

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dampak dari pandemi Covid-19 tidak hanya terjadi pada sektor manufaktur, tetapi juga terjadi pada sektor UMKM sejak bulan April tahun 2020. Salah satu cara untuk melakukan pemulihan ekonomi nasional yang dilakukan oleh pemerintah pada masa pandemi Covid-19 adalah dengan cara mendorong sektor UMKM yang mempunyai peran penting dalam mendorong perekonomian nasional karena banyak jumlah pekerja yang terlibat (Fitriaty et al., 2022).

Berdasarkan data dari Kementrian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM pada saat ini telah mencapai 64,19 juta dan kontribusi PDB yang diterima sebesar 61,97% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Peran UMKM sangatlah penting untuk perekonomian Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sebanyak 60% dari total investasi. Adapun permasalahan yang dihadapi UMKM saat masa pandemi adalah terjadi perubahan pola konsumsi barang dan jasa masyarakat dari offline menjadi online, UMKM mengalami kesulitan tenaga kerja, hambatan distribusi produk, kesulitan bahan baku produksi, kesulitan dalam mendapatkan penjualan dan laba serta kesulitan dalam pemasaran, sehingga hal ini yang membuat UMKM kesulitan dalam meningkatkan kinerja usaha.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan agar para pelaku UMKM dapat bertahan dan terus mengalami perkembangan usahanya, maka diperlukan pemahaman dan pengetahuan terkait literasi keuangan yang baik. Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi Keuangan (SNLIK) ke empat yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2022 menunjukkan indeks literasi keuangan nasional mencapai 49,68%, angka tersebut meningkat dibandingkan hasil survei OJK pada tahun 2019 indeks literasi keuangan sebesar 38,03%. Pelaku UMKM perlu memahami literasi keuangan untuk mendukung fungsi ekonomi. Provinsi Jambi memiliki tingkat Literasi Keuangan sebesar 46,49% lebih rendah dari indeks

literasi keuangan secara nasional. Berdasarkan hasil survey dari OJK tahun 2022. dari 10 Provinsi di pulau Sumatera, Provinsi Jambi berada di urutan ke 7 dengan angka literasi keuangan terendah.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan literasi keuangan, diantaranya dengan cara meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan masyarakat dalam merencanakan sampai mengelola keuangan (Laily, 2016). Salah satu faktor penting dalam, meningkatkan perkembangan dan kinerja usaha yaitu sangat dibutuhkan pemahaman literasi keuangan pada pelaku UMKM terhadap akuntansi yang berperan dalam mengelola, menjalankan serta mengembangkan usaha kecil tersebut (Panggabean et al., 2018). Setiap orang harus memahami literasi keuangan agar dapat mengelola dan merencanakan keuangannya secara efektif. Demikian pula bagi para pelaku usaha, khususnya UMK. Kesulitan yang dialami pelaku UMK dalam mengelola keuangannya dikarenakan mereka belum memahami literasi keuangan dengan baik sehingga mereka kurang tepat dalam pengambilan keputusan keuangan (Aribawa, 2016). Hal inilah yang membuat pelaku UMK mengalami kesulitan untuk meningkatkan kinerja usahanya.

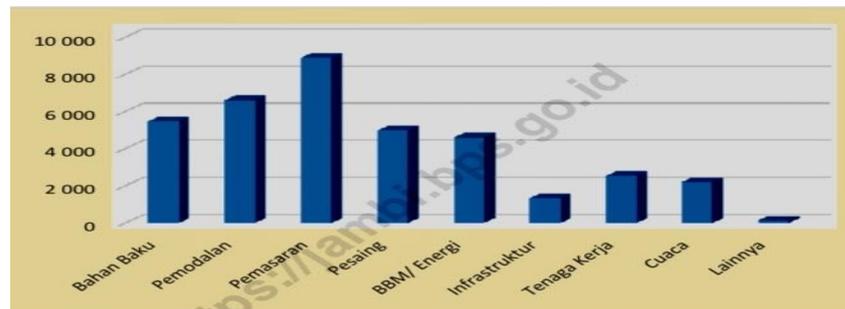
Kinerja usaha adalah suatu pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam waktu tertentu (Munizu, 2010). Kinerja usaha merupakan sebuah pencapaian perusahaan dalam mencapai sebuah prestasi atau target yang telah berhasil dicapai, kinerja usaha dapat diketahui dengan melihat susunan pencatatan laporan keuangan, jumlah modal dan laba, peningkatan jumlah produksi dan peningkatan jumlah karyawan, untuk mencapai kinerja usaha yang meningkat maka diperlukan pemahaman literasi keuangan, penggunaan teknologi dan strategi pemasaran yang baik.

