

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam perekonomian Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah menempati posisi strategis, dengan fokus utama pada penciptaan lapangan kerja dan meningkatkan produk domestik bruto (PDB). Data resmi Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan angka yang sangat signifikan, dengan kontribusi sebesar 60,51% untuk PDB dan menyerap 97% pada jumlah tenaga kerja (Perekonomian RI, 2021). Usaha mikro menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat, terutama di wilayah yang jauh dari pusat industri besar. Di antara berbagai usaha mikro, sektor kuliner menjadi salah satu bidang yang mengalami pertumbuhan paling pesat (Sari, 2018). Hal ini didorong oleh pergeseran gaya hidup masyarakat yang semakin mengutamakan kemudahan dan kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan konsumsi makanan dan minuman. Perubahan pola konsumsi ini tidak hanya terlihat pada peningkatan permintaan terhadap makanan siap saji dan inovasi kuliner, tetapi juga pada preferensi konsumen terhadap layanan berbasis digital yang mendukung kenyamanan dan efisiensi (Bloom & Reenen, 2023).

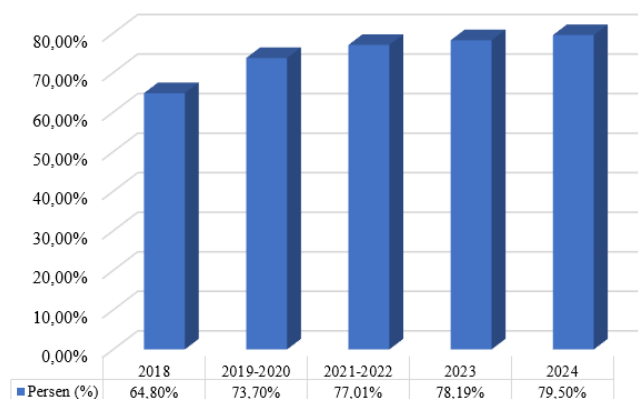
Usaha mikro kuliner juga memiliki peran penting dalam perekonomian daerah, termasuk di wilayah seperti Madura yang jauh dari pusat industri besar, dengan menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong perputaran ekonomi melalui sektor kuliner lokal. Meskipun memiliki potensi besar, setiap usaha pasti menghadapi tantangan. Salah satu tantangan yang

dihadapi pelaku usaha mikro adalah kinerja keuangan yang kurang optimal, diantaranya masih terdapat tantangan dalam hal pembiayaan untuk pengembangan usaha serta dalam manajemen dan pencatatan keuangan yang terstruktur (Tibyana et al., 2024). Hal ini sering kali disebabkan oleh ketidakpahaman mereka tentang cara mengelola keuangan dengan baik (Purnamawati & Winata, 2022). Menurut Machfuzhoh et al. (2020), banyak pelaku usaha mikro lebih berfokus pada keuntungan jangka pendek tanpa mempertimbangkan faktor-faktor lain, seperti pengendalian arus kas dan perencanaan keuangan, yang sangat penting untuk keberlangsungan usaha. Kondisi ini semakin diperburuk oleh rendahnya literasi keuangan, yang menghambat kemampuan usaha kecil untuk mengalokasikan dana secara efektif, mengidentifikasi peluang investasi, dan mencapai hasil keuangan yang maksimal (Julito et al., 2022)

Berdasarkan survei dari berbagai lembaga, pembiayaan menjadi salah satu faktor yang sering muncul sebagai penghambat pertumbuhan usaha mikro (Departemen Pengembangan UMKM Bank Indonesia, 2018). Berdasarkan laporan *MSME Empowerment 2022*, menunjukkan bahwa 51,2% merasa kesulitan dalam mendapatkan dukungan modal. Hambatan ini memiliki dampak langsung terhadap kinerja keuangan usaha mikro. Kesulitan dalam memperoleh pembiayaan membatasi kemampuan pelaku usaha mikro untuk mengembangkan usaha, meningkatkan kapasitas produksi, serta memperbaiki kualitas produk. Keterbatasan modal juga menghambat investasi yang diperlukan untuk peningkatan efisiensi dan daya saing usaha di pasar. Ketidakmampuan untuk mendapatkan pembiayaan atau kredit usaha mengurangi peluang usaha mikro dalam memanfaatkan potensi pasar,

yang pada akhirnya berdampak pada stagnasi atau bahkan penurunan pendapatan. Dalam jangka panjang, hal ini membatasi kemampuan usaha mikro untuk meningkatkan efisiensi operasional, serta memberikan pengaruh signifikan terhadap rendahnya kinerja keuangan, yang pada gilirannya menghambat kontribusi usaha mikro terhadap pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Kemajuan teknologi digital yang pesat menawarkan solusi untuk memperbaiki kinerja keuangan usaha mikro. Solusi ini didukung oleh berbagai faktor, termasuk perkembangan teknologi yang semakin meluas. Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan bagi perekonomian Indonesia, termasuk dalam cara usaha mikro menjalankan usahanya. Berdasarkan survei APJII (2024), tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 79,50%, dengan 221 juta penduduk terkoneksi internet dari total populasi 278 juta jiwa. Angka ini mencerminkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat, terutama sejak pandemi COVID-19.



