

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam konteks perekonomian di Indonesia peran UMKM sangatlah penting keberadaannya. Banyak pakar yang berpendapat bahwa UMKM merupakan penopang perekonomian nasional (Achirlita, 2021). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang penting dalam menurunkan tingkat kemiskinan dan pengangguran di masyarakat. (Hasanah, 2023). Hal ini tercermin dari data kontribusi UMKM terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja nasional dari sektor UMKM. Berdasarkan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2023) sektor UMKM menyumbang kontribusi sebesar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), mencapai nilai Rp.9.580 triliun serta menyerap 97% dari total tenaga kerja nasional.

Salah satu jenis UMKM yang sedang berkembang di Indonesia adalah usaha kopi atau *coffee shop*. Beberapa tahun terakhir, *coffee shop* berkembang menjadi jenis bisnis baru dan populer di kalangan anak muda dengan berbagai inovasi menariknya (Darmawan, 2021). Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia mengalami *booming* munculnya berbagai kedai kopi. Hal ini tercermin dari peningkatan yang signifikan dalam jumlah kedai kopi serta konsumsi kopi di dalam negeri selama beberapa tahun terakhir.

Data perkembangan *coffee shop* di Indonesia dari Asosiasi Pengusaha Kopi dan Cokelat Indonesia (APKCI) yang dipublikasikan oleh Solusi Bisnis (2023)

menunjukkan jumlah *coffee shop* di Indonesia dari tahun 2019 hingga tahun 2023 terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Pada Tahun 2019 terdapat 7.000 *coffee shop* di seluruh Indonesia. Jumlah *coffee shop* tersebut mengalami peningkatan pada tahun 2023 menjadi sebanyak 10.000. Hal ini menunjukkan bisnis *coffee shop* sedang menjadi *Trend* dan menjadi usaha yang sedang berkembang beberapa tahun ini di Indonesia.

Dengan maraknya bisnis *coffee shop* ini juga tidak terlepas dari tantangan tersendiri. Layaknya jenis UMKM lainnya, bisnis *coffee shop* tentu saja dihadapkan dengan persaingan dan kendala. Karena itulah pelaku bisnis *coffee shop* harus siap untuk bersaing dengan UMKM lainnya. Hal ini bertujuan untuk memungkinkan mereka menciptakan inovasi baru dan unik, serta diharapkan memiliki kinerja yang baik. Kinerja adalah indikator keberhasilan dalam mencapai tujuan suatu perusahaan. Kinerja adalah hasil kerja yang memiliki kaitan erat dengan tujuan strategis organisasi dan kepuasan pelanggan, serta berperan dalam berkontribusi terhadap perekonomian (Wulandari, 2019).

Secara umum, UMKM sering mengalami keterlambatan dalam pertumbuhan karena berbagai masalah konvensional yang belum terselesaikan, seperti kapasitas SDM, kepemilikan, pembiayaan, pemasaran, serta masalah lain yang terkait dengan pengelolaan usaha. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah strategis dalam meningkatkan kinerja pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (Muniroh, dalam Khoiri, 2023). Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan adalah dengan mendapatkan pemahaman lebih dalam tentang cara mengelola keuangan secara efektif. Penting sekali bagi para pelaku

ekonomi yang terlibat dalam UMKM untuk memiliki pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan (Ramdhani et al., 2022).

Menurut Dinas Koperasi usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah, (2023) salah satu cara untuk meningkatkan kinerja dan keberlangsungan UMKM adalah meningkatkan pengetahuan tentang literasi keuangan bagi para pelaku UMKM. Hal ini penting karena dapat mengurangi risiko bangkrut dan memastikan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan, (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan meliputi pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan yang mempengaruhi sikap dan perilaku, yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan serta pengelolaan keuangan guna mencapai kesejahteraan. Dengan definisi tersebut bahwa pengetahuan dan kemampuan literasi keuangan yang baik dapat menjadikan pengelolaan dan pengambilan keputusan finansial lebih akurat.