Perkembangan teknologi zaman sekarang telah membuat banyak perubahan, pada saat ini banyak penduduk yang telah menggunakan media sosial, Negara Indonesia termasuk Negara dengan populasi penduduk yang banyak menggunakan media sosial, berdasarkan laporan We Are Social tahun 2023

jumlah pengguna media sosial di Indonesia yang aktif sebanyak 167 juta orang pada bulan Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi penduduk di dalam negeri. Menurut laporan We Are Social tahun 2023, jenis media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia adalah Whatsapp 92,1%, Instagram 86,5% dan Facebook 83,8%, adapun keunggulan media sosial whatsapp, instagram facebook dari e-commerce Grab food dan Go Food adalah whatsapp, instagram dan facebook mempunyai banyak fitur-fitur terkini, para pelaku usaha bisa mengupload foto dan video reels yang estetik untuk menarik perhatian konsumen, selain itu terdapat fitur tagline dan hashtag yang dapat digunakan untuk mengkategorikan konten sehingga mudah ditemukan.

Pada perkembangan zaman sekarang, media sosial bukan hanya sebatas media yang digunakan untuk mencari informasi, hiburan dan komunikasi saja, tetapi sudah bisa digunakan sebagai sarana untuk berbisnis online. Banyak pelaku usaha yang memanfaatkan kemajuan teknologi dan internet untuk melakukan pemasaran melalui media sosial, (Zulfikar & Novianti, 2018). Sesuai dengan tujuannya, media sosial hadir untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk dan mampu meningkatkan penjualan perusahaan. Ini juga merupakan sarana untuk mempromosikan dan membentuk kesadaran merek bagi konsumen. Dengan adanya media sosial memberikan manfaat bagi UMK untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan, memperluas pangsa pasar, dan membantu dalam pengambilan keputusan bisnis, pemasaran media sosial kini tidak diragukan lagi menjadi ujung tombak pemasaran (Priambada, 2015).

Dunia pemasaran telah berubah akibat maraknya perkembangan teknologi digital dan internet. Pemasaran tradisional yang dulu dilakukan secara konvensional, kini banyak dilakukan secara digital (Purwana et al., 2017). Sebagai langkah dalam mengatasi masalah ini, UMK mulai menerapkan media sosial sebagai alat pemasaran yang digunakan untuk memperluas jangkauan konsumen sehingga penjualan dan kinerja usaha dapat meningkat (Purwantini & Anisa, 2018).



Gambar 1. 1 Permasalahan UMKM Provinsi Jambi

Sumber : BPS Provinsi Jambi 2020

Gambar 1.1 di atas menunjukkan permasalahan terbesar UMKM di Provinsi Jambi yaitu pada sektor pemasaran. Perkembangan teknologi digital saat ini sangat cepat berkembang, memberikan peluang untuk para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan kinerja bisnisnya melalui perluasan pasar dan peningkatan penjualan (Lubis et al., 2022). Masih banyak pelaku UMKM di provinsi jambi yang belum memanfaatkan media sosial dengan tepat sebagai sarana untuk pemasaran usahanya.

Di Kota Jambi perkembangan dan pertumbuhan UMKM sudah memiliki berbagai jenis usaha mulai dari sektor kerajinan, fashion, dan kuliner. (Fitriaty et al., 2022). UMKM kuliner merupakan jenis UMKM yang sangat mudah diterima oleh masyarakat dan memiliki pangsa pasar yang luas, kelebihan dari UMKM kuliner adalah banyak jenis olahan produk yang beragam, peluang untuk melakukan kreasi dan inovasi sangat mudah dilakukan jika pelaku usaha kreatif untuk mengembangkannya, lokasi usaha yang fleksibel, pelaku usaha bisa membuka usaha dimanapun selagi lokasi tempat strategis dan menguntungkan, pelaku usaha bisa menyewa ruko atau membeli gerobak yang menyerupai gerai kecil yang fleksibel, dan banyak pelaku usaha kuliner yang sekarang melakukan usahanya di rumah saja, mereka hanya menggunakan media sosial untuk mempromosikan usahanya sehingga biaya yang dikeluarkan jauh lebih hemat dan kinerja usaha bisa jauh lebih meningkat.

Kinerja usaha dipengaruhi oleh pengaruh literasi keuangan dan inklusi keuangan (Sanistasya et al., 2019). Pengaruh Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan, Literasi Keuangan dan Penggunaan Teknologi Informasi (Ilarramah & Susanti, 2021). Pengaruh Modal, Financial Knowledge, Teknologi dan Media Sosial (Ahmad & Eri, 2021). Jadi dapat disimpulkan dari beberapa penelitian terdahulu, variabel-variabel yang mempengaruhi kinerja usaha adalah literasi keuangan, inklusi keuangan, kemampuan menyusun laporan keuangan, penggunaan teknologi informasi, pengaruh modal, financial knowledge dan media sosial, dalam penelitian ini hanya memfokuskan pada variabel literasi keuangan dan penggunaan media sosial.

