

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Objek Penelitian

UMKM, singkatan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah jenis usaha yang lebih umum ditemukan dibandingkan dengan Usaha Besar (UB). UMKM telah diakui sebagai salah satu kontributor utama bagi perekonomian nasional Indonesia serta menjadi penopang pertumbuhan ekonomi di negara ini. UMKM dapat berupa badan usaha atau perseorangan yang dimiliki oleh individu maupun kelompok, dan keberadaannya telah diatur dalam peraturan perundang-undangan. Secara global, UMKM juga diakui memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi, baik di negara berkembang maupun negara maju.

Pada tahun 2022, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UMKM) mencatat jumlah UMKM Indonesia mencapai jumlah sebesar 8,71 juta unit. Jawa Barat menjadi provinsi dengan jumlah UMKM terbesar. Setelah itu terbanyak kedua yaitu Provinsi Jawa Tengah. Tingkat terbawah ditempati oleh Papua. Tabel 1.1 akan menggambarkan pertumbuhan UMKM di Provinsi Jawa Barat dari tahun 2019-2023.

Tabel 1.1. Pertumbuhan UMKM di Provinsi Jawa Barat 2019-2023

Tahun	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah(Unit)	5.549.429	5.892.792	6.257.390	6.644.548	7.055.660

Sumber: OpenDataJabar (2024)

Berdasarkan tabel 1.1 jumlah UMKM di Provinsi Jawa Barat mengalami pertumbuhan selama periode 2019-2023. UMKM di Jawa Barat yaitu sebesar 7.055.660 Unit. Dari total jumlah UMKM pada tahun 2023 tersebut, terbagi ke dalam Kota/Kabupaten di Provinsi Jawa Barat seperti tabel 1.2.

**Tabel 1.2 Jumlah UMKM Berdasarkan Kab/Kota
di Jawa Barat Tahun 2023**

Kota/Kabupaten	Jumlah(Unit)	Kota/Kabupaten	Jumlah(Unit)
Kabupaten Bogor	570.943	Kabupaten Karawang	355.623
Kabupaten Sukabumi	409.507	Kabupaten Bekasi	351.720
Kabupaten Cianjur	381.810	Kabupaten Bandung Barat	237.919
Kabupaten Bandung	537.801	Kabupaten Pangandaran	91.785
Kabupaten Garut	394.496	Kota Bogor	131.538
Kabupaten Tasikmalaya	286.300	Kota Sukabumi	60.865
Kabupaten Ciamis	212.697	Kota Bandung	523.584
Kabupaten Kuningan	144.445	Kota Cirebon	61.234
Kabupaten Cirebon	384.544	Kota Bekasi	309.116
Kabupaten Majalengka	238.762	Kota Depok	247.207
Kabupaten Sumedang	176.898	Kota Cimahi	86.635
Kabupaten Indramayu	290.833	Kota Tasikmalaya	138.703
Kabupaten Subang	258.457	Kota Banjar	39.422
Kabupaten Purwakarta	132.816	Total	7.055.660

Sumber: OpenDataJabar (2024)

Berdasarkan tabel 1.2 Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat dengan jumlah UMKM terbanyak yaitu Kabupaten Bogor dengan jumlah 570.043 unit. Kemudian Kabupaten/Kota dengan jumlah paling sedikit di Jawa Barat yaitu Kota Banjar.

1.2 Latar Belakang

UMKM memiliki peran yang sangat signifikan terhadap perkembangan indikator ekonomi indonesia. Sebanyak 99% dari semua bentuk usaha di Indonesia masuk dalam kategori UMKM. Kontribusi usaha ini terhadap Produk Domestik Bruto mencapai 60,5%, dan jumlah tenaga kerja yang terserap menyentuh 96,9% dari keseluruhan angkatan kerja nasional. Tidak hanya menyerap tenaga kerja, tetapi juga memiliki keunggulan kompetitif dalam pasar (KemenkopUMKM, 2024).

Berdasarkan data dari Kadin.id jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2023 mencapai sekitar 66 juta. Jumlah tersebut merupakan hasil dari peningkatan jumlah UMKM dari tahun-tahun sebelumnya. Tabel 1.3 di bawah ini menggambarkan perkembangan UMKM dari tahun 2018 sampai dengan 2023.

