

Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penerapan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM Kuliner Di Kota Bandung

Muna Inayah¹, Yulia Nur Hasanah²

¹ Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, munainayah@telkomuniversity.ac.id

² Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, yulianh@telkomuniversity.ac.id

Abstract

This research focuses on the low level of financial literacy and the lack of e-commerce utilization among culinary MSME entrepreneurs in Bandung City. Although culinary MSMEs have an important role in economic growth both locally and nationally, the lack of knowledge about finance and e-commerce can be a significant obstacle in efforts to improve the performance of these MSMEs in the digital realm. The purpose of this study is to analyze the impact of financial literacy and e-commerce on MSME performance, as well as their partial and simultaneous effects on culinary MSMEs in Bandung City. The research population includes all culinary MSME players in Bandung City with 364 respondents selected using non-probability sampling method. The descriptive-causality quantitative method was used for analysis. The results show that both variables simultaneously have a positive and significant effect on the performance of culinary MSMEs in Bandung City. Partially, financial literacy and e-commerce also have a positive and significant influence. The coefficient of determination shows that 62.4% of the performance of culinary MSMEs is influenced by financial literacy and e-commerce, while the remaining 37.6% is influenced by other variables.

Keywords-financial literacy, e-commerce implementation, MSMEs performance

Abstrak

Fokus penelitian ini adalah pada tingkat literasi keuangan yang rendah dan kurangnya pemanfaatan e-commerce di kalangan pengusaha UMKM bidang kuliner di Kota Bandung. Meskipun UMKM kuliner memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi baik secara lokal maupun nasional, kurangnya pengetahuan tentang keuangan dan e-commerce dapat menjadi kendala yang signifikan dalam upaya meningkatkan kinerja UMKM tersebut di ranah digital. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak literasi keuangan dan e-commerce terhadap kinerja UMKM, serta pengaruhnya secara parsial dan simultan terhadap UMKM kuliner di Kota Bandung. Populasi penelitian meliputi semua pelaku UMKM kuliner di Kota Bandung dengan 364 responden yang dipilih menggunakan metode non-probability sampling. Metode kuantitatif deskriptif-kausalitas digunakan untuk analisis. Hasil menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner di Kota Bandung. Secara parsial, literasi keuangan dan e-commerce juga memiliki pengaruh positif dan signifikan. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa 62,4% kinerja UMKM kuliner dipengaruhi oleh literasi keuangan dan e-commerce, sedangkan 37,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci-literasi keuangan, penerapan e-commerce, kinerja UMKM

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah jenis usaha dengan skala yang lebih kecil dibanding perusahaan besar, sering kali dipunyai serta dioperasikan oleh individu ataupun kelompok kecil. Peran UMKM memiliki signifikansi yang besar dalam perekonomian suatu wilayah maupun negara, dengan menciptakan

kesempatan kerja serta mendukung upaya pengembangan lapangan kerja yang dicanangkan oleh pemerintah, sektor swasta, dan para pelaku bisnis. Penelitian ini berfokus pada konsep mengembangkan perekonomian lokal melalui kewirausahaan dinamis dalam UMKM untuk meningkatkan kualitas hidup individu yang terlibat. Menurut grafik Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) 2022, Pulau Jawa dominan dalam sektor UMKM Indonesia. Jawa Barat memimpin dengan sekitar 1,49 juta unit usaha, menunjukkan kontribusi signifikan terhadap ekosistem UMKM di Jawa. Kota Bandung, sebagai kota besar di Jawa Barat, mempunyai beragam UMKM termasuk makanan, kerajinan, pakaian, dan jasa. UMKM di sini berperan dalam memajukan ekonomi, menciptakan peluang kerja, serta mendukung budaya dan industri lokal.

Tabel 1. 1 Replitulasi Jumlah Data UMKM Berdasarkan Kategori Usaha di Kota Bandung 2021

| Kategori Usaha | Jumlah UMKM |
|---------------------|---------------|
| Kuliner | 166158 |
| Aksesoris | 1081 |
| Batik | 1081 |
| Bordir | 154 |
| Craft | 38605 |
| Konveksi | 23009 |
| Fashion | 37679 |
| Makanan | 121530 |
| Minuman | 22546 |
| Jasa/Lainnya | 52503 |
| JUMLAH TOTAL | 464346 |

