



Pengaruh Literasi Keuangan, Kompetensi, dan Penggunaan Sosial Media terhadap Kinerja UMKM

Inggrid Marisca Rubiyanty^a, Lulu Syifa Fadhila^b, Salma Putri Mellinia^c

^a Ekonomi dan Bisnis / Magister Sains Akuntansi, inggrid.marisca@gmail.com, Universitas Jenderal Soedirman

^b Ekonomi dan Bisnis / Magister Sains Akuntansi, lulusyifa2211@gmail.com, Universitas Jenderal Soedirman

^c Ekonomi dan Bisnis / Magister Sains Akuntansi, salma.mellinia.28@gmail.com, Universitas Jenderal Soedirman

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between the influence of financial literacy, competence, and the use of social media on MSME performance. This study was conducted using a quantitative approach. Quantitative approach with survey method. The data analysis tool used is the SPSS 26.0 application. Data is processed by multiple linear regression analysis, classical assumption test, hypothesis testing. The sampling technique used was quota sampling. Data collection is done online by distributing Google Form. The questionnaire was distributed to 70 respondents. The results of the study can be interpreted that (1) financial literacy has a positive effect on MSME performance, (2) competence has a positive effect on MSME performance, and (3) the use of social media has a positive effect on MSME performance.

Keywords: *financial literacy, competence, social media usage, MSME performance*

ABSTRAK

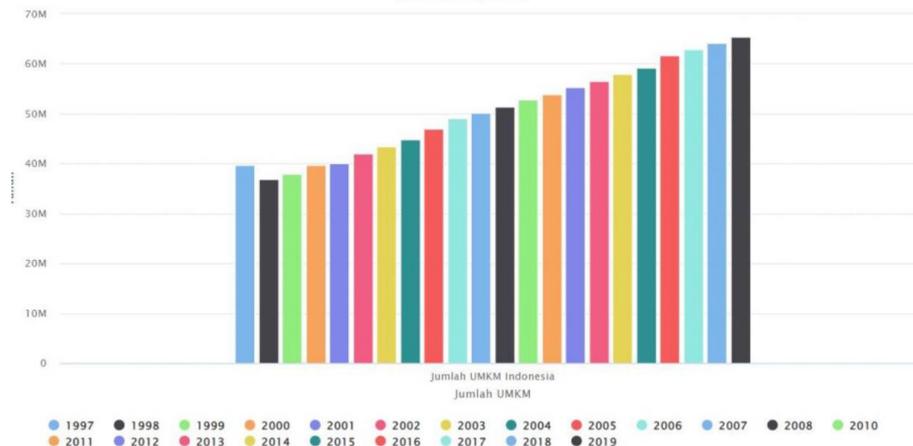
Kajian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pengaruh literasi keuangan, kompetensi, dan penggunaan sosial media terhadap kinerja UMKM. Kajian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Alat analisis data yang digunakan yaitu aplikasi SPSS 26.0. Data diolah dengan analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *quota sampling*. Pengumpulan data dilakukan secara *online* dengan menyebarkan *Google Form*. Kuesioner dibagikan kepada 70 responden. Hasil penelitian dapat diinterpretasikan bahwa (1) literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, (2) kompetensi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, dan (3) penggunaan sosial media berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Kata Kunci: literasi keuangan, kompetensi, penggunaan sosial media, kinerja UMKM

1. PENDAHULUAN

Krisis moneter telah menimpa Indonesia pada awal tahun 1997 sampai 1998 dimana nilai tukar rupiah terhadap dolar menurun secara drastis. Krisis yang terjadi dapat menjadi pelajaran penting dimasa datang dan untuk kembali mencermati suatu pembangunan ekonomi yang harus memiliki struktur yang kuat dan dapat bertahan dalam segala situasi dan kondisi. Saat krisis ekonomi menerpa dan perekonomian Indonesia semakin terpuruk dan hanya sektor UMKM yang mampu tetap bertahan. Menurut data Badan Pusat Statistik melalui penelitiannya pasca krisis moneter jumlah UMKM di Indonesia tidak berkurang bahkan justru meningkat dan mampu menyerap tenaga kerja sampai 107 juta orang. Pada tahun 2012 jumlah pengusaha sebanyak 56.539.560 dan 99,99% merupakan pengusaha UMKM. Dari data tersebut memperlihatkan fenomena bahwa UMKM merupakan usaha yang sangat produktif dan dapat

terus dikembangkan demi meningkatkan perkembangan ekonomi secara makro dan mikro di Indonesia (Kasendah & Wijayangka, 2019). Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkopukm) mencatat, terdapat 64,2 juta unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia pada 2021. Dengan kriteria omzet maksimal Rp2 miliar pertahunnya, menjadi yang paling dominan dalam struktur UMKM. Usaha mikro mencapai 63.955.369 unit atau berkontribusi 99,62% dari total unit usaha di Indonesia. Proporsinya tidak banyak berubah dalam 10 tahun terakhir (Septiani & Wuryani, 2020).



Gambar 1. Statistik Pertumbuhan UMKM di Indonesia Tahun 1997-2019

UMKM merupakan sumber mata pencaharian bagi banyak orang dan menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang berpendidikan tinggi maupun yang tidak dan bagi yang berketerampilan yang rendah dan mampu mengurangi jumlah masyarakat miskin. UMKM merupakan cara yang paling efektif dalam menaikkan tingkat perekonomian Indonesia. Perkembangan UMKM dapat dikatakan sangat pesat, namun UMKM masih tetap berada di zona usaha kecil dan terbilang sulit untuk dapat menjadi usaha besar. Secara umum, UMKM sering menghadapi masalah yang tidak terselesaikan secara tuntas, seperti masalah kapasitas SDM, kepemilikan, pembiayaan, pemasaran dan masalah lainnya sehingga UMKM sulit bersaing dengan perusahaan besar (Santiara & Sinarwati, 2023).