Literasi keuangan memberikan dampak banyak terhadap suatu usaha atau bisnis. Pelaku usaha yang memiliki literasi keuangan yang memadai memudahkan mereka mengidentifikasi dan menanggapi perubahan kondisi ekonomi, keuangan, dan bisnis yang terjadi. Akibatnya, setiap kebijakan yang diterapkan akan menghasilkan jalan keluar yang inovatif, akurat, dan terarah dalam meningkatkan kinerja serta keberlanjutan bisnis mereka (Pratiwi & Budhi, 2021). Hal tersebut menunjukkan literasi keuangan dianggap sebagai alat penting bagi keberhasilan bagi UMKM. Literasi keuangan tidak bisa dipisahkan dalam kinerja bisnis. Literasi keuangan menjadi informasi dan pengetahuan yang

menjadi dasar dalam pengelolaan keuangan untuk meningkat kinerja usaha agar tetap hidup dan berkembang di berbagai pangsa pasar (Indrayani, 2020).

Sudah saatnya UMKM memikirkan pengelolaan keuangan yang efektif, sebab semakin tinggi pemahaman pengetahuan keuangan akan berdampak pada tanggung jawab dan pengambilan keputusan dalam pengelolaan keuangan yang lebih baik. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan (Achirlita, 2021) yang menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara literasi keuangan terhadap kinerja usaha. Namun, hasil penelitian tersebut bertentangan dengan temuan Bahiu et al., (2021), yang menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak terdapat pengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan hal tersebut, maka variabel literasi menjadi penting untuk diteliti.

Selain pemahaman dan pengetahuan tentang literasi keuangan tentu saja perilaku kewirausahaan juga mempunyai peran dalam kinerja suatu perusahaan. Penelitian terdahulu yang dilakukan Aprilia (2019) menyatakan bahwa perilaku kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Penelitian serupa yang dilakukan oleh Gulo (2022) menunjukkan bahwa perilaku kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Wirausahawan adalah orang-orang yang berani mengambil risiko, kreatif, selalu inovatif, mempunyai kemampuan manajerial, mampu mengenali peluang, dan memanfaatkannya untuk memberi manfaat bagi diri sendiri dan orang lain. Menjadi wirausahawan artinya dia lah yang siap mendedikasikan dirinya untuk usahanya secara totalitas. Untuk menjadi wirausaha, seseorang harus mempunyai kepercayaan diri yang tinggi, kemandirian, optimisme, keinginan

yang kuat, berorientasi pada keuntungan atau hasil, ketekunan, tekad, kerja keras, motivasi yang tinggi, inisiatif yang kuat, berani mengambil risiko, ketertarikan pada tantangan, mempunyai kepemimpinan, tanggap terhadap saran dan kritik, Inovatif, kreatif, fleksibel, banyak akal, serba bisa, berorientasi masa depan, dan pantang menyerah. Oleh karena itu, kelangsungan hidup dalam pengelolaan perusahaan memerlukan para pelaku UMKM yang memiliki sikap atau perilaku kewirausahaan dalam dirinya untuk meningkatkan kinerja perusahaan. (Aprilia, 2019).

Konsep perilaku wirausaha yang dinyatakan Aprilia (2019) mengacu pada aktivitas wirausaha yang memperhatikan peluang (*oportunisme*), memperhatikan peningkatan nilai dalam lingkungan bisnis (orientasi nilai), bersedia mengambil risiko, dan kreatif. Konsep perilaku kewirausahaan di kalangan pelaku UMKM memiliki peran penting karena dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Peran setiap pengusaha dalam mempraktikkan perilaku kewirausahaan mempengaruhi kinerja perusahaan yang dijalankannya. Perilaku kewirausahaan diyakini dapat meningkatkan kinerja usaha yang lebih baik dan membuat bisnis lebih mudah dan efisien. (Gulo, 2022). Hal tersebut dikuatkan penelitian dari Puspita et al., (2024) yang menunjukkan bahwa perilaku kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

Di era digital keterkaitan UMKM dengan teknologi informasi berupa media sosial sudah sangat terjalin, dari berbagai *platform* media sosial memberikan banyak keuntungan bagi UMKM yang dapat beriklan di media sosial (Khatulistiwa, 2021). Kehadiran media sosial memainkan peran penting dalam

menciptakan hubungan antara pelaku usaha dan pelanggan. Media sosial memberi banyak kesempatan untuk pelanggan terlibat dan berinteraksi dengan pelaku usaha, sehingga pelanggan bisa mengakses informasi lebih cepat yang memungkinkan mereka untuk membangun hubungan yang baik dan bertahan lama. (Istanto et al., 2020). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kevin & Puspitowati (2020) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan media sosial terhadap kinerja UMKM. Sedangkan berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Achirlita, 2021) yang menunjukkan penggunaan media sosial tidak mempengaruhi kinerja UMKM.