Menurut data Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah, jumlah usaha mikro di sektor kuliner mencapai angka signifikan. Pelaku usaha mikro menjadi mayoritas terbesar di antara klasifikasi usaha UMKM lainnya, mencerminkan peran vital UMKM mikro dalam menggerakkan ekonomi lokal, terutama dalam sektor kuliner di Kota Bandung. Menurut data milik Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Bandung, sektor kuliner menjadi salah satu sektor yang didominasi oleh pelaku usaha mikro, dengan jumlah usaha mikro di sektor kuliner Kota Bandung mencapai angka 3.930, dengan pelaku usaha mikro menjadi mayoritas terbesar di antara klasifikasi usaha UMKM lainnya. Fenomena ini mencerminkan peran vital UMKM mikro dalam menggerakkan ekonomi lokal, khususnya dalam sektor kuliner di Kota Bandung.

Tabel 1. 2 Jumlah UMKM Kuliner Kota Bandung 2023

| Jenis Usaha | Klasifikasi Usaha | | |
|-------------|-------------------|-------------|----------------|
| | Usaha Mikro | Usaha Kecil | Usaha Menengah |
| Kuliner | 3930 | 99 | 6 |

Para pelaku usaha Indonesia mengalami hambatan dalam mengelola keuangan, terutama para UMKM karena kurangnya literasi keuangan. OJK mencatat literasi keuangan di bawah 50% pada 2022. Hal ini dapat mengakibatkan penggunaan produk keuangan yang tidak tepat, manajemen keuangan yang buruk, serta peningkatan investasi ilegal. Tantangan literasi keuangan meliputi kesenjangan antara wilayah desa dan kota, akses internet yang tidak merata, sulitnya akses ke layanan keuangan formal, serta keragaman demografi dan perbedaan tingkat pendidikan dan perekonomian antarwilayah. Provinsi Jawa Barat, meskipun memiliki 1,49 juta unit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), hanya meraih indeks literasi keuangan sebesar 56,1 persen. Fenomena ini mencerminkan tantangan dalam pemahaman dan keterampilan pengelolaan keuangan di kalangan UMKM. Meski jumlahnya besar, sebagian besar UMKM mungkin belum sepenuhnya memahami konsep literasi keuangan seperti pengelolaan keuangan yang cerdas, investasi, dan pengelolaan risiko.

Tabel 1. 3 Provinsi dengan Indeks Literasi Keuangan Tertinggi Tahun 2022

| No | Provinsi | Indeks Literasi Keuangan (dalam persen) |
|----|----------|--|
|----|----------|--|

| | | |
|---|------------------|-------|
| 1 | NTB | 65,45 |
| 2 | Bangka Belitung | 62,34 |
| 3 | Kalimantan Utara | 58,7 |
| 4 | Kalimantan Timur | 57,14 |
| 5 | Bali | 57,66 |
| 6 | Sulawesi Tengah | 56,36 |
| 7 | Jawa Barat | 56,1 |

Selain memahami literasi keuangan, pengusaha UMKM juga harus memiliki pengetahuan tentang e-commerce untuk memajukan bisnis mereka. E-commerce adalah hal umum dalam dunia bisnis, dianggap sebagai platform guna berinteraksi dengan mitra bisnis lainnya yang berperan dalam aktivitas mitra.

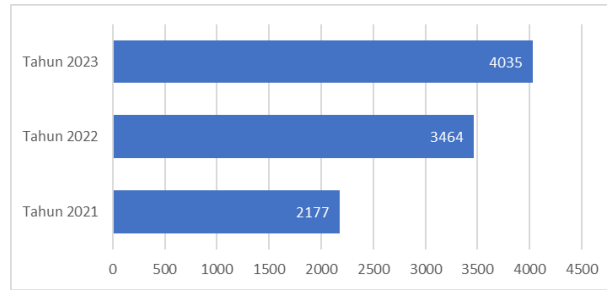


Gambar 1. 1 Data Penerapan E-commerce Pada UMKM di Jawa Barat 2021

Data dari Bank Indonesia menunjukkan bahwa hanya 26,2% dari total 4.545.874 UMKM di Jawa Barat yang aktif menggunakan e-commerce, mengindikasikan bahwa sebagian besar UMKM di wilayah tersebut belum memanfaatkan potensi penuh dari e-commerce. Kemungkinan faktor-faktor seperti keterbatasan pengetahuan teknologi, kekhawatiran terhadap keamanan transaksi online, atau kurangnya aksesibilitas terhadap infrastruktur digital menjadi hambatan bagi sebagian UMKM. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS), survei terhadap 31.753 sampel usaha di 34 provinsi dan 302 kabupaten/kota menemukan bahwa masih banyak usaha yang belum mengimplementasikan e-commerce. Alasan utama adalah preferensi berjualan secara langsung (offline) sebesar 78,12%, diikuti oleh kurangnya minat berjualan online sebesar 29,94%, kurangnya pengetahuan atau keahlian sebesar 27,83%, dan alasan lainnya sebesar 13,80%.

