

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan krusial dalam perekonomian Indonesia. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2024), pada tahun 2023, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 66 juta unit, yang berkontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja, dan pemerataan ekonomi menjadikannya sektor yang strategis untuk terus dikembangkan dan diberdayakan. Salah satu daerah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM berbasis teknologi adalah Kota Batam yang dikenal sebagai pusat industri dan perdagangan di Indonesia. Data dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam hingga 30 April 2025 menunjukkan terdapat 1.748 usaha mikro yang terdaftar sebagai binaan dinas.

Tingginya Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) tidak lepas dari berbagai tantangan yang harus dihadapi, termasuk keterbatasan akses permodalan, sistem pengelolaan keuangan yang kurang optimal, dan strategi pemasaran yang belum menjangkau pasar yang lebih luas. Banyak pelaku UMKM kesulitan mendapatkan modal usaha dari lembaga keuangan tradisional karena persyaratan yang ketat dan kurangnya jaminan (Sardiana & Ningtyas, 2022).

Kondisi ini menghambat pertumbuhan dan pengembangan UMKM, terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di era globalisasi

Dalam era digital yang berkembang pesat, teknologi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Munculnya *financial technology* (fintech) menawarkan solusi inovatif untuk mengatasi masalah permodalan dan transaksi bagi UMKM melalui platform pinjaman *online*, pembayaran digital, dan layanan keuangan lainnya. Kemudahan akses dan proses yang relatif cepat menjadikan fintech sebagai alternatif menarik bagi UMKM yang seringkali kesulitan mendapatkan akses ke lembaga keuangan tradisional. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2023), hanya sekitar 38% UMKM di Indonesia yang telah memanfaatkan layanan fintech dalam kegiatan bisnis mereka. Sementara survei yang dilakukan oleh Asosiasi Fintech Indonesia (2023), sekitar 42% UMKM di kota-kota besar masih mengalami kesulitan dalam memahami dan mengimplementasikan teknologi keuangan dalam bisnis mereka.

Tantangan lainnya adalah ketimpangan dalam pemanfaatan teknologi antara UMKM yang telah berkembang dengan baik dan UMKM yang masih dalam tahap awal usaha. UMKM yang sudah memiliki modal besar dan akses terhadap teknologi cenderung lebih mudah mengadopsi inovasi digital dibandingkan dengan UMKM skala kecil yang masih menghadapi berbagai keterbatasan (Magdalena & Andhaniwati, 2024). Melalui platform fintech, pelaku UMKM dapat memperoleh pembiayaan dengan proses yang lebih cepat dan persyaratan yang lebih fleksibel dibandingkan dengan lembaga keuangan tradisional (Ahmad

Riyadh Umar Balahmar, 2024). Namun, adopsi fintech oleh UMKM masih menghadapi berbagai kendala, seperti kurangnya literasi keuangan digital dan ketidakpercayaan terhadap keamanan transaksi online.

Sejalan dengan perkembangan fintech, teknologi informasi akuntansi juga memegang peranan penting dalam pengelolaan keuangan UMKM. Penggunaan *software* akuntansi dan sistem informasi keuangan dapat membantu UMKM dalam mencatat transaksi secara lebih akurat, menghasilkan laporan keuangan yang relevan, dan memantau kinerja keuangan secara efektif. Dengan sistem akuntansi yang terintegrasi, pelaku usaha dapat memantau arus kas, mengelola persediaan, dan membuat laporan keuangan dengan lebih mudah (Yogatama et al., 2024). Informasi keuangan yang baik, memungkinkan UMKM dapat membuat keputusan bisnis yang lebih tepat dan meningkatkan efisiensi operasional yang pada akhirnya dapat berdampak pada peningkatan pendapatan.

Selain itu, media sosial telah menjadi kekuatan yang tak terbantahkan dalam dunia pemasaran dan komunikasi. Bagi UMKM, media sosial menawarkan platform yang efektif dan relatif terjangkau untuk mempromosikan produk dan layanan, membangun merek, berinteraksi dengan pelanggan, dan memperluas jangkauan pasar (Agnesia & Saputra, 2022). Pemanfaatan media sosial yang strategis diharapkan dapat meningkatkan visibilitas UMKM, menarik lebih banyak pelanggan, dan pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan pendapatan. Namun, tidak semua UMKM mampu memanfaatkan media sosial secara optimal, baik karena kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital maupun keterbatasan dalam menghasilkan konten yang menarik.

