

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di tengah masa pandemi saat ini aktivitas Masyarakat diluar ruangan cenderung berkurang dan membuat para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mengalami penurunan pendapatan. Mereka mulai merasa kesulitan memenuhi kebutuhan operasional produksi karena omset yang didapat tidak sesuai dengan yang diharapkan bahkan ada sebagian pelaku UMKM yang berada di ambang kritis dan rugi. Masalah yang dihadapi UMKM saat ini adalah pemasaran dan sumber modal. "Pemasaran menggunakan metode konvensional memerlukan biaya yang tinggi, misalnya mengikuti pameran, pembuatan dan penyebaran brosur, membuka cabang baru. Sedangkan untuk mendapatkan penambahan modal UMKM memerlukan cara dan waktu yang relatif sulit, modal sendiri, pinjaman perbankan, penggabungan modal" (*jackie ambadar, 2013*).

Pada saat ini pemanfaatan teknologi banyak digunakan perusahaan dan individu untuk mengembangkan bisnis, yaitu teknologi informasi yang berbasis jaringan sosial dan teknologi berbasis finansial banyak di manfaatkan untuk mengembangkan bisnis, media sosial yang menjadi tren untuk mengekspresikan diri menjadi peluang bagi pelaku usaha untuk sebagai media promosi bisnis. Media sosial seperti instagram, facebook, twitter, dan whatsapp, saat ini banyak digunakan untuk media bisnis, baik untuk produk yang sudah ternama ataupun produk baru, dengan media sosial memberikan efisiensi anggaran pemasaran, media sosial memiliki jangkauan yang luas, biaya murah dan akses yang mudah. Hal ini terbukti dengan banyaknya usaha yang menawarkan berbagai macam produk menggunakan media sosial (*Arif Ardiyanto, 2011*). *Fintech* merupakan suatu bentuk inovasi penting dalam industri keuangan yang berkembang dengan cepat, didorong oleh pemerataan ekonomi, regulasi yang menguntungkan, dan teknologi informasi. (*Astir Rumondang, Acai Sudirman, Faried Effendi, Janner Simarmata, Tutiagustin, :2019*) Sedangkan financial technology (FINTECH) bagi pelaku usaha dapat dijadikan sebagai sumber pendanaan untuk usahanya (*wikipedia/inklusi_keuangan*)

media sosial terdiri dari tiga bagian instruktur informasi dan alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusi isi media, isinya dapat berupa pesan pribadi, berita, gagasan, produk-produk dan budaya yang berbentuk

digital, kemudian yang memproduksi dan mengonsumsi isi media tersebut yaitu individu, organisasi dan industri (*P.N. Howard dan M.R. Parks 2012*) media sosial merupakan media yang digunakan konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara dan video baik dengan orang lain maupun perusahaan dan sebaliknya. (*Philip Kotler dan Kevin Lane Keller 2016*) Sedangkan menurut *Chris Borgan (2013)* media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang awam. Dan fintech menurut National Digital Research Centre (NDRC) istilah yang dapat digunakan untuk menyebut inovasi dalam bidang jasa keuangan dan finansial. Sedangkan menurut Bank Indonesia (BI) fintech merupakan gabungan antara jasa keuangan dan teknologi yang dapat mengubah model bisnis dari konvensional menjadi modern.

Media sosial memang sangat diminati pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya, media sosial mempunyai peran yang besar dalam melakukan promosi dan masyarakat lebih cepat mendapatkan informasi lewat media sosial. Dengan akses yang mudah dan cepat hal ini dimanfaatkan oleh para pengusaha UMKM untuk lebih berani mempromosikan produk-produk karena cakupan media sosial yang sangat luas dan tidak ada batas waktu dan wilayah, sehingga dapat menjadi media pemasaran yang efektif. Sedangkan fintech bisa menjadi alternatif masyarakat atau pelaku usaha untuk mendapatkan tambahan modal dengan cara yang cepat karena startup-startup dari fintech memberikan kemudahan bagi pelanggannya untuk melakukan pengajuan pinjaman.

Oleh karena itu media sosial dan *Fintech* dapat dijadikan pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk mengembangkan bisnisnya khususnya dalam hal promosi penjualan dan penambahan modal untuk usahanya. Dan saat ini banyak media sosial dan startup fintech untuk melakukan promosi dan pinjaman modal, dan memang saat ini banyak individu memanfaatkan media sosial untuk menjadi lahan untuk menjual produknya secara online.

Pemanfaatan media sosial dan *fintech* memang dapat memberikan kemudahan untuk proses promosi penjualan dan pendanaan untuk pelaku UMKM untuk memasarkan produknya dengan meminimalkan biaya serta mengembangkan produknya namun untuk melakukan hal tersebut harus dengan keseriusan dan memanfaatkan waktu yang lebih atau insentifitas untuk mengelola pemasaran, kebanyakan UMKM kurang maksimal menggunakan

media sosial tersebut. dan pelaku UMKM secara hati-hati memilih *startup fintech* yang akan dipilih untuk mendapatkan tambahan modal usahanya, contohnya pelaku UMKM hanya menggunakan satu platform media sosial saja untuk melakukan promosi.