Sama halnya dengan jenis UMKM lainnya *coffee shop* di Kota Tegal tidak terlepas dari permasalahan yang terjadi. Menurut Kepala Dinas Koperasi, UMKM, dan Perdagangan Kota Tegal dalam Brillianti (2020) hasil survei menunjukkan bahwa para pelaku UMKM di Kota Tegal belum memiliki kemampuan dan pengetahuan akan keuangan serta pencatatannya. Hal tersebut menunjukkan para pelaku UMKM *coffee shop* di Kota Tegal masih kesulitan dalam mengelola keuangan secara efektif dan efisien yang berakibat sulitnya perusahaan untuk berkembang. Persaingan usaha juga tak lepas dari bisnis *coffee shop*. Menjadi salah satu bisnis yang sedang menjadi *trend* berdampak pada kenaikan pertumbuhan *coffee shop* di Kota Tegal. Hasil observasi yang dilakukan Pratama (2022) menyebutkan setidaknya ada 20 *Coffee shop* di Tahun 2016 yang jumlahnya terus bertambah menjadi 35 *coffee shop* di Tahun 2019 yang tersebar di Kota Tegal pada Tahun 2019.

Tabel 1. 1 Perkembangan Jumlah Coffee Shop di Kota Tegal

Tahun	2020	2021	2022	2023
Jumlah	21	27	36	56

Sumber : Akun *instagram* @ngopiditegal (2024)

Dari data tersebut usaha *coffee shop* terus mengalami pertumbuhan. Pertumbuhan ini mengakibatkan terjadinya persaingan bisnis yang terjadi pada usaha *coffee shop* di Kota Tegal. Persaingan ini berdampak pada omset atau pendapatan penjualan mereka. Seringkali persaingan yang terjadi. Dalam menanggapi omset penjualan yang naik turun ini karena persaingan perlu adanya sikap perilaku kewirausahaan yang tepat dari para pelaku UMKM *coffee shop* di Kota Tegal. Banyak pelaku UMKM *coffee shop* juga menggunakan media sosial sebagai media promosinya, namun dalam penggunaannya para pelaku UMKM *coffee shop* di Kota Tegal masih kurang dalam berinteraksi dan melibatkan para pelanggan sehingga terjadi fenomena banyak orang mengunjungi *coffee shop* ketika sedang viral saja dan belum bisa mempertahankan pelanggan sebagai basis pelanggan tetapnya.

Berdasarkan fenomena permasalahan yang telah terjadi, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitiannya pada para *owner coffee shop* di Kota Tegal dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Kewirausahaan, dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja Umkm Cofffee shop di Kota Tegal”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan, perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh secara parsial terhadap kinerja UMKM *coffeeshop* di Kota Tegal?
2. Apakah perilaku kewirausahaan berpengaruh secara parsial terhadap kinerja UMKM *coffeeshop* di Kota Tegal?
3. Apakah penggunaan media sosial berpengaruh secara parsial terhadap kinerja UMKM *coffeeshop* di Kota Tegal?
4. Apakah literasi keuangan, perilaku kewirausahaan, dan penggunaan media sosial berpengaruh secara simultan terhadap kinerja UMKM *coffeeshop* di Kota Tegal?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk Mengetahui pengaruh secara parsial pada variabel literasi keuangan terhadap kinerja UMKM *coffeeshop* di Kota Tegal.
2. Untuk Mengetahui pengaruh secara parsial pada variabel perilaku kewirausahaan terhadap kinerja UMKM *coffeeshop* di Kota Tegal.
3. Untuk Mengetahui pengaruh secara parsial pada variabel penggunaan media sosial terhadap kinerja UMKM *coffeeshop* di Kota Tegal.



4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan pada literasi keuangan, perilaku kewirausahaan, dan penggunaan media sosial terhadap kinerja UMKM *coffeeshop* di Kota Tegal?

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### a. Manfaat Teoritis

1. Diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai pengaruh literasi keuangan, perilaku kewirausahaan, dan penggunaan media sosial terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Tegal.
2. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan memberikan kontribusi konseptual dalam pengembangan penelitian selanjutnya.