Demi meningkatkan kinerja UMKM dalam jangka panjang perlu untuk memperkaya pengetahuan pelaku UMKM tentang pengelolaan keuangan dan kompetensi pelaku UMKM. Banyak pelaku UMKM yang menggabungkan uang pribadi dan uang usahanya dan memperhatikan pengelolaan keuangan usahanya. Hal ini salah satu faktor yang menghambat perkembangan UMKM. Dalam mengatasi hal ini salah satu caranya yaitu dengan menggunakan literasi keuangan untuk memperkaya pengetahuan dalam mengelola keuangan (Idawati & Pratama, 2020). Pengetahuan tentang literasi keuangan dapat membantu seseorang terutama pelaku UMKM dalam mengelola keuangan dan membuat keputusan terkait investasi di masa depan. Literasi keuangan yang baik dapat membuat individu membuat keputusan

berdasarkan informasi terkait keuangan dan meminimalkan kemungkinan masalah keuangan. Literasi keuangan dapat memberikan pengaruh terhadap cara berpikir seseorang terhadap kondisi keuangannya dan mengambil keputusan strategis di bidang keuangan (Santiara & Sinarwati, 2023).

Masalah lain yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah sumber daya manusia. UMKM identik dengan industri kecil yang berada di perkotaan dan pedesaan yang memiliki keterbatasan baik dalam penggunaan teknologi, inovasi produk dan manajemen sehingga membuat pelaku UMKM harus memperhatikannya karena semakin ketatnya persaingan global. Ada banyak faktor yang dapat menunjang kemampuan dan daya saing UMKM yaitu profesionalisme, produktivitas, kreativitas serta inovasi dari pelaku UMKM (Chalimah *et al.*, 2023). Faktor lain yang dapat menghambat UMKM adalah Pemanfaat sosial media untuk pemasaran. Pemasaran saat ini akan mendorong pasar negara berkembang di masa depan atau praktik pemasaran di masa depan akan didorong oleh aktivitas perusahaan dari pasar negara berkembang. Pengetahuan dan pemahaman tentang corak dan dampak upaya pemasaran kontemporer UMKM dalam konteks seperti ini sangat berguna dalam riset pemasaran. UMKM khususnya dari negara-negara berkembang, merupakan pengadopsi teknologi yang lambat, terutama yang berkaitan dengan *e-commerce*. Namun belakangan ini, sarana seperti media sosial dapat dan sedang digunakan oleh usaha kecil baik di negara berkembang maupun maju untuk berbagai fungsi (Odoom *et al.*, 2017).

Banyak penelitian yang telah membahas tentang kinerja UMKM diantaranya penelitian dari Aprayuda & Dalam (2022) yang menunjukkan hasil bahwa literasi dan inklusi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Penelitian lainnya Hamzah *et al.*, (2023) dengan hasil penelitian bahwa Literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan. Penelitian tentang kompetensi SDM telah dilakukan oleh Karini & Pertiwi (2023) dengan hasil bahwa Kompetensi SDM tidak berpengaruh terhadap Kinerja UMKM. Berbeda dengan penelitian Kurnianty & Sitorus (2023) dengan hasil kompetensi SDM berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Penelitian tentang penggunaan sosial media dilakukan oleh Wardaningrum *et al.*, (2022) dengan hasil penelitian terdapat pengaruh yang signifikan penggunaan sosial media terhadap kinerja UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara literasi keuangan, kompetensi dan penggunaan sosial media terhadap kinerja UMKM yang sekaligus menjadi judul penelitian ini yaitu **Pengaruh Literasi Keuangan, Kompetensi dan Penggunaan Sosial Media terhadap Kinerja UMKM.**

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Resource Base View (RBV) Theory*

Konsep *Resource Base View (RBV) Theory* merupakan model strategi pengembangan bisnis yang pertama kali dikembangkan pada tahun 1985. RBV bertujuan untuk menganalisa dan memperkirakan sumber daya perusahaan atau organisasi dengan tujuan untuk mencapai keunggulan perusahaan dan memahami bagaimana cara mencapainya secara berkelanjutan. Variabel kinerja perusahaan bergantung pada kepemilikan atas input dan kemampuan unik perusahaannya. Tujuan dari konsep ini untuk mengidentifikasi dan menemukan karakteristik suatu perusahaan dan apa yang menjadi unsur penambah daya saing yang unggul bagi perusahaan yang digunakan sebagai upaya memenangkan pasar. Oleh karena itu, perusahaan harus selalu mengembangkan baik potensi, kemampuan maupun kinerja untuk meningkatkan nilai pasar perusahaan. Aspek-aspek lainnya yang perlu diperhatikan adalah seperti inovasi, pembelajaran organisasi, kompetensi utama, dan konsep kapabilitas dinamis yang merupakan variabel tambahan dalam perancangan model ini.

RBV mengambil sebuah perspektif yang spesifik tentang perusahaan yaitu mengapa suatu organisasi bisa berhasil atau bisa gagal di pasar. Sumber daya yang berharga dan langka merupakan sumber daya yang tak ada bandingannya dan tidak dapat digantikan yang dapat membuat bisnis untuk berkembang atau tetap mempertahankan keunggulan kompetitifnya. RBV memanfaatkan sumber daya ini dan keunggulan kompetitif perusahaan untuk kinerja yang unggul. Menurut RBV, sebuah perusahaan merupakan kumpulan sumber daya fisik, sumber daya manusia dan sumber daya organisasi. Sumber daya organisasi yang berharga dan tidak dapat tergantikan adalah sumber daya utama keunggulan kompetitif secara berkelanjutan untuk kinerja yang superior (Aisyah *et al.*, 2022).