Tabel 1.3 Jumlah dan Pertumbuhan UMKM di Indonesia Tahun 2018-2023

Tahun	2018	2019	2020	2021	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64.19	65.47	64	65.46	66
Pertumbuhan%		1.98%	-2,24%	2.28%	1.52%

Sumber: Kadin.id (2024)

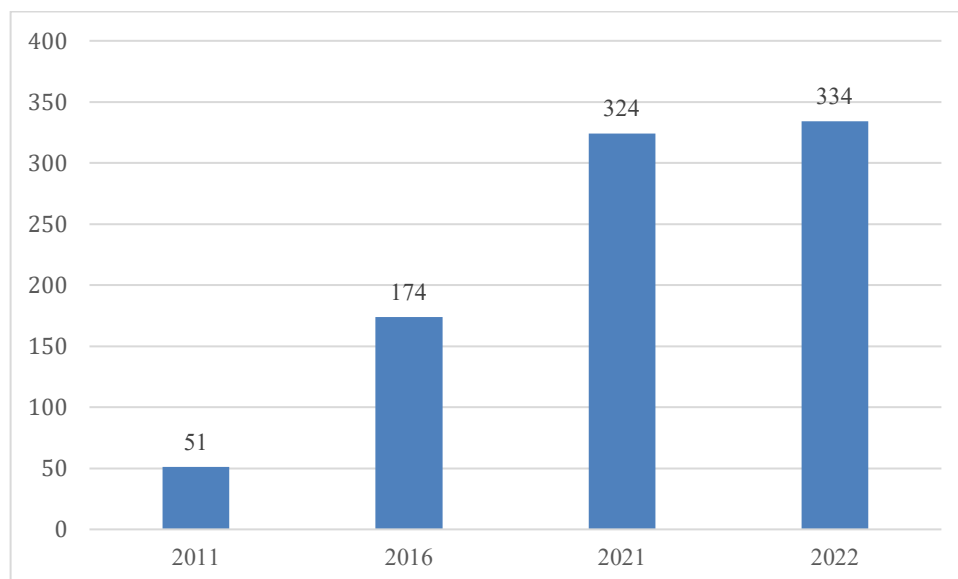
Berdasarkan tabel 1.3 UMKM mengalami fluktuasi pertumbuhan dari tahun 2018-2023. Meningkatnya jumlah pelaku UMKM di Indonesia mengakibatkan persaingan pasar yang semakin ketat. Dengan jumlah UMKM yang begitu besar, persaingan antara pelaku UMKM satu dengan yang lain terus meningkat. Perkembangan pesat UMKM di Indonesia memaksa para penggeraknya untuk melakukan inovasi terhadap usahanya guna tetap bersaing (Pusung et al., 2023).

Kontribusi UMKM terhadap perekonomian negara kita sangatlah penting. Namun, realitas di lapangan tidak seindah yang tercermin dalam data statistik. Banyak UMKM yang menghadapi berbagai tantangan dan hambatan. Pengusaha UMKM masih harus menangani berbagai masalah, baik yang berasal dari dalam maupun luar organisasi (Bank Indonesia & LPPI, 2015). Akibatnya, banyak UMKM yang tidak dapat berkembang dengan optimal atau bahkan mengalami kebangkrutan. Fakta menunjukkan bahwa kinerja UMKM di negara kita masih tertinggal jauh dibandingkan dengan perusahaan besar atau UMKM di negara-negara maju (Darnilawati, 2018).

Selama pandemi Covid-19, sektor UMKM mengalami stagnasi. Data BPS pada September 2020 menunjukkan hanya 45% pelaku UMKM yang mampu bertahan selama tiga bulan, sementara sisanya tidak mampu bertahan (Arianto, 2020). Lebih dari 40% UMKM di Indonesia masih menghadapi masalah dasar seperti pembiayaan, pemasaran, dan inovasi yang menghalangi mereka untuk mempercepat pertumbuhan bisnis secara signifikan. Akibatnya, strategi bisnis dan operasional hanya mengikuti arus yang ada, menyebabkan pertumbuhan ekonomi UMKM menjadi stagnan (Azzahra & Wibawa, 2021)

Wakil ketua Asosiasi *Fintech* Indonesia (AFTECH) turut menyampaikan bahwa “Selama masa pandemi Covid-19, telah terbukti bahwa *financial technology* memiliki potensi besar dalam mendukung upaya percepatan pemulihan ekonomi

