

The Effect of Business Capital, Financial Literacy and Social Media Usage on The Business Performance of Micro, Small and Medium Enterprises (Case Study of MSME Actors in the Culinary Sector in Jambi City)

Jihan Fadhilah^{1*}, Enggar Diah Puspa Arum², Wiralestari³
Jambi University

Corresponding Author: Jihan Fadhilah jihanfadhilah101101@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Business Capital, Financial Literacy, Social Media Usage, Business Performance

Received : 5 January

Revised : 13 January

Accepted: 25 February

©2024 Fadhilah, Arum, Wiralestari:

This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

The aim of the study is to evaluate and analyze the effect of business capital, financial literacy and social media usage on the performance of micro, small and medium enterprises culinary sector in Jambi City. Primary data collection in this quantitative research was carried out through distributing questionnaires. The sampling technique uses Stratified Random Sampling with the Proportional Stratified Sampling method. The population and sample in this study amounted to 100 respondents who were MSME actors in the culinary sector in Jambi City. The data analysis method uses PLS with the SmartPLS 3.0 software. The findings in this research are that business capital and business performance are not correlated. Meanwhile, the variables financial literacy and social media usage have a correlation with business performance

Pengaruh Modal Usaha, *Financial Literacy* dan Pemanfaatan *Social Media* Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Studi Kasus pada Pelaku UMKM Sektor Kuliner di Kota Jambi)

Jihan Fadhilah^{1*}, Enggar Diah Puspa Arum², Wiralestari³

Universitas Jambi

Corresponding Author: Jihan Fadhilah jihanfadhilah101101@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Modal Usaha, *Financial Literacy*, Pemanfaatan *Social Media*, Kinerja Usaha

Received : 5 January

Revised : 13 January

Accepted: 25 February

©2024 Fadhilah, Arum, Wiralestari:

This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengevaluasi dan menganalisis pengaruh modal usaha, *financial literacy* dan pemanfaatan *social media* terhadap kinerja usaha mikro, kecil dan menengah sektor kuliner di Kota Jambi. Pengumpulan data primer pada penelitian kuantitatif ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Stratified Random Sampling* dengan metode *Proportional Stratified Sampling*. Populasi dan sampel pada penelitian ini terdiri dari 100 responden yang merupakan pelaku UMKM sektor kuliner yang ada di Kota Jambi. Metode analisis data menggunakan PLS dengan software SmartPLS 3.0. Temuan dalam penelitian ini yaitu modal usaha dan kinerja usaha tidak berkorelasi. Sedangkan variabel *financial literacy* dan pemanfaatan *social media* mempunyai korelasi terhadap kinerja usaha

PENDAHULUAN

Ekspansi ekonomi menjadi salah satu perihal yang fundamental bagi sebuah negara. Terdapat banyak variabel yang bisa mempengaruhi ekspansi ekonomi, salah satunya adalah pengaruh menjamurnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang mencakup seluruh sektor, baik industri tradisional maupun modern. Kontribusi besar yang diberikan oleh UMKM mampu menciptakan peningkatan ekonomi sebuah negara dan perekonomian daerah. Akan tetapi kesuksesan UMKM dalam menopang perekonomian negara ini tidak dapat dipisahkan dari berbagai permasalahan kompleks yang dihadapi, baik dari eksternal maupun internal.

UMKM menghadapi banyak kendala dan hambatan yang lazim terjadi sepanjang perkembangannya, dan sebagian di antaranya masih belum terselesaikan secara tuntas. Berbagai faktor memaksa banyak UMKM untuk berhenti beroperasi, mencakup masalah daya serap sumber daya manusia, kepemilikan, pembiayaan, dan pemasaran yang semuanya terkait erat dengan tantangan dalam pengurusan bisnis (Idawati & Pratama, 2020). Hal ini juga tercermin pada kinerja UMKM yang kerap mendapati kendala baik yang terkait kesanggupan dalam mempertahankan usaha, perluasan dan kemajuan operasional. Kendala tersebut disebabkan antara lain oleh mencakup mengenai kemahiran SDM, kepemilikan produk, pendanaan, pemasaran yang menghambat kemampuan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk menyaingi perusahaan yang lebih besar (Zhafira et al., 2022).

