

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dan strategis dalam perekonomian Indonesia karena memberikan sumbangan besar terhadap PDB, penyerapan tenaga kerja, hingga ekspor. Bank Indonesia sebagai Bank Sentral berupaya memberikan kontribusi terbaik untuk terus meningkatkan peran UMKM dalam perekonomian nasional (Bank Indonesia, 2013). Diselaraskan dengan visi, misi, dan program strategis Bank Indonesia, maka pengembangan UMKM yang dilakukan oleh Bank Indonesia difokuskan untuk:

- 1) Mendukung upaya pengendalian inflasi, khususnya inflasi *volatile food* yang dilakukan dari sisi *supply*.
- 2) Mendorong UMKM berpotensi ekspor dan pendukung pariwisata untuk mendukung upaya penurunan defisit transaksi berjalan.
- 3) Meningkatkan akses keuangan UMKM untuk mendukung stabilitas sistem keuangan.

Untuk mendukung poin-poin di atas, Kantor Perwakilan Bank Indonesia Jawa Barat memiliki Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) yang dilakukan secara terencana dan sistematis melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat dan kepedulian sosial, salah satunya yaitu pengembangan UMKM baik pemberian bantuan sarana maupun prasarana (Republika.co.id, 2020). Selain itu, Kantor Perwakilan Bank Indonesia Jawa Barat juga dengan aktif melakukan pengembangan dan pemberdayaan UMKM melalui edukasi dan literasi, sehingga tidak sedikit UMKM yang berhasil memperoleh omset hingga miliaran rupiah dan menembus pasar internasional (WartaEkonomi.co.id, 2021). Melalui program Karya Kreatif Indonesia (KKI) Jawa Barat dan *West Java Investment Summit* (WJIS), Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat membantu membuka peluang pasar yang lebih besar pada UMKM mitranya untuk melakukan pameran dan menarik investor dalam maupun luar negeri.

Hingga saat ini, Kantor Perwakilan Bank Indonesia Jawa Barat memiliki 121 UMKM mitra dalam kategori kluster maupun Wirausaha Unggulan Bank

Indonesia (WUBI) yang terdiri dari berbagai macam komoditas, mulai dari pangan hingga bidang kreatif. Berikut syarat dan ketentuan UMKM untuk mendaftar menjadi Wirausaha Unggulan Bank Indonesia (WUBI) Provinsi Jawa Barat berdasarkan informasi internal yang penulis dapatkan:

- 1) Perorangan atau kelompok yang telah memulai usaha minimal selama 1 tahun dan berlokasi di Provinsi Jawa Barat.
- 2) Peserta wajib mengisi formulir pendaftaran secara lengkap.
- 3) Peserta maksimal berusia 45 tahun saat pendaftaran.
- 4) Berkomitmen mengikuti seluruh program.
- 5) Menyampaikan rencana pengembangan usaha (*business plan*).
- 6) Diutamakan memiliki legalitas/izin usaha/produk.

Oleh karena itu, penulis memilih UMKM Mitra Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat sebagai objek penelitian ini.

Tabel 1.1 Daftar UMKM Mitra Kantor Perwakilan Bank Indonesia  
Provinsi Jawa Barat

No	Nama UMKM	No	Nama UMKM
1	Gapoktan Katata	62	Edun Solution
2	Poknak Garu Harapan Jaya	63	Double-D Fashion Clothing
3	Gapoktan Lembang Agri	64	Ayesh The Sunnah Brand
4	Poktan Ciawitali	65	Mitra Jaya Tas
5	Poktan Tricipta	66	CV. Mishya Amaira
6	Poknak Attawakal	67	Retrorika Creative Media Productions
7	Poknak SPR Cinagarabogo	68	Dinary
8	Gapoktan Mujagi (Multi Tani Jaya Giri)	69	Vidya.id
9	Poktan Malarwangi	70	drBear.co
10	Gapoktan Bagendit Bersama	71	Melyana Art
11	Malabar	72	IM & CO
12	Frinsa Estate	73	Twin's Style
13	Manglayang Karlina	74	Schors
14	Wanoja Coffee	75	Sangkuriang Print
15	Tonas Coffee	76	PT. Fajar Sejati Sukses (Ijo Hydro)