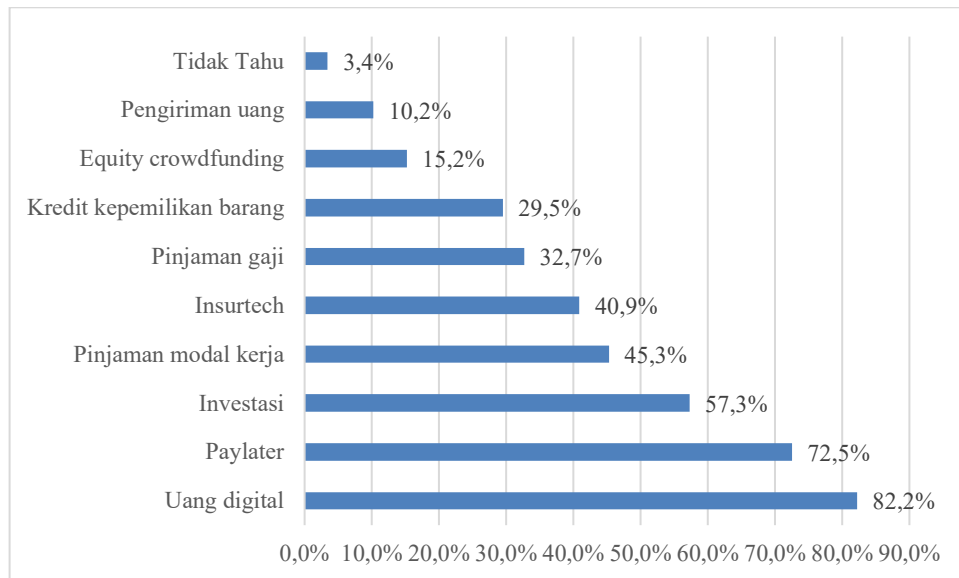
nasional (Nurhaliza, 2021). Selain memberikan akses pasar yang lebih luas kepada UMKM, kerjasama antara perusahaan *Fintech* dan pelaku UMKM akan memberikan mereka akses ke sumber pendanaan alternatif dan solusi keuangan lainnya yang mungkin tidak ditawarkan oleh bank. Selain itu, kolaborasi antara penyelenggara *Fintech* dengan pelaku UMKM dapat membantu peningkatan inklusi keuangan nasional melalui proses digitalisasi yang terdapat pada *Fintech*. Industri *Fintech* di Indonesia pun mengalami pertumbuhan pesat selama satu dekade terakhir, dengan jumlah pemain atau penyelenggara *Fintech* yang meningkat sebanyak 7 kali lebih besar dari hanya 51 pada tahun 2011 menjadi 334 pada tahun 2022 (Kumar et al., 2023). Hal tersebut dapat dilihat pada grafik di gambar 1.1.



Gambar 1.1 Pertumbuhan Industri *Fintech* di Indonesia

Sumber: Boston Consulting Group (2023)

Berdasarkan gambar 1.1. Jumlah industri *fintech* di Indonesia pada tahun 2022 yaitu 334 pemain *Fintech* di Indonesia terbagi menjadi 5 kategori *Fintech* yaitu 2% kategori *insurance*, 12% kategori *others*, 17% Kategori *wealth*, 33% kategori *payments* dan yang paling tinggi yaitu 35% kategori *lending*. Seiring dengan perkembangan *Fintech*, semakin banyak pula produk *Fintech* yang berada di pasaran. Gambar 1.2 akan menampilkan produk *Fintech* paling populer di Indonesia.

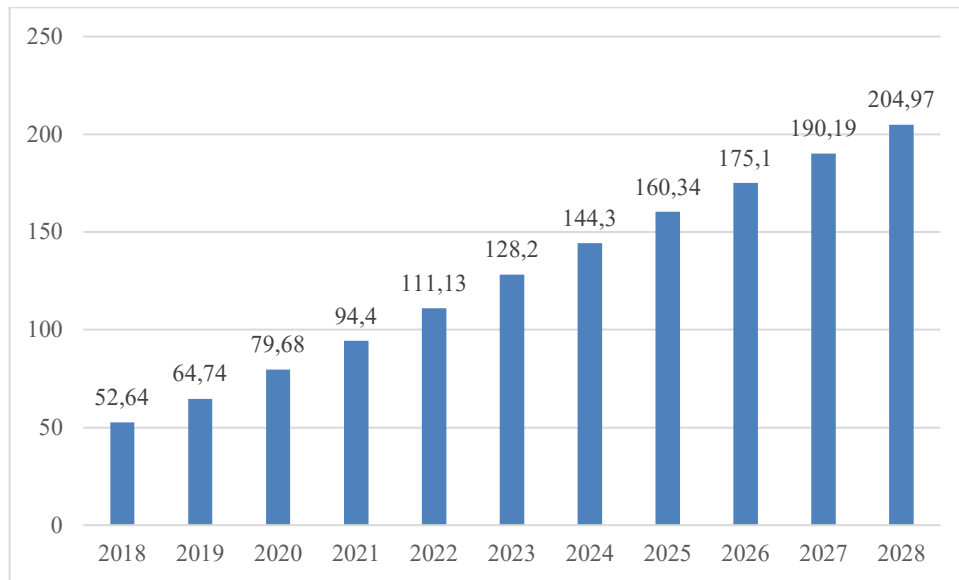


Gambar 1.2 Produk *Fintech* Terpopuler di Indonesia

Sumber : databoks.katadata.co.id (2023)

