

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi suatu Negara. Pertumbuhan ekonomi dapat diartikan sebagai perubahan kondisi ekonomi dalam suatu negara secara berkelanjutan menjadi keadaan yang lebih baik selama periode waktu tertentu (Yasin, 2020). Pertumbuhan ekonomi ini dapat dilihat melalui Produk Nasional Bruto dan Produk Domestik Bruto. Ada berbagai faktor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi, diantaranya adalah pengaruh pertumbuhan jumlah pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di semua sektor baik tradisional maupun modern. Direktur *Center of Economic and Law Studies* (Celios) Bhima Yudhistira mengungkapkan bahwa UMKM sangat berperan penting pada perekonomian Indonesia (Kontan.co.id, 2022).

UMKM memiliki peran strategis yang penting dan signifikan dalam pertumbuhan ekonomi suatu Negara dan perekonomian daerah. Kontribusi yang diberikan oleh UMKM, diantaranya adalah terwujudnya investasi nasional, kenaikan Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional, meningkatkan penyerapan tenaga kerja, dan penciptaan devisa nasional. Berdasarkan informasi dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia tahun 2022 pada website <https://www.kemenkeu.go.id>, Kontribusi UMKM tercatat mencapai kisaran 61 persen terhadap PDB nasional dan menyerap 97 persen dari total tenaga kerja.

Kesuksesan UMKM dalam menopang perekonomian negara tidak lepas dari berbagai permasalahan kompleks yang dihadapi, baik dari eksternal maupun internal. Pada sisi eksternal UMKM dihadapkan dengan persaingan global dan wabah pandemi. Pandemi yang melanda Indonesia pada tahun 2020 silam telah menyebabkan krisis pada perekonomian nasional. Hal ini terlihat dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan II Tahun 2020 yang mengalami kontraksi sebesar 5,32% *year on year* (Badan Pusat Statistik,

2020). Dampak pandemi ini menghantam seluruh lapisan masyarakat, salah satu yang paling merasakan imbas turbulensi ekonomi akibat wabah pandemi adalah sektor UMKM yang banyak memberikan kontribusi pada penurunan perekonomian nasional. Hal ini dikarenakan UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia (Nainggolan, 2020).

Pemerintah serta pelaku usaha patut meningkatkan dan mendorong sektor UMKM sebagai salah satu upaya pemulihan ekonomi nasional. Hal tersebut benar adanya karena saat mengalami krisis ekonomi, UMKM memiliki sebuah bisnis transaksi yang cepat, menguasai produksi dalam negeri serta berhubungan atas kebutuhan pokok masyarakat. Hal ini sama dengan peristiwa yang terjadi di tahun 1997 hingga tahun 1998. Di saat itu Indonesia menghadapi keadaan darurat ekonomi, namun hanya sektor UMKM yang mampu beradaptasi dan bertahan dalam situasi krisis tersebut. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa kondisi pasca krisis ekonomi justru mengalami peningkatan dan jumlah UMKM tidak berkurang secara signifikan (Rukmini et al., 2020).

Keberadaan UMKM tidak bisa dipungkiri menjadi salah satu aspek yang memiliki ketahanan yang baik dalam situasi krisis terhadap perekonomian Negara. Sektor UMKM memiliki pengaruh dalam meningkatkan ekonomi suatu negara karena UMKM dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat hingga ke lapisan masyarakat paling bawah. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia pada 2016 tercatat ada 61,7 juta UMKM, pada 2017 tercatat ada 62,9 juta dan pada 2018 jumlah UMKM mencapai 64,2 juta. Hal ini memberikan bukti bahwa dengan jumlah UMKM yang sangat banyak serta daya serap tenaga kerja yang sangat besar akan memberikan dampak pada potensi ekonomi nasional yang menguat (Nainggolan, 2020).

