja Perbedaan : tidak membahas media sosial</p> | | | | |
| 10 | Use of Technology and Financial Literacy on SMEs Practices and Performance in Developing Economies (Juma Mabula & Han Ping, 2018) https://scholar.google.com/scholar?start=10&q=influence+financial+literacy+on+performance+SME&hl=id&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&u=%23p%3DRLYZ5wyufmoJ | Use of Technology and Financial Literacy on SMEs Practices | Survey | menempatkan hubungan yang signifikan antara perusahaan menggunakan teknologi untuk praktik pencatatan dan kinerja, hubungan positif yang signifikan dari keuangan melek huruf dan praktik manajemen risiko perusahaan. Namun demikian studi menemukan hubungan yang tidak signifikan dari literasi keuangan dan praktek pembukuan perusahaan; ia menawarkan praktik ganda yang bebasperan literasi keuangan dan penggunaan teknologi untuk meningkatkan. Praktik keuangan UKM di negara berkembang. |
| <p>Persamaan : Membahas penggunaan teknologi dan literasi keuangan Perbedaan : Meenggunakan metode Survei</p> | | | | |
| 11 | Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM (Kasendah & Wijayangka, 2019) http://journalfeb.unla.ac.id/ | Independen: Literasi keuangan Dependen: Kinerja UMKM | non-probability sampling | koefisien determinasi, literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja sebesar 49,8% sedangkan 50,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini |

| | | | | |
|---|---|--|---|---|
| | index.php/almana/article/view/45 | | | |
| <p>Persamaan : menggunakan variabel literasi keuangan dan kinerja Perbedaan : menggunakan non-probability sampling</p> | | | | |
| 12 | Influence of entrepreneurship education, technology and globalisation on performance of SMEs in Nigeria (Yusuf Emmanuel, 2017) https://academicjournals.org/journal/AJBM/article-full-text-pdf/D7E9D4365445.pdf | <p>Independen: entrepreneurship education, technology and globalization</p> <p>Dependen: performance of SMEs</p> | survei cross-sectional. | menunjukkan bahwa perolehan keterampilan pendidikan kewirausahaan; adopsi dan penggunaan perangkat dan platform teknologi, serta, globalisasi meningkatkan produktivitas dan profitabilitas UKM di Nigeria. |
| <p>Persamaan : membahas pengaruh penggunaan teknologi terhadap kinerja ukmn Perbedaan : penelitian ini tidak membahas variabel literasi keuangan</p> | | | | |
| 13 | Financial Literacy And Its Impact On Loan Repayment By Small And Medium Enterpreneuers | <p>Independen: Financial Literacy</p> <p>Dependen: Loan Repayment</p> | Deskriptif Cross-Sectional Survey | kinerja UKM dalam hal pengembalian pinjaman sebagai hasil dari pemilik yang menjalani program pelatihan literasi keuangan memang dipengaruhi oleh keterampilan pembukuan, pengetahuan manajemen kredit, keterampilan penganggaran, dan keterampilan analisis keuangan. |
| <p>Persamaan : menggunakan variabel literasi keuangan dan kinerja UMKM Perbedaan : menggunakan metode deskriptif</p> | | | | |
| 14 | Pengaruh Kapabilitas Jejaring Usaha dan Media Sosial Terhadap Kinerja Usaha (Zulfikar & Novianti, 2018) https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jurisma/article/view/1004 | <p>Independen: Literasi Keuangan, Perencanaan keuangan</p> <p>Dependen: Kinerja UMKM</p> | Metode deskriptif dan Nonprobability sampling | Kemampuan jaringan bisnis dan media sosial berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Variabel media sosial menjadi variable yang memiliki pengaruh paling besar dibandingkan variable kemampuan usaha, yaitu variable media sosial yang berada pada kategori baik sedangkan variable kemampuan jaringan usaha dalam kategori cukup baik. |
| <p>Persamaan : Menggunakan variable media sosial dan kinerja usaha Perbedaan : Penelitian ini menggunakan metode deskriptif</p> | | | | |
| 15 | Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan | <p>Independen: Penggunaan Media Sosial</p> | Wawancara terstruktur Penelitian deskriptif | bahwa UKM yang diobservasi telah menggunakan media sosial dalam perusahaannya. Media |

| | | | | |
|---|---|---|---------------|--|
| | Usaha Kecil Menengah (UKM) (Purwiantoro, 2019) http://journal.amikomsolo.ac.id/index.php/ekacida/article/view/19 | Dependen: Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) | observasional | sosial yang paling banyak digunakan adalah Facebook, Twitter dan Instagram |
| Persamaan : penelitian ini membahas pengaruh media sosial terhadap ukm Perbedaan : penelitian ini menggunakan metode wawancara terstruktur dan observasional | | | | |

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu terdapat beberapa perbedaan dan persamaan antara penelitian yang satu dengan penelitian yang lainnya. Dengan demikian dapat ditemukan yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu dari segi model penelitian. Dimana penelitian terdahulu menghubungkan literasi keuangan terhadap kinerja, literasi keuangan terhadap keberlangsungan usaha sedangkan model penelitian ini menghubungkan Literasi Keuangan terhadap Kinerja Usaha Batik, Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha Batik.

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Dahmen & Rodríguez, 2014) menyatakan bahwa ada hubungan antara literasi keuangan dengan kinerja. Literasi keuangan mempunyai hubungan yang positif terhadap kinerja. Hubungan literasi keuangan dan kinerja diimplementasikan pada usaha yang sudah memadai dalam pengetahuan keuangan yang akan mampu merespon segala isu, perubahan, atau iklim bisnis yang terus menerus berubah. Pada akhirnya diambil keputusan yang terbaik untuk meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha. (Dewi Ilarrahmah, 2021) menyatakan bahwa kemampuan menyusun laporan keuangan dan literasi keuangan memberi pengaruh secara bersama-sama terhadap kinerja. Kemudian (Kasendah & Wijayangka, 2019) menyatakan bahwa literasi keuangan yang tinggi akan membantu UMKM dalam meningkatkan profitabilitas.

2.3.2 Media Sosial Terhadap Kinerja Usaha

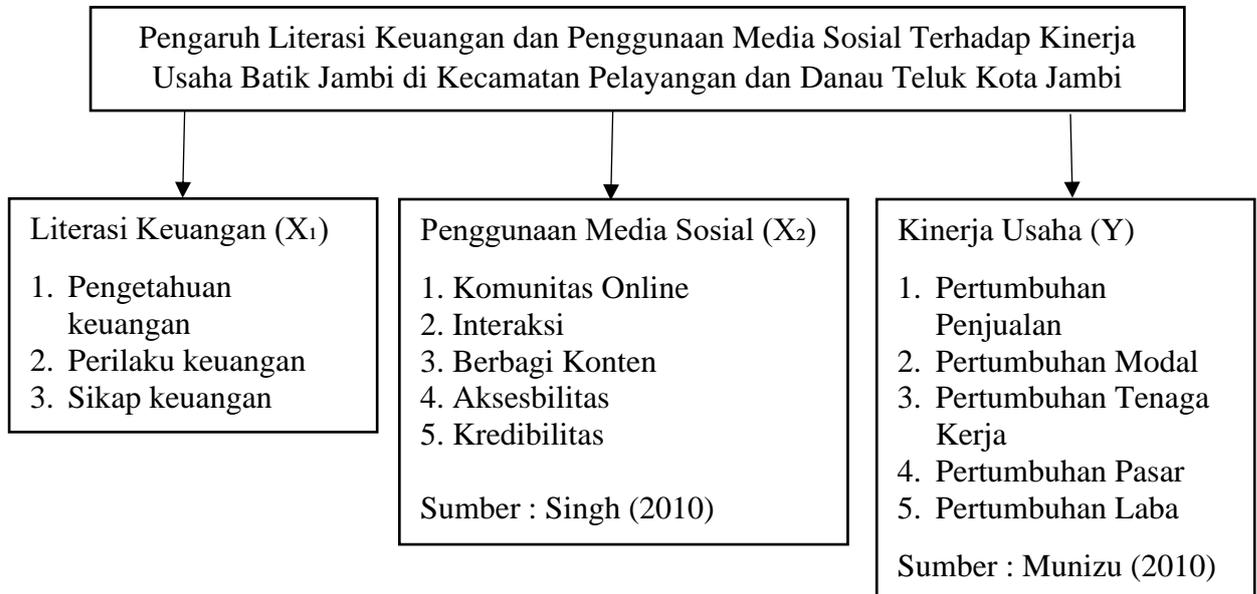
Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Zulfikar & Novianti, 2018) mengatakan bahwa semakin baik menggunakan media sosial dapat meningkatkan kinerja usaha. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh bahwa “manfaat penggunaan media sosial bagi Sebagian besar perusahaan untuk mengadakan kontak personal dengan konsumen.” Manfaat yang paling dirasakan oleh perusahaan adalah media sosial merupakan sarana komunikasi yang efektif, dapat meningkatkan pangsa pasar serta membantu keputusan bisnis. Penggunaan media sosial dapat meningkatkan volume penjualan hingga lebih dari 100% bila dilakukan update informasi setiap hari dan secara konsisten. Media sosial merupakan sarana yang dapat memudahkan para pelaku UMKM dan dapat mempengaruhi suatu kinerja usaha yang sedang beroperasi (Putri & Ie, 2020).

2.4 Kerangka Pemikiran

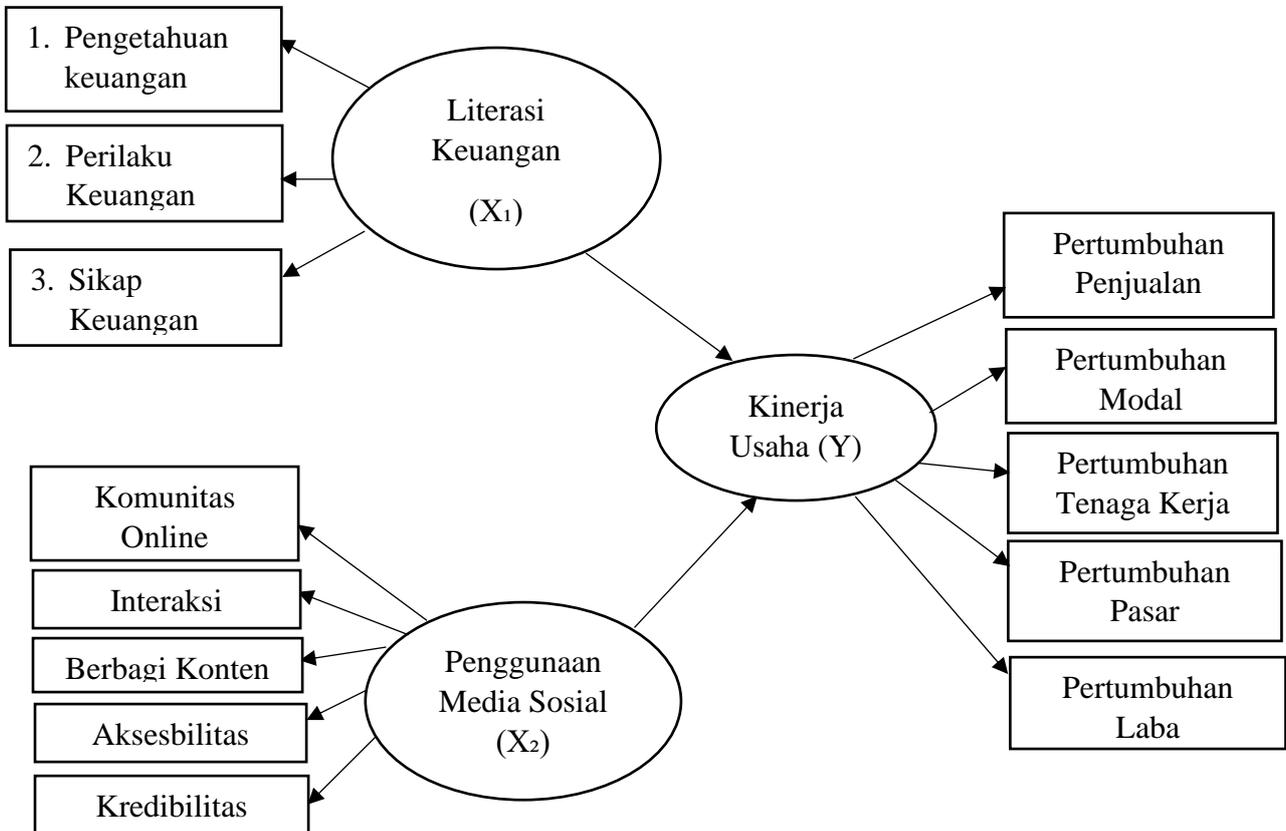
Kerangka Berpikir adalah sebuah model atau gambaran yang berupa konsep yang didalamnya menjelaskan tentang hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya. Kerangka berpikir ini juga dapat dikatakan sebagai rumusan-rumusan masalah yang sudah dibuat berdasarkan dengan proses deduktif didalam rangka menghasilkan beberapa konsep dan juga proposisi yang digunakan untuk memudahkan seorang peneliti merumuskan hipotesis penelitiannya. Pada penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah Literasi Keuangan (X_1), Penggunaan Media Sosial (X_2) dan variabel dependennya adalah Kinerja Usaha (Y). Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial diduga memiliki pengaruh terhadap Kinerja Usaha yang dilakukan pelaku usaha.

Gambar 2. 1

Bagan Kerangka Pemikiran



Berdasarkan kerangka pemikiran diatas dapat disimpulkan model penelitian sebagai berikut :



Gambar 2. 2
Model Penelitian

2.5 Hipotesis

Menurut (Sugiyono, 2019) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka diperoleh hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁ : Terdapat pengaruh positif signifikan Literasi Keuangan terhadap Kinerja Usaha Batik.

H₂ : Terdapat pengaruh positif signifikan Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha Batik.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur, dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya (Sugiyono, 2019).

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek (Sugiyono, 2019). Data jumlah Usaha Batik di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk sebanyak 35 (Kecamatan Pelayangan dan Kecamatan Danau Teluk, 2022).

3.2.2 Sampel

Dalam penelitian kuantitatif, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2019). Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik sampling sampel jenuh yaitu teknik penentuan sampel

bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2019). Karena jumlah populasi hanya berjumlah 35 responden, maka penyebaran kuesioner dilakukan pada semua populasi.

