

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia karena menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024). Peran UMKM juga penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, terutama dalam hal pemerataan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja (BPS, 2024). Salah satu bentuk UMKM yang dominan di tingkat pedesaan maupun perkotaan adalah toko klontong, yang berfungsi sebagai penyedia kebutuhan sehari-hari masyarakat dan menjaga stabilitas ekonomi lokal (Ramadani et al., 2025).

Memasuki era pasca pandemi dan percepatan transformasi digital, kinerja UMKM tidak lagi hanya diukur dari kemampuan bertahan, tetapi juga dari kemampuan beradaptasi dan memanfaatkan teknologi digital secara berkelanjutan. Transformasi digital mendorong perubahan perilaku konsumen serta meningkatkan tekanan persaingan, khususnya bagi UMKM tradisional (OECD, 2021; Amri, 2021). Meskipun adopsi teknologi keuangan dan media sosial semakin meluas, banyak UMKM yang belum mampu mengoptimalkan pemanfaatannya untuk meningkatkan kinerja usaha secara menyeluruh, baik dari sisi efisiensi operasional, stabilitas pendapatan, maupun daya saing (Wahyuni & Wibowo, 2020; Yang et al., 2023).

Mojokerto merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur dengan jumlah UMKM yang besar, khususnya pada sektor ritel tradisional berupa toko klontong, serta perannya sebagai penggerak ekonomi lokal (BPS, 2024). Selain itu, Mojokerto merupakan wilayah penyangga kawasan industri dan perkotaan di Jawa Timur, sehingga UMKM di daerah ini menghadapi tekanan persaingan yang tinggi dari ritel modern dan usaha berbasis digital (Saleh & Darmawan, 2024).

Toko Klontong di Kabupaten Mojokerto masih tergolong relatif rendah dan belum berkembang secara optimal. Kondisi ini tercermin dari keterbatasan pertumbuhan usaha, rendahnya efisiensi operasional, serta lemahnya daya saing dibandingkan dengan ritel modern dan usaha berbasis digital (Saleh & Darmawan, 2024). UMKM termasuk toko klontong masih menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya kualitas manajemen keuangan dan keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas (Yang et al., 2023). Tantangan tersebut diperparah oleh rendahnya literasi keuangan serta minimnya adopsi teknologi digital di kalangan pelaku usaha kecil (Zhao et al., 2021). Kondisi ini menyebabkan UMKM sulit meningkatkan kinerja usaha dan mempertahankan keberlanjutan bisnis di tengah persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, penguatan kinerja UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital menjadi semakin penting pada era persaingan global saat ini (Schueffel, 2016).

Peningkatan kinerja UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kondisi pasar dan persaingan, tetapi juga sangat ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya internal yang dimilikinya. Perspektif *Resource- Based View* (RBV) menegaskan bahwa kinerja usaha merupakan hasil dari bagaimana perusahaan mengelola dan memanfaatkan sumber daya internal secara efektif dan strategis (Wernerfelt, 1984; Barney, 1991). Sumber daya tersebut dapat berupa aset berwujud maupun tidak berwujud yang, apabila dikelola dengan baik, mampu menciptakan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja usaha secara berkelanjutan.

Dalam konteks UMKM, sumber daya internal tidak selalu identik dengan kepemilikan modal besar. UMKM justru lebih bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan pengetahuan, keterampilan, serta teknologi untuk mendukung aktivitas bisnisnya. Dalam perspektif RBV, kemampuan mengadopsi dan mengelola teknologi digital merupakan bentuk sumber daya strategis yang bernilai karena dapat meningkatkan efisiensi operasional dan efektivitas pengambilan keputusan usaha (Barney, Wright, & Ketchen, 2001).

Perkembangan teknologi digital, khususnya *Financial Technology* (FinTech), telah membuka peluang baru bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional dan akses terhadap layanan keuangan. FinTech menawarkan kemudahan dalam melakukan transaksi digital, serta mengelola keuangan secara lebih terstruktur. Secara internasional, FinTech terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM. Studi pada 1.617 UMKM di 22 negara OECD menunjukkan bahwa penggunaan FinTech secara signifikan meningkatkan efisiensi operasional perusahaan, meskipun efeknya dipengaruhi oleh faktor budaya seperti tingkat maskulinitas dan orientasi jangka panjang suatu

negara (Zhao et al., 2021).

Di Indonesia, FinTech juga terbukti mendukung peningkatan literasi keuangan yang memperkuat akses permodalan dan meningkatkan keberlanjutan usaha kecil dalam jangka panjang (Ramadani et al., 2025). Laporan Bank Indonesia (2024) mencatat bahwa nilai transaksi uang elektronik meningkat sebesar 43% pada tahun 2023, menandakan semakin luasnya adopsi FinTech oleh masyarakat dan pelaku usaha kecil.