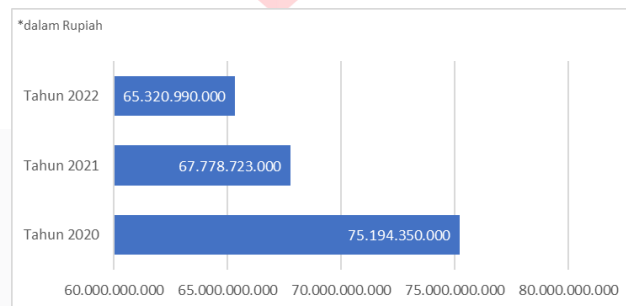
Berdasarkan dua data diatas, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat banyak pelaku usaha yang belum mengimplementasikan e-commerce. Dengan demikian, masih diperlukan upaya untuk meningkatkan pemahaman dan penerimaan terhadap e-commerce di kalangan pelaku usaha, terutama di kalangan UMKM, terlebih dalam era Revolusi Industri 4.0 saat ini di mana teknologi memegang peranan krusial dan menjadi salah satu pilar penting bagi kemajuan usaha.

Menurut data milik Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Bandung, sektor kuliner menjadi salah satu sektor yang didominasi oleh pelaku usaha mikro, dengan jumlah usaha mikro di sektor kuliner Kota Bandung mencapai angka 3.930, dengan pelaku usaha mikro menjadi mayoritas terbesar di antara klasifikasi usaha UMKM lainnya. Fenomena ini mencerminkan peran vital UMKM mikro dalam menggerakkan ekonomi lokal, khususnya dalam sektor kuliner di Kota Bandung.



Gambar 1. 4 Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner Kota Bandung Tahun 2021-2023

Dari grafik diatas bisa diamati bahwasanya pertumbuhan UMKM di Kota Bandung khususnya pada jenis usaha kuliner terus berkembang sejak tahun 2021 hingga 2023. Jika pada tahun 2021 pelaku usaha yang terdaftar di Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Bandung sebanyak 2.177 unit, maka pada tahun 2022 meningkat 37,1% menjadi sebanyak 3.464. Terakhir pada tahun 2023 Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Bandung mencatat sebanyak 4.035 pelaku usaha yang mendaftarkan jenis usaha kuliner, dengan rincian yang sudah dijelaskan pada tabel 1.4 diatas.



Gambar 1. 5 Omzet Penjualan Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner Kota Bandung Tahun 2020-2022

Melalui gambar 1.5 diatas dapat dilihat bahwa data terkait omzet tahunan dari UMKM kuliner di Kota Bandung berbanding terbalik dengan data pertumbuhan pembukaannya. Pada tahun 2020 sempat berada di angka lebih dari 75 miliar rupiah untuk omzet dari UMKM kuliner di Kota Bandung. Namun di tahun 2021 terjadi penurunan sebesar 9,9% menjadi lebih dari 67 miliar rupiah. Terakhir pada tahun 2022 kembali mengalami penurunan menjadi hanya sebesar 65 miliar rupiah. Hal ini tentu menjadi menarik karena ditengah tren menurunnya omzet dari UMKM kuliner di Kota Bandung, pendaftaran akan jenis usaha kuliner terus berkembang. Sehingga fenomena ini tentu menarik untuk diteliti, terlebih tentang kinerja UMKM kuliner itu sendiri di Kota Bandung.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Literasi Keuangan

Literasi keuangan ialah pemahaman terkait keuangan, bisnis, perencanaan, dan manajemen keuangan. Ini penting untuk mengelola keuangan dengan baik, termasuk memahami konsep dan risiko keuangan serta memiliki keterampilan, keyakinan, dan motivasi dalam membuat keputusan keuangan yang efisien. Oleh karena itu, dengan literasi keuangan yang baik, kemampuan mengelola keuangan personal dan kelompok dapat ditingkatkan, sehingga sesuai dengan rencana yang telah disusun (Ismanto et al., 2019).