Tabel 3. 1

Usaha Batik Jambi di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi

| No | Nama Pemilik | Nama Usaha | Alamat |
|-----|-----------------|----------------|-------------------------------------|
| 1. | Maryam | Al-Hadad | Kel. Mudung Laut Kec. Pelayangan |
| 2. | Siti Hajir | Siti Hajir | Kel. Jelmu Kec. Pelayangan |
| 3. | Nur Hikmah | Nur Hikmah | Kel. Jelmu Kec. Pelayangan |
| 4. | Nafisah | Dua Putri | Kel. Jelmu Kec. Pelayangan |
| 5. | Hj. Surayya | Humairoh | Kel. Jelmu Kec. Pelayangan |
| 6. | Fahriah | Aliya | Kel. Tengah Kec. Pelayangan |
| 7. | Nadia | Nadia | Kel. Tengah Kec. Pelayangan |
| 8. | Fatimah Rohani | Rifandi | Kel. Tengah Kec. Pelayangan |
| 9. | Diana | Diana | Kel. Ulu Gedong Kec. Danau Teluk |
| 10. | Shofia | Shofia | Kel. Ulu Gedong Kec. Danau Teluk |
| 11. | Salma Hati | Salma | Kel. Ulu Gedong Kec. Danau Teluk |
| 12. | Masitoh | Royan | Kel. Ulu Gedong Kec. Danau Teluk |
| 13. | Atiah | Zhorif | Kel. Ulu Gedong Kec. Danau Teluk |
| 14. | Saniah | Rizki | Kel. Ulu Gedong Kec. Danau Teluk |
| 15. | Hj. Anisah | Zamzami | Kel. Ulu Gedong Kec. Danau Teluk |
| 16. | Hj. Fatimah | Sumber Rizki | Kel. Ulu Gedong Kec. Danau Teluk |
| 17. | Rogayah | Rogayah | Kel. Ulu Gedong Kec. Danau Teluk |
| 18. | Siti Arifah | Syifa | Kel. Ulu Gedong Kec. Danau Teluk |
| 19. | Nur Kamaliya | Nur Kamaliya | Kel. Ulu Gedong Kec. Danau Teluk |
| 20. | Mastura | Anugrah | Kel. Ulu Gedong Kec. Danau Teluk |
| 21. | Hj. Maimunah | Cempaka | Kel. Ulu Gedong Kec. Danau Teluk |
| 22. | Hj. Farhaniyah | Rahmaniah | Kel. Ulu Gedong Kec. Danau Teluk |
| 23. | Nur Jannah | Mentari | Kel. Ulu Gedong Kec. Danau Teluk |
| 24. | Istiqomah | Ngadiman | Kel. Ulu Gedong Kec. Danau Teluk |
| 25. | Samiha | Bunga Tanjung | Kel. Ulu Gedong Kec. Danau Teluk |
| 26. | Nuryana | Nusa Indah | Kel. Olak Kemang Kec. Danau Teluk |
| 27. | Kiftiah | Tampuk Manggis | Kel. Olak Kemang Kec. Danau Teluk |
| 28. | Azmiyah | Azmah | Kel. Olak Kemang Kec. Danau Teluk |
| 29. | Rohana | Rohana | Kel. Olak Kemang Kec. Danau Teluk |
| 30. | Rohima | Rohima | Kel. Olak Kemang Kec. Danau Teluk |
| 31. | Rts. Hj. Hasnah | Melati Putih | Kel. Tanjung Raden Kec. Danau Teluk |
| 32. | Rts. Ainun | Hj. Nurma 1 | Kel. Tanjung Raden Kec. Danau Teluk |
| 33. | Rts. Nila Wati | Aan | Kel. Tanjung Raden Kec. Danau Teluk |
| 34. | Rts. Asia | Hj. Nurma 2 | Kel. Pasir Panjang Kec. Danau Teluk |
| 35. | Eva Susanti | Ariny | Kel. Pasir Panjang Kec. Danau Teluk |

Sumber: Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi 2022 (Data diolah)

3.3 Jenis dan Sumber data

3.3.1 Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang dilakukan dengan kuesioner secara tatap muka secara langsung dengan responden. Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2019). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Penelitian ini menggunakan kuesioner skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2019).

Skala likert digunakan sebagai tolak ukur, dengan skor 1-5 dengan ketentuan:

| | |
|---------------------------|-----|
| Sangat Setuju (SS) | = 5 |
| Setuju (S) | = 4 |
| Kurang Setuju (KS) | = 3 |
| Tidak Setuju (TS) | = 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | = 1 |

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2019 : 194). Data yang digunakan adalah data sekunder, yaitu data yang dikumpulkan atau diperoleh dari jurnal, buku, Dinas

Perindustrian dan perdagangan Kota Jambi, website, dan data tertulis lainnya yang dijadikan sebagai bahan referensi.

3.4 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini adalah usaha batik di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi dan waktu penelitiannya pada tahun 2022.

3.5 Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional variabel menurut (Sugiyono, 2019) menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstruk, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstruk yang baik. Dalam penelitian ini terdiri atas tiga variabel, diantaranya:

1. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang berpengaruh atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen terikat (Sugiyono, 2019). Adapun Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Literasi Keuangan (X_1) dan Media Sosial (X_2).

Pengukuran literasi keuangan pada penelitian ini mengacu pada parameter yang dibuat oleh OECD (2017) dengan menggunakan 3 indikator yaitu :

1. Pengetahuan Keuangan
2. Perilaku Keuangan
3. Sikap Keuangan

Pengukuran media sosial pada penelitian ini mengacu pada parameter yang dibuat oleh (Singh et al., 2010) dengan menggunakan 5 indikator yaitu :

1. Komunitas Online
2. Interaksi
3. Berbagi Konten
4. Aksesibilitas
5. Kredibilitas

2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau terikat sering disebut variabel output, kriteria, konsekuensi adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019). Adapun variabel terikat pada penelitian ini adalah Kinerja usaha (Y). Pengukuran Kinerja usaha pada penelitian ini mengacu pada parameter yang dibuat oleh (Munizu, 2010) dengan menggunakan 5 indikator

1. Pertumbuhan Penjualan
2. Pertumbuhan Modal
3. Pertumbuhan Tenaga Kerja
4. Pertumbuhan Pasar
5. Pertumbuhan Laba

Tabel 3. 2

Definisi Operasional

| Variabel | Definisi | Dimensi | Indikator | Skala |
|---|--|----------------------|--------------------------------------|---------------|
| Literasi Keuangan | Literasi Keuangan adalah Kombinasi kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap dan perilaku yang diperlukan untuk membuat kesejahteraan finansial individu. (OECD, 2017) | Pengetahuan Keuangan | Memahami pengetahuan dasar Keuangan | Skala Ordinal |
| | | Perilaku Keuangan | Membayar tagihan tepat waktu | |
| | | | Membuat anggaran | |
| | | | Berpikir sebelum melakukan pembelian | |
| | | | Menabung dan meminjam | |
| | | Sikap Keuangan | Sikap terhadap uang | |
| Mempelajari dan merencanakan masa depan | | | | |
| Penggunaan Media Sosial | Media sosial diartikan sebagai medium di internet yang memungkinkan para penggunanya untuk | | Komunitas Online | Skala Ordinal |
| | | | Interaksi | |

| | | | | |
|----------------------|---|---|--|---------------|
| | mengekspresikan dirinya ataupun berinteraksi, bekerja sama, dan berbagi dengan pengguna yang lain guna membentuk sebuah ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015). | | Berbagi Konten Aksesibilitas Kredibilitas | |
| Kinerja Usaha | Kinerja Usaha adalah merujuk pada pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam waktu tertentu (Munizu, 2010) | Pertumbuhan Penjualan Pertumbuhan Modal Pertumbuhan tenaga kerja Pertumbuhan Pasar Pertumbuhan laba | Pertumbuhan penjualan meningkat Pertumbuhan modal usaha meningkat Penambahan tenaga kerja setiap tahun Pertumbuhan pasar dan pemasaran semakin baik Pertumbuhan keuntungan/laba usaha semakin baik | Skala Ordinal |

3.6 Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah software *SmartPLS 3* yang dijalankan dengan media komputer.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data pada penelitian ini. Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2019). Untuk mengetahui tingkatan perolehan skor variabel yang diteliti maka dapat dihitung dengan menggunakan metode mengklasifikasikan berdasarkan nilai pada rentang skala menggunakan rumus sebagai berikut (Wahyuni, 2012):

$$i = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Keterangan :

i : Interval kelas

X_n : Nilai data tertinggi

X_1 : Nilai data terendah

K : Jumlah kelas

Untuk menentukan rentang skor terendah dan tertinggi dapat dilakukan dengan cara mengalikan jumlah populasi/sampel dengan bobot nilai terendah dan bobot nilai tertinggi dalam skala pengukuran yakni sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Rentang skor terendah} &= n \times \text{skor terendah} \\ &= 35 \times 1 \\ &= 35\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Rentang skor tertinggi} &= n \times \text{skor tertinggi} \\ &= 35 \times 5 \\ &= 175\end{aligned}$$

Maka didapat bahwa :

$$i = \frac{175-35}{5}$$

$$i = 28$$

Dengan demikian didapatlah bahwa kategori pengklasifikasian untuk variabel sebagai berikut :

Tabel 3. 3**Rentang Pengklasifikasian Variabel**

| Variabel | Rentang Penilaian | Klarifikasi |
|---------------------------------|-------------------|---------------|
| Literasi Keuangan (X1) | 35 – 63 | Sangat Rendah |
| | 64 – 91 | Rendah |
| | 92 – 119 | Sedang |
| | 120 – 147 | Tinggi |
| | 148 – 175 | Sangat Tinggi |
| Penggunaan Media sosial (X2) | 35 – 63 | Sangat Rendah |
| | 64 – 91 | Rendah |
| | 92 – 119 | Sedang |
| | 120 – 147 | Tinggi |
| | 148 - 175 | Sangat Tinggi |
| Kinerja usaha (Y) | 35 - 63 | Sangat Rendah |
| | 64 – 91 | Rendah |
| | 92 – 119 | Sedang |
| | 120 – 147 | Tinggi |
| | 148 - 175 | Sangat Tinggi |

3.6.2 Partial Least Square (PLS)

Menurut (Ghozali, 2015) Partial Least Square (PLS) merupakan metoda analisis yang powerfull dan sering disebut juga sebagai soft modeling karena meniadakan asumsi-asumsi OLS (Ordinary Least Square) regresi, seperti data harus terdistribusi normal secara multivariate dan tidak adanya problem multikolonieritas antar variabel eksogen. Tujuan Partial Least Square (PLS) adalah membantu peneliti untuk mendapatkan nilai variabel laten untuk tujuan prediksi.

PLS adalah teknik statistika multivariant yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda. PLS adalah salah satu metoda statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian kecil, adanya data yang hilang dan multikolonieritas.

Pemilihan metode PLS didasarkan pada pertimbangan bahwa dalam penelitian ini terdapat tiga variabel laten yang dibentuk dengan indikator

formativedan membentuk efek moderating. Model formative mengasumsikan bahwa konstruk atau variabel laten mempengaruhi indikator, dimana arah hubungan kausalitas dari konstruk ke indikator atau manifes (Ghozali, 2015). Lebih lanjut (Ghozali, 2015) menyatakan bahwa model formatif mengasumsikan bahwa indicator indikator mempengaruhi konstruk, dimana arah hubungan kausalitas dari indikator ke konstruk.

Model analisis Partial Least Squard (PLS) dapat menilai outer model dan inner model.

1. Analisa Outer Model

Analisa outer model dilakukan untuk memastikan bahwa *measurement* yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel). Dalam analisis model ini menspesifikasi hubungan antar variabel laten dan indikator-indikatornya. Model pengukuran dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas.

Tabel 3. 4

Ringkasan *Rule of Thumb* Evaluasi Model Pengukuran

| Validitas dan Reliabilitas | Parameter | <i>Rule of Thumb</i> |
|-----------------------------------|--|--|
| Validitas Convergent | <i>Loading Factor</i> | <ul style="list-style-type: none"> • >0,70 untuk Confirmatory Research • >0,60 untuk Exploratory Research |
| | <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | >0,50 untuk Confirmatory maupun Exploratory Research |
| | <i>Communality</i> | >0,50 untuk Confirmatory maupun Exploratory Research |
| Validitas Discriminant | <i>Cross Loading</i> | >0,70 untuk setiap variabel |
| | Akar Kuadrat AVE dan Korelasi antar Konstruk Laten | Akar kuadrat AVE > Korelasi antar konstruk laten |
| Reliabilitas | <i>Cronbach's Alpha</i> | <ul style="list-style-type: none"> • >0,70 untuk Confirmatory Research • >0,60 masih dapat diterima untuk Exploratory Research |
| | <i>Composite Reliability</i> | <ul style="list-style-type: none"> • >0,70 untuk Confirmatory Research • >0,60 masih dapat diterima untuk Exploratory Research |

Sumber : Ghozali (2015)

- **Uji Validitas** adalah indikator yang dinilai berdasarkan korelasi antara item *score/component score* dengan *construct score*, yang dapat dilihat dari *standardized loading factor* yang mana menggambarkan besarnya korelasi antar setiap item pengukuran (indikator) dengan konstraknya. Uji validitas digunakan untuk mengetahui suatu kuisoner valid atau tidak. Kuisoner dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi > 0.7 dengan konstruk yang ingin diukur, sedangkan menurut Chin yang dikutip oleh Imam Ghazali, nilai outer loading antara 0,5 – 0,6 sudah dianggap cukup.
- **Uji Realibitas** adalah indikator untuk mengukur suatu konstruk yang dapat dilihat pada *view latent variable coefficients*. Untuk mengevaluasi *composite reliability* terdapat dua alat ukur yaitu *internal consistency* dan *cronbach's alpha*. Uji realibitas digunakan untuk mengetahui suatu kuisoner konsisten atau tidak. Suatu kuisoner dalam sebuah penelitian dikatakan reliabel apabila jawaban yang diberikan oleh individu (responden) konsisten secara terus menerus. Pada teknik ini suatu kuisoner dikatakan reliabel apabila koefisien reliabilitas $> 0,7$.

2. Analisa Inner Model atau Model Struktural

(Abdillah & Jogiyanto, 2015) model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-Square* dan nilai *path coefficient* atau *t-values* tiap path untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model struktural. Nilai *R-Square* digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen, dimana semakin tinggi nilai *R-Square* maka semakin baik model penelitian yang diajukan. nilai *R-Square* senilai 0,75 dikatakan model model kuat dan nilai 0,50 dikategorikan moderat serta nilai 0,25 dikategorikan lemah. Nilai *path coefficient* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis.

Tabel 3. 5

Ringkasan *Rule of Thumb* Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

| Kriteria | <i>Rule of Thumb</i> |
|---|--|
| <i>R-Square</i> | <ul style="list-style-type: none">• 0,67 menunjukkan model kuat, 0,33 menunjukkan model moderate, dan 0,19 menunjukkan model lemah (Chin, 1998).• 0,75 menunjukkan model kuat, 0,50 menunjukkan model moderate, dan 0,25 menunjukkan model lemah (Hair et al., 2011). |
| <i>Q² predictive relevance</i> | <ul style="list-style-type: none">• $Q^2 > 0$ menunjukkan model memiliki <i>predictive relevance</i>.• $Q^2 < 0$ menunjukkan model kurang memiliki <i>predictive relevance</i>. |

Sumber : Ghozali (2015)

3.7 Uji Hipotesis

Sugiyono (2019:99) berpendapat bahwa hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah 48 dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Adapun langkah-langkah dalam menguji hipotesis ini dimulai dengan menetapkan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternative (H_a), pemilihan tes statistik dan perhitungannya, menetapkan tingkat signifikansi, dan penetapan kriteria pengujian.