##### b. Manfaat Praktis

###### 1. Bagi penulis

Sebagai pembelajaran untuk meningkatkan kemampuan penulis dalam melakukan penelitian dan tambahan pengetahuan dan wawasan penulis mengenai literasi keuangan, perilaku wirausaha dan penggunaan media sosial terhadap kinerja UMKM *coffee shop*.

###### 2. Bagi UMKM *coffee shop* di Kota Tegal.

Sebagai bahan masukan atau informasi tambahan bagi bisnis atau organisasi serta pihak-pihak terkait, penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam menetapkan literasi keuangan dan perilaku

kewirausahaan serta memaksimalkan penggunaan media sosial untuk meningkatkan kinerja UMKM *coffee shop*.

### 3. Bagi Politeknik Harapan Bersama.

Penelitian ini dapat dapat berfungsi sebagai refensi sekaligus menambah literatur dalam bidang penelitian, khususnya ekonomi dan bisnis, terkait literasi keuangan, perilaku wirausaha dan penggunaan media sosial dalam mempengaruhi kinerja UMKM *coffee shop*.

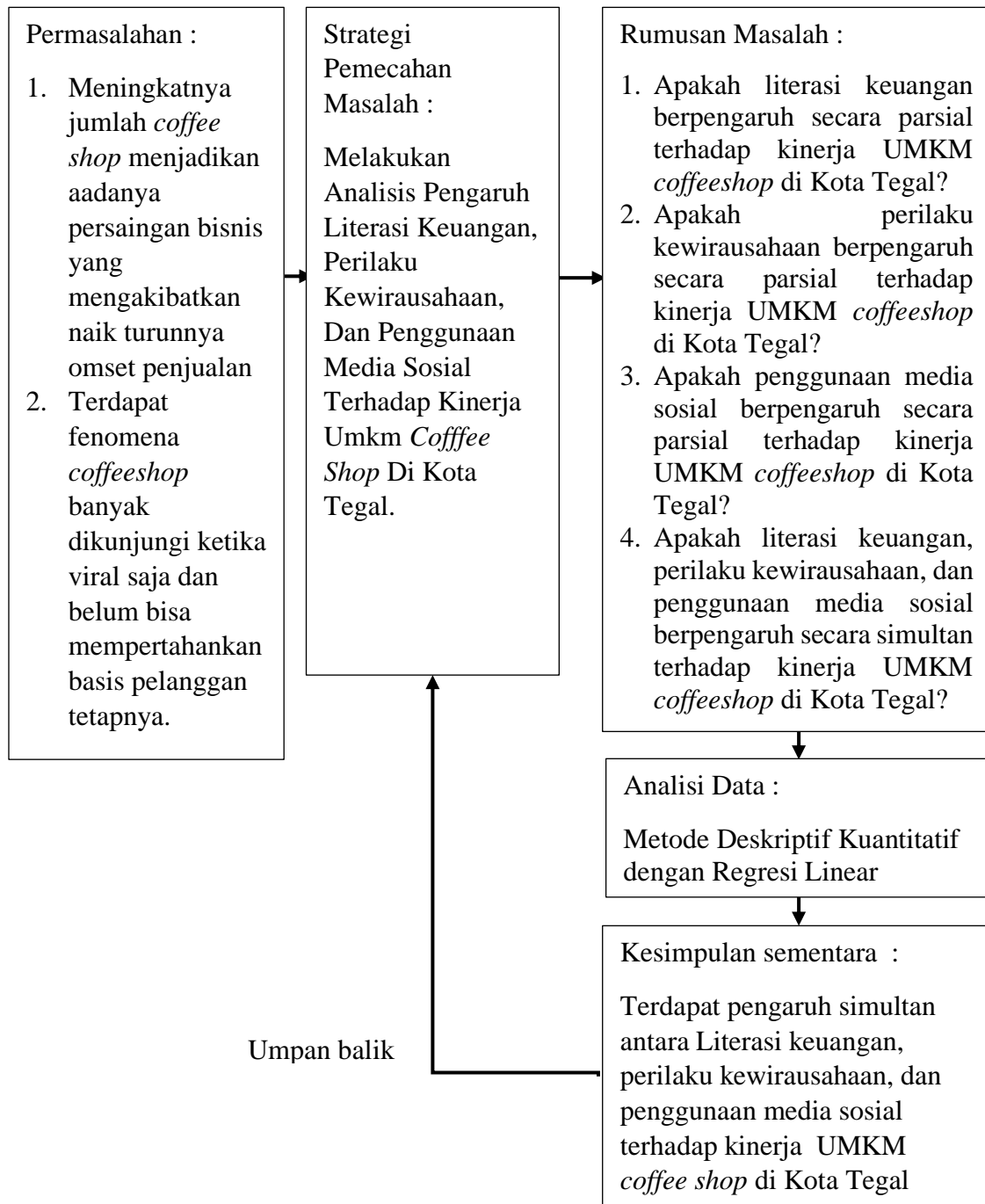
## 1.5 Batasan Masalah

Mengingat cakupan yang luas, dan waktu yang tersedia, serta keterbatasan penelitian, maka penelitian ini dibatasi pada pengaruh literasi keuangan, perilaku kewirausahaan, dan penggunaan media sosial sebagai variabel independen dan kinerja UMKM sebagai variabel dependen. Penelitian ini dilaksanakan pada (1) pelaku dan (2) pengelola UMKM *coffee shop* yang di Kota Tegal yang tercatat pada (3) komunitas yang membentuk media digital pada platform *Instagram* bernama *@ngopiditegal*. Pengumpulan data dilakukan dari bulan Januari hingga April 2024.

## 1.6 Kerangka Berpikir

Dalam penelitian yang dilakukan pada UMKM *coffee shop* di Kota Tegal, ditemukan bahwa terdapat persaingan bisnis yang mengakibatkan naik turunnya omset penjualan. Kurangnya interaksi dan keterlibatan para audiens dalam penggunaan media sosial juga belum memberikan dampak kelayakan para pelanggannya untuk menjadi basis pelanggan tetap di *coffee shop* mereka.

Untuk mengatasi pemecahan masalah ini perlu dilakukan analisis menggunakan faktor pengaruh dari literasi keuangan, perilaku kewirausahaan dan penggunaan media sosial yang bisa mempengaruhi kinerja perusahaan sehingga kerangka penelitian sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Berpikir