Kota Batam merupakan salah satu kota dengan pertumbuhan ekonomi tercepat di Indonesia, yang dikenal sebagai kawasan industri, perdagangan, dan pariwisata. Letaknya yang strategis di dekat Singapura dan Malaysia menjadikan Batam sebagai pusat perdagangan internasional dan kawasan ekonomi khusus (KEK). Kondisi ini menciptakan peluang besar bagi berkembangnya sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya dalam mendukung aktivitas industri dan jasa penunjang ekonomi. UMKM di Batam berperan penting dalam menggerakkan roda ekonomi lokal, menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat, dan mendukung rantai pasok industri besar. Di tengah dominasi perusahaan multinasional dan kawasan industri, UMKM menjadi fondasi ekonomi rakyat yang menjembatani kebutuhan lokal dengan sektor formal.

Penggunaan financial technology (fintech) di kalangan UMKM Kota Batam menunjukkan tren yang terus berkembang, meskipun belum merata. Seiring dengan pesatnya pertumbuhan teknologi digital dan meningkatnya penetrasi internet di Batam, sebagian pelaku UMKM mulai memanfaatkan fintech sebagai alternatif solusi keuangan, terutama untuk kebutuhan pembiayaan dan transaksi. Namun, banyak UMKM skala mikro dan kecil di Batam masih belum akrab atau percaya terhadap sistem keuangan berbasis digital, terutama yang belum tersentuh oleh literasi keuangan digital secara memadai.

UMKM di Kota Batam memiliki karakteristik yang dinamis dan adaptif terhadap perkembangan teknologi, khususnya di sektor jasa, perdagangan, dan kuliner. Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan yang baik, sebagian UMKM di Batam telah mulai mengadopsi berbagai

bentuk teknologi akuntansi digital. Namun, secara umum, tingkat pemanfaatan teknologi informasi akuntansi oleh UMKM di Batam masih tergolong rendah, terutama di kalangan usaha mikro dan tradisional. Banyak pelaku usaha masih menggunakan sistem pencatatan manual, seperti buku tulis atau Microsoft Excel, yang rentan terhadap kesalahan pencatatan dan kehilangan data.

UMKM di Batam menunjukkan tingkat adopsi media sosial yang cukup tinggi, terutama di kalangan generasi muda dan pelaku usaha yang berbasis digital. Platform yang paling sering digunakan oleh UMKM di Batam antara lain: (1) Instagram: untuk menampilkan foto produk, testimoni pelanggan, dan promosi visual. (2) Facebook: untuk menjangkau komunitas lokal, memasarkan produk melalui grup jual-beli, dan menjalankan iklan berbayar. (3) WhatsApp Business: digunakan sebagai saluran komunikasi langsung dengan pelanggan, melayani pemesanan, dan berbagi katalog produk. (4) TikTok: mulai digunakan oleh UMKM kreatif untuk promosi video singkat yang menarik, terutama di segmen anak muda. UMKM di Batam juga mulai memanfaatkan fitur-fitur digital seperti Instagram Ads, Facebook Marketplace, serta katalog WhatsApp Business untuk mendukung pemasaran dan penjualan.

Kota Batam, dengan dinamika ekonomi yang tinggi dan populasi yang melek teknologi, menjadi konteks yang menarik untuk meneliti pengaruh ketiga faktor ini terhadap kinerja UMKM. Meskipun potensi manfaat fintech, teknologi informasi akuntansi, dan media sosial bagi UMKM di Batam sangat besar, tingkat adopsi dan efektivitas penggunaannya masih perlu diteliti lebih lanjut. Beberapa UMKM mungkin belum sepenuhnya memahami potensi dan cara memanfaatkan