Sebelum pengujian dilakukan maka terlebih dahulu harus ditentukan taraf signifikansinya. Hal ini dilakukan untuk membuat suatu rencana pengujian agar diketahui batas-batas untuk menentukan pilihan antara hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Taraf signifikansinya yang dipilih dan ditetapkan dalam penelitian ini adalah 0,05 ($\alpha = 0,05$) dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%. Angka ini dipilih karena dapat mewakili hubungan variabel yang diteliti dan merupakan suatu taraf signifikansi yang sering digunakan dalam penelitian di bidang Ilmu Sosial. Kriteria uji yang digunakan adalah:

1. Jika taraf signifikansinya $t < (\alpha = 0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Jika taraf signifikansinya $t > (\alpha = 0,05)$, maka H_0 diterima dan H_a di tolak artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

4.1.1 Sejarah Batik Jambi

Batik Jambi adalah batik yang berasal dari Provinsi Jambi. Batik Jambi sudah ada sejak zaman Kesultanan Melayu Jambi, pada masa kesultanan tersebut ciri khas batik jambi adalah warna merah, dan motif utamanya adalah flora dan fauna. Kain batik dibawa dan diperkenalkan pertama kali oleh orang Jawa yang merantau ke Jambi sekitar tahun 1875. Pada masa itu batik hanya dipakai oleh kaum bangsawan dan Raja Melayu Jambi sebagai pakaian adat. Motifnya pun masih sangat terbatas, bercorak ukiran seperti yang ada pada rumah adat Jambi.

Namun seiring berjalannya waktu, semakin banyak rakyat biasa yang menggunakan batik dan motif yang tadinya terbatas untuk kalangan istana pun sudah boleh dipakai oleh masyarakat di luar istana. Hal itu membuat batik Jambi beserta motifnya semakin berkembang dan hingga kini menjadi industri rumah tangga. Batik tulis Jambi memiliki ciri khas yang unik dan eksotis. Baik dari segi warna maupun motifnya sendiri. Sebagian besar pewarnaan batik Jambi diambil dari bahan-bahan alami yang ada di alam sekitar Jambi, yaitu campuran dari aneka ragam kayu dan tumbuh-tumbuhan, seperti getah kayu lambato dan buah kayu bulian, daun pandan, kayu tinggi dan kayu sepong. Selain bahan pewarnaannya, batik tulis Jambi juga kaya dengan aneka motif yang terinspirasi dari lingkungan sekitar Jambi, seperti tanaman dan hewan. Motif batik Jambi yang terkenal antara lain Durian Pecah, Batanghari, Angso Duo Bersayap, Kapal Sanggat, bunga melati, bulan sabit, Kuau Berhias, Tampuk Manggis dan lain-lain. Produksi batik Jambi terpusat di Desa Jambi Seberang, tempat tinggal para warga asli Jambi. Di tempat ini, terdapat sanggar batik yang berfungsi sebagai pusat pengrajin batik Jambi. Produksinya terdiri dari dua jenis, yaitu batik tulis dan batik cap. Kain yang digunakan biasanya berbahan sutra dan katun.

Secara administrasi di Jambi Kota Seberang terbagi atas dua kecamatan, yaitu Kecamatan Pelayangan dan Kecamatan Danau Teluk. Kedua kecamatan tersebut merupakan kawasan pemukiman yang terletak di tepian kiri sungai Batanghari. Luas wilayah Kecamatan Pelayangan 15,29 km² terdiri atas 6 kelurahan, yaitu Kel. Arab Melayu, Kel. Mudung Laut, Kel. Jelmu, Kel. Kampung Tengah, Kel. Tahtul Yaman, dan Kel. Tanjung Johor. Penduduk di Kecamatan Pelayangan pada umumnya hidup sebagai petani dan nelayan. Mata pencaharian yang lain, seperti tukang ojek motor, tukang perahu ketek, buruh pabrik crumb rubber dan plywood. Kawasan kampung Arab Melayu dan Tahtul Yaman terkenal sebagai daerah pembuatan perahu getek dan speed boat. Penduduk yang bermatapencaharian di bidang perikanan, menangkap ikan dengan menggunakan jala atau pukat. Ikan hasil tangkapan sebagian dijual dan sebagian lagi disimpan dalam keramba. Industry kayu dan pengolahan karet terdapat di Kampung Tanjung Johor. Beberapa perusahaan berdiri di kawasan tersebut.

Industri batik rumah tangga juga turut menunjang perekonomian masyarakat Pelayangan. Banyak ibu rumah tangga yang mengisi waktu luangnya untuk membuat batik sehingga dapat menambah penghasilan keluarga. Daerah Kampung Tengah dan Mudung Laut merupakan sentra kerajinan batik di Kecamatan Pelayangan. Sedangkan Kecamatan Danau Teluk memiliki luas wilayah 15,70 km², terdiri atas 5 kelurahan, yaitu Kel. Ulu Gedong, Kel. Olak Kemang, Kel. Tanjung Pasir, Kel. Tanjung Raden, dan Kel. Pasir Panjang. Penduduk di Kec. Danau Teluk selain menggantungkan hidup dalam bidang pertanian, perikanan (berkeramba dan perikanan tangkap), dan peternakan ayam bura, juga banyak berusaha di sector industry rumah tangga, seperti memproduksi tepek ikan, kerupuk ikan, kerajinan tangan (sulam benang emas), dan batik.

4.2 Sejarah Singkat UMKM

Berdasarkan UUD 1945 yang telah di amandemenkan, khususnya Pasal 33 tentang Perekonomian Nasional dan Kesejahteraan Sosial. Pemberdayaan terhadap UKM di Indonesia merupakan implementasi tentang demokrasi ekonomi. Pada ayat 4 dipertegas bahwa perekonomian nasional diselenggarakan

berdasarkan atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, kemandirian, efisiensi, berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional. Sejarah menunjukkan bahwa gagasan dan pemikiran membangun ekonomi nasional berlandaskan demokrasi ekonomi dan berpihak kepada kelompok usaha kecil dan menengah UKM telah lama menjadi agenda pembangunan ekonomi nasional. Hal tersebut diperkuat oleh Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2008. Pada Pasal 5 dijelaskan bahwa salah satu tujuan pemberdayaan UKM adalah mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Bagi Indonesia, UKM adalah tulang punggung ekonomi Indonesia.

UKM di Indonesia sangat penting bagi ekonomi karena menyumbang 60% dari PDB dan menampungnya 97% tenaga kerja. Tetapi akses ke lembaga keuangan sangat terbatas baru 25% atau 13 Juta pelaku UKM yang mendapat akses ke lembaga keuangan. Pemerintah Indonesia, membina UKM melalui Dinas Koperasi dan UKM, dimasing-masing Provinsi atau Kabupaten/Kota. Pada tahun 2021, Kementerian Koperasi dan UKM menargetkan PDB UMKM menjadi 62,36%, PDB koperasi 7,54%, kontribusi ekspor UMKM 15,12%, pertumbuhan start-up berbasis inovasi dan teknologi 900 unit, 150 unit koperasi modern dan 0,55%. Pada 2024 diharapkan kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional menjadi 65%, PDB koperasi 11,54%, kontribusi ekspor UMKM 21,60%, start-up berbasis inovasi dan koperasi 850 unit, koperasi modern berbasis digital 100 unit dan rasio kewirausahaan 3,95%. Menurut Staf Khusus MenkopUKM, Indonesia berada di posisi ke-4 negara dengan jumlah start-up terbanyak. Hal itu menjadi modal besar untuk mewujudkan start-up berbasis inovasi dan teknologi. Selain itu menurut Riza, dengan disahkannya Undang-Undang Cipta Kerja, maka akan mempercepat tumbuh kembangnya koperasi di Indonesia.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis pengaruh literasi keuangan dan penggunaan media sosial terhadap kinerja usaha batik. Pengambilan data dilakukan di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi. Pada bab ini akan dibahas mengenai data dan hasil pengujian hipotesis. Pembahasan diawali dengan gambaran umum responden, hasil statistik deskriptif dilanjutkan dengan hasil analisis data.

5.1 Gambaran Umum Responden

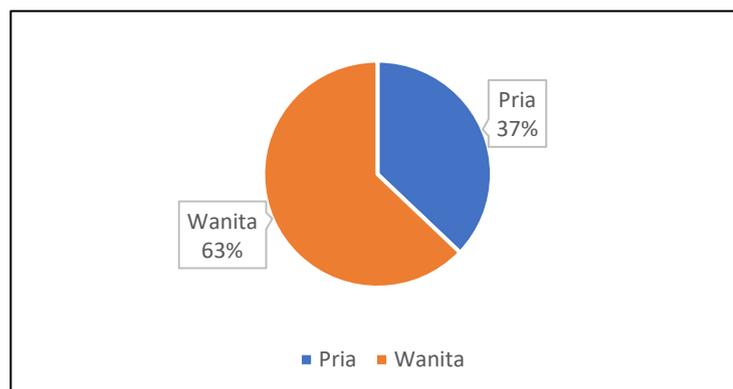
Berikut ini merupakan gambaran umum responden berdasarkan hasil survey yang dilakukan :

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil kuesioner yang telah disebar kepada pemilik batik di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi maka diperoleh jumlah responden laki-laki dan perempuan sebagai berikut :

Gambar 5. 1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber : Data Primer, 2022 (data diolah)

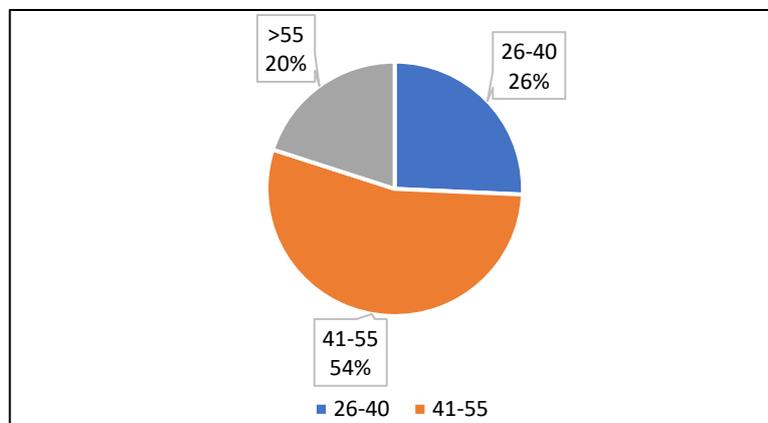
Dari gambar 5.1 dapat disimpulkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki/pria berjumlah 13 orang atau 37% dari jumlah keseluruhan, sedangkan

yang berjenis kelamin perempuan/wanita berjumlah 22 orang atau 63% dari jumlah keseluruhan.

2. Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Gambaran responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada gambar 5.2 berikut ini :

Gambar 5. 2
Responden Berdasarkan Usia



Sumber : Data Primer, 2022 (data diolah)

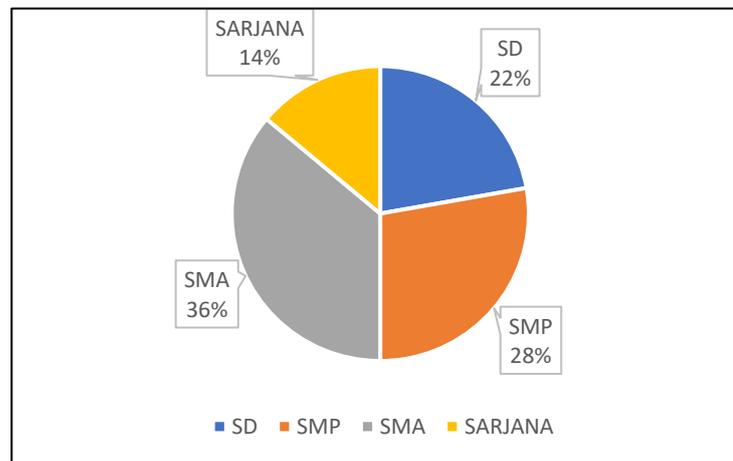
Berdasarkan gambar 5.2 menunjukkan bahwa dari 35 responden yang memiliki usia 26 - 40 tahun dengan jumlah responden sebanyak 9 orang atau 26%, kemudian untuk usia 41- 55 tahun sebanyak 19 orang atau 54%, usia >55 tahun sebanyak 7 orang atau 20%. Hal ini menunjukkan, bahwa pelaku usaha batik yang mendominasi di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi adalah 41 - 55 tahun.

3. Jumlah Responden Berdasarkan Riwayat Pendidikan

Gambaran responden berdasarkan riwayat pendidikan dapat ditunjukkan pada gambar 5.3 berikut ini :

Gambar 5. 3

Responden Berdasarkan Riwayat Pendidikan



Sumber : Data Primer, 2022 (data diolah)

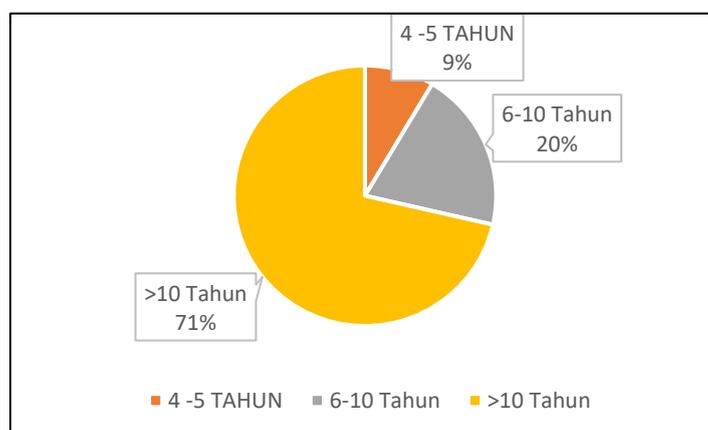
Untuk pelaku usaha yang riwayat pendidikannya SD adalah sebanyak 8 orang atau 22%, kemudian untuk yang lulus SMP sejumlah 10 orang atau 28%, Lulusan SMA sebanyak 13 orang atau 36%, dan yang berpendidikan Sarjana ada sekitar 5 orang atau 14%. Mayoritas pelaku usaha batik di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi adalah yang lulus dari SMA/ sederajat

4. Jumlah Responden Berdasarkan Lama Usaha Berdiri

Gambaran responden berdasarkan lamanya berdiri usaha dapat ditunjukkan pada gambar 5.4 berikut ini :

Gambar 5. 4

Responden Berdasarkan Lama Usaha Berdiri



Sumber : Data Primer, 2022 (Data diolah)

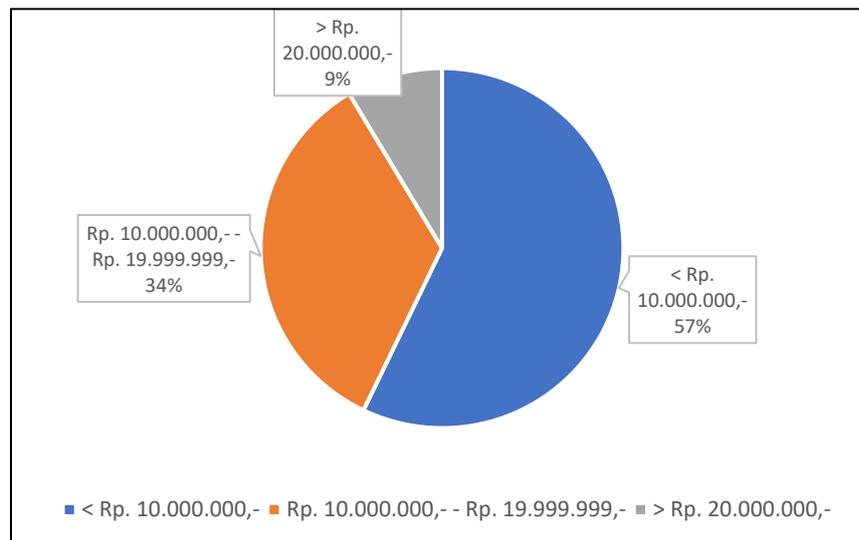
Berdasarkan gambar 5.4 dapat menunjukkan bahwa lama usaha berdiri 4 – 5 tahun berjumlah orang atau 11%, kemudian lama usaha 6 – 10 tahun berjumlah orang atau 20% dan lama usaha lebih dari 10 tahun berjumlah 25 orang atau 71%. Hal ini menunjukkan bahwa lamanya usaha batik berdiri yang mendominasi di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi adalah lebih dari 10 tahun.