2.2. Literasi Keuangan

Literasi keuangan berperan penting dalam kesejahteraan seseorang karena memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan. Menurut Indrayani (2020) literasi keuangan adalah pemahaman seseorang mengenai konsep dan produk keuangan dengan bantuan beberapa saran dan informasi dan kemampuan untuk mengenali dan memahami risiko keuangan sehingga mampu membuat Keputusan keuangan dengan tepat. Literasi keuangan menurut *The Association of Chartered Certified Accountants* mencakup pengetahuan seseorang tentang konsep keuangan, kemampuan dalam memahami tentang konsep uang, keterampilan mengelola keuangan pribadi dan Perusahaan dan kemampuan untuk membuat keputusan keuangan dalam situasi tertentu. Literasi keuangan menjadi hal mendasar yang harus dikuasai dan dimengerti oleh setiap individu karena akan berpengaruh terhadap kondisi

keuangan individu serta memiliki dampak pada pengambilan keputusan ekonomi yang baik dan tepat (Santiara & Sinarwati, 2023).

Pemaparan diatas tentang literasi keuangan dapat diambil kesimpulan bahwa literasi keuangan merupakan cara untuk memberikan pemahaman serta pengetahuan tentang pengelolaan keuangan dan bagaimana cara untuk mencapai kehidupan yang sejahtera di masa depan. Dengan kata lain, literasi keuangan merupakan alat bantu seseorang apabila ingin memiliki *passive income* yang dapat melebihi *active income* mereka. Menurut Chen & Volpe (1998) literasi keuangan dibagi menjadi 4 aspek, yaitu (Afandy & Niangsih, 2020):

a. *General personal finance knowledge* (pengetahuan dasar)

General personal finance knowledge merupakan pengetahuan dasar tentang keuangan pribadi seseorang pada umumnya. Proses perencanaan, analisa, dan pengendalian kegiatan keuangan adalah definisi dari manajemen keuangan. Bentuk pengaplikasian dari manajemen keuangan pribadi (*personal finance*) diantaranya manajemen keuangan (*money management*), pengeluaran dan kredit (*spending and credit*), serta simpanan dan investasi (*saving and investing*).

b. *Savings and borrowing* (tabungan dan pinjaman)

Tujuan seseorang menyimpan uang dalam bentuk tabungan karena kemudahan dalam penarikan uang dan harapan untuk memperoleh bunga. Sedangkan tujuan seseorang untuk menyimpan uang dalam bentuk deposito untuk memperoleh bunga yang lebih besar. Kegiatan menghimpun uang artinya mengumpulkan dan mencari dana (uang) dari masyarakat. Dana yang telah terhimpun disimpan di bank dan disebut dengan simpanan bank. Bentuk simpanan ini diantaranya simpanan giro, tabungan dan deposito.

c. *Insurance* (Asuransi)

Jaminan yang diberikan oleh penanggung (perusahaan asuransi) kepada tertanggung (nasabah) untuk risiko kerugian sesuai yang ditetapkan dalam surat perjanjian (polis) adalah pengertian asuransi. Hal ini terjadi apabila terjadi kebakaran, kehilangan, kerusakan pada barang yang dipoliskan atau kematian dan kecelakaan lainnya dimana tertanggung membayar premi sebesar perjanjian polis setiap bulannya.

d. *Invesment* (Investasi)

Investasi merupakan sebuah komitmen terhadap sejumlah dana dan atau sumber daya lainnya dilaksanakan pada saat ini bertujuan untuk memperoleh keuntungan di masa yang akan datang. Pihak yang melakukan investasi disebut investor. Anggirani (2017) membagi dua jenis investor, yaitu investor individual (*individual/retail investors*) dan investor institusional (*institutional investors*).

2.3. Kompetensi

Kompetensi merupakan sifat dasar seseorang yang berkaitan dengan pelaksanaan suatu pekerjaan secara efektif dan sangat berhasil (Sedarmayanti, 2018). Karakteristik seseorang yang berkaitan dengan efektivitas dalam pekerjaannya. Kompetensi seorang individu merupakan sesuatu yang melekat dalam dirinya yang dapat digunakan untuk memprediksi tingkat kinerjanya. Kompetensi SDM dapat berupa kemampuan dan pengetahuan dan dapat dikembangkan baik melalui pendidikan dan pelatihan, sedangkan motif kompetensi dapat diperoleh pada saat proses seleksi. Ujung *et al.*, (2021) menyatakan bahwa kompetensi adalah bagian dari kepribadian yang melekat pada seorang individu dan perilakunya dapat diprediksi baik dari pekerjaan dan tugasnya. Indikator kompetensi SDM dalam penelitian ini diambil berdasarkan penelitian Rugian *et al.*, (2019) yaitu:

a. Pengetahuan (*knowledge*)

Pengetahuan adalah penguasaan ilmu maupun teknologi yang diperoleh dan dimiliki seseorang melalui proses baik dari pembelajaran dan pengalaman selama hidupnya. Indikator pengetahuan adalah pengetahuan manajemen bisnis, pengetahuan produk atau jasa, pengetahuan tentang keuangan, pengetahuan tentang konsumen, promosi dan strategi pemasaran.

b. Keterampilan (*skill*)

Keterampilan merupakan kapasitas khusus untuk dapat memanipulasi suatu objek secara fisik. Indikator keterampilan meliputi: keterampilan produksi, berkomunikasi, kerjasama dan organisasi, pengawasan, administrasi dan akuntansi.

c. Kemampuan (*ability*)

Kemampuan merupakan kapasitas seorang individu untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan. Indikator kemampuan meliputi: kemampuan mengelola bisnis, mengambil keputusan, memimpin, mengendalikan, berinovasi, situasi dan perubahan lingkungan bisnis.

Kompetensi dapat dilihat dan dipahami secara langsung yaitu pengetahuan sedangkan keterampilan merupakan kompetensi yang dapat terlihat dan lainnya tidak terlihat. Kemampuan dalam peningkatan kinerja merupakan kompetensi yang tidak secara terang-terangan terlihat sehingga dapat disimpulkan bahwa kompetensi merupakan kemampuan individu menggunakan pengetahuan, keterampilan dan sikap dirinya secara etis sehingga dapat diterima organisasi dan bermanfaat bagi pencapaian organisasi (Sari & Sijabat, 2022).