Berdasarkan gambar 1.2 Hasil survei *DailySocial* yang menunjukkan bahwa produk *Fintech* terpopuler di Indonesia adalah uang digital karena telah diketahui oleh 82,2% responden. Kemudahan proses pembayaran menggunakan uang digital membuat produk *Fintech payment* semakin diminati oleh berbagai kalangan Masyarakat. Berbagai penawaran yang diberikan seperti *voucher* diskon dan *cashback* menjadi daya tarik agar masyarakat semakin sering bertransaksi menggunakan dompet digital. Perkembangan bisnis yang pesat membutuhkan keberlangsungan hidup para pelaku UMKM yang sudah ada agar dapat bersaing dengan para pelaku UMKM yang akan datang. Dengan implementasi *Fintech* Hal ini diharapkan dapat membawa perubahan positif dalam pengembangan UMKM (Ramadan, 2021).

Selanjutnya, di Indonesia sendiri jumlah pengguna segmen pembayaran digital pasar *Fintech* terus meningkat antara dari tahun 2018 hingga 2024 sebanyak 91,64 Juta pengguna (Statista, 2024). Data peningkatan jumlah pengguna pembayaran digital di indonesia dapat dilihat pada gambar 1.3.



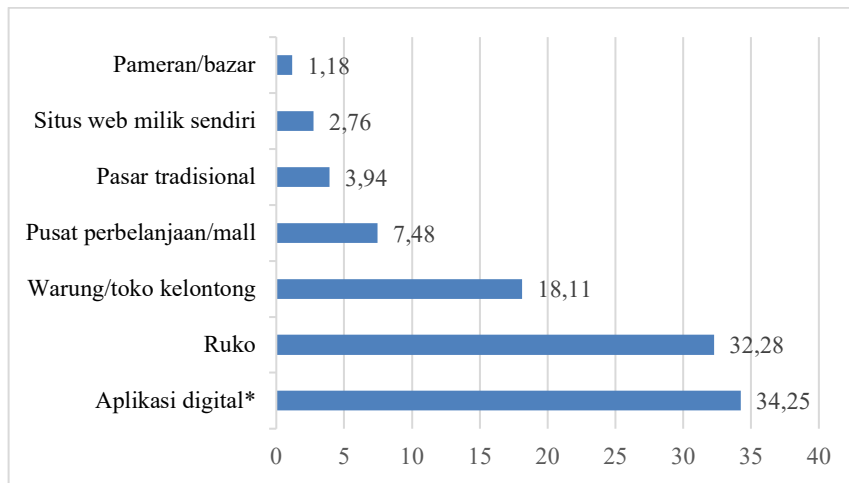
Gambar 1.3 Grafik Jumlah Pengguna Pembayaran Digital di Indonesia

Sumber: Statista (2024)

Berdasarkan gambar 1.3 pada tahun 2024 jumlah pengguna pembayaran digital di Indonesia yaitu sebanyak 144,3 juta, angka tersebut merupakan hasil dari peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan oleh pertumbuhan pengguna internet di Indonesia, hasil Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia diperkirakan akan mencapai 215.626.156 dari 275.773.901 penduduk Indonesia pada tahun 2023, atau 78,19% dari total populasi (APJII, 2023).

Perkembangan internet yang pesat kini dimanfaatkan oleh pelaku bisnis, yang kemudian berdampak pada meningkatnya penggunaan teknologi informasi dan mendorong transformasi teknologi di dunia usaha (Rachman & Hendayani, 2023). Kehadiran *e-commerce* dapat dijadikan peluang bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan dan memasarkan bisnisnya secara global. Secara bertahap UMKM akan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi yang berbasis perdagangan elektronik seperti *e-commerce*, hal ini bertujuan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dan mendapatkan akses secara global (Ahmadi et al., 2020).

