

Strategi Peningkatan Kinerja Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Pada UMKM Makanan Dan Minuman Nasabah KUR Bank Syariah Indonesia Area Bandung Kota)

Strategy for Improving Business Performance of Micro, Small and Medium Enterprises (Study of Food and Beverage MSMEs for KUR Bank Syariah Indonesia Customers in the Bandung City Area)

Mohamad Fajar^{#1}, Rizal Syarie^{f2}, dan Doni Yusri³

¹Program Magister Pengembangan Industri Kecil Menengah, Sekolah Pascasarjana IPB
Jl. Raya Pajajaran, Kampus IPB Baranangsiang, Bogor 16144

²Sekolah Bisnis Institut Pertanian Bogor
Jl. Raya Pajajaran, Kampus IPB Gunung Gede, Bogor 16128

³Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor
Jl. Raya Pajajaran, Kampus IPB Cilibende, Bogor 16128

Diterima: 2 Desember 2024; Direvisi: 4 Februari 2025; Disetujui: 15 Februari 2025

ABSTRAK

Bank Syariah Indonesia sebagai salah satu bank milik negara memiliki kepentingan untuk keberhasilan program pembiayaan kredit usaha rakyat (KUR) yang dicanangkan pemerintah. Untuk itu BSI meluncurkan program BSI KUR Kecil, BSI KUR Mikro dan BSI KUR Super Mikro yang menyediakan fasilitas pembiayaan yang diperuntukan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi dengan plafon mulai dari 10 juta rupiah hingga 500 juta rupiah. Tujuan penelitian ini adalah: (1) menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja bisnis UMKM makanan dan minuman (mamin); (2) menganalisis pengaruh inklusi keuangan terhadap kinerja bisnis UMKM mamin; (3) menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis UMKM mamin; (4) menganalisis pengaruh kapabilitas pemasaran media sosial terhadap kinerja bisnis UMKM mamin; dan (5) merumuskan strategi peningkatan kinerja bisnis UMKM mamin. Pengumpulan data dengan metode slovin, dimana jumlah sampel ditetapkan 283 responden. Penelitian dengan metode statistik deskriptif dan inferensial menggunakan analisis regresi linear berganda, yang terdiri dari uji validitas, reliabilitas, uji t, uji F. Perumusan strategi menggunakan analisis lingkungan internal-eksternal dengan matriks IFE dan EFE, pemetaan posisi dan alternatif strategi dengan matriks IE dan SWOT, selanjutnya ditentukan prioritas strategi dengan matriks QSP. Hasil analisis menunjukkan UMKM makanan-minuman berada pada kuadran I (tumbuh dan membangun). Berdasarkan hasil analisis kuantitatif pada matriks QSP didapatkan strategi yang dapat diimplementasikan adalah pendampingan dalam penyusunan laporan keuangan pelaku UMKM guna menjaga stabilitas keuangan.

Kata kunci: inklusi keuangan, kinerja bisnis, KUR, UMKM makanan-minuman

ABSTRACT

Bank Syariah Indonesia as one of the state-owned banks has an interest in the success of the people's business credit (KUR) financing program launched by the government. For this reason, BSI launched the BSI KUR Kecil, BSI KUR Mikro and BSI KUR Super Mikro programs which provide financing facilities intended for Micro, Small and Medium Enterprises to meet the needs of working capital and investment with ceilings ranging from 10 million rupiah to 500 million rupiah. The objectives of this study are: (1) to analyse the effect of financial literacy on the business performance of food and beverage (F&B) SMEs; (2) to analyse the effect of financial inclusion on the business performance of F&B SMEs; (3) to analyse the effect of entrepreneurial orientation on the business performance of F&B SMEs; (4) to analyse the effect of social media marketing capability on the business performance of F&B SMEs; (4) analyse the effect of social

[#]) Korespondensi:

Villa Nusa Indah 3 Blok KJ 3 No. 15, Bojong Kulur, Gunung Putri, Kabupaten Bogor, Jawa Barat; email: humar4584@gmail.com

media marketing capability on business performance of mamin SMEs; and (5) formulate strategies to improve business performance of F&B SMEs. Data collection using the slovin method, where the sample size was set at 283 respondents. Research with descriptive and inferential statistical methods using multiple linear regression analysis, which consists of validity test, reliability, t test, F test. Strategy formulation using internal-external environmental analysis with IFE and EFE matrix, position mapping and alternative strategies with IE and SWOT matrixs, then determine strategy priorities with QSP matrix. The results of the analysis show that food and beverage SMEs are in quadrant I (grow and build). Based on the results of quantitative analysis on the QSP matrix, the strategy that can be implemented is assistance in preparing financial reports of SMEs to maintain financial stability.