2.4. Penggunaan Sosial Media

Menurut Mastarida (2022) penggunaan media sosial dalam suatu perusahaan berpotensi untuk memperkuat interaksi pelanggan serta citra merek perusahaan, serta meningkatkan pendapatan dan penjualan. Kinerja UMKM. Pernyataan ini didukung oleh temuan dari sebuah penelitian Kevin & Puspitowati (2020) yang menunjukkan hubungan antara penggunaan media sosial dan kinerja UMKM. Meskipun demikian, masih ada kejadian yang terkait dengan media sosial. Menurut Baihaqi (2023), ada berbagai penyebab yang menyebabkan UMKM Indonesia menghadapi perlambatan pertumbuhan perusahaan. Unsur-unsur tersebut antara lain permodalan, Sumber Daya Manusia (SDM), dan penetrasi pasar (Ramadhan *et al.*, 2022). Penggunaan sosial media merupakan kegiatan yang dilakukan oleh individu dengan media yang dapat digunakan untuk berbagi informasi, ide, berkreasi, berfikir, berdebat, dengan sebuah aplikasi *online* yang dapat digunakan melalui *handphone*. Indikator penggunaan sosial media dalam penelitian ini diambil berdasarkan penelitian (Odoom *et al.*, 2017), yaitu:

- a. Menarik pelanggan baru
- b. Memelihara hubungan dengan pelanggan
- c. Mendapatkan feedback pelanggan
- d. Meningkatkan awareness
- e. Menjawab dan menanggapi permintaan pelanggan

2.5. Kinerja UMKM

Kinerja adalah capaian yang diperoleh seseorang atau perusahaan dalam rangka mencapai tujuan. Kinerja yang maksimal menjadi harapan yang utama bagi sebuah organisasi atau perusahaan. Kinerja merupakan keberhasilan bagi personel, tim, atau unit bisnis dalam mewujudkan sasaran strategis yang telah ditetapkan dan dibandingkan dengan perilaku yang diharapkan oleh organisasi atau perusahaan. Kinerja yang maksimal dan optimal merupakan tujuan bagi semua jenis UMKM. Kinerja yang optimal di semua sektor baik keuangan, produksi, distribusi maupun pemasaran menjadi syarat mutlak bagi UMKM agar bisa terus hidup dan berjalan. Dengan kinerja yang baik maka UMKM diharapkan semakin kokoh dan dapat menjadi tulang punggung perekonomian dan akan semakin berperan penting dalam perekonomian Nasional (Kasendah & Wijayangka, 2019). Indikator kinerja UMKM dalam penelitian ini diambil berdasarkan penelitian Siswanti (2020) yaitu:

- a. Pertumbuhan penjualan
- b. Pertumbuhan modal
- c. Penambahan tenaga kerja
- d. Pertumbuhan pasar dan pemasaran
- e. Pertumbuhan laba

2.6. Pengembangan Hipotesis

2.6.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM

Literasi keuangan mempunyai peran penting bagi sebuah UMKM terutama dalam meningkatkan pertumbuhan UMKM. Dengan adanya literasi keuangan, UMKM dapat memperoleh ilmu dan keahlian sehingga dapat mendukung usahanya serta dapat merencanakan strategi terhadap layanan keuangan. Selain itu, dengan adanya literasi keuangan dapat memudahkan usaha kecil untuk memperluas usaha dan dapat meningkatkan produktivitas UMKM.

Salah satu sumber daya yang tidak berwujud dan dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk mencapai kinerja yaitu dengan literasi keuangan. Literasi keuangan yang dimiliki oleh pelaku UMKM adalah sumber daya yang mampu memanfaatkan instrumen jasa dan fasilitas keuangan dan mampu membuat perencanaan keuangan. Selain itu, kepercayaan terhadap lembaga keuangan termasuk kegunaan, hak, dan kewajiban. Teori *Resource Based View* (RBV) menyatakan bahwa kinerja akan meningkat disaat sebuah perusahaan dapat mengelola dan mengoptimalkan seluruh sumber daya secara efektif dan efisien sehingga tercipta keunggulan bersaing yang lebih dibandingkan dengan para pesaingnya (Mellinia *et al.*, 2023).

Pada literasi keuangan, semakin tinggi tingkat pemahaman tentang keuangan maka tanggung jawab dan pengambilan keputusan juga akan semakin baik dan hal ini dapat memengaruhi pengelolaan keuangan yang lebih bijak (Idawati & Pratama, 2020). Pengetahuan keuangan berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk memahami, menganalisis dan mengelola keuangan yang tersedia bagi dirinya untuk menghasilkan keputusan keuangan dengan tepat, dan dapat membantu perkembangan kinerja UMKM. Sehingga, literasi keuangan dianggap sebagai hal yang sangat penting bagi perkembangan kinerja suatu usaha, khususnya UMKM (Septiani & Wuryani, 2020).

H₁ : Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM

2.6.2 Pengaruh Kompetensi terhadap Kinerja UMKM

Kompetensi dimaknai keahlian atau keunggulan tingkat atasan atau bawahan yang memiliki keterampilan juga pengetahuan dan *good attitude*. Keunggulan kompetensi yang dimiliki seseorang biasanya bersifat *unique* (Fatmah, 2017). Kompetensi adalah kecakapan yang dimiliki seseorang dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang menggunakan dasar memiliki *skill* dan pengetahuan juga menggunakan sikap yang baik sebagaimana tuntutan dari pekerjaan tersebut. Menurut Mc. Clelland kompetensi adalah karakter fundamental yang secara langsung akan berpengaruh terhadap kinerja, atau yang bisa menjadi tolak ukur kinerja yang baik. Terdapat pengelompokan kompetensi antara lain pengetahuan, keterampilan dan

atribut personal (Sari & Sijabat, 2022). Kompetensi SDM adalah kompetensi yang memiliki peran sebagai faktor penentu usaha dengan kata lain kompetensi SDM menjadi penentu keberhasilan kinerja UMKM (Kristanto *et al.*, 2021). Kompetensi SDM diharapkan mampu bersaing dan menciptakan tenaga kerja yang mampu berdampingan dengan pasar global (Karini & Pertiwi, 2023).