1. Indikator Literasi Keuangan

Menurut Volve dan Chen dalam Yanti (2019), kemampuan literasi keuangan dapat diukur melalui empat indikator, yaitu pemahaman dasar dalam mengelola keuangan, kemampuan mengelola kredit, pengaturan tabungan dan investasi, serta kemampuan mengelola risiko.

B. Penerapan E-commerce

E-commerce merupakan bentuk perdagangan elektronik yang mencakup berbagai kegiatan transaksi seperti promosi, penjualan, pembelian, pemesanan, serta pembayaran barang atau jasa. Seluruh proses ini terjadi secara digital melalui media komunikasi elektronik, terutama internet. Platform e-commerce dianggap sebagai sarana guna berinteraksi dengan mitra bisnis, yang pada akhirnya dapat memengaruhi kinerja usaha. E-commerce memiliki potensi untuk memberikan nilai tambah melalui penyediaan layanan baru, ekspansi ke pasar baru, pengenalan model bisnis inovatif, dan memungkinkan perluasan bisnis untuk bersaing secara global (Hussain et al., 2020).

1. Indikator Penerapan E-commerce

Menurut Lovita & Susanty (2021), pemahaman terhadap e-commerce ditinjau melalui beberapa indikator seperti indikator pemasaran, penjualan, pelayanan, pembayaran, dan manajerial.

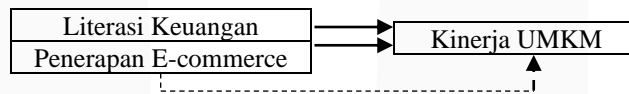
C. Kinerja UMKM

Kinerja usaha adalah semua kegiatan yang dilakukan oleh sebuah organisasi dalam rentang waktu tertentu guna mencapai tujuan, visi, serta misi yang telah ditetapkan dalam perencanaan strategis. Hal ini mencerminkan kemampuan suatu usaha dalam mencapai target yang telah ditetapkan sebelumnya. (Saputra, 2022).

1. Indikator Kinerja UMKM

Lia et al., (2018) berpendapat bahwa tingkat berhasil atau tidaknya kinerja UMKM dapat dilihat dari sejumlah indikator keberhasilan yang mencakup peningkatan dalam penjualan/omset, pertumbuhan modal/keuangan, ekspansi tenaga kerja, perluasan pasar, serta peningkatan laba/keuntungan.

D. Kerangka Pemikiran



Gambar 1. 2 Kerangka Pemikiran

Keterangan:

- > = Parsial
- - - - -> = Simultam

E. Hipotesis Penelitian

H₁: Literasi Keuangan yang semakin baik, maka dapat meningkatkan Kinerja UMKM Kuliner di Kota Bandung.

H₂: Penerapan E-commerce yang semaik baik, maka dapat meningkatkan Kinerja UMKM Kuliner di Kota Bandung.

H₃: Literasi keuangan dan Penerapan E-commerce yang semakin baik, maka dapat meningkatkan Kinerja UMKM Kuliner di Kota Bandung.

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian ini mengacu pada pendekatan saintifik yang dipakai untuk menghimpun informasi dengan maksud menguraikan, membuktikan, memperluas, dan menemukan pengetahuan serta teori. Tujuannya adalah untuk memahami, menyelesaikan, dan mengantisipasi permasalahan yang timbul dalam kehidupan manusia. Metode riset membantu para peneliti dalam merancang studi, mengumpulkan data, dan menyusun temuan sehingga mereka mampu menjawab pertanyaan penelitian mereka secara teratur dan dapat diandalkan. (Sugiyono, 2019).

B. Operasional Variabel

Definisi variabel operasional adalah penjelasan mengenai makna variabel yang dijabarkan dalam konteks praktis dan dapat diamati pada objek penelitian yang sedang diselidiki. Variabel yang dimanfaatkan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel Bebas (Variabel Independen)

Variabel bebas ialah jenis variabel yang memiliki pengaruh terhadap timbulnya atau perubahan pada variabel terikat. Dalam penelitian ini, variabel bebas yang digunakan adalah literasi keuangan (X1) dan penerapan e-commerce (X2).

2. Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Variabel terikat ialah jenis variabel yang mengalami pengaruh akibat keberadaan variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kinerja UMKM (Y).

C. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2019), populasi merujuk pada wilayah yang umumnya mencakup subjek atau objek tertentu, dengan jumlah dan ciri-ciri yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti serta dianalisis guna mencapai kesimpulan yang diinginkan. Pada penelitian ini, populasi yang menjadi fokus ialah semua pelaku usaha kuliner di Kota Bandung. Untuk mendapatkan responden, dilakukan penyebaran formulir Google Form dengan kriteria tertentu yang telah ditentukan sebelumnya.