(Bersambung)

(Tabel 1.1 Sambungan)

16	Klaster Kopi LMDH Wahana Giri Swadaya	77	PT. Mouza Sinergi Indonesia
17	Klaster Kopi Tani Maju Mekar	78	PT. Tekstur Kayatama Semesta (Txture)
18	Klaster Kopi KWT Mekar Arum	79	Modami
19	Klaster Kopi Mahkota / Kasuga	80	CV. Indra Indri (Albis Design)
20	Kopi Cibulao	81	Batik Aa Ade
21	Klaster Kopi Mekar Wangi Jaya	82	Salmano Leather Craft
22	Klaster Kopi Catang Malang Agung Perkasa	83	Mones Coklat
23	Gunung Tilu	84	Tanagi Unggul Textile (Tanultex)
24	Klaster Kopi Gunung Puntang	85	CV. Lokatmala
25	Klaster Kopi Jaya lestari (Mitra Frinsa)	86	CV. Mitra Niaga Indonesia
26	Marlem Coffee	87	Dapur Cihuuyy
27	Klaster Kopi Tani Mukti Cipaganti	88	CV. Tirta Utama Madani (Bogor Print)
28	Kopikiran	89	Rendang Uni Tutie
29	Klaster Kopi Paniis	90	Bekasi Presto
30	Hofland Coffee	91	CV. Ide Mulya Barokah (Goheejab)
31	Digdaya Agro Nusantara	92	Kelompok Pembudidayaan Ikan (Pokdakan) Mimi Soka
32	Dapur Abon	93	CV. Jaya Berkibar (Bandeng Sehati)
33	Oseng Mercon Nusantara	94	Koperasi Produsen Jaga Alam Lestari
34	Serba Susu Lembang	95	D'MAMAM
35	Zanana Chips	96	Dama Kara
36	Green Leaf Potato Center	97	KAR Jewellery
37	Pepes Salaki	98	Kahuripan dairy
38	Bright Riung Gunung	99	Budidaya Jamur tiram & Olahan Jamur Tiram
39	Worms for Life	100	PALA Nusantara
40	PD Cahaya Agribiz	101	Boolao
41	ED Corp (Nasi Liwet Instant)	102	ARAE
42	Warung Puyuh Ciseupan	103	TYU
43	Masper Food Indonesia	104	Kirapassa
44	Little Gardenia	105	Kun Anta!
45	Singkong Remuk Uni Emi	106	Kayi Food Indonesia
46	Ny. Kingkong	107	AKAR_NFYR
47	Sartika	108	Mavens Studio
48	NASA (Nugget Sayur)	109	SoftCarpet By Chameleonhome

(Bersambung)

(Tabel 1.1 Sambungan)

49	Areniss	110	SOMEAH Group / Sampurasun
50	Kemasan Bandung	111	Kerajinan Terrarium Box
51	Tiento Indonesia	112	Olla OnEthnic
52	Dodi Furniture dan Kerajinan	113	Defamous video / semesta film
53	CV. Landscape Interlook Indonesia	114	Lestari tenun ATBM
54	Tekav	115	PT Bin Affan Exindo
55	3B (Three B)	116	CV Ginding Leather
56	PT. Aekta Mandiri Kreasi	117	PT Gemerlap Wastra Indonesia
57	Sneakon	118	Tenun Sutera Isam
58	Yannyatihbia Shoes	119	Batik Komar
59	Fargioshoes	120	Nbee Silver and Stone
60	Ayasins Work	121	Bermock
61	Ammar Kids		

Sumber: Data yang telah diolah, 2021

## 1.2. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagaimana diatur dalam PP No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Berdasarkan kriteria hasil penjualan tahunan, Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak Rp2.000.000.000, Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000 – Rp15.000.000.000, dan Usaha Menengah memiliki hasil penjualan lebih dari Rp15.000.000.000 – Rp50.000.000.000 (JDIH BPK RI, 2021).