Berdasarkan data oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, Provinsi Jambi dihuni oleh 80.003 UMKM. Data tersebut menunjukkan UMKM di dominasi oleh Kota Jambi yang merupakan jumlah penyebaran terbanyak di Provinsi Jambi sebanyak 50.747 pelaku UMKM. Perkembangan UMKM di Kota Jambi yang tersebar di 11 kecamatan juga mengalami peningkatan setiap tahunnya. Kecamatan dengan peningkatan jumlah UMKM yang paling tinggi adalah Kecamatan Pasar Jambi yang mengalami peningkatan dari tahun 2021 hingga tahun 2022. Pada tahun 2021 terdapat 1.434 UMKM dan pada tahun 2022 meningkat sebesar 85,7% menjadi 2.663 UMKM. Kecamatan yang menduduki peringkat kedua dan ketiga dengan persentase pertumbuhan tertinggi adalah Kecamatan Kota Baru sebesar 27,8% dan Kecamatan Jambi Selatan sebesar 9,7%.

Bidang usaha yang paling banyak mendominasi di Kota Jambi adalah usaha di bidang kuliner. Jumlah UMKM kuliner di Kota Jambi pada tahun 2021 adalah sebanyak 18.587 UMKM dan angka tersebut meningkat pada tahun 2022 menjadi 21.186 UMKM. Hal ini menunjukkan hampir sebesar 41,74% jenis usaha yang digeluti masyarakat di Kota Jambi adalah usaha yang berfokus pada sektor kuliner makanan dan minuman. Sektor UMKM kuliner yang saat ini terus berkembang pesat baik ditingkat kecil maupun besar menjadi fokus dalam penelitian ini.

Guna terus meningkatkan jumlah UMKM di Kota Jambi khususnya pada bidang kuliner, diperlukan adanya sebuah inisiatif yang strategis untuk mendorong peningkatan UMKM, khususnya di industri kuliner. Peningkatan jumlah UMKM ini juga harus disertai dengan langkah-langkah yang dapat

mendukung kinerja usaha seperti penggunaan modal usaha, pemahaman terkait *financial literacy* dan pemanfaatan *social media*.

Dari banyaknya UMKM kuliner yang tersebar dan terus mengalami peningkatan di Kota Jambi, masih banyak yang menemui berbagai hambatan dalam perkembangannya yang menyebabkan pelaku usaha tidak dapat bertahan dan kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Seksi Penguatan Pemasaran dan Produktivitas Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM, Afrizal mengungkapkan bahwa tidak sedikit UMKM kuliner di Kota Jambi yang sulit bertahan dan mati dikarenakan pelaku UMKM kuliner terhambat oleh beberapa alasan yaitu, masalah permodalan, rendahnya kemampuan pengelolaan keuangan dan belum beralih ke penjualan secara online.

Keterbatasan dana yang dimiliki oleh pelaku usaha yang terutama digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari menimbulkan permasalahan permodalan bagi UMKM kuliner di Kota Jambi. Hal ini menyulitkan para pelaku usaha ini untuk memperoleh bahan baku produksi dan memperoleh kebutuhan bisnis. Secara umum, sebagian besar modal yang dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM kuliner di Kota Jambi relatif terbatas pada modal pribadi; Akibatnya, hal ini akan berdampak pada ekspansi bisnis.

Selain masalah permodalan, tantangan signifikan yang dihadapi UMKM Kuliner di Kota Jambi adalah masih banyak UMKM kuliner yang tidak melakukan pengelolaan keuangan dan belum melakukan digitalisasi pemasaran secara online pada usahanya. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari survei dan wawancara yang dilakukan pada pelaku UMKM, ditemukan masih banyak UMKM Kuliner di Kota Jambi yang belum mempunyai pemahaman yang baik terkait dengan *financial literacy* dan belum memanfaatkan *social media* untuk meningkatkan kinerja usahanya. Hal ini menunjukkan bahwa masih rendahnya tingkat *financial literacy* dan pemanfaatan *social media* pada UMKM Kuliner di Kota Jambi.