Key words: business performance, financial inclusion, food and beverage SMEs, KUR

PENDAHULUAN

Krisis ekonomi Indonesia yang diawali dengan munculnya krisis nilai tukar rupiah terhadap dollar AS berdampak serius terhadap roda perekonomian nasional, yaitu munculnya resesi ekonomi. Untuk itu penting bagi perekonomian nasional Indonesia meninjau kembali fondasi struktur perekonomian nasional yang kuat dan dapat bertahan dalam situasi apapun (Anggraini dan Nasution, 2013). Pada masa resesi ekonomi Indonesia periode tahun 1997-1998, hanya sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang mampu bertahan. Fenomena ini dapat menjelaskan bahwa UMKM merupakan usaha yang mampu terus produktif dan berkembang sehingga mampu mendukung perekonomian nasional baik secara makro dan mikro (Putra, 2016). Terlebih lagi, fakta menunjukkan bahwa penyerapan tenaga kerja terbesar tak terjadi di perusahaan-perusahaan besar, melainkan di usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sebanyak 97% tenaga kerja di Indonesia terserap oleh UMKM, bukan melalui perusahaan besar. Selain menyerap tenaga kerja dalam jumlah banyak, UMKM juga disebut memiliki kontribusi sebesar 61% terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia (Ramadhan, 2022).

Pemerintahan Indonesia menyadari akan pentingnya peranan UMKM bagi perekonomian nasional, mengeluarkan kebijakan yang pro UMKM seperti Undang-undang Cipta Kerja. Keuntungan dengan adanya UU tersebut bagi UMKM, salah satunya pemberian kemudahan administrasi perpajakan dalam pengajuan pembiayaan, insentif pajak penghasilan dan insentif kepabeanan (Hastuti, 2020). Bentuk dukungan lainnya terhadap eksistensi UMKM di perekonomian nasional dapat berupa peningkatan akses program pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai salah satu bank BUMN tentunya memiliki kepentingan

untuk keberhasilan program tersebut. Untuk itu BSI meluncurkan program BSI KUR Kecil, BSI KUR Mikro dan BSI KUR Super Mikro yang menyediakan fasilitas pembiayaan yang diperuntukan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi dengan plafon mulai dari 10 juta rupiah hingga 500 juta rupiah (BSI, 2021). Pemberian fasilitas pembiayaan yang diperuntukan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah diharapkan mampu meningkatkan kinerja UMKM dan sebagai bentuk evaluasi atas penyelenggaraan program tersebut.

Sektor UMKM yang dipilih adalah sektor kuliner (makanan dan minuman) dimana berdasarkan data dari kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyebutkan bahwa sektor ini merupakan penyumbang terbesar dari Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif sebesar 1.134 triliun rupiah (41%) dan menyerap lebih dari 9,5 juta tenaga kerja pada tahun 2020 ini (Agmasari, 2021). Meskipun kondisi perekonomian global belum sepenuhnya pulih, seperti peningkatan kembali penderita Covid-19 skala nasional, konflik Rusia-Ukraina ataupun resesi Amerika Serikat, Ketua Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) memproyeksikan industri makanan dan minuman nasional akan tumbuh 5-7% pada tahun 2022 (Zuraya, 2022).

Kementerian Perindustrian (Kemenperin) mencatat industri makanan dan minuman (mamin) tumbuh sebesar 3,75% pada kuartal I-2022, lebih tinggi dibandingkan dengan realisasi pertumbuhan pada kuartal I-2021 yang sebesar 2,45% (Elisabeth, 2022). Bertumbuhnya kredit UMKM yang cukup signifikan, dari 12,2% *year on year/oy* pada Desember 2021, menjadi 16,75 persen oy per April 2022, justru tingkat risiko juga meningkat, meskipun kondisi perekonomian yang perlambatan semakin membaik. NPL sektor UMKM per April 2022 sebesar 4,38%, naik dari posisi sebelumnya 3,83% pada Desember 2021. Peningkatan NPL pada sektor UMKM diduga

disebabkan perbankan mulai bersiap-siap dalam menghadapi berakhirnya relaksasi restrukturisasi kredit Covid-19 pada Maret 2023 dan diduga juga akibat kondisi ekonomi yang saat ini belum terlalu baik bagi kelangsungan bisnis UMKM. Berakhirnya program tersebut tahun 2023, akan berdampak pada peningkatan rasio NPL untuk sektor UMKM, mengingat sektor ini merupakan salah satu yang terimbas oleh pandemi Covid-19 (Caesario, 2022).