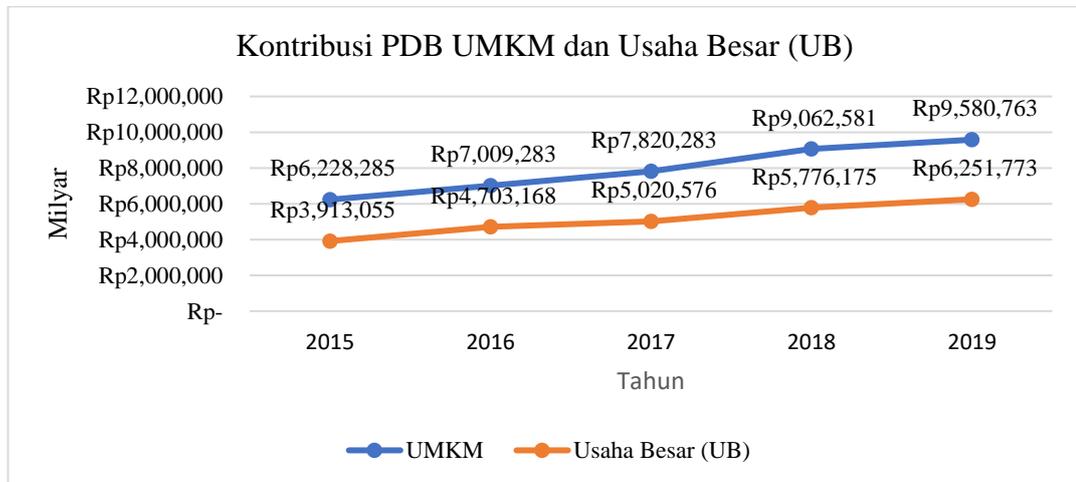
Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, jumlah pelaku UMKM pada tahun 2019 sebanyak 65,5 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Daya serap tenaga kerja UMKM mencapai 119,6 juta pekerja atau 96,72% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha (Kemenkop UKM, 2019).

Tabel 1.2 Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia

Unit Usaha	Tahun									
	2015		2016		2017		2018		2019	
	Rp T	%								
UMKM	6,2 Juta	61,41	7 Juta	59,84	7,8 Juta	60,90	9 Juta	61,07	10 Juta	60,51
Usaha Mikro	3,8 Juta	37,88	4,3 Juta	36,65	4,8 Juta	37,59	5,6 Juta	37,77	6 Juta	37,35
Usaha Kecil	984.489	9,71	1,1 Juta	9,63	1,2 Juta	9,61	1,4 Juta	9,60	1,5 Juta	9,53
Usaha Menengah	1,4 Juta	13,82	1,6 Juta	13,57	1,8 Juta	13,69	2 Juta	13,70	2,2 Juta	13,63

Sumber: Kemenkop UKM, 2019 (data yang telah diolah)

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) juga terus mendominasi. Walaupun mengalami penurunan ataupun peningkatan yang tidak signifikan, namun sektor UMKM tetap menyumbang lebih dari separuh total PDB setiap tahunnya.



Gambar 1.1 Perbandingan Kontribusi PDB UMKM dan Usaha Besar (UB)

Sumber: Kemenkop UKM, 2019 (data yang telah diolah)

Berdasarkan Gambar 1.1 terlihat bahwa kontribusi UMKM dan Usaha Besar terhadap PDB Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Walaupun begitu, UMKM tetap lebih besar berkontribusi terhadap PDB Indonesia dibandingkan dengan Usaha Besar (UB). Hal ini didukung oleh perkembangan unit usaha sektor UMKM maupun Usaha Besar pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.3 Perkembangan Unit Usaha UMKM dan Usaha Besar (UB)

Unit Usaha	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
UMKM	59.262.772	61.651.177	62.922.617	64.194.057	65.465.497
Usaha Mikro	58.521.987	60.863.578	62.106.900	63.350.222	64.601.352
Usaha Kecil	681.522	731.047	757.090	783.132	798.679
Usaha Menengah	59.263	56.551	58.627	60.702	65.465
Usaha Besar (UB)	4.987	5.370	5.460	5.550	5.637

Sumber: Kemenkop UKM, 2019 (data yang telah diolah)

Terlihat pula pada Tabel 1.3 bahwa perkembangan unit usaha sektor UMKM maupun Usaha Besar sama-sama mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Namun, sektor UMKM kembali lebih unggul dibandingkan sektor Usaha Besar dalam jumlah unit usahanya. Berdasarkan hal yang sudah dijabarkan, dapat disimpulkan bahwa sektor UMKM memiliki peranan penting terhadap perekonomian nasional. Didukung oleh penelitian sebelumnya menyatakan perkembangan UMKM di Indonesia yang diukur dengan variabel tenaga kerja UMKM, ekspor UMKM, dan investasi UMKM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Rohman, 2019).