Penelitian oleh (Azhari Hutabarat et al., 2022) yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa modal usaha mempunyai dampak yang signifikan pada peningkatan kinerja UMKM. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sanistasya et al., 2019) ditemukan bahwa *financial literacy* memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM, sedangkan (Fitria et al., 2019) memperoleh hasil yang bertentangan bahwa *financial literacy* tidak mempunyai pengaruh terhadap kinerja UMKM. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ferdiansyah & Bukhari, 2021) menekankan bahwa pemanfaatan *social media* mempengaruhi secara positif pada kinerja UMKM.

Berdasarkan permasalahan dan perbedaan hasil penelitian terdahulu dalam meneliti variabel-variabel sebelumnya, peneliti tertarik untuk mengkaji kembali untuk mengevaluasi kembali dan menganalisis bagaimana pengaruh modal usaha, *financial literacy* dan pemanfaatan *social media* terhadap kinerja usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sektor kuliner di Kota Jambi. Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah dapat memberikan wawasan dan masukan bagi pemerintah daerah khususnya instansi terkait dan pelaku UMKM sektor kuliner di Kota Jambi untuk dapat meningkatkan kinerja usahanya.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori *Resources Based View* (RBV)

Menurut (Lorensa & Hidayah, 2022) Menurut teori *Resource Based View* (RBV), keberlangsungan perusahaan bergantung pada aset berwujud dan aset halusnya. Menurut teori ini, sumber daya menjadi penting karena pada hakikatnya kinerja suatu perusahaan dapat dievaluasi dalam kaitannya dengan sumber daya yang dimilikinya. Pemanfaatan sumber daya yang efektif dan efisien juga memerlukan adaptasi terhadap kondisi internal dan eksternal dalam perusahaan; oleh karena itu, pengetahuan tentang kekuatan dan kelemahan perusahaan sangatlah penting.

UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah entitas otonom yang menghasilkan keuntungan dan dioperasikan oleh individu atau badan usaha di seluruh bidang ekonomi (Aryansyah et al., 2020). Pengertian UMKM di Indonesia disajikan dalam Undang-Undang (UU) no. 20 Tahun 2008. Undang-undang ini memberikan definisi UMKM sebagai berikut: "Sebuah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu." (Pemerintah Indonesia, 2008)

Kinerja Usaha

Kinerja dapat dikonseptualisasikan sebagai hasil usaha dan pencapaian individu dalam suatu perusahaan selama jangka waktu tertentu. Hal ini bergantung pada metrik perusahaan tertentu atau standar nilai yang mengatur pekerjaan karyawan. Dalam konteks ini, kinerja mengacu pada pencapaian yang dicapai individu atau perusahaan dalam mencapai tujuan tertentu. Kinerja dapat didefinisikan sebagai sejauh mana suatu perusahaan mencapai tujuan yang telah ditentukan dan strategis melalui perilaku yang diantisipasi (Siswanti, 2020).

Modal Usaha

Kumpulan uang atau barang dagangan yang menjadi landasan untuk melakukan kerja disebut modal (Ferdiansyah & Bukhari, 2021). Pertimbangan utama ketika meluncurkan suatu bisnis adalah modal. Sebagaimana sebuah bangunan memerlukan landasan sebelum dapat diselesaikan, modal juga menjadi landasan dalam mendirikan suatu usaha yang akan dibangun.

Financial Literacy

Financial literacy berkaitan dengan pemahaman individu tentang uang dan produk keuangan, yang memberdayakan mereka untuk menerapkan kebijaksanaan dalam hal-hal yang terkait dengan pengelolaan keuangan pribadi mereka. Perolehan keterampilan *financial literacy* memberdayakan individu untuk membuat keputusan yang tepat mengenai keuangan mereka, sehingga mengurangi kemungkinan pilihan yang salah dalam bidang ini. Tingkat keahlian keuangan yang lebih tinggi akan menghasilkan manajemen bisnis yang lebih efektif (Idawati & Pratama, 2020).

Social Media

Social media dapat diartikan sebagai suatu wadah dan sarana komunikasi bagi konsumen maupun perusahaan guna bertukar suatu informasi dan opini terkait pemasaran dan penggunaan suatu produk atau jasa (Sulistiyo & Fitriana, 2020). Perusahaan telah mengadopsi *social media* sebagai alat inovatif untuk berinteraksi dengan calon pelanggan, memfasilitasi distribusi informasi, meningkatkan keunggulan kompetitif mereka, dan mempertahankan hubungan positif dengan beragam pemangku kepentingan (Kevin & Puspitowati, 2020).