Potensi yang diberikan oleh UMKM dengan jumlah yang sangat besar menimbulkan banyak pengaruh positif bagi negara, diantaranya dapat menggerakkan roda perekonomian masyarakat dan mengurangi jumlah pengangguran. Hal ini membuat perlunya dukungan dan dorongan pada

UMKM untuk terus bertumbuh agar dapat mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

Pada perkembangannya, UMKM juga mengalami kesulitan dan keterlambatan dikarenakan oleh berbagai masalah konvensional yang tidak terselesaikan secara tuntas. Banyak UMKM yang mengalami berbagai kendala hingga harus menutup usahanya disebabkan berbagai alasan seperti masalah kapasitas SDM, kepemilikan, pembiayaan, pemasaran, dan berbagai masalah lain yang berkaitan dengan pengelolaan usaha (Idawati & Pratama, 2020). Hal ini terlihat pula pada kinerja UMKM yang seringkali mengalami hambatan, seperti kemampuan untuk bisa bertahan, tumbuh dan berkembang. Beberapa penyebabnya antara lain masalah kemampuan sumber daya manusia, kepemilikan produk, pembiayaan, pemasaran dan permasalahan lainnya yang menyebabkan UMKM tidak dapat bersaing dengan perusahaan besar (Zhafira et al., 2022).

UMKM dengan kinerja yang baik dapat membuat UMKM itu dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan atau usaha yang lebih besar. Kinerja yang baik pada UMKM juga diharapkan dapat memperkokoh tulang punggung perekonomian dan dapat semakin berperan penting dalam perekonomian Nasional (Kasendah & Wijayangka, 2019). Oleh karena itu, diperlukan adanya sebuah upaya yang strategis untuk dapat meningkatkan kinerja UMKM.

Kinerja merupakan ukuran seberapa sukses suatu entitas usaha dalam mencapai tujuannya. Kinerja usaha dapat diartikan sebagai hasil pekerjaan yang dicapai oleh individu dan sesuai dengan peran atau tugas individu tersebut dalam suatu perusahaan selama periode waktu tertentu, yang dikaitkan dengan suatu ukuran nilai atau standar tertentu dari perusahaan individu tersebut bekerja. Suatu pencapaian berhasil atau tidaknya tujuan organisasi yang telah diterapkan (Kasendah & Wijayangka, 2019).

Terjadinya kinerja usaha yang kurang baik dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor yang sering berpengaruh terhadap kinerja usaha adalah faktor modal. Modal atau pembiayaan merupakan faktor yang sangat penting

untuk setiap usaha baik skala kecil, menengah maupun besar. Modal didefinisikan sebagai dana yang dipergunakan untuk menghasilkan barang lebih lanjut. Agar dapat menjalankan semua aktivitas perusahaan, dibutuhkan dana (modal) baik dana pribadi (*equity*) maupun pinjaman (*loan*) (Nizar, 2018). Pelaku usaha yang menggunakan modal yang terlalu sedikit akan kesulitan dalam usahanya, sehingga sangat diperlukan adanya modal dalam menjalankan usaha. Modal yang terbatas akan menyulitkan untuk menambah jumlah produksi dan kesempatan untuk mendapatkan keuntungan akan jauh lebih rendah.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan dengan Nabila Lutfia Arroza pemilik salah satu usaha kuliner kue di Kota Jambi, besaran modal yang ia miliki berpengaruh terhadap usaha yang dijalankan. Usaha kue yang ia jalani memerlukan banyak bahan baku dan peralatan memasak untuk kegiatan produksi. Di mana untuk mendapatkan bahan baku dan peralatan tersebut perlu mengeluarkan modal yang lebih besar. Ia mengatakan besar modal yang ia miliki masih cukup terbatas, sehingga memerlukan waktu yang lama dalam mengembangkan usahanya. Apabila besaran modal yang dimiliki jumlahnya lebih besar maka kemungkinan usaha yang ia jalakan akan berkembang lebih cepat.