UMKM di Indonesia luar biasa tangguh. Sejak pandemi Covid-19 melanda dunia, tidak terkecuali Indonesia yang berdampak buruk pada banyak aspek, namun UMKM di Indonesia masih dapat bertahan dan tetap beroperasi. Hasil Survei BRI Micro & SME Index (BMSI) menyatakan bahwa sebanyak 80% UMKM di Indonesia terus mempertahankan dan menjalankan bisnisnya di tengah kondisi yang menantang (Liputan6.com, 2021). Hal ini dikarenakan mayoritas pelaku UMKM yang sangat ulet, sehingga dapat menghadapi krisis akibat pandemi Covid-19 ini.

Ini membuka peluang besar untuk para pelaku UMKM untuk semakin berkreasi dan berinovasi, Indonesia telah berhasil mengeksport berbagai produk dari sektor makanan, furnitur, pakaian, hingga produk-produk perikanan (IDXChannels.com, 2021).

Namun memang hingga kini permodalan merupakan permasalahan utama dari UMKM (Ardiansyah, 2019), sehingga berdampak pada kinerja UMKM tersebut, seperti kesulitan dalam meningkatkan kapasitas usaha atau mengembangkan produk produk yang mampu bersaing. Data AFPI menunjukkan, dari total sekitar 60 juta UMKM, 46,6 juta atau 77,6% di antaranya tidak dapat menjangkau akses kredit perbankan maupun *fintech* (Kompas.com, 2021), hal ini dikarenakan banyaknya pelaku UMKM yang tidak memiliki literasi keuangan yang baik. Bank Indonesia mencatat sebanyak 28 juta penduduk Indonesia yang *unbanked* atau belum terhubung dengan layanan perbankan, dan menurut Hendri Saparini, *Steering Committee Indonesia Fintech Society* (IFSoc), UMKM di Indonesia dianggap mampu untuk mengakses pendanaan lain seperti melalui *P2P lending*, namun terkendala oleh literasi keuangan yang rendah (Bisnis.com, 2021).

Tidak sedikit juga UMKM yang mengeluhkan terkait hasil usaha mereka yang selalu habis sebelum ditabung, dan ketika menabungpun jumlahnya sedikit dan tidak sebanding dengan pendapatan mereka. Hal ini tersebut dapat terjadi karena pelaku usaha kurang terampil dalam mengelola keuangan usahanya (Novitasari, 2019:1). Umumnya kinerja UMKM tidak berjalan baik karena pelaku UMKM tidak mampu mengelola kekayaan untuk meningkatkan keuntungan sehingga UMKM sulit tumbuh dan hanya berhenti pada skala mikro. Masih banyaknya para pelaku UMKM yang tidak memiliki kemampuan pencatatan akuntansi yang baik, sehingga keuangan usaha dapat bercampur dengan keuangan pribadi (Agustina et al., 2021).

Oleh karena itu, para pelaku UMKM harus memiliki literasi keuangan yang baik untuk dapat mendukung kinerja usaha yang baik pula. Indikator keberhasilan kinerja UMKM dapat tercermin berdasarkan pertumbuhan penjualan, pertumbuhan modal, pertumbuhan pasar, dan pertumbuhan profit (Kasenda & Wijayangka, 2019; Rokhayati, 2015). Indikator-indikator yang digunakan pun tidak akan menggunakan rasio atau angka yang pasti dikarenakan rahasia usaha yang tidak bisa dipublikasikan, begitupula pada penelitian sebelumnya.