Hipotesis:

Modal Usaha Berpengaruh Terhadap Kinerja UMKM

Modal usaha terdiri dari uang atau dana yang digunakan untuk menutup biaya awal pendirian suatu perusahaan dengan tujuan menghasilkan atau memperluas kekayaan. Salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan UMKM adalah modal usahanya. Modal usaha yang tersedia bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berpotensi meningkatkan efisiensi operasionalnya. Menurut (Mukoffi & As'adi, 2021) Terdapat korelasi antara modal usaha dan efektivitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dimana modal usaha menunjukkan pengaruh yang positif terhadap kinerja usaha.

H₁: Modal usaha berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro, kecil dan menengah sektor kuliner

Financial Literacy Berpengaruh Terhadap Kinerja UMKM

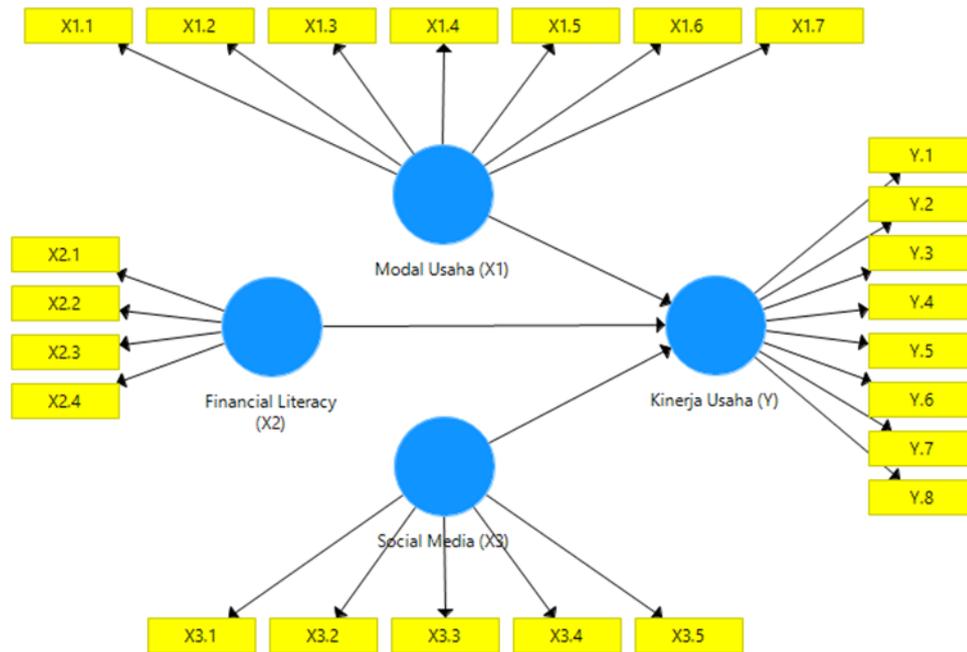
Financial literacy berkaitan dengan kemampuan individu untuk memahami, mengevaluasi, mengendalikan, dan mengartikulasikan situasi keuangan yang berdampak pada kesejahteraan mereka secara keseluruhan. (Sanistasya et al., 2019) menyatakan bahwa *financial literacy* mempunyai dampak yang positif pada kinerja usaha. *Financial literacy* memberdayakan pelaku usaha agar mendapatkan pengetahuan serta keterampilan yang diperlukan untuk melaksanakan perencanaan pada bisnis, merancang keputusan investasi strategis, dan menyusun rencana keuangan.

H₂: Financial Literacy berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro, kecil dan menengah sektor kuliner

Pemanfaatan Social Media Berpengaruh Terhadap Kinerja UMKM

Social media dapat membantu secara efektif pelaku bisnis dalam mempromosikan dan memasarkan produk mereka. Menurut (Ferdiansyah & Bukhari, 2021) Pemanfaatan *social media* berdampak positif terhadap kinerja UMKM. Semakin besar efektivitas pemanfaatan *social media* maka semakin tinggi pula kinerja usahanya. Fenomena ini tidak lepas dari fasilitasi interaksi konsumen-UMKM melalui media sosial yang mendorong berkembangnya hubungan yang langgeng antara kedua pihak.