5. Responden Berdasarkan Pendapatan

Gambaran responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada gambar 5.2 berikut ini :

Gambar 5. 5

Responden Berdasarkan Pendapatan



Sumber : Data Primer, 2022 (data diolah)

Berdasarkan gambar 5.5 dapat menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan perbulan yang < Rp. 10.000.000,- berjumlah 20 orang atau sebesar 57%, yang berpendapatan sebesar Rp. 10.000.000,- - Rp. 19.000.999 berjumlah 12 orang atau 34% dan yang berpendapatan sebesar > Rp. 20.000.000,- berjumlah 3 orang atau 9%.

5.2 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019) statistik deskriptif dapat digunakan apabila ingin mendeskripsikan data sampel. Statistik deskriptif bertujuan untuk menganalisis data berdasarkan pada hasil yang diperoleh dari jawaban-jawaban

responden terhadap masing-masing indikator pengukuran variabel. Berikut ini merupakan pengkategorian untuk mengetahui bagaimana kondisi dan tingkat kesesuaian pada masing-masing variabel tersebut dimana jumlah keseluruhan responden adalah 35 orang dan skala pengukuran tertinggi adalah 5 sedangkan nilai skala pengukuran terendah adalah 1.

5.2.1 Objective Self Assesment

Berikut jawaban responden terkait pertanyaan *Ojective Self Assesment* berdasarkan hasil survey yang dilakukan:

1. Apabila 5 (lima) orang diberi hadiah sebesar Rp. 1.000.000. Jika hadiah dibagi secara merata, maka masing-masing orang akan mendapat bagian sebesar ?

Tabel 5. 1

Jawaban *Objective Self Assesment* Pertama

| No | Jawaban Responden | Jumlah | Presentase (%) |
|--------------|-------------------------|-----------|----------------|
| 1 | Lebih dari Rp. 200.000 | 4 | 11,4% |
| 2 | Tepat RP. 200.000 | 31 | 88,6% |
| 3 | Kurang dari Rp. 200.000 | 0 | 0% |
| 4 | Tidak tahu | 0 | 0% |
| Total | | 35 | 100% |

Sumber: Hasil olah data kuesioner (2022)

Dari pernyataan yang diajukan pada nomor satu yaitu terkait perhitungan dasar aritmatika dalam keuangan dapat diperoleh informasi bahwa sebanyak 35 responden sebanyak 31 atau 88,6% responden yang menjawab benar dan sebanyak 4 atau 11,4% responden menjawab salah. Maka dapat dimaknai bahwa responden dapat dikatakan memahami secara objektif tentang literasi keuangan terkait perhitungan dasar aritmatika.

2. Seandainya anda harus menunggu satu tahun untuk mendapatkan bagian uang sebesar Rp. 1.000.000 tersebut, dan mengalami inflasi. Setelah satu tahun mereka dapat membeli barang dalam jumlah ?

Tabel 5. 2

Jawaban *Objective Self Assesment* Kedua

| No | Jawaban Responden | Jumlah | Presentase (%) |
|--------------|---|-----------|----------------|
| 1 | Lebih banyak dari pada yang dibeli sekarang | 11 | 31,4% |
| 2 | Sama banyak dengan jumlah yang dibeli sekarang | 4 | 11,4% |
| 3 | Lebih sedikit dari pada yang mereka beli sekarang | 16 | 45,7% |
| 4 | Tidak tahu | 4 | 11,4% |
| Total | | 35 | 100% |

Sumber: Hasil olah data kuesioner (2022)

Dari pernyataan yang diajukan pada nomor dua yaitu terkait perhitungan inflasi diperoleh informasi bahwa dari total 35 responden sebanyak 16 atau 45,7% responden yang menjawab benar. Maka dapat dimaknai bahwa sebagian responden dapat dikatakan kurang memahami secara objektif tentang literasi keuangan terkait inflasi yang dibuktikan sebesar 54,3% responden menjawab dengan salah pada pilihan nomor dua.

3. Seandainya anda meminjamkan uang sebesar Rp. 100.000 kepada teman hari ini, dan pada keesokan harinya dinja mengembalikan uang tersebut sebesar Rp. 100.000. Berapa bunga yang telah dia bayar untuk pinjaman tersebut?

Tabel 5. 3

Jawaban *Objective Self Assesment* Ketiga

| No | Jawaban Responden | Jumlah | Presentase (%) |
|--------------|-------------------|-----------|----------------|
| 1 | 2% | 3 | 8,6% |
| 2 | 3% | 0 | 0% |
| 3 | Tidak berbunga | 30 | 85,7% |
| 4 | Tidak tahu | 2 | 5,7% |
| Total | | 35 | 100% |

Sumber: Hasil olah data kuesioner (2022)

Dari pernyataan yang diajukan pada nomor tiga yaitu terkait perhitungan tingkat bunga bahwa dari 35 responden sebanyak 30 atau 85,7% responden yang menjawab benar. Maka dapat dimaknai bahwa sebagian besar responden memahami secara objektif tentang literasi keuangan terkait tingkat bunga

4. Misalkan Anda memiliki tabungan di bank sebesar Rp 1.000.000 dengan tingkat bunga 20% per tahun. Dengan asumsi tidak ada biaya administrasi dan

penarikan saldo tabungan. Berapa jumlah rekening Anda pada akhir tahun pertama (termasuk bunga) ?

Tabel 5. 4

Jawaban *Objective Self Assesment* Keempat

| No | Jawaban Responden | Jumlah | Presentase (%) |
|--------------|---------------------------|-----------|----------------|
| 1 | Lebih dari Rp. 1.200.000 | 12 | 34,3% |
| 2 | Tepat Rp. 1.200.000 | 8 | 22,8% |
| 3 | Kurang dari Rp. 1.200.000 | 4 | 11,4% |
| 4 | Tidak tahu | 11 | 31,4% |
| Total | | 35 | 100% |

Sumber: Hasil olah data kuesioner (2022)

Dari pernyataan yang diajukan pada nomor keempat yaitu terkait perhitungan suku bunga bank diperoleh informasi bahwa dari total 35 responden sebanyak 8 atau 22,8% responden yang menjawab benar dan 27 atau 77,2% responden yang menjawab salah. Maka dapat dimaknai bahwa sebagian responden tidak memahami secara objektif tentang literasi keuangan terkait perhitungan suku bunga bank

5. Berdasarkan soal nomor 4, maka setelah 5 tahun berapakah jumlah tabungan yang ada di rekening Anda?

Tabel 5. 5

Jawaban *Objective Self Assesment* Kelima

| No | Jawaban Responden | Jumlah | Presentase (%) |
|--------------|---------------------------|-----------|----------------|
| 1 | Lebih dari Rp. 2.000.000 | 18 | 51,4% |
| 2 | Tepat Rp. 2.000.000 | 6 | 17,1% |
| 3 | Kurang dari Rp. 2.000.000 | 2 | 5,7% |
| 4 | Tidak tahu | 9 | 25,7% |
| Total | | 35 | 100% |

Sumber: Hasil olah data kuesioner (2022)

Dari pernyataan yang diajukan pada nomor lima yaitu terkait perhitungan suku bunga tabungan diperoleh informasi bahwa dari 35 responden sebanyak 6 atau 17,1% responden memilih jawaban yang benar dan sebanyak 29 responden atau 82,9% responden memilih jawaban salah. Maka dapat dimaknai bahwa

responden dapat dikatakan tidak memahami secara objektif tentang literasi keuangan terkait perhitungan suku bunga tabungan.

Berdasarkan jawaban responden secara objektif terkait literasi keuangan, 2 dari 5 pertanyaan yang diberikan lebih dari 80% responden menjawab dengan benar, 3 diantaranya hanya kurang dari 50% menjawab benar. Hal ini berarti pengetahuan pelaku usaha batik terkait literasi keuangan secara objektif termasuk kategori rendah.

Tabel 5. 6
Rentang Pengklasifikasian Variabel

| Variabel | Rentang Penilaian | Klarifikasi |
|---------------------------------|-------------------|---------------|
| Literasi Keuangan (X1) | 35 – 63 | Sangat Rendah |
| | 64 – 91 | Rendah |
| | 92 – 119 | Sedang |
| | 120 – 147 | Tinggi |
| | 148 – 175 | Sangat Tinggi |
| Penggunaan Media sosial (X2) | 35 – 63 | Sangat Rendah |
| | 64 – 91 | Rendah |
| | 92 – 119 | Sedang |
| | 120 – 147 | Tinggi |
| | 148 – 175 | Sangat Tinggi |
| Kinerja usaha (Y) | 35 – 63 | Sangat Rendah |
| | 64 – 91 | Rendah |
| | 92 – 119 | Sedang |
| | 120 – 147 | Tinggi |
| | 148 – 175 | Sangat Tinggi |

Pada tabel 5.6 dapat dilihat kategori interpretasi skor yang bertujuan untuk mengukur masing-masing item di setiap variabel yang digunakan pada penelitian ini. Gambaran mengenai tanggapan responden terkait masing-masing variabel akan dijelaskan sebagai berikut:

5.2.2 Subjective Self Assessment

1. Literasi Keuangan

Untuk mengetahui literasi keuangan pelaku usaha batik di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi dapat dilihat pada tabel 5.7 sebagai berikut:

Tabel 5. 7

Tanggapan Responden Terkait Literasi Keuangan

| No | Pernyataan | | Skor | | | | | Total Skor | Keterangan |
|----|---|--------|------|-----|------|------|------|------------|---------------|
| | | | STS | TS | S | SS | SSS | | |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| 1 | Menurut saya investasi memiliki keuntungan yang besar dan resiko yang tinggi | Jumlah | 0 | 2 | 2 | 13 | 18 | 35 | Sangat Tinggi |
| | | % | 0 | 5,7 | 5,7 | 37,1 | 51,4 | 100 | |
| | | Skor | 0 | 4 | 6 | 52 | 90 | 152 | |
| 2 | Jika seseorang menawarkan saya kesempatan untuk menghasilkan banyak uang, kemungkinan besar saya juga akan kehilangan banyak uang | Jumlah | 0 | 3 | 1 | 12 | 19 | 35 | Sangat Tinggi |
| | | % | 0 | 8,6 | 2,8 | 34,3 | 54,3 | 100 | |
| | | Skor | 0 | 6 | 3 | 48 | 95 | 152 | |
| 3 | Menurut saya apabila inflasi dalam kondisi tinggi maka biaya hidup juga meningkat pesat | Jumlah | 2 | 0 | 6 | 13 | 14 | 35 | Tinggi |
| | | % | 5,7 | 0 | 17,1 | 37,1 | 40 | 100 | |
| | | Skor | 2 | 0 | 18 | 52 | 70 | 142 | |
| 4 | Membeli saham dari berbagai perusahaan akan mengurangi resiko investasi dibandingkan dengan membeli saham 1 perusahaan saja | Jumlah | 2 | 0 | 5 | 13 | 15 | 35 | Tinggi |
| | | % | 5,7 | 0 | 14,3 | 37,1 | 42,8 | 100 | |
| | | Skor | 2 | 0 | 15 | 52 | 75 | 144 | |
| 5 | Menurut saya jika kita menyimpan sesuatu dengan menggunakan portofolio maka | Jumlah | 0 | 3 | 8 | 10 | 14 | 35 | Tinggi |
| | | % | 0 | 8,6 | 22,8 | 28,6 | 40 | 100 | |

| | | | | | | | | | |
|----|--|------------------|-----|------|------|------|------|---------------|---------------|
| | akan kecil kemungkinan kehilangan semua uang | Skor | 0 | 6 | 24 | 40 | 70 | 140 | |
| 6 | Saya terus mencermati urusan keuangan saya dengan cara membuat anggaran pemasukan dan pengeluaran setiap harinya | Jumlah | 0 | 3 | 9 | 11 | 12 | 35 | Tinggi |
| | | % | 0 | 8,6 | 25,7 | 31,4 | 34,3 | 100 | |
| | | Skor | 0 | 6 | 27 | 44 | 60 | 137 | |
| 7 | Sebelum membeli sesuatu, saya mempertimbangkan dengan cermat apakah saya mampu membelinya | Jumlah | 0 | 1 | 3 | 17 | 14 | 35 | Tinggi |
| | | % | 0 | 2,8 | 8,6 | 48,6 | 40 | 100 | |
| | | Skor | 0 | 2 | 6 | 68 | 70 | 146 | |
| 8 | Jika saya meminjam uang, saya memiliki tanggung jawab untuk mengembalikannya | Jumlah | 2 | 1 | 1 | 12 | 19 | 35 | Sangat Tinggi |
| | | % | 5,7 | 2,8 | 2,8 | 34,3 | 54,3 | 100 | |
| | | Skor | 2 | 2 | 3 | 48 | 95 | 150 | |
| 9 | Saya menetapkan target keuangan jangka panjang dan berusaha untuk mencapainya | Jumlah | 1 | 1 | 4 | 14 | 15 | 35 | Tinggi |
| | | % | 2,8 | 2,8 | 11,4 | 40 | 42,8 | 100 | |
| | | Skor | 1 | 2 | 12 | 56 | 75 | 146 | |
| 10 | Saya merasa lebih puas menghabiskan uang daripada menyimpannya untuk jangka panjang | Jumlah | 2 | 3 | 3 | 11 | 16 | 35 | Tinggi |
| | | % | 5,7 | 8,6 | 8,6 | 31,4 | 45,7 | 100 | |
| | | Skor | 2 | 2 | 12 | 44 | 80 | 140 | |
| 11 | Uang yang saya miliki saya habiskan untuk Dibelanjakan | Jumlah | 1 | 6 | 4 | 13 | 11 | 35 | Tinggi |
| | | % | 2,8 | 17,1 | 11,4 | 37,1 | 31,4 | 100 | |
| | | Skor | 1 | 12 | 12 | 52 | 55 | 132 | |
| | | Rata-rata | | | | | | 143,72 | Tinggi |

Sumber: Hasil olah data kuesioner (2022)

Dari 35 responden yang mengisi kuesioner pada tabel 5.7 menunjukkan bahwa dari seluruh indikator variabel literasi keuangan memperoleh total skor rata-rata sebesar 143,72 dalam hal ini nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel literasi keuangan termasuk dalam kriteria skor pada rentang skala 120 – 147 dengan kategori tinggi. Dari sebelas indikator tersebut nilai skor tertinggi diperoleh indikator “Menurut saya investasi memiliki keuntungan yang besar dan

resiko yang tinggi” dan ” Jika seseorang menawarkan saya kesempatan untuk menghasilkan banyak uang, kemungkinan besar saya juga akan kehilangan banyak uang” sebesar 152. Sedangkan nilai skor terendah dari jawaban responden yakni pada pernyataan “Uang yang saya miliki saya habiskan untuk dibelanjakan” dengan memperoleh total skor sebesar 132.