Faktor-faktor yang diduga memiliki relevansi terhadap peningkatan kinerja bisnis UMKM adalah literasi keuangan, inklusi keuangan, orientasi kewirausahaan dan kapabilitas pemasaran media sosial. Literasi keuangan dan inklusi keuangan selain mengukur kinerja bisnis juga bagian evaluasi peraturan OJK terhadap kinerja lembaga keuangan dalam meningkatkan akses masyarakat dan pelaku usaha. Orientasi kewirausahaan dan kapabilitas pemasaran media sosial menjadi sikap *agility* UMKM dalam merespon perubahan yang dinamis.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja bisnis UMKM makanan dan minuman nasabah KUR Bank Syariah Indonesia (BSI) Area Bandung Kota. (2) Untuk menganalisis pengaruh inklusi keuangan terhadap kinerja bisnis UMKM makanan dan minuman nasabah KUR BSI Area Bandung Kota. (3) Untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis UMKM makanan dan minuman nasabah KUR BSI Area Bandung Kota. (4) Untuk menganalisis pengaruh kapabilitas pemasaran media sosial terhadap kinerja bisnis UMKM makanan dan minuman nasabah KUR BSI Area Bandung Kota. (5) Untuk merumuskan strategi peningkatan kinerja bisnis UMKM makanan dan minuman nasabah KUR BSI Area Bandung Kota melalui peningkatan literasi keuangan, inklusi keuangan, orientasi kewirausahaan, dan kapabilitas pemasaran media sosial.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah UMKM yang bergerak dibidang makanan dan minuman Area Bandung Kota. UMKM makanan dan minuman Area Bandung Kota merupakan nasabah KUR BSI sehingga penyebaran wilayah operasional unit usaha tersebut dapat diketahui. Penelitian dilakukan selama bulan Januari-Mei 2023.

Desain Penelitian

Desain penelitian ini adalah studi kasus dan deskriptif kualitatif. Hal deskriptif memberikan gambaran tentang apa yang sedang berlangsung pada saat penelitian, serta memberikan gambaran terkait fakta-fakta dan hubungan antar faktor atau fenomena terkait.

Metode penelitian menggunakan metode survei dimana penelitian ini dilakukan terhadap suatu populasi dengan menggunakan data yang diteliti adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Berdasarkan tingkat eksplanasi, penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bertujuan untuk menguji hubungan dua variabel atau lebih (Echdar, 2017).

Desain dari penelitian ini akan menggunakan dua model analisis yang terdiri dari analisis regresi berganda dan analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats* (SWOT) serta analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Analisis regresi berganda ditujukan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja bisnis yang terdiri dari variabel literasi keuangan, inklusi keuangan, orientasi kewirausahaan, dan kapabilitas pemasaran media sosial. Analisis SWOT dan analisis QSPM ditujukan kepada formulasi strategi yang dapat dikembangkan oleh pelaku UMKM sektor makanan dan minuman di Area Bandung Kota.

Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan sekunder. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif yang dikuantifikasi berupa persepsi pelaku UMKM sektor makanan dan minuman di Area Bandung Kota terkait variabel penelitian untuk kemudian ukuran persepsi tersebut dalam bentuk angka-angka. Data yang dikeluarkan BSI tahun 2022 menyebutkan bahwa jumlah populasi UMKM makanan dan minuman nasabah KUR BSI area Bandung Kota berjumlah 964 pelaku UMKM. Sugiyono (2013) menyatakan bahwa untuk menentukan jumlah sampel yang dapat mewakili populasi, jika populasi sudah diketahui dan dalam jumlah yang besar, dapat digunakan perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$N = \frac{n}{1 + n(e)^2}$$

Keterangan:

N = Jumlah sampel

n = Jumlah Populasi

e = presisi (ditetapkan 5% dengan tingkat kepercayaan 95%)

Berdasarkan rumus Slovin tersebut, maka jumlah sampel responden (minimal) yang diambil dalam penelitian ini adalah:

$$N = \frac{964}{1 + 964 (0.05)^2}$$

$$N = \frac{964}{3.41}$$

$$N = 282.70 = 283 \text{ Responden}$$

Pengolahan dan Analisis Data

Pengolahan dan analisis data sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Model regresi yang terbentuk perlu dilakukan uji normalitas dengan tujuan menganalisis variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal melalui uji Kolmogorov-Smirnov dengan melihat nilai *Asymp.sig. (2-tailed)* yang lebih besar dari 5% (0,05). Selain itu, pengujian normalitas suatu data dapat pula menggunakan analisis grafik dengan melihat *normal probability plot* dimana jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2013).