H₃: Pemanfaatan social media berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro, kecil dan menengah sektor kuliner



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODOLOGI

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dibedakan berdasarkan parameter metodologis, terencana, dan terorganisir yang tetap tidak terpengaruh oleh kondisi lapangan sejak awal hingga desain penelitian disempurnakan (Hardani et al., 2020).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian di Kota Jambi berjumlah 21.186 UMKM kuliner. Sampel diambil dengan menerapkan metode *Proportional Stratified Sampling* dengan *Stratified Random Sampling*. Sampel penelitian ini diperoleh dari masing-masing UMKM kuliner yang ada di 11 kecamatan Kota Jambi. 100 orang dipilih sebagai sampel penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mendistribusikan kuesioner kepada para responden yang merupakan para pelaku UMKM sektor kuliner di Kota Jambi.

Teknik Analisis Data

Analisis data statistik deskriptif yang diterapkan pada penelitian ini dilakukan dengan metode Partial Least Square (PLS) dan menggunakan software SmartPLS versi 3.0.

HASIL PENELITIAN

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif diperlukan untuk mendukung hasil analisis dari data penelitian. Penelitian ini memiliki data yang diambil dari tiga variabel eksogen yaitu Modal Usaha (X1), *Financial Literacy* (X2), Pemanfaatan *Social Media* (X3) serta satu variabel endogen yaitu Kinerja Usaha (Y). Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif yaitu mean, standar deviasi, minimum dan maksimum dengan N yang merupakan total responden.

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	N	Mean	Modus	Std. Dev	Min.	Max.
Modal Usaha	100	30,53	34	3,92	21	35
<i>Financial Literacy</i>	100	17,76	19	2,20	10	20
<i>Social Media</i>	100	22,2	24	3,36	5	25
Kinerja Usaha	100	33,33	37	5,08	14	39

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Evaluasi Outer Model

1. Pengujian Outer Loading

Tabel 2. Outer Loading

Variabel	Indikator	Nilai Outer Loading	Keterangan
Modal Usaha (X1)	X1.1	0,784	Valid
	X1.2	0,788	Valid
	X1.3	0,748	Valid
	X1.4	0,787	Valid
	X1.5	0,801	Valid
	X1.6	0,733	Valid
	X1.7	0,833	Valid
<i>Financial Literacy</i> (X2)	X2.1	0,899	Valid
	X2.2	0,755	Valid
	X2.3	0,710	Valid
	X2.4	0,747	Valid
<i>Social Media</i> (X3)	X3.1	0,822	Valid
	X3.2	0,809	Valid
	X3.3	0,788	Valid
	X3.4	0,833	Valid
	X3.5	0,833	Valid
Kinerja Usaha (Y)	Y.1	0,772	Valid
	Y.2	0,717	Valid
	Y.3	0,714	Valid
	Y.4	0,732	Valid
	Y.5	0,710	Valid
	Y.6	0,734	Valid
	Y.7	0,745	Valid
	Y.8	0,749	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Hasil pengolahan data yang dilakukan dengan SmartPLS ditampilkan pada Tabel 2. Uji validitas konvergen berhasil diselesaikan untuk nilai model eksterior, yang menandakan korelasi antara konstruk dan variabel lain, karena nilai faktor pemuatan melampaui 0,70. Oleh karena itu, memenuhi kriteria validitas yang diharapkan.

2. Uji *Discriminant Validity*

Tabel 3. Nilai *Discriminant Validity* (*Cross Loading*)