2. Penggunaan Media Sosial

Untuk mengetahui penggunaan media sosial pelaku usaha batik di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi dapat dilihat pada tabel 5.8 sebagai berikut:

Tabel 5. 8

Tanggapan Responden Terkait Penggunaan Media Sosial

| No | Pernyataan | | Skor | | | | | Total Skor | Keterangan |
|----|---|--------|------|-----|------|------|------|------------|---------------|
| | | | STS | TS | S | SS | SSS | | |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| 1 | Adanya media sosial saya memiliki relasi jaringan sesama pengguna lainnya | Jumlah | 4 | 1 | 5 | 11 | 14 | 35 | Sangat Tinggi |
| | | % | 11,4 | 2,8 | 14,3 | 31,4 | 40 | 100 | |
| | | Skor | 4 | 2 | 15 | 44 | 70 | 135 | |
| 2 | Media sosial mempermudah saya untuk berinteraksi dengan pembeli | Jumlah | 3 | 3 | 2 | 15 | 12 | 35 | Sangat Tinggi |
| | | % | 8,6 | 8,6 | 5,7 | 42,8 | 34,3 | 100 | |
| | | Skor | 3 | 6 | 6 | 60 | 60 | 135 | |
| 3 | Saya selalu membagi konten-konten di media sosial untuk menarik perhatian pembeli | Jumlah | 5 | 1 | 3 | 17 | 9 | 35 | Sangat Tinggi |
| | | % | 14,3 | 2,8 | 8,6 | 48,6 | 25,7 | 100 | |
| | | Skor | 5 | 2 | 9 | 68 | 45 | 129 | |
| 4 | Adanya media sosial membuat saya mudah untuk menggali sumber daya lainnya untuk kemajuan usaha saya | Jumlah | 3 | 1 | 2 | 15 | 14 | 35 | Tinggi |
| | | % | 8,6 | 2,8 | 5,7 | 42,8 | 40 | 100 | |
| | | Skor | 3 | 2 | 6 | 60 | 70 | 141 | |
| 5 | Saya | Jumlah | 2 | 3 | 2 | 13 | 15 | 35 | Tinggi |

| | | | | | | | | | |
|------------------|---|------|-----|-----|-----|------|------|--------------|---------------|
| | menyampaikan konten sesuai dengan kenyataan | % | 5,7 | 8,6 | 5,7 | 37,1 | 42,8 | 100 | |
| | | Skor | 2 | 6 | 6 | 52 | 75 | 141 | |
| Rata-rata | | | | | | | | 136,2 | Tinggi |

Sumber: Hasil olah data Kuesioner (2022)

Dari 35 responden yang mengisi kuesioner pada tabel 5.3 menunjukkan bahwa dari seluruh indikator variabel penggunaan media sosial memperoleh total skor rata-rata sebesar 136,2 dalam hal ini nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel penggunaan media sosial termasuk dalam kriteria skor pada rentang skala 120 - 147 dengan kategori tinggi. Dari lima indikator tersebut nilai skor tertinggi diperoleh indikator “Adanya media sosial membuat saya mudah untuk menggali sumber daya lainnya untuk kemajuan usaha saya” dan “Saya menyampaikan konten sesuai dengan kenyataan” yang dapat ditunjukkan dengan nilai total skor indikator 141. Sedangkan nilai skor terendah dari jawaban responden yakni pada pernyataan “Saya selalu membagi konten-konten di media sosial untuk menarik perhatian pembeli” dengan memperoleh total skor sebesar 129.

3. Kinerja Usaha

Untuk mengetahui kinerja usaha pada pelaku usaha batik di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi dapat dilihat pada tabel 5.9 sebagai berikut:

Tabel 5. 9

Tanggapan Responden Terkait Kinerja Usaha

| No | Pernyataan | | Skor | | | | | Total Skor | Keterangan |
|----|---|--------|------|------|-----|------|------|------------|---------------|
| | | | STS | TS | S | SS | SSS | | |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| 1 | Selama tiga tahun terakhir jumlah produk yang terjual mengalami peningkatan | Jumlah | 1 | 4 | 1 | 7 | 22 | 35 | Sangat Tinggi |
| | | % | 2,8 | 11,4 | 2,8 | 20 | 62,9 | 100 | |
| | | Skor | 1 | 8 | 3 | 28 | 110 | 150 | |
| 2 | Selama tiga tahun terakhir modal usaha | Jumlah | 3 | 4 | 2 | 8 | 18 | 35 | Tinggi |
| | | % | 8,6 | 11,4 | 5,7 | 22,9 | 51,4 | 100 | |

| | | | | | | | | | |
|------------------|--|--------|------|------|------|------|------|------------|---------------|
| | saya mengalami Peningkatan | Skor | 3 | 8 | 6 | 32 | 90 | 139 | |
| 3 | Jumlah karyawan yang saya miliki semakin bertambah setiap tahunnya | Jumlah | 5 | 2 | 3 | 9 | 16 | 35 | Tinggi |
| | | % | 14,3 | 5,7 | 8,6 | 25,7 | 45,7 | 100 | |
| | | Skor | 5 | 4 | 9 | 36 | 80 | 129 | |
| 4 | Jumlah pelanggan saya mengalami peningkatan setiap Tahunnya | Jumlah | 3 | 3 | 4 | 7 | 18 | 35 | Tinggi |
| | | % | 8,6 | 8,6 | 11,4 | 20 | 51,4 | 100 | |
| | | Skor | 3 | 6 | 12 | 28 | 90 | 141 | |
| 5 | Laba perusahaan mengalami peningkatan selama 3 tahun Terakhir | Jumlah | 3 | 5 | 4 | 7 | 16 | 35 | Tinggi |
| | | % | 8,6 | 14,2 | 11,4 | 20 | 45,7 | 100 | |
| | | Skor | 3 | 10 | 12 | 28 | 80 | 141 | |
| Rata-rata | | | | | | | | 140 | Tinggi |

Sumber: Hasil olah data kuesioner (2022)

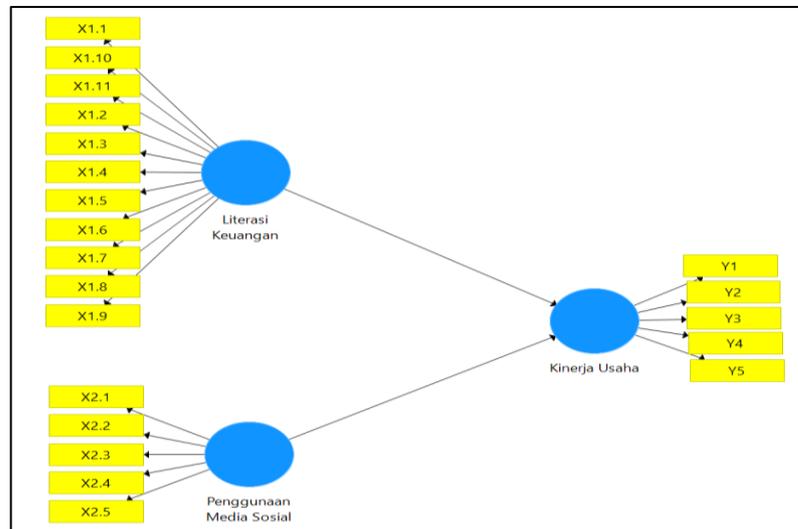
Dari 35 responden yang mengisi kuesioner pada tabel 5.9 menunjukkan bahwa dari seluruh indikator variabel kinerja usaha memperoleh total skor rata-rata sebesar 140 dalam hal ini nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel kinerja usaha termasuk dalam kriteria skor pada rentang skala 119 - 147 dengan kategori tinggi. Dari lima indikator tersebut nilai skor tertinggi diperoleh indikator “Selama tiga tahun terakhir jumlah produk yang terjual mengalami peningkatan” yang dapat ditunjukkan dengan nilai total skor indikator 150. Sedangkan nilai skor terendah dari jawaban responden yakni pada pernyataan “Jumlah karyawan yang saya miliki semakin bertambah setiap tahunnya” dengan memperoleh total skor sebesar 129.

5.3 Pengujian Data dan Model penelitian

Adapun bentuk diagram jalur perancangan *outer model* dan *inner model* dalam penelitian ini digambarkan seperti berikut:

Gambar 5. 6

Outer Model dan Inner Model



Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2022

Evaluasi model PLS dilakukan dengan mengevaluasi *outer model* dan *inner model*. Outer model merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan reabilitas model. Sedangkan inner model merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Adapun kriteria dalam pengukuran teknik analisa data dengan *SmartPLS3* dalam menilai outer model yakni dengan melihat validitas konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Sedangkan untuk inner model melalui proses *bootstrapping*, parameter uji *T-statistic* diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas (Abdillah & Jogiyanto, 2015).

5.3.1 Evaluasi Model

1. Menilai *Outer Model* atau *Measurement Model* (Model Pengukuran)

Adapun kriteria dalam penggunaan teknik analisa data dengan *SmartPLS3* dalam menilai *outer model* yakni dengan melihat validitas konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability* dan *cronbach's alpha*.

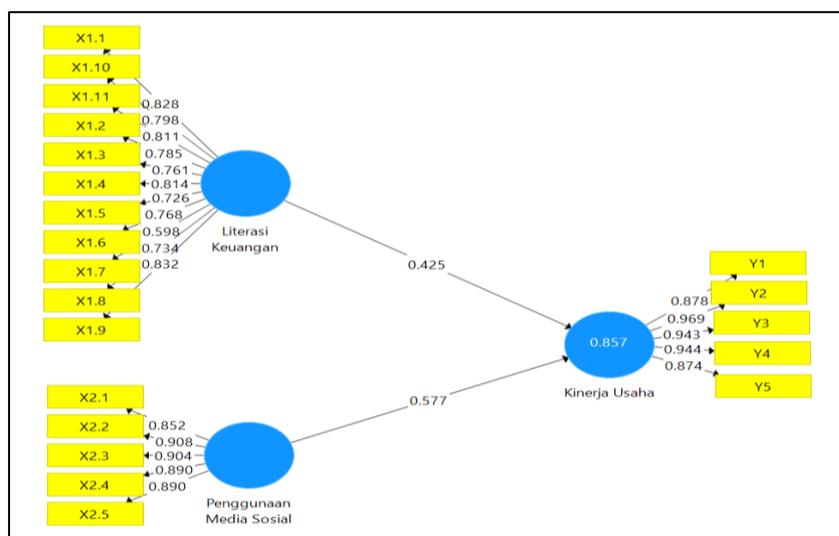
a. *Coonvergent Validity*

Uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan *loading factor* indikator-indikator yang mengukur konstruk

tersebut (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Nilai *loading factor* dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diukur dan biasanya penelitiannya bersifat *confirmatory*. Namun menurut Chin, 1998 nilai *loading factor* antara 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup memadai untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran (Ghozali, 2015). Pada penelitian ini akan digunakan batas *loading factor* sebesar 0,70.

Gambar 5. 7

Outer Model



Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2022

Berikut ini merupakan tabel *outer loading* hasil kalkulasi algoritma untuk *outer model*:

Tabel 5. 10**Tabel Outer Loading**

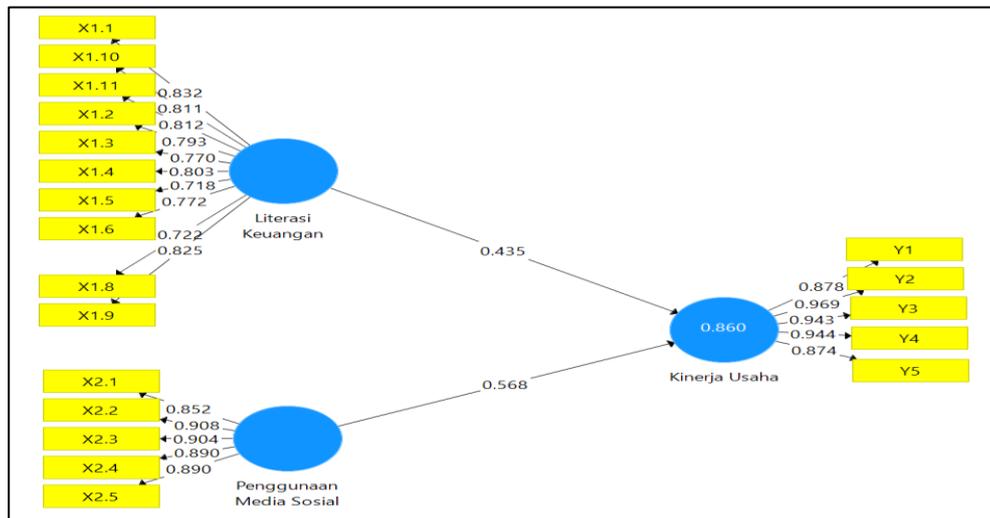
| Variabel | Indikator | Nilai Outer Loading | Keterangan |
|-------------------------------------|-----------|---------------------|-------------|
| Literasi Keuangan (X1) | X1.1 | 0,828 | Valid |
| | X1.2 | 0,785 | Valid |
| | X1.3 | 0,761 | Valid |
| | X1.4 | 0,814 | Valid |
| | X1.5 | 0,726 | Valid |
| | X1.6 | 0,768 | Valid |
| | X1.7 | 0,598 | Tidak Valid |
| | X1.8 | 0,734 | Valid |
| | X1.9 | 0,832 | Valid |
| | X1.10 | 0,798 | Valid |
| | X1.11 | 0,811 | Valid |
| Penggunaan Media Sosial (X2) | X2.1 | 0,852 | Valid |
| | X2.2 | 0,908 | Valid |
| | X2.3 | 0,904 | Valid |
| | X2.4 | 0,890 | Valid |
| | X2.5 | 0,890 | Valid |
| Kinerja Usaha (Y) | Y1 | 0,878 | Valid |
| | Y2 | 0,969 | Valid |
| | Y3 | 0,943 | Valid |
| | Y4 | 0,944 | Valid |
| | Y5 | 0,874 | Valid |