Gambar 1. 1 Pertumbuhan tingkat penetrasi internet di Indonesia
Sumber : APJII (2024)

Di tengah transformasi ini, literasi keuangan menjadi salah satu faktor penting bagi usaha mikro untuk meningkatkan kinerja keuangan mereka. Literasi

keuangan mencakup kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mengelola aspek-aspek keuangan usaha, seperti pengelolaan arus kas, perencanaan keuangan, pengelolaan utang, hingga pengambilan keputusan investasi. Penguasaan literasi keuangan menjadi landasan yang kokoh bagi pelaku usaha untuk memaksimalkan potensi finansial usaha mikro (Harmadji et al., 2022). Usaha mikro mampu menyusun anggaran yang realistis, mengalokasikan dana untuk kebutuhan prioritas, serta mengidentifikasi peluang investasi yang mendukung pertumbuhan usaha.

Semakin tinggi tingkat pemahaman keuangan seorang pengusaha, semakin besar potensi untuk mewujudkan hasil keuangan yang lebih baik (Rosliyat & Iskandar, 2022). Dengan pemahaman yang baik tentang *cash flow*, pelaku usaha dapat memastikan kelancaran operasional dengan menjaga keseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran. Hal ini pada akhirnya memperkuat strategi pengelolaan keuangan yang mendorong peningkatan penjualan secara berkelanjutan, sehingga mendukung pencapaian tujuan utama perusahaan, yaitu memaksimalkan laba (Razen et al., 2021).

Sejalan dengan pentingnya literasi keuangan, perkembangan teknologi digital menjadi katalis utama dalam mendukung pemanfaatan *social commerce* untuk memperkuat kinerja keuangan usaha mikro. Secara umum, *social commerce* atau perdagangan sosial adalah penggunaan media sosial berbasis internet untuk melibatkan orang dalam penjualan dan pemasaran produk atau layanan di pasar dan komunitas daring (Chen et al., 2022). Keuntungannya yaitu usaha mikro tersebut akan lebih dikenal di kalangan masyarakat, sehingga dapat mendorong dalam meningkatkan penjualan yang gilirannya akan meningkatkan profitabilitas kinerja

keuangan (Siahaan et al., 2024). *Social commerce* memberikan akses yang luas kepada usaha mikro untuk menjangkau pasar baru, membangun koneksi dengan komunitas pelanggan, dan meningkatkan interaksi melalui konten kreatif yang menarik perhatian konsumen.

Selain itu, sistem pembayaran non-tunai juga menjadi salah satu tren yang terus berkembang di Indonesia (Christianti, 2024). Metode pembayaran seperti *e-wallet*, *mobile banking*, dan kartu debit/kredit, menawarkan berbagai kemudahan dan efisiensi transaksi baik bagi konsumen maupun pelaku usaha (Sugiarti et al., 2019). Menurut Irawati & Prasetyo (2021) penggunaan *cashless payment* dapat meningkatkan efisiensi operasional bisnis melalui percepatan transaksi, akurasi pencatatan, dan pengelolaan keuangan yang lebih efisien.

Seiring dengan meningkatnya penggunaan platform digital, pelaku usaha sering menghadapi kendala dalam memanfaatkan platform tersebut secara optimal untuk pengembangan bisnis, termasuk di Kabupaten Pamekasan. Berdasarkan data Dinas Koperasi, UKM, dan Tenaga Kerja Kabupaten Pamekasan, dari total 195.554 pelaku usaha mikro yang tersebar di 13 kecamatan, dengan 78.249 di antaranya telah memiliki izin usaha. Namun, dari jumlah tersebut, hanya pelaku usaha mikro di wilayah Kecamatan Kota Pamekasan yang mampu menerapkan teknologi digital dalam aktivitas mereka. Di 12 kecamatan lainnya, meskipun berizin, penerapan teknologi digital masih terkendala, terutama oleh keterbatasan akses internet yang menghambat inovasi dan efisiensi (Pamekasanhebat, 2022). Selanjutnya, Telukdarie et al. (2023) juga menyatakan usaha mikro menghadapi tantangan dalam transformasi digital, yang mayoritas disebabkan oleh minimnya pemahaman dan

kesadaran mengenai aksesibilitas, manfaat, dan langkah-langkah optimal untuk mengintegrasikan teknologi digital ke dalam proses bisnis. Keterbatasan pemahaman ini dapat mengurangi efektivitas pemanfaatan *social commerce* dan *cashless payment* secara keseluruhan, sehingga peluang besar yang ditawarkan oleh transformasi digital belum dimanfaatkan secara maksimal.