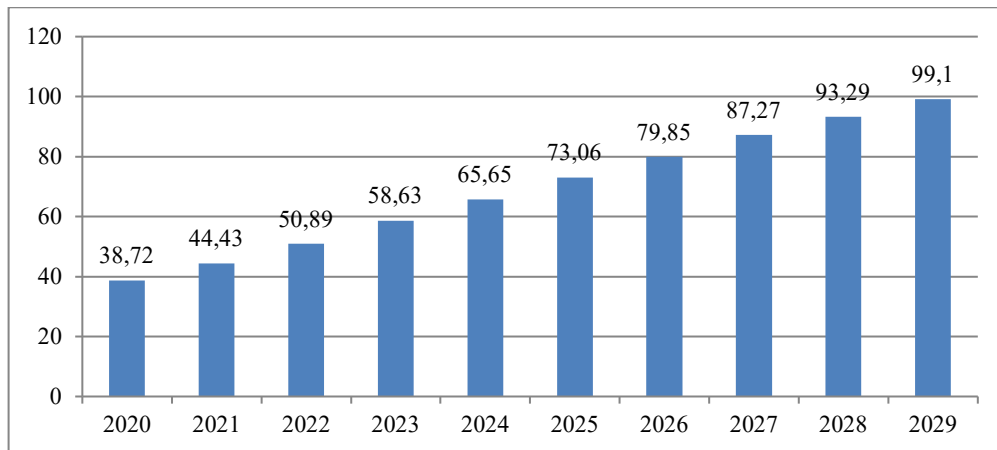
Gambar 1.4 menunjukkan “tempat utama” pelaku UMKM berjualan dalam satu tahun terakhir.



Gambar 1.4 Tempat utama berjualan dalam 1 tahun terakhir (%)

Sumber: INDEF (2024)

Berdasarkan gambar 1.4 hampir sepertiga (34,25 persen) UMKM menggunakan aplikasi digital seperti aplikasi *e-commerce* dan media sosial sebagai tempat utama untuk mereka berjualan. E-commerce memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka, tidak hanya secara lokal tetapi juga nasional bahkan internasional. Dengan memanfaatkan platform digital, UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa batasan geografis (Rahayu & Huda, 2023). Gambar 1.5 akan menunjukkan jumlah pengguna *e-commerce* di indonesia setiap tahun.



Gambar 1.5 Jumlah Pengguna *e-commerce* di Indonesia

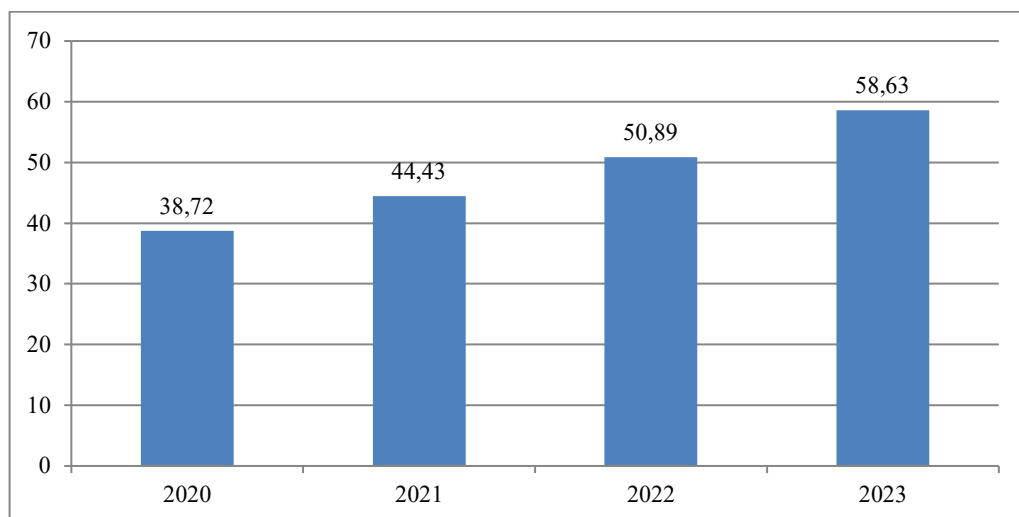
Sumber: Statista (2024)

Berdasarkan gambar 1.5 Jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia menunjukkan tren peningkatan dan diperkirakan akan terus berlanjut hingga tahun 2029, dengan proyeksi mencapai 99,1 juta pengguna. Sejak Mei 2020 hingga Juni 2021 jumlah pelaku UMKM di Indonesia yang mulai bergabung di *e-commerce* bertambah sebanyak 6,5 Juta Unit (Purnama et al., 2021). Kehadiran *e-commerce* membantu para konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya, konsumen dapat berbelanja secara *online* hal ini dinilai lebih praktis dan efisien dibandingkan ketika mendatangi tempat pembelanjaan secara langsung. Selain itu juga konsumen menjadi lebih mudah mendapatkan informasi terkait dengan produk yang dibutuhkannya dan juga dapat melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja (Amalina et al., 2022). Bagi pelaku UMKM kehadiran *e-commerce* membantu mengurangi biaya operasional seperti biaya sewa toko, etalase produk, strategi pemasaran serta logistik (Gustina et al., 2022).