Sumber: Pengolahan data dengan PLS,2022

Pada tabel 5.10 dapat dilihat hasil pengolahan data dengan menggunakan *SmartPLS*. Pada awalnya nilai *outer model* atau korelasi antara konstruk dengan variabel belum memenuhi uji validitas konvergen karena masih terdapat indikator yang memiliki nilai *loading factor* dibawah 0,70. Dengan demikian nilai *loading factor* yang berada dibawah 0,70 dihapus karena tidak sesuai dengan kriteria validitas. Selanjutnya setelah dilakukan penghapusan indikator yang dianggap tidak valid kemudian dilakukan kalkulasi ulang. Adapun gambar model setelah dilakukan kalkulasi ulang sebagai berikut:

Gambar 5.8

Outer Model Setelah Dikalkulasi Ulang



Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2022

Pada gambar 5.8 menunjukkan bahwa koefisien regresi atau tingkat kepekaan yang dibentuk oleh variabel penggunaan media sosial terhadap kinerja usaha lebih besar dari pada tingkat kepekaan yang dibentuk oleh variabel literasi keuangan yakni sebesar 0,568 sedangkan untuk variabel literasi keuangan yakni sebesar 0,435. Dimana setiap terjadi perubahan dari literasi keuangan akan merubah dari variabel kinerja usaha. Selain itu terdapat indikator yang dihapuskan dari model dan hanya tersisa indikator yang nilainya valid. Adapun tabel *outer loading* hasil dari kalkulasi ulang untuk *outer model* adalah sebagai berikut:

Tabel 5. 11

Outer Loading Setelah Dikalkulasi Ulang

| Variabel | Indikator | Nilai Outer Loading | Keterangan |
|-------------------------------|-------------------------------------|----------------------------|-------------------|
| Literasi Keuangan (X1) | X1.1 | 0,828 | Valid |
| | X1.2 | 0,785 | Valid |
| | X1.3 | 0,761 | Valid |
| | X1.4 | 0,814 | Valid |
| | X1.5 | 0,726 | Valid |
| | X1.6 | 0,768 | Valid |
| | X1.8 | 0,734 | Valid |
| | X1.9 | 0,832 | Valid |
| | X1.10 | 0,798 | Valid |
| | X1.11 | 0,811 | Valid |
| | Penggunaan Media Sosial (X2) | X2.1 | 0,852 |
| X2.2 | | 0,908 | Valid |
| X2.3 | | 0,904 | Valid |
| X2.4 | | 0,890 | Valid |
| X2.5 | | 0,890 | Valid |
| Kinerja Usaha (Y) | Y1 | 0,878 | Valid |
| | Y2 | 0,969 | Valid |
| | Y3 | 0,943 | Valid |
| | Y4 | 0,944 | Valid |
| | Y5 | 0,874 | Valid |

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2022

Setelah dilakukan kalkulasi ulang *outer model* pada tabel 5.11 menunjukkan bahwa semua *loading factor* untuk tiap-tiap indikator memiliki nilai diatas 0,70. Dengan demikian konstruk untuk masing-masing variabel sudah tidak ada lagi yang dihapuskan dari model.

b. Discriminant Validity

Cara untuk menguji validitas diskriminan yakni dengan melihat nilai *cross loading* pengukuran dengan konstraknya yakni apabila nilai *cross loading* >0,70 dalam satu variabel. Metode lain yang dapat digunakan yakni dengan membandingkan akar AVE untuk setiap konstruk dengan konstruk lainnya. Apabila akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar dari pada korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya maka model memiliki validitas diskriminan yang cukup (Abdillah & jogiyanto, 2015). Adapun hasil pengujian *diskriminant validity* adalah sebagai berikut:

Tabel 5. 12**Nilai Discriminant Validity (Cross Loading)**

| | Literasi Keuangan (X1) | Penggunaan Media Sosial (X2) | Kinerja Usaha (Y) |
|-------|------------------------|------------------------------|-------------------|
| X1.1 | 0,832 | 0,486 | 0,626 |
| X1.2 | 0,793 | 0,363 | 0,515 |
| X1.3 | 0,770 | 0,740 | 0,769 |
| X1.4 | 0,803 | 0,451 | 0,546 |
| X1.5 | 0,718 | 0,480 | 0,533 |
| X1.6 | 0,772 | 0,495 | 0,640 |
| X1.8 | 0,722 | 0,229 | 0,366 |
| X1.9 | 0,825 | 0,410 | 0,659 |
| X1.10 | 0,811 | 0,841 | 0,838 |
| X1.11 | 0,812 | 0,708 | 0,806 |
| X2.1 | 0,561 | 0,852 | 0,727 |
| X2.2 | 0,616 | 0,908 | 0,775 |
| X2.3 | 0,714 | 0,904 | 0,816 |
| X2.4 | 0,512 | 0,890 | 0,746 |
| X2.5 | 0,714 | 0,890 | 0,817 |
| Y1 | 0,750 | 0,863 | 0,878 |
| Y2 | 0,793 | 0,828 | 0,969 |
| Y3 | 0,811 | 0,846 | 0,943 |
| Y4 | 0,753 | 0,807 | 0,944 |
| Y5 | 0,744 | 0,673 | 0,874 |

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2022

Berdasarkan sajian data pada tabel 5.12 di atas dapat diketahui bahwa masing-masing indikator pada variabel penelitian memiliki nilai cross loading terbesar pada variabel yang dibentuknya, dibandingkan dengan nilai cross loading pada variabel lainnya. Berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut, dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memiliki discriminant validity yang baik dalam menyusun variabelnya masing-masing.

c. Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Dalam mengukur konsistensi internal alat ukur pada PLS dilakukan dengan menggunakan uji reliabilitas. Dimana uji reliabilitas dalam PLS dapat dilakukan dengan dua metode yakni *cronbac's alpha* dan *composite reliability* (Abdillah & jogiyanto, 2015). Pada pengujian reliabilitas menunjukkan ketepatan, konsistensi suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran, dimana

reliabilitas akan mengacu pada instrument yang dianggap dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang dapat dipercaya atau reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya pula (Hartono, 2019). Ghozali (2015) lebih menyarankan dalam menguji reliabilitas suatu konstruk dengan menggunakan *composite reliability*, hal ini dilakukan karena penggunaan *cronbach's alpha* untuk menguji reliabilitas konstruk akan memberikan nilai yang lebih rendah atau *under estimate*. Menurut Hair et.al pada Abdillah dan Jogiyanto (2015) nilai *composite reliability* harus lebih besar dari 0,70 dan dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi. Berikut disajikan nilai *composite reliability* untuk masing-masing variabel:

Tabel 5. 13

Composite Reliability

| Variabel | <i>Composite Reliability</i> |
|------------------------------|-------------------------------------|
| Literasi Keuangan (X1) | 0,942 |
| Penggunaan Media Sosial (X2) | 0,950 |
| Kinerja Usaha (Y) | 0,966 |

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2022

Berdasarkan tabel 5.13 dapat disimpulkan bahwa konstruk telah memenuhi kriteria reliabel, hal ini dibuktikan dengan nilai *composite reliability* lebih dari 0,70.

Berikut disajikan nilai *cronbach's alpha* untuk masing-masing variabel:

Tabel 5. 14

Cronbach's Alpha

| Variabel | <i>Cronbach's Alpha</i> |
|------------------------------|--------------------------------|
| Literasi Keuangan (X1) | 0,932 |
| Penggunaan Media Sosial (X2) | 0,934 |
| Kinerja Usaha (Y) | 0,956 |

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2022

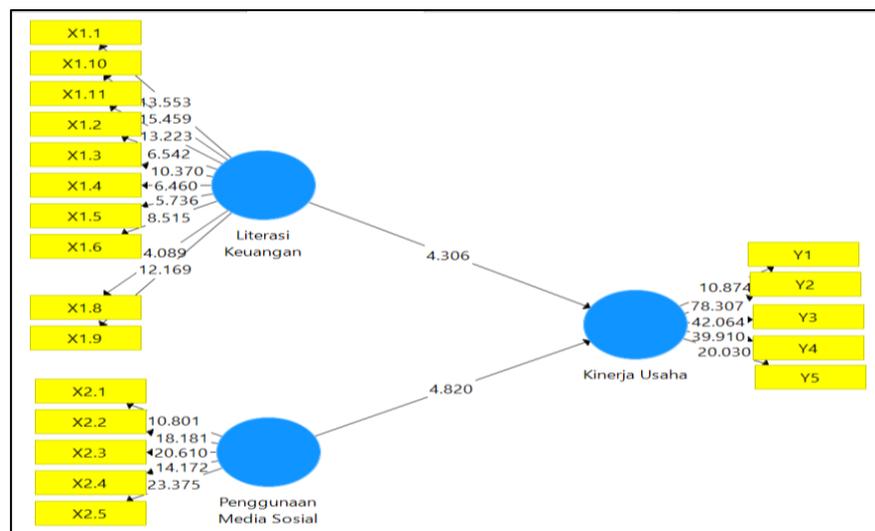
Berdasarkan tabel 5.14 dapat disimpulkan bahwa semua konstruk telah memenuhi kriteria reliabel, hal ini dibuktikan dengan nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,70.

2. Pengujian *inner model* (model struktural)

Inner model atau model struktural dalam PLS dilihat berdasarkan *R-Square*. Dimana nilai *R-Square* digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai *R-Square* maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Pengujian *inner model* dilakukan dengan uji *bootstrapping* (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Berikut disajikan hasil pengujian inner model melalui uji *bootstrapping*:

Gambar 5. 9

Inner Model (Model Struktural)



Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2022

signifikansi

dalam pengujian hipotesis (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Pada gambar 5.9 dapat dijelaskan bahwa nilai *path coefficient* terbesar ditunjukkan dengan pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja usaha sebesar 4,820 sedangkan nilai *path coefficient* terkecil ditunjukkan dengan pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja usaha sebesar 4,306. Selain itu, variabel yang digunakan dalam model ini bernilai positif dimana semakin besar nilai *path coefficient* pada pada satu variabel

independen terhadap variabel dependen, maka semakin kuat pula pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen.

Dalam menilai inner model dengan menggunakan PLS dapat dilakukan dengan melihat *R-Square* untuk konstruk dependen. Pada tabel 5.15 merupakan hasil estimasi *R-Square* dengan menggunakan *SmartPLS 3*.

Tabel 5. 15
Nilai *R-Square*

| Variabel | <i>R-Square</i> |
|-------------------|-----------------|
| Kinerja Usaha (Y) | 0,860 |

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2022

Pada dasarnya penelitian ini dilakukan dengan menggunakan dua variabel independen (X) yakni literasi keuangan (X1) dan Penggunaan media sosial (X2) dan satu variabel dependen yakni kinerja usaha (Y), dimana nilai *R-Square* yang diperoleh setelah dilakukan pengujian akan digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa semakin tinggi nilai *R-Square* maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan.

Pada penelitian ini diperoleh nilai *R-square* sebesar 0,860 atau 86%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variasi perubahan variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen adalah sebesar 86% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang diajukan.

5.4 Pengujian Hipotesis

Adapun dasar yang digunakan untuk menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis yakni dengan melihat nilai koefisien *path* atau *inner model*. Berikut disajikan tabel 5.16 yang memberikan hasil output pengujian model struktural.

Tabel 5. 16***Path Coefficients***

| | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | T Statistic | P Values |
|---|--------------------------------|----------------------------|---------------------------------------|------------------------|---------------------|
| Literasi Keuangan-> Kinerja Usaha | 0,435 | 0,452 | 0,101 | 4,306 | 0,000 |
| Penggunaan Media Sosial-> Kinerja Usaha | 0,568 | 0,545 | 0,118 | 4,820 | 0,000 |

Sumber: Hasil pengolahan data dengan PLS, 2022

Dari tabel 5.16 diperoleh hasil pengujian dengan metode *bootstrapping* menggunakan PLS dan didapatkan hasil uji hipotesis yakni:

1. Uji Hipotesis I Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Usaha

Dari hasil uji hipotesis diperoleh koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,435 dan nilai *P- Values* yang membentuk pengaruh antara variabel literasi keuangan terhadap kinerja usaha adalah sebesar 0,000 sedangkan nilai *T-Statistic* memperoleh hasil positif 4,306 dengan demikian hasil ini sesuai dengan *rule of thumb* dimana nilai *P Values* $0,000 < 0,05$ sedangkan nilai *T-Statistic* $4,306 > 1,96$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 1 dapat diterima dan H_0 ditolak karena nilai T hitung lebih besar dari 1,96 dan nilai *P-values* kurang dari 0,05.

2. Uji Hipotesis II Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha

Dari hasil uji hipotesis diperoleh koefisien jalur positif sebesar 0,568 dan nilai *P- Values* yang membentuk pengaruh antara variabel penggunaan media sosial terhadap kinerja usaha adalah sebesar 0,000 sedangkan nilai *T-Statistic* memperoleh hasil positif 4,820 dengan demikian hasil ini sesuai dengan *rule of thumb* dimana nilai *P Values* $0,000 < 0,05$ sedangkan nilai *T-Statistic* $4,820 > 1,96$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha. Maka dapat dinyatakan

bahwa hipotesis 2 dapat diterima dan H_0 ditolak karena nilai T hitung lebih besar dari 1,96 dan nilai P -values kurang dari 0,05.

5.5 Pembahasan

Berdasarkan pengujian hipotesis diperoleh hasil bahwa literasi keuangan dan penggunaan media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha batik di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi. Adapun pembahasan dari hasil analisis yang dilakukan menggunakan *SmartPLS 3* yakni:

1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,435 dan nilai (T -statistic) $4,306 > 1,96$ (T -tabel) dan nilai P -Values $0,000 < 0,05$. Hal ini dapat dijelaskan bahwa hasil penelitian yang telah dilakukan semakin baik literasi keuangan pelaku usaha batik maka akan berpengaruh semakin baik pula terhadap kinerja usahanya. Pelaku Usaha batik yang memiliki literasi keuangan yang baik akan dapat mengambil keputusan secara bijak, mengontrol pengeluaran juga dapat mengelolah keuangan usaha secara baik dan benar.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Kasendah & Wijayangka, 2019) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha, dimana hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan akan keuangan yang dimiliki maka volume usaha akan meningkat. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Prakoso, 2020) yang menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan yang tinggi akan meningkatkan kinerja UMKM. Penelitian lain juga dilakukan oleh (Aribawa, 2016) yang memperoleh hasil yakni literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha hal ini berarti semakin tinggi literasi keuangan maka semakin tinggi pula kinerja usaha.

2. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penggunaan Media Sosial (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Usaha (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,568 dan nilai (T-statistic) $4,820 > 1,96$ (T-tabel) dan nilai P-Values $0,000 < 0,05$. Hal ini dapat dijelaskan bahwa hasil penelitian yang telah dilakukan semakin baik penggunaan media sosial pelaku usaha batik maka akan berpengaruh semakin baik pula terhadap kinerja usahanya. Pelaku usaha batik yang memiliki penggunaan media sosial yang baik dapat menunjang kinerjanya sehingga peningkatan penjualan dapat tercapai.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Zulfikar & Novianti, 2018) yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap kinerja usaha, dimana hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi media sosial yang maka dapat meningkatkan kinerja usaha. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Purwantini & Anisa, 2018) yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap kinerja usaha, dimana hal ini menunjukkan bahwa bahwa semakin tinggi media sosial yang maka dapat meningkatkan kinerja usaha.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha Batik di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi. Penelitian ini menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. Model yang diajukan pada penelitian ini dapat menjelaskan variabel Kinerja Usaha sebesar 86% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Dengan demikian berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi Keuangan mempengaruhi kinerja usaha pada pelaku usaha batik di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi. Dengan demikian semakin baik literasi keuangan akan berpengaruh semakin baik pula kinerja usaha. Dimana individu dengan pengetahuan keuangan yang baik, mengenai konsep keuangan, keterampilan, sikap keuangan, dan perilaku keuangan yang baik maka akan secara tepat mengelolah keuangan dan secara bijak mengambil keputusan keuangan dan pada akhirnya mencapai kesejahteraan financial individu.
2. Penggunaan Media Sosial mempengaruhi kinerja usaha pada pelaku usaha batik di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi. Dengan demikian semakin baik penggunaan media sosial akan berpengaruh semakin baik pula kinerja usaha. Dimana individu dengan baik mempromosikan produk, berinteraksi dengan pembeli maka akan secara tepat mampu meningkatkan volume penjualan.

6.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan pada penelitian ini adalah :

1. Bagi Instansi

Diharapkan untuk memfasilitasi dengan mengadakan sosialisasi dan membuat program edukasi yang dapat meningkatkan literasi keuangan masyarakat terutama pada pelaku UMKM. Dengan memiliki literasi keuangan yang baik maka perilaku keuangan pelaku usaha akan semakin baik dan lebih bijak dalam mengambil keputusan keuangan serta mengelolah keuangan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan untuk dapat menambah jumlah responden, menambah industry lain dan mencari informasi sebanyak-banyaknya mengenai literasi keuangan dan media sosial.

3. Bagi pelaku usaha batik

Diharapkan dapat menambah wawasan terkait literasi keuangan baik itu pengetahuan keuangan, perilaku keuangan ataupun sikap keuangan dan memanfaatkan media sosial dalam penjualan produk karena terbukti dapat meningkatkan kinerja usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Penerbit: Andi.
- Ardianto, E. (2014). Teori Dan Metodologi Penelitian “Public Relations.” *Mediator*, 5(2), 231–241.
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan Umkm Di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1–13. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art1>
- Dahmen, P., & Rodríguez, E. (2014). Financial Literacy And The Success Of Small Businesses: An Observation From A Small Business Development Center. *Numeracy*, 7(1). <https://doi.org/10.5038/1936-4660.7.1.3>
- Dewi Ilarrahmah, M. (2021). Pengaruh Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan, Literasi Keuangan Dan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Umkm. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 5(1), 51. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3327>
- Fitria, I., Soejono, F., & Tyra, M. J. (N.D.). *Literasi Keuangan, Sikap Keuangan Dan Perilaku Keuangan Dan Kinerja Umkm*. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2496>
- Fuchs, C. (2014). *Social Media A Critical Introduction*. Sage Publication Ltd.
- Gallery, N., Gallery, G., Brown, K., Furneaux, C., & Palm, C. (2011). Financial Literacy And Pension Investment Decisions. In *Financial Accountability & Management* (Vol. 27, Issue 3).
- Ghozali, I. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (2nd ed.). Badan Penerbit-Undip.
- Huston, S. J. (2010). *The Journal Of Consumer Affairs Measuring Financial Literacy*.
- Kasendah, B. S., & Wijayangka, C. (2019). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm*.
- Lusardi, A., Mitchell, O. S., & Curto, V. (2009). *Financial Literacy And Financial Sophistication Among Older Americans*.
- Marsal, A., & Hidayati, F. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja Pegawai Di Lingkungan Uin Suska Riau. *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 4(1).
- Moehersono. (2012). *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Pt Raja Grafindo Persada.

- Munizu, M. (2010). *Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Dan Kecil (Umk) Di Sulawesi Selatan*.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Prosedur, Tren, Dan Etika*. Simbiosis Rekatama Media.
- Oecd. (2017). *G20/Oecd Infe Report On Adult Financial Literacy In G20 Countries*. 1–80.
- Online, R., Worthington, A. C., & Worthington, A. C. (2006). *Predicting Financial Literacy In Australia Predicting Financial Literacy In Australia Predicting Financial Literacy In Australia*. <https://Ro.Uow.Edu.Au/Commpapers/116>
- Prakoso, A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Se-Eks Karesidenan Besuki. *Valid Jurnal Ilmiah*, 17(2), 151–161.
- Priambada, S. (2015). Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm). In *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (Jpmm)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Purwantini, A. H., & Anisa, F. (2018). Analisis Pemanfaatan Social Commerce Bagi Umkm: Anteseden Dan Konsekuensi. *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 16(1), 47–63. <https://doi.org/10.30595/kompartemen.v16i1.2413>
- Putri, Y. D., & Ie, M. (2020). *Yohani Dan Mei: Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Lingkungan Dan Media Sosial... Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Lingkungan Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Usaha Umkm Di Jakarta: Vol. Ii (Issue 4)*.
- Putu, A., Bonita, A., & Setiawina, N. D. (2018). *E-Jurnal Ep Unud*, 7[2]: 354-380 Analisis Determinan Tingkat Literasi Keuangan Pedagang Pada Pasar Tradisional Di Kota Denpasar.
- Quartey, P., & Abor, J. (2015). Digital Financial Inclusion In Africa View Project. In *Sme Development In Ghana And South Africa Article In International Research Journal Of Finance And Economics*. <http://www.eurojournals.com/finance.htm>
- Rahayu, A. Y. (2017). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlanjutan Umkm Di Kota Surabaya*.
- Remund, D. L. (2010). *The Journal Of Consumer Affairs Financial Literacy Explicated: The Case For A Clearer Definition In An Increasingly Complex Economy*.
- Riduwani, M. E., Diana, N., & Afifudin. (2021). *10684-29079-1-Pb*.

- Rivai, V. (2013). *Commercial Bank Management : Manajemen Perbankan Dari Teori Ke Praktik*. Rajawali Pers.
- Singh, L., Jaffery, Z. A., Zaheeruddin, & Singh, R. (2010). *Proceedings - 2nd International Conference On Advances In Recent Technologies In Communication And Computing, Artcom 2010*, 213–216. <https://doi.org/10.1109/Artcom.2010.60>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Alfabeta.
- Wahyuni, Y. (2012). *Dasar-Dasar Statistik Deskriptif (II)*. Nuha Medika.
- Yulianti, N., & Silvy, M. (2013). Sikap Pengelola Keuangan Dan Perilaku Perencanaan Investasi Keluarga Di Surabaya. In *Journal Of Business And Banking* (Vol. 3, Issue 1).
- Yushita, A. N. (2017). 14330-35425-1-Sm (2). *Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi*.
- Zulfikar, R., & Novianti, L. (2018). Pengaruh Kapabilitas Jejaring Usaha Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Usaha. *Jurisma : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(2), 142–152. <https://doi.org/10.34010/Jurisma.V8i2.1004>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja Usaha Batik Jambi di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, Saya Ruth Hervina Siahaan, mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas Jambi Angkatan 2018 yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk memenuhi persyaratan penyelesaian pendidikan di Universitas Jambi. Sehubungan dengan penelitian ini, saya menyusun kuesioner untuk mengumpulkan informasi dari Bapak/ibu dan Saudara/I mengenai "Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja Usaha Batik Jambi di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi". Saya mohon ketersediaan Bapak/Ibu atau Saudara/i untuk mengisi kuesioner sesuai dengan petunjuk. Penelitian ini hanya digunakan untuk kepentingan akademik, sehingga kerahasiaan Bapak/ibu atau Saudara/I akan terjamin.

Bantuan dari Bapak/ibu dan Saudara/I untuk mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya, secara obyektif, dan apa adanya sangat berarti bagi penelitian ini. Atas bantuan dan kesediaan Bapak/ibu dan Saudara/I dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamuallaikum wr.wb

LAMPIRAN
KUESIONER PENELITIAN

I. Demografi/Karakteristik Sosial ekonomi

Silahkan menulis atau memberikan centang (√) atau (X) jawaban Anda dalam kotak yang sesuai.

| | | | |
|---|-------------------------|---|---|
| 1 | Nama Usaha | | |
| 2 | Alamat & Nomor Telp/ HP | | |
| 3 | Jenis Kelamin | <input type="checkbox"/> Laki – laki | <input type="checkbox"/> Wanita |
| 4 | Usia | <input type="checkbox"/> ≤ 25 tahun <input type="checkbox"/> > 26 – 40 tahun | <input type="checkbox"/> > 41–55 tahun <input type="checkbox"/> > 55 tahun |
| 5 | Pendidikan Terakhir | <input type="checkbox"/> SD <input type="checkbox"/> SMP <input type="checkbox"/> SMA/SMK | <input type="checkbox"/> Diploma <input type="checkbox"/> Sarjana <input type="checkbox"/> Pascasarjana |
| 6 | Kapan usaha didirikan | <input type="checkbox"/> < 3 tahun <input type="checkbox"/> 4 – 5 tahun | <input type="checkbox"/> > 6 –10 tahun <input type="checkbox"/> > 10 tahun |
| 7 | Omset penjualan/bulan | <input type="checkbox"/> < 10.000.000 <input type="checkbox"/> 10.000.000 – 19.999.999 <input type="checkbox"/> > 20.000.000 | |

II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Mohon untuk memberi tanda checklist (√) pada salah satu kotak yang paling sesuai menurut pendapat Bapak/Ibu pada setiap pernyataan yang telah tersedia. Responden hanya diperbolehkan untuk memilih salah satu pilihan jawaban.

Keterangan:

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- N : Netral
- TS : Tidak Setuju
- STS : Sangat Tidak Setuju

Bagian A: Literasi Keuangan

a. *Objective Self Assessment*

1. Apabila 5 (lima) orang diberi hadiah sebesar Rp. 1.000.000. Jika hadiah dibagi secara merata, maka masing-masing orang akan mendapat bagian sebesar?
 - a. Lebih dari Rp 200.000
 - b. Tepat Rp 200.000
 - c. Kurang dari Rp 200.000
 - d. Tidak tahu
2. Seandainya anda harus menunggu satu tahun untuk mendapatkan bagian uang sebesar Rp. 1.000.000 tersebut, dan mengalami inflasi. Setelah satu tahun mereka dapat membeli barang dalam jumlah?
 - a. Lebih banyak dari pada yang dibeli sekarang
 - b. Sama banyak dengan jumlah yang dibeli sekarang
 - c. Lebih sedikit dari pada yang mereka beli sekarang
 - d. Tidak tahu
3. Seandainya anda meminjamkan uang sebesar Rp. 100.000 kepada teman hari ini, dan pada keesokan harinya dinja mengembalikan uang tersebut sebesar Rp. 100.000. Berapa bunga yang telah dia bayar untuk pinjaman tersebut?
 - a. 2%
 - b. 3%
 - c. Tidak berbunga
 - d. Tidak tahu
4. Misalkan Anda memiliki tabungan di bank sebesar Rp 1.000.000 dengan tingkat bunga 20% per tahun. Dengan asumsi tidak ada biaya administrasi dan penarikan saldo tabungan. Berapa jumlah rekening Anda pada akhir tahun pertama (termasuk bunga) ?
 - a. Lebih dari Rp. 1.200.000
 - b. Tepat Rp. 1.200.000
 - c. Kurang dari Rp. 1.200.000
 - d. Tidak tahu
5. Berdasarkan soal nomor 4, maka setelah 5 tahun berapakah jumlah tabungan yang ada di rekening Anda?
 - a. Lebih dari Rp. 2.000.000
 - b. Tepat Rp. 2.000.000
 - c. Kurang dari Rp. 2.000.000
 - d. Tidak tahu

b. Subjective Self Assessment

| No | Pernyataan | Nilai/Skor | | | | |
|-----------------------------------|---|------------|---|----|----|-----|
| | | SS | S | KS | TS | STS |
| <i>Financial Knowledge</i> | | | | | | |
| 1 | Menurut saya investasi memiliki keuntungan yang besar dan resiko yang tinggi | | | | | |
| 2 | Jika seseorang menawarkan saya kesempatan untuk menghasilkan banyak uang, kemungkinan besar saya juga akan kehilangan banyak uang | | | | | |
| 3 | Menurut saya apabila inflasi dalam kondisi tinggi maka biaya hidup juga meningkat pesat | | | | | |
| 4 | Membeli saham dari berbagai perusahaan akan mengurangi resiko investasi dibandingkan dengan membeli saham 1 perusahaan saja | | | | | |
| 5 | Menurut saya jika kita menyimpan sesuatu dengan menggunakan portofolio maka akan kecil kemungkinan kehilangan semua uang | | | | | |
| <i>Financial Behaviour</i> | | | | | | |
| 6 | Saya terus mencermati urusan keuangan saya dengan cara membuat anggaran pemasukan dan pengeluaran setiap harinya | | | | | |
| 7 | Sebelum membeli sesuatu, saya mempertimbangkan dengan cermat apakah saya mampu membelinya | | | | | |
| 8 | Jika saya meminjam uang, saya memiliki tanggung jawab untuk mengembalikannya | | | | | |
| 9 | Saya menetapkan target keuangan jangka panjang dan berusaha untuk mencapainya | | | | | |
| <i>Financial Attitude</i> | | | | | | |
| 10 | Saya merasa lebih puas menghabiskan uang daripada menyimpannya untuk jangka panjang | | | | | |
| 11 | Uang yang saya miliki saya habiskan untuk dibelanjakan | | | | | |

