

1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manajemen keuangan merupakan kunci dari sebuah keterampilan agar UMKM berhasil. Manajemen keuangan dapat diartikan sebagai proses pengaturan aktivitas keuangan dalam suatu organisasi, meliputi *planning*, analisis, dan pengendalian terhadap aktivitas keuangan. Manajemen keuangan juga dapat didefinisikan sebagai aktivitas yang berhubungan dengan perolehan dana serta pengendaliannya untuk beberapa tujuan. Manajemen di bidang keuangan bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dengan pembiayaan yang minimal. *Financial Planning Standards Board* Indonesia. (OJK, 2016) menyatakan bahwa perencanaan keuangan adalah “proses” mencapai tujuan melalui manajemen keuangan yang terintegrasi dan terencana.

Kurangnya strategi untuk manajemen keuangan yang efektif telah menjadi hambatan bagi kelangsungan hidup dan pertumbuhan banyak usaha kecil. Penerapan manajemen keuangan yang efektif dapat meningkatkan keberhasilan usaha kecil, berpotensi pada pertumbuhan ekonomi dan jumlah usaha kecil. Hal ini juga berpengaruh pada perubahan sosial yang positif untuk dapat mencakup pengurangan kemiskinan, penurunan pengangguran, dan tingkat kriminalitas yang berkurang (Ikram, 2022). Keuangan merupakan jantung bagi setiap bisnis jenis apapun, karena setiap pergerakan dalam bisnis selalu ditinjau dari segi finansial. Manajemen pengelolaan keuangan sangat menentukan langkah kedepan yang harus diambil oleh para pelaku bisnis UMKM. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk mengelola keuangan dengan baik dan benar.

Di Indonesia Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting bagi laju perekonomian yang mana sebagai salah satu cara untuk percepatan pembangunan daerah. Merujuk pada Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 mengenai UMKM, usaha mikro kecil dan menengah ialah sektor yang mengambil peran cukup besar dalam menyediakan lapangan kerja. Selain itu, UMKM juga memiliki kemampuan bertahan yang cukup tinggi bagi keadaan ekonomi. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) setelah kejadian krisis ekonomi yang melanda Indonesia tahun 1998, banyaknya jumlah UMKM tidak mengalami penurunan malah semakin mengalami peningkatan hingga saat ini. Pertumbuhan UMKM yang semakin pesat menjadikan para pengusaha mencari cara untuk dapat bersaing dan bertahan ditengah perubahan lingkungan (Muhammad Richo Rianto, Farida Jasfar, 2021).

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memang cukup pesat selama beberapa tahun terakhir. Namun, masih ada saja masalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang belum diatasi secara maksimal. Permasalahan yang dihadapi UMKM yang bersifat konvensional dan tidak mampu diselesaikan secara tuntas, seperti masalah kualitas SDM, kepemilikan, pembiayaan, pemasaran, dan masih banyak lagi permasalahan lainnya yang berkaitan dengan pengelolaan usaha, hingga UMKM sulit bersaing dengan perusahaan yang besar. UMKM masih berorientasi jangka pendek dimana pada pengambilan keputusan usahanya ini dapat dilihat pada kinerja UMKM dimana belum adanya konsep inovasi yang sistematis dan kegiatan inti usaha yang tidak berdiri dengan kokoh. Sehingga kinerja jangka panjang UMKM yang berkontribusi pada industri kreatif akan selalu tetap dan tidak terarah dengan baik. Untuk meningkatkan kinerja dan keberlangsungan UMKM jangka panjang dibutuhkan tindakan upaya-upaya strategis, seperti meningkatkan

pengetahuan pelaku UMKM mengenai pengelolaan keuangan dan akuntabilitas (Ayu et al., 2020)

Perkembangan teknologi yang terjadi mengharuskan pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan teknologi. Penerapan teknologi diperlukan agar usaha yang dijalankan juga dapat mengikuti alur perkembangan teknologi oleh pemilik UMKM. Terutama UMKM yang berada di pedesaan yang jauh dari internet naupun teknologi. Masih menggunakan alat tradisional dan pemasaran yang masih menggunakan sistem pemasaran tradisional yang dinilai kurang menjangkau pemasaran yang luas. Hal ini membuat pelaku UMKM tidak mengalami kemajuan. Semakin berkembangnya penggunaan uang elektronik dan pembayaran digital saat ini, membuat UMKM harus menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi (Dina & Amalia, 2017). Pelaku UMKM yang menerapkan pembayaran elektronik yang dikarenakan permintaan konsumen. Tingginya pengguna *payment gateway* di masyarakat membuat pelaku usaha sadar kalau mereka harus menerapkannya pada bisnis di usaha mereka. Jika tidak, bukan tidak mungkin kalau mereka akan tertinggal dan terancam punah.

Faktor lain yang mempengaruhi kinerja keuangan UMKM yaitu *e-commerce* dengan kecanggihan teknologi pada era sekarang sudah mengalami kemajuan, UMKM harus memanfaatkan perkembangan Teknologi Informasi (TI). Sudah banyak UMKM yang mengadopsi *e-commerce* dalam kemajuan usahanya, dengan hal itu juga dapat meningkatkan kinerja keuangan (Purnata & Suardikha, 2019). Namun di Kabupaten Jember masih belum sepenuhnya memanfaatkan kecanggihan teknologi. Dimana dengan memberikan pelanggan dengan kemudahan dalam melakukan pembayaran akan membuat penilaian positif dalam benak pelanggan itu sendiri. Penerapan dan kendala UMKM yang menerapkan *fintech payment gateway* masih belum maksimal dan kendala yang dihadapi masih cukup banyak (Perdana & Sinarwati, 2022), namun penelitian yang dilakukan (Fian et al., 2020; Lestari et al., 2020; Maria Rio Rita, 2022; Purnamasari, 2020; Wardani & Darmawan, 2020) dengan menerapkan *payment gateway* dapat memudahkan proses transaksi jual-beli dan menyediakan informasi produk yang ditawarkan, sehingga dapat meningkatkan literasi keuangan, meningkatkan penjualan/pendapatan, dan meningkatkan kinerja UMKM, serta *payment gateway* mampu mempengaruhi perkembangan UMKM (Khafidloh et al., 2021).

Selain itu, keuntungan yang didapat apabila usaha telah menerapkan *payment gateway* dalam usahanya ialah bisa mendapatkan konsumen lebih banyak, dengan begitu pendapatan usaha juga meningkat, tidak perlu melakukan promosi, karena kedepannya usaha tersebut akan dicari sendiri oleh konsumen, mengurangi ongkos operasional, dan berpeluang usaha kita diminati banyak orang karena konsumen merasa praktis dan mudah (Inda & Rahma, 2018). Penerapan *fintech* ini juga dapat memberikan kemudahan transaksi pada proses bisnisnya. Kemudahan tersebut dapat memberi kemudahan dalam melakukan transaksi, pencatatan transaksi yang masuk sehingga memudahkan mengetahui keadaan usaha saat ini, layanan transfer ke rekening, serta memeriksa stock barang mereka secara otomatis pada sistem.

Dalam menjalankan suatu usaha, efektif tidaknya pengelolaan keuangan yang dilakukan bergantung pada kemampuan serta pengetahuan keuangan yang dimiliki individunya. Oleh sebab ini literasi keuangan merupakan hal yang krusial untuk dimiliki bagi setiap pelaku usaha, termasuk UMKM. Banyak penelitian telah memaparkan bahwa kemampuan seseorang dalam mengenali serta mengakses lembaga keuangan akan mempengaruhi tingkat

pertumbuhan usahanya (Aribawa, 2016). Menurut (Candra Wijayangka, 2018), menyebutkan bahwa literasi keuangan merupakan pemahaman mengenai produk dan konsep keuangan dengan bantuan informasi dan saran, sebagai kemampuan untuk mengidentifikasi dan memahami resiko keuangan agar membuat keputusan keuangan yang tepat. Dengan memiliki literasi keuangan yang baik maka seseorang akan mampu memilih jenis bisnis dan investasi yang tepat, memahami resiko dengan lebih baik sehingga lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan keuangan.

Fenomena yang terjadi di lapang, pelaku UMKM belum memiliki keterampilan dalam menyusun laporan keuangan yang sesuai standar yang ada. Kebanyakan dari pelaku UMKM belum memiliki kemampuan mengelola finansial usaha mereka dengan baik, dan apabila hal ini berlangsung secara terus menerus dalam jangka panjang dapat berakibat pada kinerja UMKM itu sendiri serta apabila ada peningkatan dalam usaha maka akan sulit diketahui sebab pelaku usaha tidak mengetahui keuangan yang mana yang merupakan pribadi dan keuangan mana yang merupakan milik usaha. Hal tersebut disebabkan pengetahuan dan informasi pelaku UMKM terkait akuntansi masih kurang, latar belakang pendidikan juga berpengaruh terhadap pengetahuan sejumlah pelaku usaha dalam menyusun laporan keuangan. Permasalahan banyaknya para pelaku UMKM yang belum menyusun laporan keuangan juga terjadi pada pelaku UMKM yang tergabung pada Jember Ekonomi Kreatif (JEKa). Pada UMKM, literasi keuangan ini memberikan peningkatan kemampuan dalam pengelolaan keuangan serta akses yang membuatnya untuk lebih berkembang. Sejalan dengan pernyataan tersebut, literasi keuangan seringkali dianggap sebagai alat yang penting digunakan untuk membantu mengasah keterampilan seseorang serta meningkatkan kemampuan dalam hal pengaksesan yang terlihat dengan penerimaan dan penggunaan produk yang sesuai dengan keperluan (Wardhana, 2022).

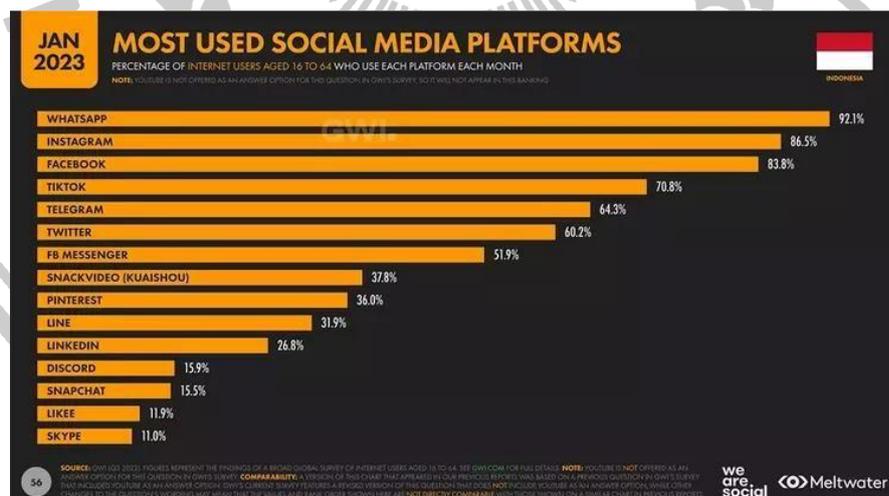
Literasi keuangan sebagai salah satu faktor internal akan keberhasilan kinerja UMKM, didefinisikan oleh Otoritas Jasa Keuangan sebagai pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan yang mempengaruhi sikap dan perilaku dalam meningkatkan pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Survey literasi dan inklusi keuangan yang dilakukan OJK pada tahun 2016 mendapatkan hasil tingkat literasi keuangan masyarakat Jember pada tahun 2016 hanya sebesar 26,6%, padahal tingkat literasi keuangan pelaku UMKM di Kabupaten Jember berpengaruh terhadap kinerja usaha mereka. Pernyataan tersebut dibuktikan oleh (Ningsih, 2018) yang menemukan fakta bahwa literasi keuangan mempengaruhi kinerja usaha UMKM pengolahan makanan di Kabupaten Jember. Menurut penelitian Amaliyah dan Wati (2015), tentang faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan di kalangan pelaku atau pengelola usaha kecil dan menengah (UMKM) Kabupaten Jember khususnya di Kecamatan Ambulu masih rendah, dengan faktor yang mempengaruhi literasi keuangan terdiri dari *financial knowledge*, *financial skills*, *financial behavior*, *financial attitude*, dan kinerja keuangan pelaku UMKM di Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember.

Data populasi UMKM di Indonesia menunjukkan jumlah yang sangat besar. Meskipun jumlah UMKM di Indonesia sangat besar, namun keterlibatan UMKM dengan teknologi digital masih tergolong rendah. Perkembangan teknologi informasi yang semakin maju dan pesat sudah terasa dampaknya oleh sebagian besar masyarakat dari yang sederhana menjadi modern dan serba cepat sehingga berdampak pada perilaku informasi dalam segala bidang,

terutama dunia bisnis (Riyadi, 2015). Menurut (Indriastuti & Kartika, 2022), digitalisasi menjadi peluang bagi UMKM untuk beralih dari perdagangan tradisional ke tren baru yang menerapkan teknologi. Digitalisasi menyebabkan banyak UMKM mulai mempromosikan produk dan layanan mereka melalui platform digital, baik dalam bentuk gambar dan video. Lalu, mereka juga membuat toko *online* di *marketplace* untuk memudahkan pelanggan menemukan produk mereka.

Di era yang serba cepat dan dengan penggunaan teknologi digital, para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. Pemasaran digital sangat membantu suatu usaha guna mengenalkan produk atau barang yang dijual guna memperoleh keuntungan. Penggunaan media digital kini sudah menjadi tuntutan bagi dunia usaha. Melalui medium digital, semua aktivitas menjadi lebih mudah, bahkan bisa lebih cepat, termasuk bagi pelaku usaha di negeri ini. Media sosial dimanfaatkan sebagian besar UMKM untuk mengadakan kontak personal dengan pelanggan, promosi/*advertising*, mendata kebutuhan pelanggan dan menyampaikan respon ke pelanggan. UMKM dapat menggunakan alat digital untuk mengelola keuangan sehingga dapat membantu pemilik UMKM mengelola arus kas mereka dengan lebih baik dan mengurangi risiko ketidakstabilan ekonomi.

Beberapa pengertian mengenai penggunaan media sosial diatas, dapat disimpulkan pengguna media sosial adalah proses atau kegiatan yang dilakukan seseorang dengan sebuah media yang digunakan untuk berbagi informasi, berbagi ide, berkreasi, berfikir, berdebat, menemukan teman baru dengan sebuah aplikasi *online* yang dapat digunakan melalui smartphone. Saat ini, hampir semua orang di Indonesia menggunakan media sosial sebagai sarana berkomunikasi secara virtual. Hal ini dapat dilihat dari data sebuah agensi digital marketing Amerika, seperti gambar dibawah menunjukkan banyaknya *platform media social* yang banyak digunakan pada tahun 2023.



Gambar 1.1 Media Sosial Sumber : (wearesocial.com)

Media sosial merupakan sebuah medium yang berada di dunia maya (internet) yang dapat menciptakan interaksi antar penggunanya walaupun memiliki keterpisahan jarak, dapat bekerjasama, dapat berbagi, dapat membangun komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara *virtual* (Halim, Sherly, & Sudirman, 2020). Belakangan ini fenomena merebaknya produk local atau yang sering disebut Usaha Mikro Kecil Menengah

(UMKM) dan tren teknologi *market place* mengakibatkan banyak pelaku UMKM kian giat dalam melakukan transaksi penjualan produk melalui media digital baik menggunakan sosisa media maupun platform *market place*, seperti shopee, buka lapak, tokopedia, dan lain sebagainya (Raharjo & Rofiuddin, 2022). Pengimplementasian media sosial pada UMKM memberikan manfaat diantaranya sebagai galeri produk, mendata kebutuhan supplier, mendata kebutuhan distributor, survey target konsumen, dan memantau konsumen, disamping itu media sosial juga bermanfaat sebagai forum diskusi, membantu pengambilan keputusan, memberikan respon pada konsumen, mendata kebutuhan konsumen. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial pada UMKM membantu meningkatkan volume penjualan pada UMKM. Peningkatan penjualan paling banyak dirasakan UMKM sebesar 10%-50%. Dan hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa media sosial adalah sebagai alat pemasaran produk dan jasa selain sebagai wadah interaksi dengan pelanggan untuk mencoba memecahkan masalah mereka sendiri.

UMKM merupakan salah satu sektor usaha yang mampu bertahan melalui krisis ekonomi. Selain itu, UMKM juga merupakan sektor usaha yang paling banyak menyerap tenaga kerja sehingga mampu mengurangi tingkat pengangguran dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pada kenyataannya peningkatan UMKM masih perlu dilakukan agar dapat meningkatkan kualitas maupun kuantitas UMKM. Peningkatan *payment gateway*, literasi keuangan dan pengguna media sosial dapat memberikan kontribusi yang besar dalam menolong para pelaku UMKM untuk meminimalisir risiko yang bisa terjadi dalam pengelolaannya maupun dalam mengambil keputusan. Setidaknya dengan kontribusi UMKM bisa membantu dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh para UMKM yang berada di Kabupaten Jember yang berkaitan dengan tingginya angka kemiskinan, besarnya jumlah pengangguran, dan ketimpangan dalam distribusi pendapatan.