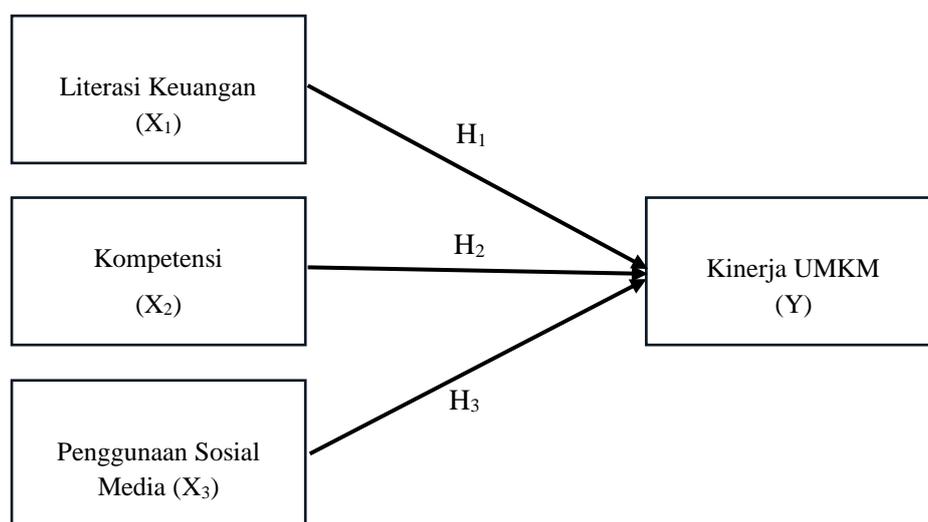
H₂ : Kompetensi berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM

2.6.3 Pengaruh Penggunaan Sosial Media terhadap Kinerja UMKM

Penggunaan media tertentu secara terus-menerus didasarkan pada kepuasan kebutuhan tersebut pada umumnya ditandai dengan kepuasan pengguna. Peneliti media sosial telah menyebutkan sejumlah kegunaan media sosial oleh sebagian besar perusahaan. Kegunaannya yang menonjol adalah upaya untuk menarik pelanggan baru, membina hubungan, meningkatkan kesadaran, mengkomunikasikan merek secara *online*, serta menerima umpan balik dari pelanggan dan mitra bisnis. Bukti berdasarkan pengalaman menunjukkan bahwa hal ini diterapkan ketika perusahaan menciptakan komunitas, mendistribusikan konten dan meningkatkan lalu lintas ke situs web mereka, dalam upaya mengidentifikasi peluang bisnis baru dan membangun hubungan langsung dengan klien yang sudah ada dan calon klien (Odoom *et al.*, 2017).

H₃ : Penggunaan sosial media berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan tinjauan literatur dan penelitian terdahulu, kerangka konseptual digambarkan seperti pada gambar 2.



Gambar 2. Kerangka Konseptual

Melalui proses tersebut, karyawan diberikan pelatihan dan pengembangan yang relevan dengan kinerja pekerjaannya, sehingga diharapkan dapat menjalankan tanggung jawab pekerjaannya dengan sebaik - baiknya. (Abdul Aziz Sholeh *et.al.* 2024 :82).

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang terstruktur dan sistematis mulai dari tujuan penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, jumlah sampel yang digunakan, hingga metode analisis data yang digunakan dengan alat bantu statistik (Suharso, 2009). Selain itu, metode penelitian kuantitatif juga dapat didefinisikan sebagai metode penelitian yang menggunakan bersifat statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan dan mengetahui hubungan antar variabel dalam sebuah penelitian (Sugiyono, 2021). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM di Desa Ledug dengan jumlah sampel yang digunakan berjumlah 70 UMKM. Adapun metode pengambilan data yang digunakan adalah kuesioner yang dibagikan secara *online* yang diukur dengan menggunakan skala *Likert*.

3.1 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran

3.1.1 Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu guna memperoleh, memahami, dan mengevaluasi informasi yang relevan untuk pengambilan keputusan. Indikator pengukuran literasi keuangan (Afandy & Niangsih, 2020), yaitu:

- a. Pengetahuan dasar tentang pengelolaan keuangan
- b. Investasi
- c. Tabungan dan pengelolaan kredit
- d. Asuransi

Skala pengukuran : *Likert*

3.1.2 Kompetensi

Kompetensi merupakan kemampuan individu meliputi aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang sesuai dengan standarisasi yang diharapkan. Indikator pengukuran kompetensi (Chalimah *et al.*, 2023), yaitu:

- a. Pengetahuan
- b. Keterampilan
- c. Kemampuan

Skala Pengukuran : *Likert*

3.1.3 Penggunaan Sosial Media

Penggunaan sosial media merupakan kegiatan yang dilakukan oleh individu dengan media yang dapat digunakan untuk berbagi informasi, ide, berkreasi, berfikir, berdebat, dengan sebuah aplikasi *online* yang dapat digunakan melalui *handphone*. Indikator pengukuran penggunaan sosial media (Odoom *et al.*, 2017), yaitu:

- a. Menarik pelanggan baru
- b. Memelihara hubungan dengan pelanggan
- c. Mendapatkan *feedback* pelanggan
- d. Meningkatkan *awareness*
- e. Menjawab dan menanggapi permintaan pelanggan