Menurut (OECD, 2017) literasi keuangan adalah kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang tepat dan pada akhirnya mencapai kesejahteraan keuangan individu. Literasi keuangan seseorang diukur dari seberapa baik mereka memahami konsep keuangan, seberapa yakin mereka terhadap kemampuan mereka untuk mengelola keuangan mereka sendiri dengan membuat keputusan bijak untuk jangka pendek, bagaimana mereka merencanakan untuk jangka panjang, dan bagaimana mereka memantau kondisi ekonomi (Remund, 2010). Literasi keuangan mencakup kesadaran dan pengetahuan tentang instrumen keuangan dan bagaimana mereka dapat digunakan dalam kehidupan dan bisnis (Huston, 2010).

Peningkatan kinerja usaha memerlukan literasi keuangan yang akan mempengaruhi pertumbuhan bisnis. Pengusaha dapat membuat keputusan keuangan yang sehat, meningkatkan daya saing mereka, dan menghindari masalah keuangan dengan literasi keuangan, selain memfasilitasi akses ke lembaga keuangan (Bonita & Setiawina, 2017). Salah satu faktor yang memberi pengaruh terhadap kinerja UMK adalah peningkatan literasi keuangan. Pengusaha yang menguasai keuangan akan lebih mampu mengelola usahanya dengan baik, terbukti dengan struktur rencana kerja, kualitas produk yang kompetitif, pertumbuhan penjualan, peningkatan kapasitas produksi, dan efektifitas dalam

mencapai tujuan. Pemilik bisnis juga dapat menggunakan keterampilan keuangan mereka untuk membuat keputusan yang tepat bagi perusahaan mereka dengan pengetahuan keuangan yang baik. Keberhasilan dalam mencapai tujuan juga akan meningkat sebagai hasil pengambilan keputusan yang strategis dan efektif (Rahayu, 2017).

Kota Jambi merupakan ibu kota Provinsi Jambi, sebagai pusat pemerintahan, perdagangan dan pelayanan jasa di Provinsi Jambi, Kota Jambi adalah daerah yang menghubungkan jalur lintas tengah dan lintas timur sumatera yang mempunyai potensi untuk menjadi pusat perdagangan regional karena letak geografis yang berada di tengah sumatera, sebagai ibukota Provinsi Jambi Kota Jambi terdiri dari 11 Kecamatan yaitu; Kecamatan Alam Barajo, Danau Sipin, Danau Teluk, Jambi Selatan, Jambi Timur, Jelutung, Kota Baru, Paal Merah, Pasar Jambi, Pelayangan dan Telanai Pura.

Dari 11 kecamatan yang ada di Kota Jambi, Kecamatan Jelutung memiliki potensi untuk Usaha Mikro dan Kecil (UMK) dapat berkembang dengan besar, berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Jambi Tahun 2022, jumlah penduduk Kecamatan Jelutung adalah 60.759 Jiwa dan Kecamatan Jelutung berada di tingkat pertama dengan jumlah kepadatan penduduk yang besar dengan angka 7,671 /km². Dengan adanya kepadatan penduduk yang tinggi menjadi peluang Kecamatan Jelutung untuk merangsang pertumbuhan ekonomi yang mengakibatkan banyaknya permintaan terhadap barang-barang konsumsi yang kemudian akan mendorong “Economic of Scale” dalam Produksi, dan dengan adanya jumlah penduduk yang banyak diharapkan akan memberi peningkatan produksi yang berakibat pada perkembangan usaha.

Menurut data dari Dinas Koperasi dan UKM adapun jenis UMK yang terdapat di kecamatan jelutung adalah UMK kuliner dengan 775 pelaku usaha, UMK ternak 35 pelaku usaha, Jasa 282, Fashion 105 dan UMK kerajinan tangan 11 pelaku usaha. Berikut adalah tabel data jumlah pelaku UMK kuliner selama 3 tahun terakhir yang diperoleh dari kantor kecamatan jelutung kota jambi.

Tabel 1.1
Data UMK Kuliner di Kecamatan Jelutung Kota Jambi

No	Tahun	Jumlah
1	2020	109
2	2021	122
3	2022	173

Sumber : Kecamatan Jelutung

Pada tabel 1.1 di atas menjelaskan persebaran UMK sektor kuliner yang berada di kecamatan jelutung kota jambi. Berdasarkan data yang diperoleh, kriteria UMK adalah rumah makan dan kedai makan yang menjual makanan tradisional khas Indonesia yang memiliki modal Rp. 5.000.000 sampai 50.000.000 perbulan, sudah memiliki karyawan dan sudah memiliki lokasi usaha yang tetap, terlihat pada tahun 2020 jumlah pelaku UMK berjumlah 109, tahun 2021 berjumlah 122 dan tahun 2022 berjumlah 173, dari tabel tersebut UMK kuliner yang berada di kecamatan jelutung terus mengalami penambahan.