Sugiyono (2019) mengemukakan bahwa sampel ialah suatu bagian kecil dari keseluruhan populasi yang mempunyai beragam ciri yang mirip dengan populasi secara keseluruhan. Selain itu, sampel yang diambil harus mewakili dengan baik objek penelitian. Pengambilan sampel menjadi diperlukan ketika populasi dalam penelitian terlalu besar untuk diteliti secara menyeluruh oleh peneliti. Kriteria sampel penelitian ini ialah mereka yang mempunyai usaha UMKM kuliner di Kota Bandung dengan klasifikasi usaha mikro dengan syarat sebagai berikut:

1. Maksimal kekayaan bersihnya Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak mencakup dengan tanah maupun tempat usahanya; atau
2. Maksimal hasil penjualannya Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) setiap tahunnya
3. Sudah/pernah menggunakan e-commerce dalam kegiatan jual beli usahanya
4. Memiliki pemahaman dasar tentang konsep-konsep keuangan, seperti pembukuan sederhana, perencanaan keuangan, dan pengelolaan kas.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data ialah tahap utama dan amat krusial dalam sebuah penelitian karena fokus utamanya adalah mendapatkan data yang diperlukan untuk analisis (Sugiyono, 2019). Pengumpulan data merupakan komponen integral dari penelitian yang bertujuan untuk meraih informasi yang akan dipakai untuk rangka meraih tujuan penelitian serta memberikan jawaban terhadap permasalahan yang diteliti. Pada tahap pengumpulan data penelitian, peneliti berfokus pada data primer yang diperoleh secara langsung, tanpa perantara. Data primer ini diperoleh langsung dari narasumber melalui kuesioner online yang disebarkan menggunakan Google Form kepada pelaku UMKM kuliner di Kota Bandung, sesuai dengan kebutuhan data yang diinginkan oleh peneliti. Namun data sekunder bersumber dari publikasi jurnal, buku, laporan, dan penelitian sebelumnya yang relevan.

E. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa analisis deskriptif merupakan metode pengolahan data di mana informasi yang telah dikumpulkan dijabarkan secara detail tanpa membuat kesimpulan secara umum. Dalam studi ini, digunakan survei atau kuesioner daring yang memuat pernyataan sesuai dengan pertanyaan pada seluruh variabel dengan pilihan jawaban memakai skala Likert. Kemudian, tanggapan dari para responden dijumlahkan untuk menentukan skor tertinggi yang diperoleh dari masing-masing responden terhadap variabel yang sedang diteliti.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Mengacu pada Sugiyono (2019), analisis regresi linier berganda dipakai guna memprediksi pengaruh dari dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat, dengan maksud guna mengevaluasi apakah ada korelasi fungsional antara variabel-variabel bebas dan variabel terikat tersebut.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif

1. Hasil Analisis Deskriptif Literasi Keuangan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilaksanakan variabel literasi keuangan mendapatkan nilai rata-rata yakni 68%. Nilai tersebut termasuk kedalam kategori cukup baik.

2. Hasil Analisis Deskriptif Penerapan E-commerce

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilaksanakan variabel penerapan e-commerce mendapatkan nilai rata-rata yakni 69%. Nilai tersebut termasuk kedalam kategori baik.

3. Hasil Analisis Deskriptif Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilaksanakan variabel kinerja UMKM mendapatkan nilai rata-rata yakni 68%. Nilai tersebut termasuk kedalam kategori cukup baik.

B. Hasil Analisis Kausalitas Dengan Metode Regresi Linear Berganda

1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM

Hasil uji t (pengujian parsial) pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM memperoleh nilai t hitung (4,044) > t tabel (1,960) serta nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak serta H_a diterima. Yang berarti, secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Literasi Keuangan.