Berdasarkan penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang bervariasi, terkait literasi keuangan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM (Harmadji et al., 2022; Silalahi et al., 2024). Namun bertolak belakang terhadap hasil penelitian Marini et al. (2024) bahwa literasi keuangan tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Bengkulu. Lebih lanjut hasil penelitian antara Gao et al. (2023) dan Thippavong & Kongmanila (2024) menyatakan *e commerce* termasuk *social media* terdapat pengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM, sedangkan menurut Kartini (2020) *social media usage* tidak terdapat pengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM. Meskipun sering berinteraksi dengan calon pembeli di media sosial, belum tentu pendapatan UMKM akan meningkat secara signifikan

Hasil penelitian tersebut membuktikan adanya kesenjangan secara signifikan diantara literasi keuangan dan *social commerce* terhadap kinerja keuangan usaha mikro. Fenomena ini menegaskan perlunya penelitian lebih lanjut mengenai literasi keuangan dan penggunaan *social commerce*, yang merupakan faktor penting bagi pelaku usaha di Madura agar dapat bersaing dan meningkatkan kinerja keuangan usahanya. Studi ini membawa kebaruan dengan memfokuskan pada penggunaan *cashless payment* sebagai variabel moderasi. Penggunaan *cashless payment*

berpotensi menjadi katalisator yang memperkuat hubungan tersebut dengan meningkatkan pengelolaan keuangan yang lebih optimal dan memperluas akses pasar. Hal ini mampu menunjukkan dampak positif terhadap peningkatan kinerja keuangan usaha mikro. Dengan terdapatnya kemudahan aksesibilitas terhadap produk dan layanan keuangan digital, pelaku usaha mikro dapat memanfaatkan sistem pembayaran non-tunai untuk mendukung operasional dan efisiensi bisnis mereka (Astohar et al., 2023; Astohar et al., 2022). Berdasarkan permasalahan tersebut, sehingga peneliti dapat mengangkat judul **“Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan *Social Commerce* Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro di Madura dengan *Cashless Payment* Sebagai Variabel Moderasi”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, permasalahan yang akan dianalisis untuk penelitian ini yaitu:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja keuangan usaha mikro di Madura?
2. Apakah penggunaan *social commerce* berpengaruh terhadap kinerja keuangan usaha mikro di Madura?
3. Apakah *cashless payment* dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara literasi keuangan dengan kinerja keuangan usaha mikro di Madura?
4. Apakah *cashless payment* dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara penggunaan *social commerce* dengan kinerja keuangan usaha mikro di Madura?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, sehingga mampu dirumuskan tujuan penelitian seperti dibawah ini:

1. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja keuangan usaha mikro di Madura
2. Untuk menganalisis pengaruh penggunaan *social commerce* terhadap kinerja keuangan usaha mikro di Madura
3. Untuk menganalisis *cashless payment* dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antara literasi keuangan dengan kinerja keuangan usaha mikro di Madura
4. Untuk menganalisis *cashless payment* dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antara penggunaan *social commerce* dengan kinerja keuangan usaha mikro di Madura

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pelaku Usaha

Melalui penelitian ini, ditujukan mampu meningkatkan wawasan kepada pelaku usaha, khususnya usaha mikro di Madura, mengenai pentingnya literasi keuangan dan pemanfaatan *social commerce* sebagai strategi untuk meningkatkan kinerja keuangan. Selain itu, studi ini memberikan gambaran tentang manfaat implementasi *cashless payment* dalam mempermudah transaksi, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional. Dengan penerapan strategi yang lebih efektif dan inovatif, keberlanjutan usaha dapat lebih terjamin.

2. Bagi Pihak Akademis

Diharapkan penelitian ini mampu menambah khasanah ilmu pengetahuan dengan menyediakan referensi ilmiah di bidang literasi keuangan, teknologi digital, dan pengelolaan keuangan usaha mikro. Selain itu, juga dapat digunakan oleh universitas sebagai bahan kajian dan diskusi akademik, serta dapat mendorong civitas akademika untuk menganalisis lebih dalam terkait inovasi teknologi dalam pengembangan usaha mikro.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini ditujukan mampu menjadi landasan yang bermanfaat untuk penelitian pada masa mendatang dalam mengeksplorasi hubungan antara literasi keuangan, penggunaan *social commerce*, juga kinerja keuangan usaha mikro. Hasil penelitian ini juga menunjukkan peluang untuk pengembangan variabel maupun indikator baru untuk memperluas dan memperdalam kajian mengenai faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan usaha mikro.

4. Bagi Pembuat Kebijakan

Hasil penelitian ini ditujukan mampu sebagai rujukan untuk para pembuat kebijakan, baik di tingkat pemerintah ataupun lembaga terkait, dalam proses merancang strategi dan program yang mendukung peningkatan literasi keuangan serta adopsi teknologi digital, seperti *social commerce* dan sistem pembayaran non-tunai.