2. Uji Multikolinearitas

Model regresi perlu dilakukan uji multikolinearitas dengan tujuan menganalisis model regresi yang terbentuk tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Pengujian dapat dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* lebih kecil dari 10 (Ghozali, 2013).

3. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi perlu dilakukan uji heteroskedastisitas dengan tujuan menganalisis model regresi yang terbentuk terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian dapat dilakukan dengan uji glejser melalui proses regresi atas nilai absolut residual model regresi yang terbentuk dimana jika nilai *asymp.sig. (2-tailed)* lebih besar dari 5% (0,05) maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).

4. Model Regresi

Adapun model regresi yang terbentuk untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$KB = \alpha + \beta_1(LK) + \beta_2(IK) + \beta_3(OK) + \beta_4(KP) + \epsilon_2$$

Dimana:

KB = Kinerja Bisnis

LK = Literasi Keuangan

IK = Inklusi Keuangan

OK = Orientasi Kewirausahaan

KP = Kapabilitas Pemasaran Media Sosial

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi dapat menggambarkan kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dimana nilai R^2 mendekati satu dapat diartikan variabel-variabel independen mampu memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2013).

6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menguji variabel independen, baik secara parsial maupun simultan, berpengaruh terhadap variabel dependen dengan melihat nilai *sig. < 0,05* maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti baik secara parsial maupun simultan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

7. Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan External Factor Evaluation (EFE)

Matrik IFE digunakan untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman perusahaan dan memiliki implikasi penting bagi eksistensi suatu bisnis (David, 2015).

8. Matriks SWOT

Matriks SWOT menurut Rangkuti (2015), dikaitkan dengan strategi bisnis, maka pilihan-pilihan strategi bisnis yang perlu dilakukan sebagai berikut:

- Strategi SO (*Strengths-Opportunities*), dalam situasi ini perusahaan perlu melakukan pengembangan bisnis yang agresif.
- Strategi ST (*Strengths-Threats*), dalam situasi ini perusahaan perlu melakukan diversifikasi produk atau bisnis, melalui mengembangkan produk-produk unggul.
- Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), dalam situasi ini manajemen harus melakukan analisis terhadap kelemahan sehingga mampu menghilangkan kelemahan utama itu.
- Strategi WT (*Weaknesses-Threats*), dalam situasi ini manajemen harus melakukan analisis terhadap kelemahan utama yang ada sekaligus menghindari ancaman.

9. Matriks QSP

Matriks QSP adalah alat yang memungkinkan para penyusun strategi mengevaluasi berbagai strategi alternatif secara objektif, berdasarkan faktor-faktor penting keberhasilan eksternal dan internal yang telah diidentifikasi (David, 2015).

10. Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu

variabel bebas yang terdiri dari literasi keuangan, inklusi keuangan, orientasi kewirausahaan, dan kapabilitas pemasaran media sosial. Variabel berikutnya adalah variabel terikat yaitu kinerja bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang bergerak di bidang makanan dan minuman nasabah KUR Bank Syariah Indonesia Area Bandung Kota di wilayah 4 kabupaten kota meliputi Kota Bandung, Kabupaten Bandung, Kabupaten Sumedang dan Kabupaten Garut. Berdasarkan status unit usaha, didominasi pengelola (43%) dengan jenis kelamin laki-laki (54%), tingkat usia pada rentang 31-40 tahun (34%), pendidikan terakhir sarjana (34%), jumlah karyawan 5-19 orang (39%), lokasi usaha terletak di kota Bandung (60%), lama usaha lebih dari 10 tahun (56%), jenis menunya makanan dan minuman Indonesia (46%), serta penghasilan per bulan berkisar 10-99 juta (35%).