Skala pengukuran : *Likert*

3.1.4 Kinerja UMKM

Kinerja UMKM merupakan sebuah kondisi yang dilakukan dengan mengukur suatu tingkat kinerja usaha mikro kecil menengah, baik dalam hal kinerja keuangan maupun non keuangan. Indikator pengukuran kinerja UMKM (Siswanti, 2020), yaitu:

- a. Pertumbuhan penjualan
- b. Pertumbuhan modal
- c. Penambahan tenaga kerja
- d. Pertumbuhan pasar dan pemasaran
- e. Pertumbuhan laba

Skala : *Likert*

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data Responden

Tabel 1. Deskripsi Data Responden

No	Karakteristik	Keterangan	Jumlah	Persentase
1.	Usia	20-29	6	8,60%
		30-39	18	25,70%
		39-49	25	35,70%
		50-59	18	25,70%
		60-69	3	4,30%
Jumlah		70	100%	
2.	Jenis Kelamin	Laki-laki	20	28,60%
		Perempuan	50	71,40%
Jumlah		70	100%	
3.	Pendidikan Terakhir	SD	18	25,70%
		SMP	7	10,00%
		SMA	27	38,60%
		SMK	2	2,90%
		D3	4	5,70%
		S1	12	17,10%
Jumlah		70	100%	
4.	Lama Usaha	1-10	35	50,00%
		11-20	24	34,30%
		21-30	9	12,90%
		31-40	1	1,40%
		41-50	1	1,40%
Jumlah		70	100%	

Analisis data responden pada tabel 1 dilakukan untuk mengetahui distribusi dari responden penelitian. Adapun kondisi demografis responden dilihat berdasarkan beberapa kriteria seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan terakhir, dan lama usaha UMKM. Pada kategori usia, 6

responden atau 8,6% berusia 20-29 tahun, 18 responden atau 25,7% berusia 30-39 tahun, 25 responden atau 35,7% berusia 40-49 tahun, 18 responden 25,7% berusia 50-59 tahun, dan 3 responden atau 4,3% berusia 60-69 tahun. Berdasarkan jenis kelamin responden, dapat diketahui bahwa 20 responden atau 28,6% berjenis kelamin laki-laki dan 50 responden atau 71,4% berjenis kelamin perempuan. Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir dapat diketahui bahwa 18 responden atau 25,7% merupakan lulusan SD, 7 responden atau 10% merupakan lulusan SMP. 27 responden atau 38,6% merupakan lulusan SMA, 2 responden atau 2,9% merupakan lulusan SMK, 4 responden atau 5,7% merupakan lulusan D3, dan 12 responden atau 17,1% merupakan lulusan S1. Berdasarkan lama usaha UMKM, dapat diketahui bahwa 35 responden atau 50% telah menjalankan usaha selama 1-10 tahun, 24 responden atau 34,3% telah menjalankan usaha selama 11-20 tahun. 9 responden atau 12,9% telah menjalankan usaha selama 21-30 tahun, 1 responden atau 1,4% telah menjalankan usaha selama 31-40 tahun, dan responden atau 1,4% telah menjalankan usaha 41-50 tahun.

4.2 Uji Pilot

4.2.1 Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Item	r _{hitung}						
X1.1	0,586	X2.1	0,554	X3.1	0,628	Y1	0,756
X1.2	0,734	X2.2	0,560	X3.2	0,623	Y2	0,766
X1.3	0,714	X2.3	0,573	X3.3	0,695	Y3	0,748
X1.4	0,589	X2.4	0,730	X3.4	0,831	Y4	0,689
X1.5	0,747	X2.5	0,446	X3.5	0,553	Y5	0,784
X1.6	0,555	X2.6	0,718	X3.6	0,330	Y6	0,720
X1.7	0,384					Y7	0,737
X1.8	0,592					Y8	0,607
						Y9	0,783
						Y10	0,753

Pengukuran validitas pada tabel 2 dilakukan dengan uji *Pearson Moment* dengan pengukuran $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} yang digunakan adalah sebesar 0,361. Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui bahwa nilai r_{hitung} untuk keseluruhan variabel dalam penelitian ini lebih besar dari 0,361 sehingga dapat dinyatakan bahwa data yang digunakan valid untuk pengujian lebih lanjut.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standart	Keterangan
Literasi Keuangan	0,723	0,60	Reliabel
Kompetensi	0,621	0,60	Reliabel
Penggunaan Media Sosial	0,668	0,60	Reliabel
Kinerja UMKM	0,897	0,60	Reliabel

Pengukuran reliabilitas pada tabel 3 dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,60. Berdasarkan tabel 3, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk tiap variabel lebih besar dari 0,60 sehingga dapat dinyatakan bahwa data reliabel dan dapat digunakan untuk pengujian lebih lanjut.

4.3 Statistik Deskriptif

Tabel 4. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	LK (X ₁)	K (X ₂)	PSM (X ₃)	K (Y)
N	70	70	70	70
Minimum	3,00	3,00	3,00	2,70
Maksimum	5,00	5,00	5,00	5,00
Mean	4,35	4,05	3,91	4,22
Standar Deviasi	0,47	0,53	0,50	0,49

Berdasarkan tabel 4 terkait hasil statistik deskriptif penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel literasi keuangan memiliki nilai minimum sebesar 3,00, nilai maksimum sebesar 5,00, dan nilai rata-rata sebesar 4,35. Variabel kompetensi memiliki nilai minimum sebesar 3,00, nilai maksimum sebesar 5,00, dan nilai rata-rata sebesar 4,05. Variabel penggunaan media sosial memiliki nilai minimum sebesar 3,00 nilai maksimum sebesar 5,00, dan nilai rata-rata sebesar 3,91. Nilai kinerja UMKM memiliki nilai minimum sebesar 2,70, nilai maksimum sebesar 5,00, dan nilai rata-rata sebesar 4,22.