Berdasarkan hasil pra survey wawancara yang telah dilakukan kepada 20 orang pelaku UMK kuliner, informasi yang didapatkan sebanyak 50% responden tidak membuat pencatatan penjualan dalam mengelola keuangannya, sebanyak 20% responden juga tidak melakukan pemisahan antara uang pendapatan dan uang untuk kebutuhan pribadinya, selain itu minimnya responden yang melakukan investasi sebanyak 85% dan responden belum menggunakan asuransi sebanyak 80% dikarenakan mereka memiliki kekhawatiran yang berlebih terhadap keamanan keuangan mereka, selama tiga bulan terakhir terhitung dari bulan Oktober, November dan Desember sebanyak 45% responden yang mengalami penurunan laba, 40% responden juga mengalami kenaikan dan penurunan laba yang tidak stabil dan sebanyak 15% responden yang mengalami kerugian pada usahanya. hal ini menjadi permasalahan pelaku UMK di wilayah kecamatan jelutung karena kurangnya pemahaman mengenai literasi keuangan yang baik.

Pada umumnya seluruh responden sudah menggunakan media sosial, tetapi sebanyak 40% responden yang hanya melakukan pemasaran menggunakan media sosial, kemudian sebanyak 100% responden sudah menggunakan whatsapp, 80% responden juga sudah menggunakan instagram dan 65% responden menggunakan facebook.

Sejumlah Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Kasendah et al., 2019), (Prakoso, 2020), dan (Aribawa, 2016). Menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha UMKM. Namun berbeda dengan hasil dari penelitian (Fitria & Soejono, 2021), dan (Cahaya et al., 2022) bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Pada umumnya masyarakat kurang memiliki pertimbangan yang baik dalam mengambil keputusan terkait pengelolaan keuangan karena kurangnya pengetahuan keuangan (Kasendah et al., 2019). Untuk meningkatkan kinerja usaha dan pertumbuhan pelaku UMKM, serta peningkatan pendapatan dan kesejahteraan mereka dalam jangka panjang, literasi keuangan yang baik sangat diperlukan oleh pelaku UMKM (Dahmen & Rodríguez, 2014).

Penelitian yang dilakukan oleh (Zulfikar & Novianti, 2018) kepada Sentra Kain Cigondewah Bandung yang menyatakan bahwa media sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja usaha dengan hasil yang positif, penelitian lain yang dilakukan oleh (Ahmad & Eri, 2021) menyatakan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM, dan penelitian yang dilakukan oleh (Sufian et al., 2020) media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha, dengan adanya media sosial membuat para pelaku usaha bisa menjalin hubungan yang baik dan berkelanjutan terhadap konsumen. Namun penelitian yang dilakukan oleh (Aprilinda, 2020) mengatakan bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha UKM. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Deviastri & Annisa, 2022) juga menyatakan bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha UKM.

Berdasarkan fenomena penelitian terdahulu yang telah dipaparkan maka perlu dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja Usaha UMK Kuliner di Kecamatan Jelutung Kota Jambi”**

1.2 Rumusan Masalah

Berikut ini dapat dirumuskan permasalahan kajian dengan melihat latar belakang permasalahan tersebut:

1. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap Kinerja Usaha UMK Kuliner di Kecamatan Jelutung Kota Jambi.
2. Apakah Penggunaan Media Sosial berpengaruh positif terhadap Kinerja Usaha UMK Kuliner di Kecamatan Jelutung Kota Jambi.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab permasalahan yang ada saat ini

1. Untuk menganalisis Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Usaha UMK Kuliner di Kecamatan Jelutung Kota Jambi.
2. Untuk menganalisis Pengaruh Penggunaan Sosial Media terhadap Kinerja Usaha UMK Kuliner di Kecamatan Jelutung Kota Jambi.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil Temuan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi sejumlah pihak, antara lain;

- a. Manfaat Teoritis
 1. Hasil dari penelitian ini bisa memberikan referensi untuk peneliti berikutnya.
 2. Hasil penelitian dapat memberi sumbangsih pemikiran untuk mendukung kajian mengenai pengaruh literasi keuangan dan penggunaan media sosial terhadap kinerja usaha.

b. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan bisa memberi wawasan kepada para pelaku usaha atau kepada masyarakat yang ingin membuka usaha terkait literasi keuangan dan penggunaan media sosial yang baik.