Memiliki literasi keuangan yang kuat sangat penting bagi setiap individu untuk mencegah berbagai tantangan keuangan. Tantangan-tantangan ini tidak hanya berasal dari rendahnya pendapatan, tetapi juga dapat disebabkan oleh kesalahan dalam pengelolaan keuangan, seperti penggunaan kredit yang tidak tepat, tidak adanya rencana keuangan, atau tabungan yang tidak memadai. Dengan

memiliki literasi keuangan, seseorang akan lebih memahami kondisi keuangan saat ini dan dapat memanfaatkannya untuk mencapai stabilitas keuangan dalam hidup (Elena & Cholid, 2023).

Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022, indeks literasi keuangan penduduk Indonesia tercatat sebesar 49,68 persen (OJK, 2022). Gambaran rinci mengenai tingkat literasi keuangan di Indonesia disajikan pada Gambar 1.6.



Gambar 1.6 Tingkat Literasi keuangan Masyarakat Indonesia

Sumber: OJK (2022)

Berdasarkan gambar 1.6 Indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia pada tahun 2020 hanya 38,72%, namun seiring berjalannya waktu angka ini meningkat menjadi 58,63% pada tahun 2023. Berdasarkan hasil survei, hanya 51% manajer keuangan UMKM yang mencatat keuangan, dan hanya 15,5% yang membuat laporan yang memenuhi persyaratan kreditur. Tantangan ini berasal dari pengalaman yang terbatas dalam pembukuan dan kurangnya pemahaman mengenai jenis laporan yang diharapkan kreditur. Akibatnya, sebagian kecil UMKM kesulitan menghasilkan laporan yang memuaskan. Selain itu, banyak UMKM yang memiliki sifat-sifat seperti penghindaran risiko, literasi keuangan yang rendah, dan akses yang terbatas ke lembaga keuangan, yang membuat mereka sulit atau bahkan tidak mungkin mendapatkan pendanaan dari kreditur atau investor (Mulyanti & Nurhayati, 2022)

Pemanfaatan *fintech* memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM dan berkontribusi secara efektif terhadap pertumbuhan keuangan secara keseluruhan (Astari & Candraningrat, 2022). *Fintech* telah meningkatkan akses terhadap layanan keuangan bagi UMKM, memungkinkan mendapatkan modal yang lebih mudah dan pengelolaan transaksi keuangan yang lebih efisien. Penelitian yang dilakukan oleh Astari & Candraningrat (2022) menunjukkan bahwa *fintech* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM.

Selanjutnya, adopsi *e-commerce* membantu UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan pendapatan, dan memperkuat promosi produk lokal melalui situs *web*. Hal ini memungkinkan jangkauan pelanggan yang lebih luas, layanan yang lebih responsif, serta meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, *e-commerce* mendorong kesadaran terhadap persaingan pasar dan inovasi produk, yang berkontribusi pada peningkatan kualitas usaha (Hanny et al., 2020). Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Khaira & Jalalluddin (2021) menemukan bahwa *e-commerce* memberikan dampak positif terhadap kinerja UMKM. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Subagio & Saraswati (2021) yang menemukan bahwa *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Entrepreneurial Skills adalah kemampuan praktis yang diperlukan untuk menjalankan bisnis dengan efektif dan efisien (Tyas, 2019). Kekurangan dalam keterampilan kewirausahaan dapat membuat seorang pengusaha sulit untuk mengelola usahanya dengan baik akibat kurangnya kapabilitas dan pengetahuan yang memadai yang dapat berdampak buruk pada kinerja bisnisnya (Tehseen & Ramayah, 2015). Salah satu manfaat utama dari *Entrepreneurial Skills* di era digital adalah kemampuan untuk memanfaatkan teknologi dan internet untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam bisnis. Penelitian sebelumnya oleh Soomro et al. (2024) menemukan bahwa *Entrepreneurial Skills* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Meningkatkan literasi keuangan sangat penting dalam mengatasi kesulitan keuangan yang dihadapi oleh UMKM, karena hal ini membekali para pelaku UMKM dengan kemampuan untuk mengelola keuangan mereka secara efisien dan

mengambil keputusan yang tepat dengan menggunakan data keuangan yang akurat (Akhmad *et al.*, 2021). Literasi keuangan memainkan peran penting dalam memberdayakan dan mengedukasi pelaku UMKM dengan membekali mereka dengan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengevaluasi produk dan layanan keuangan serta membuat pilihan keuangan yang tepat (Saputro *et al.*, 2022). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki dampak yang signifikan dan positif terhadap kinerja UMKM (Rahadjeng *et al.*, 2023).