4.4 Uji Asumsi Klasik

Tabel 5. Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian	Hasil	Standar	Keterangan
Normalitas	0,200	>0,05	Data terdistribusi normal
Heterokedasitas	LK = 0,303 K = 0,132 PSM = 0,145	>0,05	Tidak ada heterokedasitas
Multikolinearitas	Tolerance LK = 0,575 K = 0,383 PSM = 0,852	VIF LK = 1,739 K = 1,880 PSM = 1,774	Tolerance > 0,1 dan VIF < 10 Tidak ada multikolinearitas
Linearitas	LK = 0,458 K = 0,532 PSM = 0,072	>0,05	Hubungan antar variabel bebas dan terikat linear

4.4.1 Uji Normalitas

Hasil pengujian *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) menunjukkan bahwa nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,200 yang lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa data terdistribusi secara normal dan layak untuk dilakukan untuk penelitian.

4.4.2 Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian Glejser menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel literasi keuangan sebesar 0,303, variabel kompetensi sebesar 0,132, dan penggunaan media sosial sebesar 0,145 yang lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan tidak ada heteroskedastisitas.

4.4.3 Uji Multikolinearitas

Hasil pengujian nilai *tolerance* dan VIF menunjukkan nilai sebesar 0,575 dan 1,739 untuk variabel literasi keuangan, sebesar 0,532 dan 1,88 variabel kompetensi, dan sebesar 0,852 dan 1,174 untuk variabel penggunaan media sosial yang lebih besar dari 0,1 untuk *tolerance* dan kurang dari 10 untuk VIF sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel.

4.4.4 Uji Linearitas

Hasil pengujian nilai *Deviation from Linearity* menunjukkan nilai 0,458 variabel literasi keuangan, sebesar 0,383 untuk variabel kompetensi, dan sebesar 0,072 untuk variabel penggunaan media sosial yang lebih besar dari 0,050 sehingga dapat dinyatakan bahwa masing-masing variabel bebas terhadap variabel independen bersifat *linear*.

4.5 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	0,716	0,263

Hasil pengujian koefisien determinasi pada tabel 6 menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,716. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan, kompetensi, dan penggunaan sosial media secara simultan dapat menjelaskan terhadap kinerja UMKM sebesar 71,60%. Sedangkan sisanya 28,40% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar variabel atau persamaan regresi.

4.6 Uji F

Tabel 7. Hasil Uji F

	F	Sig
Regression	58,919	0,000

Hasil pengujian Uji F pada tabel 7, memperoleh nilai F_{Hitung} sebesar 58,919 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Artinya bahwa $F_{hitung} = 58,919 > F_{tabel} = 2,74$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,050$. Dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan, kompetensi, dan

penggunaan sosial media secara simultan dapat mempengaruhi kinerja UMKM. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model penelitian variabel literasi keuangan, kompetensi, dan penggunaan sosial media terhadap kinerja UMKM adalah model yang layak atau fit.

4.7 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig
(Constant)	0,073	0,340		0,214	0,831
X1	0,420	0,089	0,401	4,739	0,000
X2	0,416	0,081	0,455	5,170	0,000
X3	0,161	0,067	0,166	2,385	0,020

Berdasarkan hasil pengujian pada penelitian ini, persamaan regresi yang dapat dijabarkan adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,073 + 0,420 X_1 + 0,416 X_2 + 0,161 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Kinerja UMKM

a : Konstanta

X₁ : Literasi keuangan

X₂ : Kompetensi

X₃ : Penggunaan sosial media

e : Nilai Residual

4.8 Uji Hipotesis

4.8.1 Hipotesis 1

Hasil pengujian H₁ pada tabel 8 menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,739 < t_{tabel} sebesar 1,667 dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 < 0,050 sehingga dapat dinyatakan bahwa Hipotesis 1 diterima bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hilmawati & Kusumaningtiyas (2021) yang menjelaskan bahwa dalam *Resources Based View Theory* oleh Barney (1991) memandang literasi keuangan sebagai aspek penting dan berharga bagi kinerja sebuah usaha dan meningkatkan keunggulan kompetitif sebuah usaha. Hal inilah juga terjadi pada UMKM di Desa Ledug bahwa semakin baik tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh pelaku UMKM hal ini dapat berdampak positif dan meningkatkan kinerja UMKM yang mereka miliki.

4.8.2 Hipotesis 2

Hasil pengujian H_2 pada tabel 8 menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar $5,170 < t_{tabel}$ sebesar 1,667 dengan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,050$ sehingga dapat dinyatakan bahwa Hipotesis 2 diterima bahwa kompetensi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ludiya & Kurniawan (2020) yang menjelaskan bahwa adanya hubungan yang positif dan signifikan antara kompetensi dan kinerja UMKM. Kondisi naik atau turunnya kompetensi pelaku dan karyawan UMKM mampu menjadi aspek penentu kinerja UMKM. Semakin baik kompetensi yang dimiliki oleh UMKM dari pelaku serta karyawannya hal ini juga mampu meningkatkan kinerja UMKM untuk lebih baik lagi. Hal ini juga berlaku pada UMKM di Desa Ledug dimana kinerja pelaku UMKM berperan penting dalam menentukan kinerja UMKM.