Indikator	Modal Usaha (X1)	Financial Literacy (X2)	Social Media (X3)	Kinerja Usaha (Y)	Keterangan
X1.1	0,748	0,101	0,181	0,144	Valid
X1.2	0,788	0,062	0,323	0,232	Valid
X1.3	0,784	-0,060	0,203	0,103	Valid
X1.4	0,787	0,083	0,239	0,172	Valid
X1.5	0,801	0,095	0,250	0,219	Valid
X1.6	0,733	-0,040	0,259	0,162	Valid
X1.7	0,833	-0,035	0,169	0,221	Valid
X2.1	0,127	0,899	0,371	0,385	Valid
X2.2	-0,130	0,755	0,297	0,190	Valid
X2.3	-0,055	0,710	0,125	0,070	Valid
X2.4	0,050	0,747	0,257	0,217	Valid
X3.1	0,173	0,369	0,822	0,368	Valid
X3.2	0,249	0,269	0,809	0,397	Valid
X3.3	0,295	0,303	0,788	0,321	Valid
X3.4	0,248	0,346	0,833	0,440	Valid
X3.5	0,283	0,241	0,833	0,337	Valid
Y.1	0,127	0,247	0,370	0,772	Valid
Y.2	0,203	0,221	0,352	0,717	Valid
Y.3	0,103	0,168	0,149	0,714	Valid
Y.4	0,383	0,163	0,302	0,732	Valid
Y.5	0,242	0,162	0,382	0,710	Valid
Y.6	0,206	0,163	0,383	0,734	Valid
Y.7	0,046	0,311	0,320	0,745	Valid
Y.8	0,097	0,469	0,363	0,749	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Nilai *cross-loading* masing-masing indikator pada variabel laten yang dikontribusikannya paling besar jika dibandingkan dengan nilai loading variabel laten lainnya, seperti terlihat pada Tabel 3. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa validitas diskriminan indikator-indikator yang dipergunakan pada penelitian ini adalah memadai atau sangat baik sehubungan dengan variabel-variabel yang dikandungnya.

3. Uji Composite Reliability

Tabel 4. Nilai *Composite Reliability*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>
Modal Usaha (X1)	0,914
<i>Financial Literacy</i> (X2)	0,861
<i>Social Media</i> (X3)	0,910
Kinerja Usaha (Y)	0,905

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4 di atas diperoleh nilai *composite reliability* dari variabel modal usaha (X1) sebesar 0,914, variabel *financial literacy* (X2) sebesar 0,861, variabel *social media* (X3) sebesar 0,910 dan variabel kinerja usaha (Y) sebesar 0,905. Sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah seluruh konstruk telah mencapai syarat reliabel karena besarnya nilai *composite reliability* telah berada di atas >0,70.

Tabel 5. Nilai *Cronbach's Alpha*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
Modal Usaha (X1)	0,892
<i>Financial Literacy</i> (X2)	0,813
<i>Social Media</i> (X3)	0,876
Kinerja Usaha (Y)	0,881

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 5 di atas diperoleh nilai *cronbach's alpha* untuk variabel modal usaha (X1) sebesar 0,892, variabel *financial literacy* (X2) sebesar 0,813, variabel *social media* (X3) sebesar 0,876 dan variabel kinerja usaha (Y) sebesar 0,881. Sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah seluruh konstruk telah mencapai syarat reliabel karena besarnya nilai *cronbach's alpha* telah berada di atas >0,70.

Evaluasi Inner Model

1. R-Square

Tabel 6. Nilai *Cronbach's Alpha*

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Kinerja Usaha (Y)	0,259	0,236

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Tabel 6 menyajikan nilai *R-Square* sebesar 0,259 yang diperoleh untuk variabel kinerja usaha. Hal tersebut mengindikasikan bahwa variabel endogen dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti sebesar 74,1%, sedangkan variabel eksogen yang sedang diteliti masing-masing memberikan kontribusi sebesar 25,9%. Oleh karena itu, jelas bahwa model tersebut termasuk dalam kategori lemah.

2. Pengujian Hipotesis

Tabel 7. *Path Coefficients*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Modal Usaha (X1) => Kinerja Usaha (Y)	0,128	0,148	0,104	1,234	0,218
Financial Literacy (X2) => Kinerja Usaha (Y)	0,200	0,231	0,099	2,015	0,044
Social Media (X3) => Kinerja Usaha (Y)	0,347	0,336	0,125	2,774	0,006

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

PEMBAHASAN

Pengaruh Modal Usaha Terhadap Kinerja Usaha

Hasil uji hipotesis awal mengindikasikan bahwa keterkaitan antara modal usaha (X1) dengan kinerja usaha (Y) tidak berpengaruh secara statistik. Klaim tersebut didukung dengan nilai *path coefficients* positif sebesar 0,128, nilai *T-statistic* sebesar 1,234 < 1,96, dan *P-Value* sebesar 0,218 > 0,05. H1 ditolak atau tidak diterima dengan alasan bahwa sebagaimana ditunjukkan oleh temuan penelitian ini, variabel modal usaha tidak berpengaruh pada kinerja usaha.