Faktor selanjutnya dalam meningkatkan kinerja usaha dapat dilakukan oleh para pelaku usaha dengan memperkaya pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan keuangan usahanya. Namun, masih terdapat hambatan dalam praktik di bidang ini. Keterbatasan pengelolaan keuangan diakibatkan rendahnya pemahaman para pelaku ekonomi mengenai literasi keuangan (*financial literacy*), di mana literasi keuangan merupakan syarat dasar untuk semua orang agar terhindar dari permasalahan keuangan.

Peningkatan literasi keuangan telah menjadi salah satu isu global. Berbagai negara baik negara maju maupun berkembang telah merencanakan sistem dan mengimplementasikan berbagai strategi untuk meningkatkan literasi keuangan. Literasi keuangan merupakan suatu aspek yang penting untuk dimiliki semua orang agar dapat mengelola pendapatan yang dihasilkan

untuk menunjang kesejahteraan di masa depan. Maka agar kesejahteraan dan kemakmuran dapat dicapai seseorang harus memiliki keuangan yang dikelola dengan baik.

Pemerintah Daerah bersama Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melakukan berbagai upaya dalam menumbuhkan kewirausahaan di daerah, terutama dari sisi pembiayaan dan mendorong pemerataan literasi keuangan (Sanistasya et al., 2019). OJK melakukan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang keempat di tahun 2022. Pelaksanaan survei ini dilakukan di 34 Provinsi dengan 14.634 responden. Hasil survei nasional tersebut menunjukkan tingkat literasi keuangan mencapai 49,68%. Angka ini lebih tinggi dibanding hasil pengamatan OJK tahun 2019 dengan hasil akhir indeks literasi keuangan di angka 38,03%, sedangkan untuk tingkat literasi Provinsi Jambi sendiri hanya berada di angka 46,49% (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Angka tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan di Jambi masih tergolong rendah karena berada dibawah rata-rata nasional.

UMKM harus memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola keuangan dengan efektif dalam menjalankan suatu usaha, sehingga literasi keuangan menjadi aspek penting untuk seluruh pelaku usaha. Rendahnya tingkat literasi keuangan para pelaku usaha dapat menyebabkan berbagai permasalahan, antara lain pengelolaan pinjaman, pengelolaan tabungan dan kredit dan perencanaan masa depan (Pusporini, 2020). Dengan kurangnya pemahaman tentang keuangan, masyarakat tidak memiliki cukup pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait pengelolaan keuangan (Kasendah & Wijayangka, 2019). Pengelolaan keuangan pada UMKM merupakan hal penting yang juga berdampak pada kelangsungan usaha. Pengelolaan keuangan yang dilakukan dengan baik berpengaruh terhadap informasi keuangan. UMKM dapat menggunakan informasi ini untuk menjaga kelangsungan usahanya (Herawaty, 2023). Oleh karena itu, pentingnya para pelaku UMKM memiliki pemahaman keuangan guna untuk meningkatkan kinerja usaha dan mendorong pertumbuhan UMKM.

Literasi keuangan menjadi aspek yang sangat dibutuhkan dalam upaya

peningkatan kinerja usaha karena memiliki dampak pada pengembangan usaha. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan pelaku UMKM maka akan semakin berpengaruh pada kinerja usaha. Dengan literasi keuangan yang baik, pelaku usaha dapat melakukan peningkatan dalam mengelola kinerja usahanya dengan baik dimana hal ini dapat dilihat dari sisi struktur rencana kerjanya, terdapat pertumbuhan dalam penjualan, produk dengan kualitas yang dapat bersaing, kapasitas produksi dan efisiensi maupun efektifitas kerja dalam meraih tujuan usaha. Pengelolaan keuangan pada UMKM merupakan hal penting yang berdampak pada kelangsungan usaha. Pengelolaan keuangan yang dilakukan dengan baik sesuai ketentuan yang berlaku berpengaruh terhadap informasi keuangan. UMKM dapat menggunakan informasi ini untuk menjaga kelangsungan usahanya

Pemahaman terkait keuangan yang baik memang diperlukan oleh pelaku UMKM, selain faktor tersebut para pelaku UMKM juga dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan berbagai perubahan seiring perkembangan zaman. Era globalisasi menjadi tantangan bagi UMKM untuk memiliki keunggulan dalam bersaing. Pola konsumsi masyarakat yang berubah sejak pandemi global yang menyebabkan eksistensi bisnis digital UMKM telah menjadi perilaku baru di masyarakat hingga di masa yang akan datang. Salah satu strategi yang dilakukan UMKM untuk bertahan selama pandemi adalah dengan melakukan perubahan dari kegiatan penjualan konvensional menjadi kegiatan penjualan secara digital atau online maupun melalui aplikasi (Wiralestari et al., 2023).

Pelaku UMKM harus dapat beradaptasi di dalam segala perkembangan bisnis karena bisnis yang sanggup untuk bertahan adalah bisnis yang responsif pada perubahan zaman. UMKM yang kurang memiliki ketahanan dan fleksibilitas dalam menghadapi pandemi ini dikarenakan beberapa hal seperti tingkat digitalisasi yang masih rendah, kesulitan dalam mengakses teknologi dan kurangnya pemahaman tentang strategi bertahan dalam bisnis (OECD, 2020). Saat ini, pemanfaatan perkembangan teknologi informasi telah banyak dimanfaatkan untuk meningkatkan usaha baik dari perusahaan maupun

individu di mana teknologi informasi berbasis jejaring sosial banyak digunakan sebagai media untuk mengembangkan usaha. Menurut (Wiralestari et al., 2022) dengan menerapkan digitalisasi, UMKM dapat terus membuat usahanya kontinuitas.

Media sosial (*social media*) merupakan sarana untuk melakukan promosi dan membentuk kesadaran merek bagi konsumen dengan tujuan dapat meningkatkan kesadaran dan eksistensi konsumen terhadap suatu produk serta dapat meningkatkan penjualan pada suatu perusahaan (Zulfikar & Novianti, 2018). Media sosial ini dapat menjadi wahana bagi konsumen dengan berbagi teks, gambar, audio dan video di dunia maya (Herawaty et al., 2023). Menurut (Kevin & Puspitowati, 2020) penggunaan media sosial pada aktivitas bisnis merupakan suatu inovasi yang bisa diterapkan agar dapat menjangkau konsumen yang berpotensi di dalam sebuah usaha, mempermudah penyebaran sebuah informasi kepada masyarakat khususnya terkait dengan produk UMKM serta bermanfaat untuk meningkatkan keunggulan UMKM dalam bersaing dan berfungsi sebagai sarana untuk memelihara hubungan yang baik dengan berbagai pihak. Sebagai upaya dalam menghadapi permasalahan tersebut, para pelaku UMKM mulai mengadopsi media sosial untuk menunjang kinerja usahanya sehingga peningkatan penjualan dapat tercapai dengan maksimal (Purwantini & Anisa, 2018).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Trisnawati et al., 2019), (Mukoffi & As'adi, 2021), dan (Azhari Hutabarat et al., 2022). Diperoleh kesimpulan bahwa modal usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Beberapa hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sanistasya et al., 2019), (Kasendah & Wijayangka, 2019), (Ramadhan et al., 2022) dan (Idawati & Pratama, 2020) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM sedangkan penelitian (Naufal, 2022) dan (Fitria et al., 2019) menunjukkan hasil yang berbeda bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Kevin & Puspitowati, 2020), (Ferdiansyah &

Bukhari, 2021), (Cahyani et al., 2022) menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Terdapat *research gap* yang terjadi pada penelitian terkait variabel *financial literacy* terhadap kinerja UMKM, sedangkan beberapa penelitian terkait variabel modal usaha dan pemanfaatan *social media* terhadap kinerja UMKM sebelumnya menunjukkan hasil yang sejalan.

Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia yang dapat diakses di <http://umkm.depkop.go.id/n> mencatat terdapat sebanyak 80.003 UMKM yang tersebar di seluruh Provinsi Jambi. Berdasarkan data tersebut, UMKM di dominasi oleh Kota Jambi yang merupakan jumlah penyebaran terbanyak di Provinsi Jambi sebanyak 50.747 pelaku UMKM. Untuk jumlah UMKM di Kota Jambi tahun 2018-2022 dapat dilihat melalui tabel berikut.

Tabel 1.1 Jumlah UMKM Kota Jambi Tahun 2018-2022

No	Kecamatan	Jumlah UMKM				
		2018	2019	2020	2021	2022
1	Kota Baru	736	1.173	3.057	4.147	5.300
2	Alam Barajo	932	1.213	4.095	5.189	5.608
3	Jambi Selatan	1.031	1.180	3.773	4.721	5.178
4	Paal Merah	1.115	1.489	5.719	7.360	7.110
5	Jelutung	553	764	3.827	4.982	4.824
6	Pasar Jambi	929	964	1.034	1.434	2.663
7	Telanaipura	1.195	1.444	2.903	3.957	4.259
8	Danau Sipin	1.578	1.815	3.103	4.248	4.452
9	Danau Teluk	656	670	1.329	2.323	2.161
10	Pelayangan	615	648	2.026	3.051	2.664
11	Jambi Timur	1.423	1.487	4.279	7.084	6.528
Jumlah		10.736	12.847	35.145	48.496	50.747

Sumber : Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM Kota Jambi (2022)

Data dari Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM Kota Jambi menunjukkan Jumlah UMKM di Kota Jambi yang terdiri dari 11 Kecamatan di dalamnya. Dari tabel 1.1 tersebut menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Kota Jambi terus mengalami kenaikan dari tahun ke tahun.

Tabel 1.2 Jumlah UMKM di Kota Jambi Berdasarkan Bidang Usaha

No.	Bidang Usaha	Jumlah UMKM	
		2021	2022
1.	Kuliner	18.587	21.186
2.	Fashion	330	1.917
3.	Dagang/Industri	19.872	18.892
4.	Pertanian/peternakan	2.072	2.088
5.	Jasa/Lainnya	7.635	6.664

Sumber : Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM Kota Jambi (2022)

Berdasarkan Tabel 1.2 bidang usaha yang paling banyak mendominasi di Kota Jambi adalah usaha di bidang kuliner. Dari data tersebut menunjukkan jumlah UMKM kuliner di Kota Jambi pada tahun 2021 sebanyak 18.587 UMKM dan angka tersebut meningkat pada tahun 2022 menjadi 21.186 UMKM. Hal ini menunjukkan hampir sebesar 41,74% jenis usaha yang digeluti masyarakat di Kota Jambi adalah usaha yang bergerak di bidang kuliner, baik makanan maupun minuman. Penelitian ini terfokus kepada sektor UMKM kuliner yang saat ini semakin berkembang pesat, baik dalam skala kecil, sedang hingga besar. Kuliner adalah hasil olahan suatu masakan. Masakan tersebut bisa berupa lauk pauk, makanan maupun minuman yang diolah hingga menjadi sebuah hidangan yang dapat dikonsumsi sebagai bahan pangan manusia, sehingga usaha kuliner akan selalu diperlukan selama manusia masih memerlukan makanan (Aryansyah et al., 2020).

Dari banyaknya UMKM kuliner yang tersebar dan terus mengalami peningkatan di Kota Jambi, masih banyak yang menemui berbagai hambatan dalam perkembangannya yang menyebabkan pelaku usaha tidak dapat bertahan dan kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Berdasarkan hasil

wawancara dengan Kepala Seksi Penguatan Pemasaran dan Produktivitas Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM, Afrizal mengungkapkan bahwa tidak sedikit UMKM kuliner di Kota Jambi yang sulit bertahan dan mati dikarenakan pelaku UMKM kuliner terhambat oleh beberapa alasan yaitu, masalah permodalan, rendahnya kemampuan pengelolaan keuangan dan belum beralih ke penjualan secara online.

Permasalahan modal yang terjadi pada UMKM kuliner ini dikarenakan dana yang dimiliki pelaku usaha terbatas dan banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, hal ini menyebabkan sulitnya UMKM kuliner di Kota Jambi untuk menambah modal guna membeli keperluan usaha dan bahan baku produksi. Pada umumnya modal yang digunakan oleh para pemilik UMKM di Kota Jambi ini sebagian besar berasal dari modal sendiri yang jumlahnya relatif terbatas sehingga akan mempengaruhi perkembangan usaha.

Berdasarkan permasalahan modal tersebut dapat dilihat betapa pentingnya modal usaha bagi para UMKM. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Provinsi Jambi juga mengalokasikan bantuan sebesar 20 Miliar Rupiah kepada para pelaku UMKM untuk mendorong pengembangan usaha mereka. Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jambi bekerja sama dengan Dinas Koperasi dan UMKM yang berada di Kota Jambi untuk dapat menyalurkan bantuan ini kepada para pelaku UMKM yang membutuhkan, di mana pelaku UMKM khususnya pelaku UMKM kuliner menjadi sasaran untuk bantuan modal ini (Abdullah, 2022).

UMKM kuliner di Kota Jambi membutuhkan modal yang memadai untuk kebutuhan pengembangan usaha mereka. Hal tersebut juga dapat dilihat dari jumlah penerima Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM) yang terus mengalami kenaikan, di mana penerima BPUM rata-rata didominasi oleh usaha dari sektor kuliner. Bantuan modal ini tentunya dapat membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Akan tetapi, menurut Badan Pemeriksa Keuangan (BPK), terdapat banyak masalah dalam penyaluran BPUM. Dikutip dari laporan keuangan pemerintah pusat tahun 2020, masalah

tersebut disebabkan oleh penerima bantuan tidak sesuai dengan kriteria persyaratan, pendistribusian dana tidak sesuai dengan surat keputusan yang berlaku, dan penyaluran dana pada penerima yang diduplikat. Hal ini menyebabkan banyak pelaku UMKM yang seharusnya dapat menerima bantuan dan benar-benar membutuhkan modal untuk menjalankan usahanya tidak dapat bertahan sehingga harus menutup usahanya (Karina, 2021).

Permasalahan yang terjadi pada UMKM Kuliner di Kota Jambi selain masalah permodalan adalah masih banyak UMKM kuliner yang tidak melakukan pengelolaan keuangan dan belum melakukan digitalisasi pemasaran secara online pada usahanya. Hal ini menunjukkan masih banyak UMKM Kuliner di Kota Jambi yang belum mempunyai pemahaman yang baik terkait dengan *financial literacy* dan belum memanfaatkan *social media* untuk meningkatkan kinerja usahanya. Agar dapat membuktikan fenomena tersebut, peneliti melakukan survei awal terhadap 20 pelaku usaha sektor kuliner secara random di Kota Jambi, dengan hasil yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 1.3 Survei Awal

A. *Financial Literacy*

No.	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Saya mengetahui tentang literasi keuangan	10%	90%
2.	Saya telah melakukan pencatatan dan pengelolaan keuangan usaha	40%	60%

B. *Social Media*

No.	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Saya memanfaatkan <i>social media</i> untuk pemasaran produk usaha	40%	60%
2.	<i>Social Media</i> yang digunakan :		
	a. Instagram	25%	75%
	b. Tiktok	5%	95%
	c. WhatsApp	40%	60%
	d. Facebook	15%	85%

Sumber : Data Survei Awal Penelitian (2022)