4.8.3 Hipotesis 3

Hasil pengujian H_3 pada tabel 8 menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar $2,385 < t_{tabel}$ sebesar 1,667 dengan nilai signifikansi sebesar $0,020 < 0,050$ sehingga dapat dinyatakan bahwa Hipotesis 3 diterima bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Febriansyah & Prabowo (2023) yang menjelaskan bahwa adanya hubungan yang positif dan signifikan antara penggunaan media sosial dengan Kinerja UMKM. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik tingkat pengelolaan media sosial untuk bisnis UMKM yang dimiliki hal ini dapat berdampak positif dan meningkatkan kinerja UMKM serta keunggulan bersaing UMKM sehingga dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama di masa depan. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa ketika pelaku UMKM telah melakukan penggunaan media sosial secara optimal, hal ini mampu mendorong kinerja UMKM untuk lebih baik dan mampu bersaing dengan baik di pasar. Memilih merupakan bagian dari suatu upaya pemecahan sekaligus sebagai bagian dari proses pengambilan keputusan. Oleh karena itu dibutuhkan keputusan pembelian yang tepat (Kristiawati Indriana et.al. 2019 : 28)

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini adapun beberapa kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara literasi keuangan dengan kinerja UMKM sehingga H_1 diterima. Hasil ini sesuai dengan teori *Resources Based View Theory* oleh Barney (1991) memandang literasi keuangan sebagai aspek penting dan berharga bagi

kinerja sebuah usaha dan meningkatkan keunggulan kompetitif sebuah usaha. Hal ini juga dapat dipahami bahwa semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki pelaku UMKM maka akan semakin tinggi juga kinerja UMKM tersebut.

2. Adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara kompetensi dengan kinerja UMKM sehingga H₂ diterima. Hal ini dapat dipahami bahwa ketika pelaku UMKM dan karyawan memiliki kompetensi yang tinggi maka akan semakin tinggi juga kinerja UMKM tersebut.
3. Adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara penggunaan media sosial dengan kinerja UMKM sehingga H₃ diterima. Hal ini dapat dipahami bahwa ketika UMKM menggunakan media sosial dengan optimal untuk pemasaran dan komunikasi dengan konsumen maka akan semakin tinggi juga kinerja UMKM tersebut.

5.2. Saran

Untuk penelitian selanjutnya dapat membahas bagaimana pengaruh penggunaan teknologi digital terhadap kinerja UMKM seperti sistem pembayaran digital, pemanfaatan, penggunaan *e-commerce*, atau penggunaan teknologi digital lainnya yang saat ini telah banyak digunakan.

5.3. Keterbatasan

Penelitian ini hanya dilakukan pada 70 UMKM di Desa Ledug di mana hasil dari penelitian ini merepresentasikan kondisi UMKM secara general. Selain itu, hasil penelitian dan hubungan-hubungan antar variabel dapat berbeda-beda tergantung lokasi dan kondisi UMKM yang dipengaruhi oleh berbagai aspek yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandy, C., & Niangsih, F. F. (2020). Literasi keuangan dan manajemen keuangan pribadi mahasiswa di Provinsi Bengkulu. *The Manager Review*, 2(2), 68–98.
- Aisyah, H., Puspita, S., & Elizamiharti, E. (2022). Resource-based view: Strategi UMKM di Sumatera Barat untuk mencapai keunggulan kompetitif. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 5(2), 109–120. <https://doi.org/10.26533/jmd.v5i2.1029>
- Anggirani, N. (2017). Pengaruh risk tolerance, overconfidence, dan literasi keuangan terhadap pengambilan keputusan investasi masyarakat Surabaya. *Eprints Perbanas*, 1–15.
- Aprayuda, R., & Dalam, W. W. W. (2022). Apakah tingkat literasi dan inklusi keuangan dapat mempengaruhi kinerja UMKM? *Jurnal Politeknik Caltex Riau*, 15(2), 586–595. <https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jakb/>
- Aziz Sholeh, A. et al. (2024). Kompensasi terhadap motivasi kerja karyawan pada PT. Insolent Raya di Surabaya. *Journal of Management and Creative Business*, 2(1), 82–96.
- Baihaqi. (2023). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) serta pengaruhnya terhadap krisis ekonomi. *Jurnal HEI EMA*, 2(2), 88–100.

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Chalimah, Milasari, D., Santoso, T. B., & Sultoni. (2023). Kontribusi kompetensi sumber daya manusia terhadap kinerja usaha kecil menengah. *FIRM: Journal of Management Studies*, 8(1).
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128. [https://doi.org/10.1016/s1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/10.1016/s1057-0810(99)80006-7)
- Fatmah, D. (2017). Pengaruh karakteristik pekerjaan dan kompetensi karyawan terhadap kinerja karyawan pada CV. Percetakan Fajar Mojokerto. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 124–133.
- Febriansyah, R. Y., & Prabowo, F. S. A. (2023). Pengaruh orientasi pelanggan dan adopsi media sosial terhadap kinerja UMKM di masa pandemi Covid-19 (Studi pada UMKM binaan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Jawa Barat Tahun 2021 sektor kuliner). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 1–10. <https://doi.org/10.9744/jmp.17.1.1-10>
- Hamzah, R. S., Gozali, E. O. D., Efriandy, I., & Gusmiati, D. M. (2023). Pengelolaan modal kerja, literasi keuangan dan performa UMKM di masa pandemi Covid-19. *Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 12(2), 177–188. <https://doi.org/10.21831/nominal.v12i2.58862>
- Hilmawati, M. R. N., & Kusumaningtias, R. (2021). Inklusi keuangan dan literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan sektor usaha mikro kecil menengah. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 10(1), 135–152. <https://doi.org/10.21831/nominal.v10i1.33881>
- Idawati, I. A. A., & Pratama, I. G. S. (2020). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Kota Denpasar. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.22225/wmbj.2.1.1644.1-9>
- Indrayani, L. (2020). Makna literasi keuangan dalam keberlangsungan usaha industri rumah tangga perempuan Bali. *JIA (Jurnal Ilmiah Akuntansi)*, 5(2), 407–428. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JIA/article/view/29858>
- Karini, N. F. H., & Pertiwi, I. F. (2023). Pengaruh business agility, kompetensi SDM dan religiusitas terhadap kinerja UMKM dengan legalitas usaha sebagai variable moderating. *Quranomic: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(2), 163–173. <https://doi.org/10.37252/jebi.v2i2.424>
- Kasendah, B. S., & Wijayangka, C. (2019). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 153–160. <https://doi.org/10.36555/almana.v3i1.459>
- Kevin, & Puspitowati, I. (2020). Pengaruh penggunaan media sosial dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*.