teknologi ini secara optimal, atau bahkan menghadapi kendala dalam implementasinya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris pengaruh *financial technology*, teknologi informasi akuntansi, dan media sosial terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Batam. Pemahaman yang mendalam mengenai pengaruh ketiga faktor ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi para pelaku UMKM dalam merumuskan kebijakan dan strategi pengembangan UMKM yang lebih efektif di era digital ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH FINANCIAL TECHNOLOGY, TEKNOLOGI INFORMASI AKUNTANSI DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM KOTA BATAM”**. Penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mendorong peningkatan pendapatan UMKM melalui adopsi teknologi, serta memberikan rekomendasi praktis untuk mengoptimalkan pemanfaatan fintech, teknologi informasi akuntansi, dan media sosial bagi pertumbuhan UMKM di Kota Batam.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM Kota Batam dalam mengadopsi teknologi untuk meningkatkan pendapatan mereka. Permasalahan tersebut dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Keterbatasan akses terhadap *financial technology (fintech)*, banyak UMKM Kota Batam yang masih bergantung pada metode keuangan konvensional dan belum sepenuhnya memanfaatkan layanan Fintech. Tingkat literasi keuangan digital yang masih rendah menyebabkan pelaku UMKM kesulitan memahami manfaat dan mekanisme penggunaan Fintech.
2. Kurangnya pemanfaatan teknologi informasi akuntansi sehingga meningkatkan risiko kesalahan pencatatan dan pengelolaan arus kas yang tidak efisien.
3. Pemanfaatan media sosial yang belum optimal, sebagian besar UMKM Kota Batam masih belum memiliki strategi pemasaran digital yang efektif melalui platform Media Sosial.
4. Ketimpangan dalam adopsi teknologi antara UMKM skala kecil dan besar, kesenjangan digital ini dapat memperlebar jurang antara UMKM yang mampu bertahan dan berkembang dengan yang masih tertinggal.

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih fokus dan terarah, maka ditetapkan beberapa batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada UMKM yang telah menggunakan atau sedang dalam proses adopsi *Financial technology*, Teknologi informasi akuntansi, dan Media Sosial dalam kegiatan bisnisnya.
2. Variabel yang dikaji dalam penelitian ini terdiri dari *Financial technology* (X_1), Teknologi informasi akuntansi (X_2), dan Media Sosial (X_3) sebagai

variabel independen, serta Peningkatan Pendapatan UMKM (Y) sebagai variabel dependen.

3. Ruang lingkup penelitian terbatas pada UMKM di wilayah Kota Batam.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan topik dari masalah yang telah diuraikan, maka dapat diketahui rumusan masalah yang akan diteliti, sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh dari *financial technology* terhadap peningkatan pendapatan UMKM Kota Batam?
2. Bagaimana pengaruh dari teknologi informasi akuntansi terhadap peningkatan pendapatan UMKM Kota Batam?
3. Bagaimana pengaruh dari media sosial terhadap peningkatan pendapatan UMKM Kota Batam?
4. Bagaimana pengaruh *financial technology*, teknologi informasi akuntansi, media sosial secara bersama-sama pada peningkatan pendapatan UMKM Kota Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka adapun tujuan dari penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengkaji secara mendalam bagaimana pengaruh dari *financial technology* terhadap peningkatan pendapatan UMKM Kota Batam;

2. Untuk mengkaji secara mendalam bagaimana pengaruh dari teknologi informasi akuntansi terhadap peningkatan pendapatan UMKM Kota Batam;
3. Untuk mengkaji secara mendalam bagaimana pengaruh dari media sosial terhadap peningkatan pendapatan UMKM Kota Batam.
4. Untuk mengkaji secara mendalam bagaimana pengaruh dari *financial technology*, teknologi informasi akuntansi, media sosial secara bersama-sama pada peningkatan pendapatan UMKM Kota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan wawasan dalam penelitian mengenai pengaruh teknologi digital, khususnya fintech, teknologi informasi akuntansi, dan media sosial terhadap peningkatan pendapatan UMKM.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian di masa depan dalam mengembangkan model bisnis berbasis digital untuk UMKM.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang bagaimana penerapan teknologi informasi akuntansi dapat membantu dalam pengambilan keputusan keuangan yang lebih baik.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat membantu UMKM dalam memahami manfaat dan tantangan penggunaan layanan Fintech untuk transaksi bisnis dan akses

modal. Selain itu, memberikan rekomendasi bagi UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi guna meningkatkan daya saing di era digital.

2. Bagi Mahasiswa dan Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian akademik bagi mahasiswa, dosen, dan peneliti yang tertarik dengan digitalisasi UMKM, serta memberikan peluang untuk eksplorasi lebih lanjut terkait faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi pertumbuhan UMKM di era digital.