Selain FinTech, perkembangan media sosial juga memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan dan kinerja UMKM. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi pelanggan, edukasi bisnis, dan penguatan citra merek (Kaplan & Haenlein, 2010). Penelitian internasional menunjukkan bahwa penggunaan media sosial untuk memperoleh informasi pelanggan dan pesaing dapat mendorong inovasi, yang selanjutnya meningkatkan profitabilitas UMKM (Alalwan, Rana, Dwivedi, & Algharabat, 2024). Di Slovenia, media sosial terbukti mampu memperkuat keunggulan kompetitif UMKM melalui hubungan pelanggan berbasis digital yang berdampak positif terhadap peningkatan kinerja usaha (Kuzmanovic, Grubor, & Milicevic, 2022).

Beberapa penelitian sebelumnya telah meneliti pengaruh Financial Technology (FinTech) terhadap kinerja UMKM dan menunjukkan hasil yang positif. Penelitian yang dilakukan oleh Zhao, Yang, dan Li (2021), Yang, Jin, Liu, dan Li (2023), serta Ramadani, Santoso, dan Priyanto (2025) menemukan bahwa penggunaan FinTech berkontribusi pada peningkatan efisiensi operasional, akses pembiayaan, serta keberlanjutan usaha kecil dan menengah. FinTech membantu pelaku UMKM meningkatkan manajemen keuangan, mempercepat transaksi, serta memperluas jangkauan pasar melalui sistem pembayaran digital. Hasil-hasil

tersebut menunjukkan bahwa FinTech berperan penting dalam meningkatkan kinerja usaha melalui kemudahan transaksi dan efisiensi proses bisnis.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Alalwan et al. (2024), Kuzmanovic, Grubor, dan Milicevic (2022), serta Pratama dan Santoso (2023) menunjukkan bahwa media sosial juga memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM. Pemanfaatan media sosial terbukti mampu meningkatkan penjualan, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan membangun citra usaha. Media sosial memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar dan menjalin komunikasi yang lebih efektif dengan konsumen secara digital.

Meskipun berbagai penelitian tersebut telah membuktikan pengaruh positif FinTech maupun media sosial terhadap kinerja UMKM. Namun, sebagian besar penelitian sebelumnya masih mengkaji Financial Technology dan media sosial secara terpisah atau hanya menitikberatkan pada aspek kinerja finansial seperti omzet dan laba (Zhao, Yang, & Li, 2021; Kuzmanovic, Grubor, & Milicevic, 2022). Penelitian ini mengembangkan kajian tersebut dengan mengukur kinerja UMKM secara lebih komprehensif, mencakup efisiensi operasional, keunggulan bersaing, kemampuan adaptasi, dan keberlanjutan usaha sebagai hasil pengelolaan sumber daya internal berbasis digital sesuai dengan pendekatan *Resource-Based View* (Barney, 1991; Grant, 1996).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menggunakan perspektif *Resource- Based View* untuk menganalisis pengaruh Financial Technology dan media sosial terhadap kinerja UMKM toko klontong di Kabupaten Mojokerto. FinTech dan media sosial dipandang sebagai sumber daya internal yang apabila dikelola secara optimal, mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat

hubungan dengan pelanggan, serta mendorong peningkatan kinerja UMKM secara berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat mengisi celah empiris dan teoretis dengan menguji secara bersamaan pengaruh *Financial Technology* dan Media Sosial terhadap kinerja UMKM berdasarkan pendekatan *Resource-Based View* pada konteks toko klontong di Kabupaten Mojokerto.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Financial Technology* berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (toko klontong) di Kabupaten Mojokerto?
2. Apakah Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (toko klontong) di Kabupaten Mojokerto?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menguji pengaruh *Financial Technology* terhadap kinerja UMKM (toko klontong) di Kabupaten Mojokerto.
2. Menguji pengaruh Media Sosial terhadap kinerja UMKM (toko klontong) di Kabupaten Mojokerto

1.4 **Manfaat**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat berupa:

1. **Manfaat Teoritis:**

Memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori yang berkaitan dengan integrasi teknologi keuangan dan media sosial dalam meningkatkan kinerja usaha kecil.

2. **Manfaat Praktis.**

Memberikan gambaran kepada pelaku UMKM, khususnya toko klontong di Mojokerto, mengenai pentingnya pemanfaatan FinTech dan media sosial secara bersamaan dalam meningkatkan kinerja usaha. Menjadi acuan bagi pemerintah daerah dan pemangku kebijakan dalam merumuskan strategi pemberdayaan UMKM berbasis digital.