Hasil data survei awal pada tabel 1.3 diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang belum mengetahui tentang literasi keuangan berjumlah lebih banyak yaitu 18 orang (90%) dibandingkan dengan responden yang telah mengetahui tentang literasi keuangan yang berjumlah sebanyak 2 orang (10%). Sebagian besar responden belum melakukan pencatatan dan pengelolaan keuangan usaha yaitu sebanyak 12 orang (60%) dan sebanyak 8 orang (40%) telah melakukan pencatatan dan pengelolaan keuangan pada usahanya. Pada pertanyaan mengenai *social media*, diketahui sebanyak 12 orang (60%) belum memanfaatkan *social media* untuk pemasaran produk usaha dan sebanyak 8 orang (40%) telah memanfaatkan *social media* untuk pemasaran produk. Adapun platform yang paling banyak digunakan oleh responden untuk memasarkan produk usahanya adalah *WhatsApp* sebanyak 12 orang (40%). Hal ini menunjukkan bahwa masih rendahnya tingkat *financial literacy* dan pemanfaatan *social media* pada UMKM Kuliner di Kota Jambi.

Berdasarkan dari permasalahan yang telah dipaparkan maka diperlukan kajian mendalam mengenai strategi untuk meningkatkan kinerja UMKM khususnya pada sektor kuliner di Kota Jambi agar mampu bertahan dan berkembang. Secara parsial belum ada penelitian yang menggabungkan variabel Modal Usaha, *Financial Literacy*, dan *Social Media* terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Sektor Kuliner di Kota Jambi. Penelitian ini merupakan penelitian empiris pertama yang akan meneliti mengenai Modal Usaha, *Financial Literacy*, dan *Social Media* terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Sektor Kuliner di Kota Jambi. Oleh karena itu berdasarkan fenomena penelitian yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Modal Usaha, *Financial Literacy*, dan Pemanfaatan *Social Media* Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Sektor Kuliner Di Kota Jambi)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan beberapa uraian dari latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh modal usaha terhadap kinerja usaha mikro, kecil dan menengah sektor kuliner di Kota Jambi?
2. Bagaimana pengaruh *financial literacy* terhadap kinerja usaha mikro, kecil dan menengah sektor kuliner di Kota Jambi?
3. Bagaimana pengaruh pemanfaatan *social media* terhadap kinerja usaha mikro, kecil dan menengah sektor kuliner di Kota Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka dapat ditentukan tujuan penelitian ini, yaitu antara lain:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh modal usaha terhadap kinerja usaha mikro, kecil dan menengah sektor kuliner di Kota Jambi.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *financial literacy* terhadap kinerja usaha mikro, kecil dan menengah sektor kuliner di Kota Jambi.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh pemanfaatan *social media* terhadap kinerja usaha mikro, kecil dan menengah sektor kuliner di Kota Barajo Jambi.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan nantinya dapat menghasilkan sesuatu yang bermanfaat baik bagi peneliti sendiri, maupun pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang diteliti tersebut. Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber rujukan mengenai masalah yang dibahas dalam penelitian ini serta mampu menjadi kontribusi pada pengembangan informasi, khususnya mengenai pengaruh modal usaha,

financial literacy, dan pemanfaatan *social media* terhadap kinerja UMKM.

- b. Bagi peneliti selanjutnya dapat digunakan untuk tambahan pengetahuan kepada pembaca dan dapat menjadi sumber rujukan maupun bahan kajian pada penelitian yang akan dilakukan selanjutnya, terutama penelitian yang mengangkat topik penelitian mengenai pengaruh modal usaha, *financial literacy*, dan pemanfaatan *social media* terhadap kinerja UMKM.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pelaku usaha kuliner, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai informasi dalam menemukan program yang tepat untuk mengembangkan usaha pada pelaku usaha kuliner di Kota Jambi sehingga dapat mengatasi hambatan yang dihadapinya dan mampu meningkatkan daya saing dari usaha yang sedang dijalankan, serta dapat memberikan masukan bagi pelaku usaha guna meningkatkan kinerja usaha yang sedang dijalankan.
- b. Bagi instansi Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM Kota Jambi penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih penambah informasi dan pengetahuan mengenai UMKM.