Bagian B: Penggunaan Media Sosial

| No | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS |
|----|---|----|---|----|----|-----|
| 1 | Adanya media sosial saya memiliki relasi jaringan sesama pengguna lainnya | | | | | |
| 2 | Media sosial mempermudah saya untuk berinteraksi dengan pembeli | | | | | |
| 3 | Saya selalu membagi konten-konten di media sosial untuk menarik perhatian pembeli | | | | | |
| 4 | Adanya media sosial membuat saya mudah untuk menggali sumber daya lainnya untuk kemajuan usaha saya | | | | | |
| 5 | Saya menyampaikan konten sesuai dengan kenyataan | | | | | |

Bagian C: Kinerja Usaha

| No | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS |
|----|---|----|---|----|----|-----|
| 1 | Selama tiga tahun terakhir jumlah produk yang terjual mengalami peningkatan | | | | | |
| 2 | Selama tiga tahun terakhir modal usaha saya mengalami peningkatan | | | | | |
| 3 | Jumlah karyawan yang saya miliki semakin bertambah setiap tahunnya | | | | | |
| 4 | Jumlah pelanggan saya mengalami peningkatan setiap tahunnya | | | | | |
| 5 | Laba perusahaan mengalami peningkatan selama tiga tahun terakhir | | | | | |

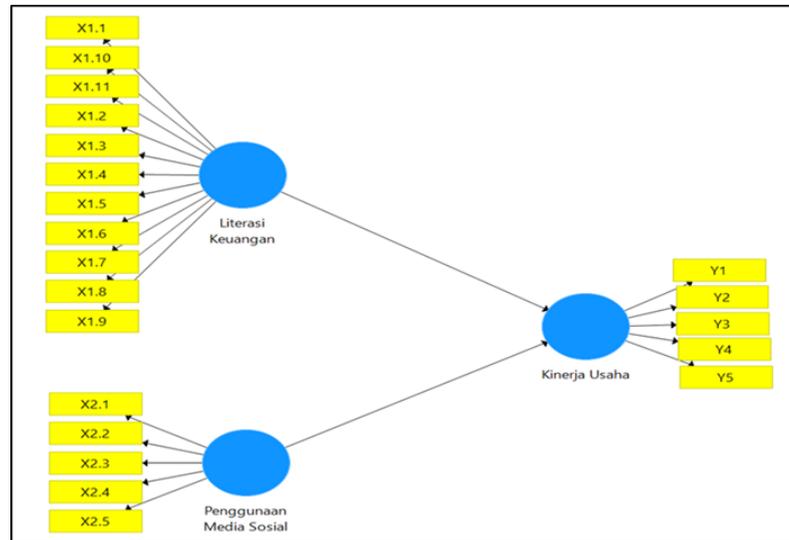
Lampiran 2 Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian

| X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | X1.7 | X1.8 | X1.9 | X1.10 | X1.11 | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | Y1 | Y2 | Y3 | Y4 | Y5 |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|------|------|------|------|------|----|----|----|----|----|
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

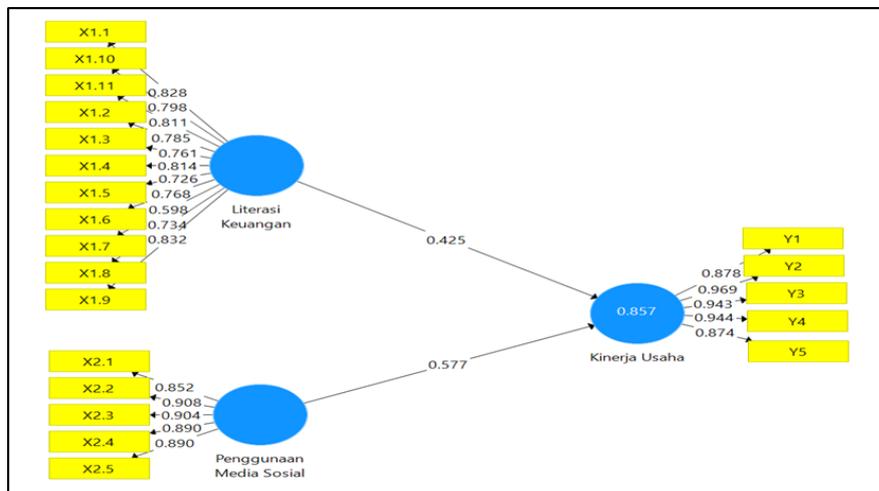
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 1 |
| 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 4 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 |
| 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| 4 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 |

Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data Dengan PLS

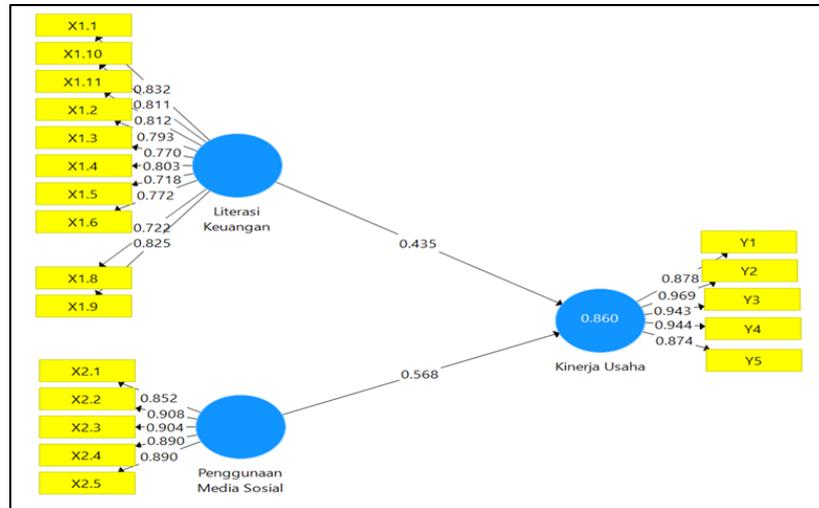
1. Hubungan antar variabel laten



2. Outer Model



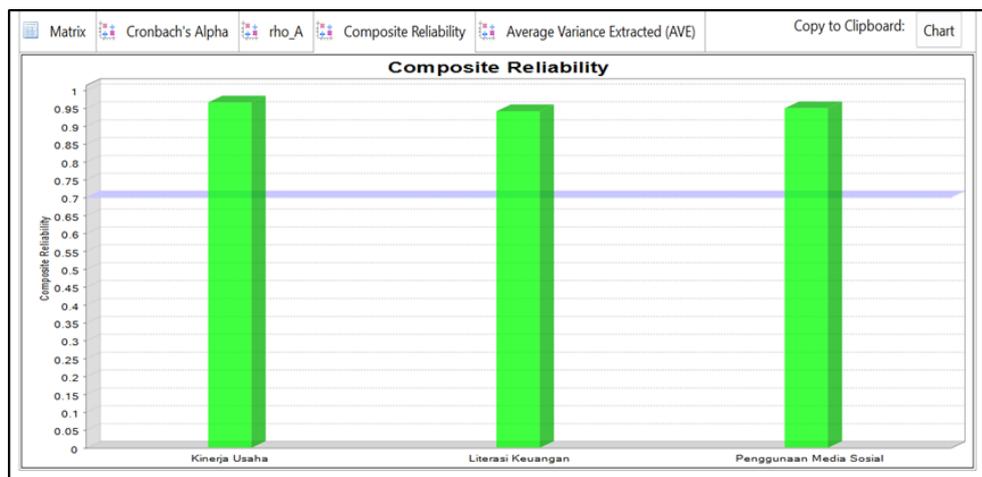
3. Outher Model Setelah Dikalkulasi Ulang



4. Matrix Composite Reliability

| Matrix | Cronbach's Alpha | rho_A | Composite Reliability | Average Variance Extracted |
|----------------|------------------|-------|-----------------------|----------------------------|
| Kinerja Us... | 0.956 | 0.959 | 0.966 | 0.851 |
| Literasi Ke... | 0.932 | 0.945 | 0.941 | 0.595 |
| Penggun... | 0.934 | 0.935 | 0.950 | 0.790 |

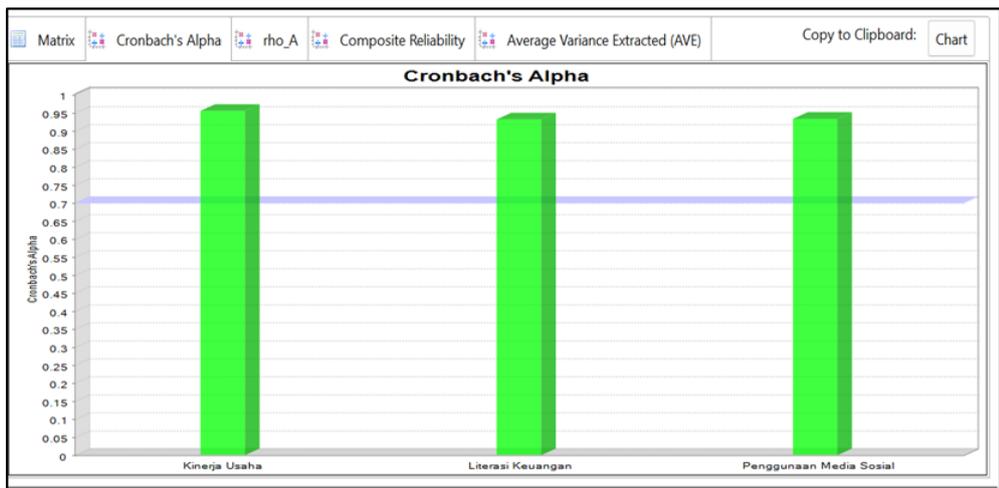
5. Diagram Composite Reliability



6. *Matrix Cronbach's Alpha*

| Matrix | Cronbach's Alpha | rho_A | Composite Reliability | Average Variance |
|----------------|------------------|-------|-----------------------|------------------|
| | Cronbach... | rho_A | Composite Reliability | Average ... |
| Kinerja Us... | 0.956 | 0.959 | 0.966 | 0.851 |
| Literasi Ke... | 0.932 | 0.945 | 0.941 | 0.595 |
| Penggun... | 0.934 | 0.935 | 0.950 | 0.790 |

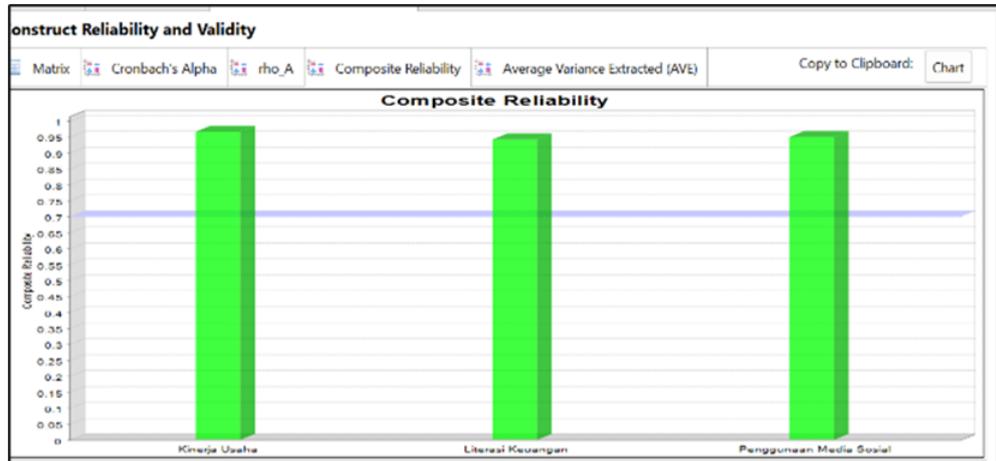
7. *Diagram Cronbach's Alpha*



8. *Matrix Composite Reliability Setelah Dikalkulasi Ulang*

| Matrix | Cronbach's Alpha | rho_A | Composite Reliability | Average Variance Extracte... | Copy to |
|----------------|------------------|-------|-----------------------|------------------------------|---------|
| | Cronbach's Alpha | rho_A | Composite Reliability | Average ... | |
| Kinerja Us... | 0.956 | 0.959 | 0.966 | 0.851 | |
| Literasi Ke... | 0.932 | 0.943 | 0.942 | 0.619 | |
| Penggun... | 0.934 | 0.935 | 0.950 | 0.790 | |

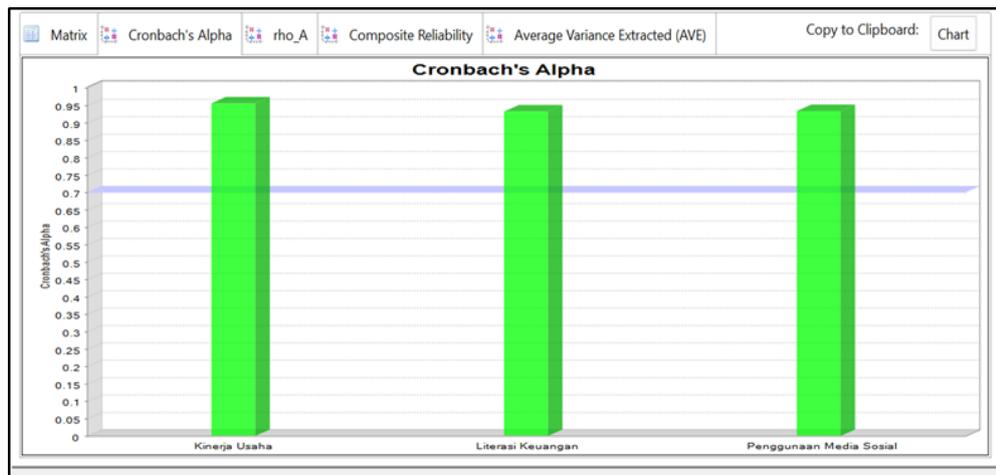
9. Diagram *Composite Reliability* Setelah Dikalkulasi Ulang



10. *Matrix Cronbach's Alpha* Setelah Dikalkulasi Ulang

| | Cronbach's Alpha | rho_A | Composite Reliability | Average ... |
|----------------|------------------|-------|-----------------------|-------------|
| Kinerja Us... | 0.956 | 0.959 | 0.966 | 0.851 |
| Literasi Ke... | 0.932 | 0.943 | 0.942 | 0.619 |
| Penggun... | 0.934 | 0.935 | 0.950 | 0.790 |

11. Diagram *Cronbach's Alpha* Setelah Dikalkulasi Ulang



12. Path Coefficients

| Path Coefficients | | | | |
|--|----------------------|--------------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| Mean, STDEV, T-Values, P-V... | Confidence Intervals | Confidence Intervals Bias C... | Samples | Copy to Clipboard: Excel Form |
| | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | T Statistics (O/STDEV) | P Values |
| Literasi Keuangan -> Kinerja Usaha | 0.435 | 0.452 | 4.306 | 0.000 |
| Penggunaan Media Sosial_-> Kinerja Usaha | 0.568 | 0.545 | 4.820 | 0.000 |

13. R-Square

| R Square | | |
|---------------|----------|-------------------|
| Matrix | R Square | R Square Adjusted |
| | R Square | R Square Adjusted |
| Kinerja Us... | 0.860 | 0.851 |

Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian