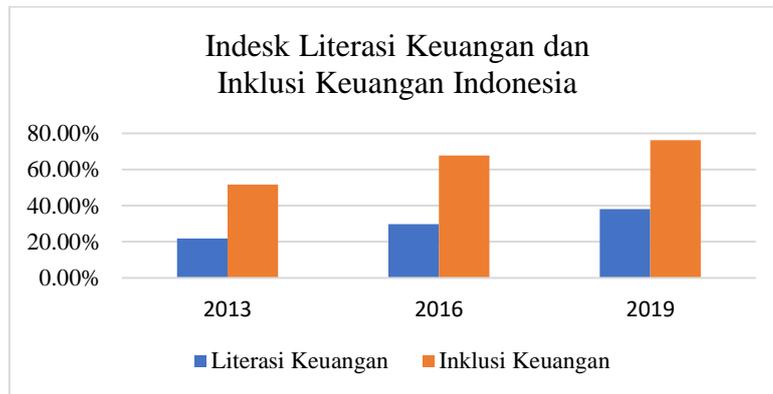
Menurut Kasenda & Wijayangka (2019), literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UMKM sebesar 49,8%, dengan memiliki literasi

keuangan yang baik maka dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan, pertumbuhan modal, pertumbuhan pasar, maupun pertumbuhan profit dari suatu UMKM. Hal ini dikarenakan dengan memiliki literasi keuangan yang baik, pemilik UMKM dapat mengelola keuangan usaha dengan baik pula, seperti UMKM dapat mengetahui dengan baik bagaimana caranya untuk mendapatkan modal, lalu modal tersebut dapat digunakan untuk memperluas pasar dan mendapatkan lebih banyak penjualan, sehingga akhirnya keuntungan akan meningkat dibandingkan sebelumnya.

Mengutip Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.07/2016 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat, literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan serta pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (Otoritas Jasa Keuangan, 2016).

Sangat diperlukan peningkatan literasi keuangan masyarakat untuk mewujudkan sistem keuangan yang inklusif. Inklusi keuangan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi melalui distribusi pendapatan yang lebih merata, penurunan kemiskinan, dan stabilitas sektor keuangan. Hal ini merupakan tugas semua otoritas, dan perlu melibatkan semua *stakeholders* untuk meningkatkan tingkat literasi keuangan (Bank Indonesia, 2021).

Tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia saat ini dikategorikan cukup rendah. Hasil survei Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2013 menunjukkan bahwa hanya 21,84% masyarakat Indonesia yang pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan dalam menggunakan produk keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2019).



Gambar 1.2 Perbandingan Indeks Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Indonesia

*Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2019 (data yang telah diolah)*

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia meningkat berdasarkan hasil survei SNLIK pada tahun 2016 dan 2019 menjadi 29,7%, dan 38,03%. Namun, angka tersebut masih tetap tergolong cukup rendah dibandingkan dengan tingkat literasi negara-negara lain di Asia Tenggara, seperti Singapura (59%), Myanmar (52%), dan Malaysia (36%) (Howmuch.net, 2018).

Indeks literasi keuangan berbanding terbalik dengan tingkat inklusi keuangan masyarakat Indonesia yang terus meningkat, hingga menyentuh angka 76,19% pada tahun 2019. Hal ini menggambarkan bahwa tidak sedikit individu dari masyarakat Indonesia yang menggunakan produk atau jasa keuangan tanpa memahami secara rinci mengenaiinya. Ketimpangan antara literasi keuangan dan inklusi keuangan tentu akan berdampak negatif pada kesehatan keuangan mereka, seperti berisiko terdampak penipuan keuangan. Seperti hasil penelitian terakhir AppsFlyer terkait *fraud* yang berjudul ‘Penipuan meningkat: Bagaimana *bot* dan *malware* membahayakan Aplikasi APAC’, menemukan bahwa tingkat kecurangan Indonesia di sektor keuangan mencapai 43,1%, tertinggi kedua di Asia Tenggara setelah Vietnam (58,2%) (Liputan6.com, 2019). Tingkat *fraud* di sektor keuangan dan perbankan dinilai tidak menunjukkan adanya penurunan, namun diprediksi akan meningkat hingga 68% pada tahun 2021 (Trenasia.com, 2020).