Temuan dalam penelitian ini sependapat dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Kurniawati (2022) dan Maulatuzulfa & Rokhmania (2022), dimana temuan yang diperoleh dari percobaan yang dilakukan pada penelitian tersebut menerangkan bahwa variabel modal usaha tidak mempunyai pengaruh pada kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Kinerja Usaha

Hasil yang diperoleh dari pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa terdapat korelasi penting antara *financial literacy* (X2) dan kinerja usaha (Y). Klaim tersebut didukung dengan nilai *path coefficients* positif sebesar 0,200, nilai *T-statistic* sebesar 2,015 > 1,96, dan *P-Value* sebesar 0,044 < 0,05. Hasil temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa *financial literacy* mempengaruhi kinerja usaha, maka H2 diterima. Sehingga dapat diketahui bahwa kinerja usaha kecil, mikro, dan menengah (UMKM) sektor kuliner di Kota Jambi terdampak positif oleh *financial literacy*.

Temuan pada penelitian ini selaras dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ramadhan dkk (2022), Septiani & Wuryani (2020) dan Farhani & Taufiqurahman (2022) yang memperoleh hasil *financial literacy* memberikan kontribusi yang positif terhadap kinerja usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).

Pengaruh Pemanfaatan *Social Media* Terhadap Kinerja Usaha

Hasil yang diperoleh dari uji awal hipotesis ketiga mengindikasikan bahwa penerapan *social media* (X3) berpengaruh terhadap kinerja usaha (Y). Klaim tersebut didukung dengan nilai *path coefficients* positif sebesar 0,347, nilai *T-statistic* sebesar 2,774 > 1,96, dan *P-Value* sebesar 0,006 < 0,05. Berdasarkan temuan penelitian dapat dinyatakan bahwa kinerja usaha dipengaruhi oleh variabel pemanfaatan *social media*. Akibatnya H3 diterima sedangkan Ho ditolak. Sehingga dapat dinyatakan bahwa kemahiran pelaku usaha dalam memanfaatkan *social media* berkorelasi positif dengan kinerja usaha kecil, mikro, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner di Kota Jambi.

Hasil temuan ini selaras dengan temuan oleh Kevin & Puspitowati (2020) dan Ferdiansyah & Bukhari (2021) yang memberikan bukti lebih lanjut bahwa pemanfaatan *social media* mempunyai dampak positif pada kinerja usaha. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat pemanfaatan *social media*, kinerja usaha juga akan meningkat.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Hasil penelitian yang ditemukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel modal usaha tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM sektor kuliner, hal ini menyoroti bahwa modal usaha tidak dapat dijadikan sebagai penentu kinerja usaha. Sedangkan variabel *financial literacy* dan pemanfaatan *social media* memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM yang bergerak dalam sektor kuliner di Kota Jambi. Hasil temuan ini menunjukkan adanya hubungan antara tingkat *financial literacy* dan pemanfaatan *social media* yang efektif akan dapat mempengaruhi kinerja usaha mereka secara signifikan.

Rekomendasi

1. Bagi peneliti berikutnya direkomendasikan untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan menguji variabel lainnya seperti inovasi produk, *financial technology*, akses *e-commerce* dan lain-lain. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk meneliti sektor UMKM selain sektor yang menjadi objek dalam penelitian ini untuk mendapatkan informasi yang bervariasi dan bisa memberikan lebih banyak manfaat.
2. Bagi pelaku UMKM sektor kuliner di Kota Jambi disarankan untuk meningkatkan wawasan terkait *financial literacy* baik mengenai pengetahuan, perilaku dan sikap keuangan dalam menjalankan usaha serta memaksimalkan pemanfaatan *social media* untuk mempromosikan dan menjual produk usahanya agar dapat semakin meningkatkan kinerja usaha.
3. Bagi Pemerintah Kota Jambi khususnya instansi terkait sebaiknya dapat mengedukasi para pelaku UMKM dengan mengadakan sosialisasi untuk meningkatkan pengetahuan terkait *financial literacy* dan pemanfaatan *social media* agar para pelaku UMKM dapat meningkatkan kinerja usahanya.