## 1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini, disusun sistematika penulisan yang mencakup dari awal hingga akhir penulisan tugas akhir ini. Hal ini bertujuan agar pembaca mudah memahami mengenai penelitian dari tugas akhir ini. sistematika penulisan tugas akhir ini sebagai berikut :

### 1. Bagian Awal

Bagian awal berisi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian Tugas Akhir (TA), halaman lembar pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah untuk kepentingan akademis, halaman persembahan, abstrak, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar simbol, dan daftar lampiran. Bagian awal ini berguna untuk memberikan kemudahan dalam mencari bagian-bagian penting.

### 2. Bagian Isi

#### BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini berisi antara lain latar belakang masalah terkait pengaruh literasi keuangan, perilaku kewirausahaan, dan penggunaan terhadap kinerja UMKM *coffee shop*, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, kerangka berpikir, dan sistematika penulisan.

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi tentang teori dasar yang memuat definisi dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), penjelasan dari kinerja UMKM, UMKM *coffee shop*, literasi keuangan, perilaku kewirausahaan, penggunaan media sosial, serta mencantumkan penelitian terdahulu yang menjadi landasan serta menyajikan hipotesis penelitian.

### BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang lokasi penelitian, waktu penelitian, jenis data, sumber data, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan metode analisis data.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang uraian gambaran umum objek penelitian, hasil analisis data dan pembahasan yang disajikan secara singkat dan jelas, serta dapat dibantu dengan tabel, gambar, dan grafik yang diberi penjelasan.

### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan berisi dari garis besar sebuah kesimpulan yang diambil dari inti penelitian dan hasil dari penelitian tersebut berupa informasi kuantitatif. Sedangkan saran berisi garis besar saran-saran atau masukan yang merupakan tindakan yang merupakan tindakan yang perlu diambil untuk langkah selanjutnya yang lebih baik dari pemecahan masalah.

## DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang daftar buku, *literature* yang berkaitan dengan penelitian.

### 3. Bagian Akhir

## LAMPIRAN

Lampiran berisi sebuah informasi tambahan yang mendukung kelengkapan laporan, antara lain tabel pernyataan kuisioner, tabel tabulasi data, tabel distribusi jawaban responden dan tabel hasil uji statistik.