Setelah melihat pertumbuhan pengguna *financial technology* dan *e-commerce* di Indonesia yang sangat pesat, namun permasalahan yang dihadapi oleh UMKM masih terus terjadi yaitu dalam artikel CNBC Indonesia, disebutkan bahwa indeks kinerja UMKM pada semester I 2024 tercatat sebesar 139,6, menurun dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya yang mencapai 142,1. Penurunan ini mencerminkan perlambatan kinerja UMKM (Rachman, 2024). Laporan dari OJK menunjukkan bahwa rasio kredit bermasalah untuk UMKM meningkat dari 3,71% pada semester I 2023 menjadi 4,04% pada semester I 2024. Peningkatan rasio kredit bermasalah atau *non performing loan* (NPL) ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan UMKM masih menghadapi tantangan yang signifikan (OJK, 2024).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penting dilakukan penelitian ini karena terdapat *gap* yaitu dengan terus berkembangnya *financial technology* dan *e-commerce* dan sudah banyak UMKM yang mengadopsi teknologi tersebut, akan tetapi permasalahan kinerja keuangan UMKM masih sangat signifikan berdasarkan data dari OJK. Selanjutnya, masih ada kekurangan penelitian yang mendalam yang mengaitkan ketiga variabel independen serta variabel mediasi terhadap kinerja keuangan UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan ini dan memberikan wawasan yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan UMKM di Jawa Barat. Oleh karena itu, beberapa aspek ini menjadi menarik untuk peneliti, menginvestigasi pengaruh dan hubungan yang ditimbulkan oleh *financial technology*, *e-commerce*, dan *entrepreneurial skills* terhadap kinerja keuangan UMKM menjadi landasan utama dalam

melaksanakan studi yang berjudul “**Pengaruh *Financial Technology*, *E-Commerce Adoption*, dan *Entrepreneurial Skills* Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Dengan *Financial Literacy* dan *Trust* Sebagai Variabel Mediasi Pada UMKM di Jawa Barat**”

1.3 Rumusan Masalah

UMKM memegang peran strategis dalam perekonomian Indonesia, terutama sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal dan nasional. Namun, tantangan yang dihadapi UMKM sangat kompleks, seperti keterbatasan akses pembiayaan, kurangnya literasi keuangan, keterampilan kewirausahaan yang belum optimal, serta rendahnya tingkat adopsi teknologi digital, termasuk *financial technology* (*Fintech*) dan *e-commerce*. Kondisi ini sering kali menghambat daya saing UMKM di tengah ketatnya persaingan pasar.

Di era digital, *Fintech* dan *e-commerce* muncul sebagai solusi inovatif untuk mengatasi tantangan yang dihadapi UMKM. *Fintech* memudahkan UMKM untuk mengakses pembiayaan dan mengelola transaksi secara lebih efisien, sementara *e-commerce* membantu pelaku usaha memperluas pasar hingga ke skala global. Meski begitu, adopsi teknologi ini tidak serta-merta memberikan dampak positif. Banyak UMKM yang masih ragu menggunakan *Fintech* akibat rendahnya literasi keuangan dan kurangnya kepercayaan terhadap teknologi. Begitu pula dengan *e-commerce*, yang efektivitasnya bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam mengembangkan keterampilan kewirausahaan dan membangun kepercayaan konsumen.

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji pengaruh *Fintech*, *e-commerce*, dan *entrepreneurial skills* terhadap kinerja UMKM, sebagian besar studi belum mengintegrasikan ketiga variabel independen tersebut secara bersamaan dalam satu model untuk memahami dampaknya terhadap kinerja keuangan UMKM. Hal ini menimbulkan kesenjangan pengetahuan, terutama dalam memahami mekanisme yang mempengaruhi kinerja UMKM di Jawa Barat sebagai salah satu wilayah dengan populasi UMKM terbesar di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menggali secara mendalam pengaruh *financial technology*, *e-commerce*, dan *entrepreneurial skills* terhadap kinerja keuangan

UMKM, dengan *financial literacy* dan *trust* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan berikut:

Berdasarkan rumusan masalah di atas, didapatkan pertanyaan penelitian yaitu untuk mengetahui:

1. Bagaimana pengaruh *financial technology* terhadap kinerja keuangan UMKM di Jawa Barat?
2. Bagaimana pengaruh *e-commerce adoption* terhadap kinerja keuangan UMKM di Jawa Barat?
3. Bagaimana pengaruh *entrepreneurial skills* terhadap kinerja keuangan UMKM di Jawa Barat?
4. Bagaimana pengaruh *financial technology* yang dimediasi oleh *financial literacy* memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM di Jawa Barat ?
5. Bagaimana pengaruh *e-commerce adoption* yang dimediasi oleh *financial literacy* memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM di Jawa Barat ?
6. Bagaimana pengaruh *entrepreneurial skills* yang dimediasi oleh *financial literacy* memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM di Jawa Barat?
7. Bagaimana pengaruh *financial technology* yang dimediasi oleh *trust* memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM di Jawa Barat?
8. Bagaimana pengaruh *e-commerce adoption* yang dimediasi oleh *trust* memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM di Jawa Barat?
9. Bagaimana pengaruh *entrepreneurial skills* yang dimediasi oleh *trust* memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM di Jawa Barat?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, didapatkan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Pengaruh *financial technology* terhadap kinerja keuangan UMKM di Jawa Barat.

2. Pengaruh *e-commerce adoption* terhadap kinerja keuangan UMKM di Jawa Barat.
3. Pengaruh *entrepreneurial skills* terhadap kinerja keuangan UMKM di Jawa Barat.
4. Pengaruh *financial technology* yang dimediasi oleh *financial literacy* terhadap kinerja keuangan UMKM di Jawa Barat.
5. Pengaruh *e-commerce adoption* yang dimediasi oleh *financial literacy* terhadap kinerja keuangan UMKM di Jawa Barat.
6. Pengaruh *entrepreneurial skills* yang dimediasi oleh *financial literacy* terhadap kinerja keuangan UMKM di Jawa Barat.
7. Pengaruh *financial technology* yang dimediasi oleh *trust* terhadap kinerja keuangan UMKM di Jawa Barat.
8. Pengaruh *e-commerce adoption* yang dimediasi oleh *trust* terhadap kinerja keuangan UMKM di Jawa Barat.
9. Pengaruh *entrepreneurial skills* yang dimediasi oleh *trust* terhadap kinerja keuangan UMKM di Jawa Barat.

1.5 Manfaat Penelitian

Diharapkan bahwa penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Berikut adalah beberapa contoh keuntungan yang diharapkan:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat, kontribusi, dan wawasan yang signifikan mengenai pengaruh dari *Fintech*, *e-commerce adoption*, *entrepreneurial skills*, *financial literacy*, *trust* terhadap kinerja keuangan UMKM. Selain itu, hasil penelitian ini akan menjadi landasan bagi penelitian lebih lanjut terkait topik ini.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk mengevaluasi *financial technology*, *e-commerce adoption*, *entrepreneurial skills*, *financial literacy* dan *trust* berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM yang dimiliki. Diharapkan

UMKM juga dapat meraih pengetahuan dan manfaat yang berguna untuk meningkatkan kinerja keuangan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Dalam penyusunan karya akhir ini, penulis telah memasukkan struktur penulisan beserta deskripsi yang menjelaskan isi setiap bab dalam penelitian ini. Sistematika penulisan dapat dijabarkan secara ringkas sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Ini berfungsi sebagai gambaran dan memberikan informasi yang singkat tetapi tepat untuk menjelaskan topik penelitian. Ini mencakup berbagai topik, seperti penjelasan tentang objek penelitian, background penelitian, metode untuk menciptakan masalah, tujuan penelitian, keuntungan dari penelitian, dan akhir dari struktur penulisan proyek.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini mencakup sintesis teori mulai dari yang bersifat umum hingga spesifik, termasuk tinjauan literatur sebelumnya. Tambahan lagi, bagian ini melanjutkan dengan menjelaskan secara detail kerangka pemikiran penelitian dan, bila perlu, hipotesis penelitian juga disajikan dalam bagian ini.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini menyoroti pendekatan strategis, teknik, dan metode yang diterapkan dalam proses pengumpulan dan analisis data untuk menjawab pertanyaan penelitian. Jenis penelitian, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data akan dibahas dalam Bab III.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan deskripsi yang terorganisir tentang temuan penelitian dan interpretasinya, dengan mempertimbangkan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Bab IV akan dibagi menjadi dua bagian: tinjauan umum dari temuan penelitian di bagian pertama dan diskusi dan analisis temuan oleh penulis di bagian kedua. Setiap tahap analisis dimulai dengan evaluasi data dan berkembang menjadi interpretasi dan kesimpulan. Dalam konteks pembahasan, perbandingan hasil

dengan studi sebelumnya atau kerangka teoritis yang relevan merupakan hal yang penting untuk dipertimbangkan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil akhir merupakan hasil dari usaha menjawab pertanyaan penelitian, yang kemudian dipresentasikan sebagai rekomendasi yang berkaitan dengan kegunaan temuan penelitian.