Para pelaku bisnis pemula harus memiliki edukasi terkait literasi keuangan yang baik terlebih dahulu. Menurut Wildan Kesuma selaku *Corporate Secretary* Akulaku *Finance* Indonesia, edukasi tentang literasi keuangan terhadap pelaku bisnis pemula sangat penting guna membangun bisnis yang berkelanjutan dan komprehensif. Dengan bertambahnya tingkat literasi keuangan diyakini dapat meningkatkan kesejahteraan karena dapat membuat keputusan keuangan dengan lebih baik sehingga perencanaan keuangan menjadi lebih optimal (Kompas.com, 2020).

Didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan pada UMKM anggota binaan KSU Misykat DPU-DT Kota Bandung menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif sebesar 32% terhadap pengelolaan keuangan UMKM, namun disayangkan tingkat literasi keuangan yang dimiliki cukup rendah dengan rata-rata 47% (Rumbianingrum & Wijayangka, 2018). Literasi keuangan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Kasenda & Wijayangka, 2019), hingga berpengaruh pada keberlangsungan sektor UMKM (Hilmawati et al., 2021). Namun, terdapat penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM (Sari et al., 2020), hal ini dikarenakan tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh responden sangat rendah, sehingga baiknya ini dapat menjadi perhatian khusus agar dapat meningkatkan tingkat literasi keuangan pada UMKM.

Terlebih pada revolusi 4.0 saat ini yang memberi kemudahan pada segala hal. Semua informasi maupun layanan dapat diakses dengan mudah, cepat, dimana saja, dan kapan saja. Hal ini mendorong terjadinya transformasi digital, tak terkecuali sektor keuangan. Layanan keuanganpun mulai beralih menjadi berbasis teknologi atau biasa disebut *fintech*, ternyata terdapat pengaruh signifikan terhadap literasi keuangan (Mustikasari & Noviardy, 2020).

Dari 272,1 juta populasi di Indonesia, terdapat 338,2 juta jiwa yang sudah menggunakan telepon genggam, artinya tidak sedikit masyarakat Indonesia yang memiliki lebih dari satu telepon genggam setiap individunya, dengan 175,4 juta jiwa yang sudah terkoneksi dengan internet. Penggunaan telepon genggam dan masyarakat yang sudah terkoneksi dengan internet ini mengalami peningkatan

sebesar 4,6% dan 17% dibandingkan tahun sebelumnya (Wearesocial.com, 2020). Hal ini mencerminkan bahwa perkembangan teknologi di Indonesia tidak bisa dihindarkan dan masyarakat Indonesia pun sudah mulai peningkatan terhadap penggunaan teknologi. Namun hingga Mei 2021, hanya terdapat 13,5 juta atau 21% UMKM yang sudah *go digital* dari target pemerintah sebesar 30 juta UMKM digitalisasi (Kemenkop UKM, 2021). Oleh karena itu, perlu adanya kolaborasi antara keuangan digital dan UMKM untuk optimalisasi ekonomi nasional (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021).

Layanan keuangan digital yaitu layanan jasa keuangan yang menggunakan teknologi digital, kini tidak harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang, melainkan dapat hanya melakukan transaksi jarak jauh dan dengan hitungan detik saja, tidak harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang (Bank Indonesia, 2018). Berdasarkan State of Finance App Marketing AppsFlyer 2021, Indonesia menjadi negara tertinggi ketiga di dunia dalam instalasi aplikasi kategori keuangan digital (IDNFinancials.com, 2021). Dari berbagai macam jenis layanan keuangan digital, layanan pembiayaan (31%), pembayaran (17%), dan *banking tech* (10%) yang sering digunakan oleh masyarakat dunia (Ivashchenko et al., 2018).

Bagi UMKM, keuangan digital dapat meningkatkan kinerja UMKM, yang tercerminkan dari pertumbuhan penjualan, pertumbuhan modal, pertumbuhan pasar, dan pertumbuhan profit (Kasenda & Wijayangka, 2019; Rokhayati, 2015). Hal ini dikarenakan keuangan digital dapat membantu UMKM untuk mendapatkan kemudahan dan efisiensi di area keuangan (Winarto, 2020). Seperti menggunakan pembayaran digital dapat kemudahan dalam bertransaksi, dilakukan di mana saja dan kapan pun, UMKM juga dapat lebih banyak menjangkau pelanggan, bahkan hingga skala internasional. Keuangan digital juga dapat membantu dalam merekap data transaksi penjualan agar lebih efisien. Selain itu, keuangan digital juga dapat menjadi solusi permodalan UMKM yang dominasi belum memiliki akses perbankan (*unbanked*) (Rizal et al., 2019).