Tabel 0.1.1 Rekapitulasi Penerbitan Surat Keterangan Usaha (SKU)

No	Uraian	Jumlah	Keterangan
1	Tahun 2011 s/d 2016	4.217	
2	Tahun 2017	868	
3	Tahun 2018	778	
4	Tahun 2019	219	
5	Tahun 2020	6.416	
6	Tahun 2020	201.527	SKU yang belum dicetak/ print out
7	Tahun 2021	365	
8	Tahun 2021	56.644	SKU yang belum dicetak/ print out
9	Tahun 2022 (Per, 30 Des 2022)	872	
	Jumlah	271.906	Pengajuan SKU dan BPUM

Sumber : Dinas Koperasi Kabupaten Jember

Berdasarkan keterangan yang disajikan diatas pada tahun 2011-2022 perkembangan jumlah UMKM di Kabupaten Jember pada tahun ke tahun mengalami kenaikanyang cukup pesat. Kabupaten Jember adalah salah satu Kabupaten yang menempati posisi tertinggi dari 38 Kabupaten/Kota dengan jumlah UMKM terbanyak di Provinsi Jawa Timur. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur tahun 2022 terdapat total nilai 271.906 unit UMKM yang tersebar di Kabupaten Jember. Meningkatnya perkembangan UMKM tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap upaya- upaya penanggulangan masalah-masalah ekonomi dan sosial dalam negeri. Supaya keberadaan UMKM bisa bertahan dan tetap eksis maka, UMKM perlu untuk memperhatikan yang berkaitan dengan kemajuan dan perkembangan UMKM.

1.2 Tujuan peneliti

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan *payment gateway* terhadap kinerja keuangan pada perusahaan UMKM di kota Jember.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan literasi keuangan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan UMKM di kota Jember.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan pengguna media sosial terhadap kinerja keuangan pada perusahaan UMKM di kota Jember.

1.3 Manfaat penelitian

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

1. Manfaat Teoritis

Penulis berharap penelitian ini bisa dijadikan literatur untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan bisa menjadi penambah wawasan maupun pengetahuan untuk para pembaca. Hasil daripada penelitian ini besar harapan mampu dijadikan sebagaisaran bagi pihak-pihak yang berkebutuhan atau berkepentingan dan bisa menambah wawasan serta pengetahuan mengenai kajian pada bidang ilmu keuangan yang berhubungan dengan *payment gateway* dan literasi keuangan khususnya UMKM kota Jember.

2. Manfaat Praktis

a. Akademik

Hasil dari penelitian ini bisa dijadikan sebagai pelengkap maupun perbandingan dan hasil penelitian-penelitian terdahulu bisa dijadikan sebagai perbendaharaan kepustakaan bagi fakultas maupun universitas. Serta penelitian ini bisadigunakan untuk referensi peneltian-peneltian sejenis dimasa datang.

b. Pelaku UMKM

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi ataupun kontribusi pemikiran untuk pelaku UMKM agar lebih meningkatkan pemahamannya mengenai *payment gateway*, literasi keuangan dan pengguna media sosisal dalam meningkatkan kinerja keuangan.

c. Lembaga Keuangan

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran untuk pihak lembaga keuangan agar terus meningkatkan sosialisasi keuangan khususnya bagi pelaku UMKM agar pengetahuan keuangan dan pemanfaatan *payment gateway* sejalan dengan peningkatan inklusi keuangan.

1.4 Rumusan masalah

Berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa *payment gateway* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (Lestari et al., 2020), ada penelitian yang menunjukkan literasi keuangan, *fintech peer to peer lending*, dan *payment gateway* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM (Ainun Mardiah, Nurbaiti, Muhammad Ikhsan, 2022), penelitian lain juga menunjukkan bahwa modal pribadi, harga, dan sosial media berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM (Elvira Rahmandan, Lailatul Amanah, 2021). Berdasarkan uraiandiatas, maka rumusan masalah dalam penilitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *payment gateway* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan UMKM di kota Jember?
2. Apakah literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan UMKM di kota Jember?
3. Apakah pengguna media sosial berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan UMKM di kota Jember?