2. Pengaruh Penerapan E-commerce Terhadap Kinerja UMKM

Hasil uji t (pengujian parsial) pengaruh penerapan e-commerce terhadap kinerja UMKM memperoleh nilai t hitung (11,769) > t tabel (1,960) serta nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak serta H_a diterima. Yang berarti, secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Penerapan E-commerce

3. Pengaruh Literasi Keuangan dan Penerapan E-commerce Terhadap Kinerja UMKM

Hasil uji f (pengujian simultan) pengaruh literasi keuangan dan penerapan e-commerce terhadap kinerja UMKM memperoleh nilai f hitung (26,945) > f tabel (3,02). Maka, literasi keuangan serta penerapan e-commerce secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Kesimpulan melalui metode analisis deskriptif memperoleh hasil sebagai berikut:

- a. Literasi Keuangan berada pada kategori “Cukup Baik” dengan nilai interpretasi 68%. Hal ini menunjukkan bahwa para pelaku UMKM kuliner di Kota Bandung mempunyai pengetahuan yang cukup terkait aspek keuangan
- b. Penerapan E-commerce berada pada kategori “Baik” dengan nilai interpretasi 69%. Hasil ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM kuliner di Kota Bandung telah menerapkan teknologi e-commerce. Penerapan e-commerce dapat membantu UMKM untuk meningkatkan visibilitas, mencapai pasar yang lebih luas, serta mengembangkan efisiensi dalam transaksi bisnis
- c. Kinerja UMKM berada pada kategori “Baik” dengan nilai interpretasi 68%. Hasil ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM kuliner di Kota Bandung telah memiliki kinerja usaha yang cukup baik

2. Kesimpulan melalui metode analisis regresi linear berganda memperoleh hasil sebagai berikut:

Variabel Literasi Keuangan dan Penerapan E-commerce yang meningkat secara parsial maupun simultan dapat meningkatkan kinerja UMKM kuliner di Kota Bandung. Besarnya pengaruh variabel Literasi Keuangan dan Penerapan E-commerce Terhadap Kinerja UMKM Kuliner di Kota Bandung adalah sebesar 62,4%

B. Saran

1. Saran bagi UMKM kuliner

Dalam proses mengembangkan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner Kota Bandung, beberapa saran dapat diusulkan. Pertama, terkait dengan literasi keuangan, disarankan agar pelaku UMKM menyadari pentingnya kemampuan nilai likuiditas dan potensi pengembalian investasi sebelum mengambil keputusan investasi. Pelatihan dan Pendidikan yang terfokus pada literasi keuangan dapat membantu meningkatkan pemahaman dan ketrampilan dalam dunia investasi. Kedua, dalam konteks penerapan e-commerce, diperlukan evaluasi mendalam terhadap penggunaan platform e-commerce guna memastikan efisiensi dalam proses transaksi dan layanan. Ketiga, dalam mengoptimalkan kinerja UMKM, penting bagi pelaku UMKM untuk mempertimbangkan alternatif sumber modal seperti melalui program pinjaman khusus UMKM atau menjalin kemitraan dengan investor. Langkah-langkah ini diharapkan dapat memperkuat daya saing dan keberlangsungan UMKM kuliner di Kota Bandung, serta menjadi kontribusi positif dalam pengembangan sektor ekonomi lokal.

2. Saran bagi peneliti selanjutnya

Peneliti berikutnya disarankan untuk melanjutkan penelitian serupa di kota-kota lain dengan karakteristik yang berbeda. Selain itu, penelitian dapat diperluas dengan mempertimbangkan faktor-faktor tambahan yang mungkin memengaruhi kinerja UMKM kuliner, seperti faktor budaya dan sosial yang khas di setiap daerah.

REFERENSI

- Hussain, A., Shahzad, A., & Hassan, R. (2020). Organizational and environmental factors with the mediating role of e-commerce and SME performance. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 1–21. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040196>
- Ismanto, H., Widiastuti, A., Muharam, H., Pangestuti, I. R. D., & Rofiq, F. (2019). *Perbankan Dan Literasi Keuangan*. Deepublish.
- Lia, E., Kore, R., Septarini, D. F., Ekonomi, F., & Musamus, U. (2018). *ANALISIS KINERJA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) (Studi Kasus Pada UMKM Sektor Industri Kecil Formal di Kabupaten Merauke)*. 1, 22–37.
- Lovita, E., & Susanty, F. (2021). Peranan Pemahaman E-Commerce dan Sistem Informasi Akuntansi Bagi Kewirausahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 47–54. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.437>
- Saputra, A. R. (2022). *PENGARUH KREATIVITAS TERHADAP KINERJA USAHA DENGAN INOVASI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Empiris Pada UMKM Kuliner di Kota Magelang)*. 26. <http://eprintslib.ummgl.ac.id/id/eprint/3810>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Yanti, W. I. P. (2019). PENGARUH INKLUSI KEUANGAN DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM DI KECAMATAN MOYO UTARA. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 2(1). <http://sahabatpegadaian.com/keuangan/inklusi-keuangan>