Didukung oleh penelitian terdahulu yang menyatakan *payment gateway* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM (Lestari et al., 2020). Ini dikarenakan terdapat pergeseran sistem pembayaran dari tunai menjadi non-tunai,

ternyata didapatkan hasil 60% dari responden menyatakan terdapat peningkatan pendapatan usaha setelah menggunakan pembayaran non-tunai (Widyayanti, 2020). Pemodalannya yang berasal dari pinjaman *online* pun memengaruhi kinerja UMKM, yang mana besar kecilnya jumlah pendanaan yang diterima memengaruhi peningkatan omset dan profit usaha (Miahendita, 2020). Secara keseluruhan penggunaan keuangan digital berpengaruh positif terhadap kinerja usaha (Lestari et al., 2020, dan Widyayanti, 2020) Dalam era industri 4.0 ini para pengusaha dapat memiliki pengetahuan terkait pengelola keuangan secara *online* (Hatammimi & Krisnawati, 2018). Ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, perkembangan teknologi, dan keuangan digital memiliki keterkaitan satu sama lain.

Berdasarkan permasalahan dan fenomena di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Keuangan Digital Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus pada UMKM Mitra Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat)”**.

### **1.3. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat terlihat bahwa UMKM memiliki peran yang penting dalam perekonomian nasional. Sebagai penyumbang PDB terbesar, jumlah pelaku usaha terbesar, dan daya serap tenaga kerja tersebar setiap tahunnya, kinerja UMKM perlu diperkuat dan didukung sehingga dapat semakin optimal dalam menopang perekonomian nasional. Oleh karena itu, penting mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM. Pada penelitian ini hanya akan berfokus pada literasi keuangan dan penggunaan keuangan digital sebagai variabel independen. Seperti penelitian terdahulu terkait pengaruh literasi keuangan dan penggunaan keuangan digital terhadap kinerja UMKM (Chepngetich, 2016; Eresia-Eke & Raath, 2013; Hakim et al., 2018; Kasenda & Wijayangka, 2019; Lestari et al., 2020; Miahendita, 2020; Sari et al., 2020; Widyayanti, 2020) dan beberapa penelitian lainnya.

Maka dari itu, penulis ingin meneliti kembali dengan UMKM Mitra Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat sebagai objek penelitian dan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat literasi keuangan, penggunaan keuangan digital, dan kinerja UMKM?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara literasi keuangan terhadap kinerja UMKM?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan keuangan digital terhadap kinerja UMKM?
4. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara literasi keuangan dan penggunaan keuangan digital secara simultan terhadap kinerja UMKM?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah disebutkan di atas, maka tujuan penelitian ini diantara lain:

1. Untuk menganalisis tingkat literasi keuangan, penggunaan keuangan digital, dan kinerja UMKM.
2. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh signifikan antara literasi keuangan terhadap kinerja UMKM.
3. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan keuangan digital terhadap kinerja UMKM.
4. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh signifikan antara literasi keuangan dan penggunaan keuangan digital secara simultan terhadap kinerja UMKM.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh akademisi maupun peneliti selanjutnya sebagai acuan penelitian lebih lanjut terkait masalah yang relevan sehingga dapat menjadi referensi pengetahuan dalam bidang keuangan, khususnya terkait literasi keuangan dan keuangan digital.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi UMKM dan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu aspek pertimbangan dalam mengoptimalkan kinerja UMKM dan menjadi sumber evaluasi terhadap pengembangan dan pemberdayaan UMKM

yang telah dilakukan oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat sehingga menjadi lebih optimal di masa yang akan datang.

- b. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran untuk bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan maupun program-program terhadap pengembangan dan pemberdayaan UMKM di Indonesia agar semakin optimal dalam perekonomian nasional.

#### **1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Berikut sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian ini, diantaranya:

##### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

##### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

##### **c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisa Data.

##### **d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan

atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitianpenelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

**e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.