Akan tetapi masih banyak juga pelaku UMKM yang belum memahami akan manfaat dari startup fintech dan media sosial untuk memasarkan produk dan mengembangkan produknya. Mereka masih memasarkan produknya secara konvensional atau menawarkan produknya secara langsung ke konsumen yang merupakan cakupan yang masih kecil. Kebanyakan adalah pelaku usaha dikalangan orangtua yang belum mengetahui tentang pemasaran online.

Berdasarkan data yang di peroleh kementerian koperasi dan UKM hingga bulan Juni 2020, ada beberapa masalah yang dihadapi pelaku UMKM yaitu penjualan UMKM menurun 22%, distribusi terhambat sebesar 20%, dan permodalan sebesar 19%. Hal tersebut dikarenakan dampak dari pandemi covid-19 karena penurunan ekonomi tersebut pemerintah membuat program percepatan pemulihan ekonomi nasional (PEN) dalam hal ini pemerintah memberikan dua program untuk membantu UMKM, yang pertama pemerintah memberikan bantuan kepada UMKM dan yang kedua pemerintah memberikan kredit usaha berbunga rendah. Program ini di fokuskan untuk menjaga pertumbuhan ekonomi dan menjaga lapangan kerja di masyarakat (*kompas.com*). akibat dari dampak pandemi covid-19 menurut Kepala Dinas (Kadis) koperasi, UMKM dan Perindustrian, Siti Aisyah, akibat pandemi selama setahun belakangan ini telah menurunkan aktifitas ekonomi masyarakat, terjadi penurunan permintaan dan penjualan, kesulitan modal usaha dan lain sebagainya. (*info.metrokota.go.id*).

Selfi Naharani Wahdi selaku Ketua tim penggerak PKK Kota Metro melakukan *mapping* di Metro Barat melihat apa masalah yang dihadapi UMKM selama masa pandemi *covid-19* untuk dievaluasi kendala-kendala yang terjadi untuk mencari solusi dan membantu usaha tersebut, mayoritas masalah yang dihadapi adalah pemasaran dan modal yang terbatas (*situslampung.com*). kurangnya pemahaman pelaku UMKM akan manfaat media sosial. Masih banyak pelaku UMKM yang enggan menggunakan media sosial sebagai media untuk mempromosikan produknya. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan mereka dalam *marketing online*, sehingga dalam mengelola bisnis masih belum maksimal. di Kota Metro sendiri tercatat per 2019 terdapat 8211 UMKM

Berdasarkan latar belakang diatas penulis ingin melakukan meneliti sebuah masalah dengan judul “Pengaruh Fintech dan Media Sosial Terhadap Perkembangan usaha, mikro, kecil, menengah, (UMKM) di Metro Barat” yaitu kami akan pusatkan penelitian seberapa berpengaruhnya fintech dan media sosial terhadap perkembangan UMKM di Metro Barat, Kabupaten Metro, provinsi Lampung.

B. Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan :

1. Apakah fintech berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di Metro Barat.?
2. Apakah media sosial berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di Metro Barat.?
3. Apakah fintech dan media social berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di Metro Barat.?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap perkembangan UMKM.
2. Untuk mengetahui peran media sosial sebagai media promosi untuk membantu perkembangan UMKM tersebut
3. Untuk mengetahui pengaruh finatech terhadap perkembangan UMKM.
4. Untuk mengetahui peran fintech sebagai pendanaan untuk UMKM

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terkait dengan pengaruh fintech dan media sosial terhadap perkembangan UMKM.

2. Kegunaan praktis

Jurnal ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan terkait penerapan fintech dan media sosial untuk perkembangan UMKM.

E. Sistematika Penulisan

Pembahasan dalam penelitian ini dalam lima BAB dan tiap BAB terdapat sub-sub BAB. Adapun rincian setiap BAB adalah sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini memuat tentang latar belakang masalah, kemudian permasalahan dan ruang lingkup, selanjutnya memuat tujuan dan manfaat penilitan, serta sistematika penulisan.

Bab II Kajian Teoritik

Bab ini berisi kajian teoritik untuk menunjang penelitian dan konsep yang relevan untuk membahas permasalahan, tinjauan dari penelitian terdahulu, kerangka pikir, dan hipotesis.

Bab III Metodologi Penelitan

Pada bab ini membahas mengenai metode atau langkah-langkah apa saja yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu meliputi rancangan penelitian, tempat dan waktu, populasi dan sampel, variabel penelitian, instrumen penelitian dan teknik pengumpulan data, dan analisis data yang digunakan.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini membahas mengenai deskripsi data, pengujian hipotesis dan pembahasan.

Bab V Simpulan dan Saran

Merupakan bab penutup dari penulisan proposal yang berisikan secara singkat hasil pembahasan dari penelitian dan beberapa saran dari penulisan sehubungan dengan masalah yang dibahas serta memuat lampiran-lampiran yang berhubungan dengan penulisan.