PENELITIAN LANJUTAN

Keterbatasan Penelitian

1. Adanya keterbatasan penelitian karena lingkup penelitian hanya terfokus kepada UMKM yang bergerak di sektor kuliner sehingga sulit untuk mengkaji pengaruhnya terhadap kinerja usaha pada sektor-sektor UMKM lainnya.
2. Terdapat keterbatasan penelitian dalam pengumpulan data yang terkait dengan UMKM sektor kuliner di Kota Jambi dikarenakan masih banyak data yang belum diperbarui dan kurang lengkapnya data yang tersedia di instansi yang bersangkutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih serta apresiasi yang setulus-tulusnya terhadap seluruh pihak dan individu yang baik secara langsung maupun tidak langsung telah turut andil memberikan kontribusi terhadap terbitnya publikasi karya ilmiah ini melalui dukungan dan bantuannya. Penulis berharap karya ilmiah ini akan dapat dimanfaatkan bagi teman-teman sejawat terutama bagi para pembaca yang membutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryansyah, J. E., Mirani, D., & Martina. (2020). Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sektor Kuliner di Masa Pandemi Covid-19. *Semnas AVoER XII 2020 Palembang, November*, 323–329.
- Azhari Hutabarat, M. P., Yunita, N. A., Putri, R. G., & Indrayani, I. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Penggunaan Informasi Akuntansi Dan Sistem Penjualan E-commerce Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Kota Lhokseumawe). *Jurnal Akuntansi Malikussaleh (JAM)*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.29103/jam.v1i1.6852>
- Farhani, A., & Taufiqurahman, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Di Kabupaten Karawang Tahun 2021). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(18), 480–490.
- Ferdiansyah, A., & Bukhari, E. (2021). Pengaruh Modal , Financial Knowledge , Teknologi Dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Fashion Di Bekasi Utara. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 17(2), 103–114.
- Fitria, I., Soejono, F., & Tyra, M. J. (2019). Literasi keuangan, sikap keuangan dan perilaku keuangan dan kinerja UMKM. *Journal of Business and Banking*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2496>
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In H. Abadi (Ed.), *CV. Pustaka Ilmu* (Vol. 5, Issue 2).
- 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>
- Kevin, K., & Puspitowati, I. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 612. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9573>
- Kurniawati, M. (2022). Pengaruh E-Commerce dan Modal Usaha Terhadap Kinerja Umkm Di Masa Pandemi Covid-19 Dengan Sumber Daya Manusia (SDM) Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus UMKM Kecamatan Dolopo).

Seminar Inovasi Manajemen Dan Akuntansi 4, September 2022.

- Lorensa, E., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Fashion. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 04(03), 739–748.
- Maulatuzulfa, N., & Rokhmania. (2022). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia, Literasi Keuangan, Modal Keuangan, Dan Modal Sosial Terhadap Kinerja UMKM. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 171–179. <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/660>
- Mukoffi, A., & As'adi, A. (2021). Karakteristik wirausaha, modal usaha dan kecanggihan teknologi terhadap kinerja UMKM di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(2), 235–246. <https://doi.org/10.22437/jpe.v16i2.12552>
- Pemerintah Indonesia. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.*
- Ramadhan, R., Nurleli, & Anandya, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Riset Akuntansi (JRA)*, 2(2), 107–114. <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/jra.v2i2.1279>
- Sanistasya, P. A., Raharjo, K., & Iqbal, M. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha Kecil di Kalimantan Timur. *Jurnal Economia*, 15(1), 48–59. <https://doi.org/10.21831/economia.v15i1.23192>
- Septiani, R. N., & Wuryani, E. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Sidoarjo. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 3214–3236. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p16>
- Siswanti, T. (2020). Analisis Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsuraya*, 5(2), 61–76. <https://doi.org/10.35968/jbau.v5i2.430>

Sulistiyo, T. D., & Fitriana, R. (2020). Pengaruh Marketing Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image The Bunker Café, Tangerang. *Jurnal Ekbis*, 21(2), 189. <https://doi.org/10.30736/je.v21i2.512>

Zhafira, N. H., Husen, T. I., Mandaraira, F., Yusnaldi, & Ertika, Y. (2022). Optimalisasi Pengelolaan Sumber Daya Manusia Sebagai Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Pengabdian Agro & Marine Industry*, 2(2), 30-36. <https://doi.org/10.35308>