Variabel penelitian ini yaitu literasi keuangan, inklusi keuangan, orientasi kewirausahaan, kapabilitas pemasaran media sosial dan kinerja bisnis. Penentuan kriteria penilaian menggunakan rentang 1-5 dengan kriteria sangat buruk hingga sangat baik. Hasil analisis semua variabel menunjukkan kriteria penilaian baik.

Uji validitas dan reliabilitas

Pengujian validitas instrumen penelitian menggunakan teknik korelasi antar skor butir pernyataan dengan total skor kontsruk, dimana hasil nilai korelasi (nilai *corrected item-total correlation* pada output *cronbach alpha*) akan dibandingkan dengan nilai r tabel dengan nilai. Hasil perhitungan nilai r hitung pada keseluruhan item pernyataan bernilai lebih besar dari nilai r tabel yang memiliki arti bahwa setiap item pernyataan variabel adalah valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Pengujian reliabilitas instrumen penelitian menggunakan koefisien *cronbach alpha* dan akan dilakukan hanya pada butir-butir pernyataan yang telah dinyatakan valid, sedangkan butir-butir yang tidak valid dinyatakan gugur atau tidak perlu diteruskan. Hasil analisis menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* seluruh variabel berada diatas nilai 0,700, dapat dikatakan pernyataan-pernyataan dalam keseluruhan variabel memiliki konsistensi yang baik untuk dapat dipakai didalam penelitian.

Pengujian Hipotesis Penelitian

Uji normalitas

Pendeteksian suatu model regresi memiliki nilai residual yang terdistribusi normal, dapat dilihat melalui uji Kolmogorov-Smirnov yang mempersyaratkan nilai asymp Sig yang lebih besar dari 0,05 (5%) maka data berdistribusi normal, sedangkan jika tingkat signifikansi dibawah 0,05 maka data berdistribusi tidak normal. Hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi 0,901 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Pendeteksian adanya gejala multikolinieritas dalam model penelitian dapat dilihat dari nilai toleransi (*tolerance*) atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan batas nilai *tolerance* > 0,10 dan batas nilai VIF < 10,00, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinearitas diantara variabel bebas. Hasil uji menunjukkan variabel independen menunjukkan angka VIF < 10,00 dan nilai *tolerance* > 0,10. Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi tersebut tidak terjadi gejala multikolinieritas maka model regresi yang ada layak untuk dipakai.

Uji Heteroskedastisitas

Pendeteksian gejala heteroskedastisitas menggunakan uji glejser yaitu melakukan regresi atas variabel baru (absolut residual) sebagai variabel dependen dengan dasar pengambilan keputusan jika probabilitas signifikansinya di atas 5% maka persamaan regresi tidak mengandung adanya gejala heteroskedastisitas. Nilai probabilitas pada masing-masing variabel bebas memiliki nilai sig. 0,266; 0,201; 0,762; dan 0,891, artinya bahwa nilai signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% maka model regresi yang terbentuk tidak mengandung adanya gejala heteroskedastisitas.

Model Regresi

Model regresi yang terbentuk untuk penelitian ini adalah:

$$KB = \alpha + 0,240 (LK) + 0,273 (IK) + 0,218 (OK) + 0,480 (KP) + \epsilon_2$$

Dimana:

KB = Kinerja Bisnis

LK = Literasi Keuangan

IK = Inklusi Keuangan

OK = Orientasi Kewirausahaan

KP = Kapabilitas Pemasaran Media Sosial

Dari model regresi yang terbentuk dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen yaitu literasi keuangan, inklusi keuangan, orientasi

kewirausahaan dan kapabilitas pemasaran media sosial berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis

Koefisien Determinasi

Dari hasil koefisien determinasi diperoleh nilai *adjusted R Square* sebesar 0,966. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 96,6% kinerja bisnis dapat dijelaskan oleh variabel literasi keuangan, inklusi keuangan, orientasi kewirausahaan dan kapabilitas pemasaran media sosial sedangkan sisanya sebesar 3,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti di penelitian ini. Hasil analisis menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,983, menunjukkan bahwa pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan, orientasi kewirausahaan dan kapabilitas pemasaran media sosial terhadap kinerja bisnis adalah sangat kuat.

Uji Hipotesis – Uji t

Uji hipotesis yang berupa uji t ditujukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dengan persyaratan nilai $\text{sig.} < \alpha$ (0,05), maka hipotesis penelitian diterima. Jika nilai $\text{sig.} > \alpha$ (0,05), maka hipotesis penelitian ditolak. Berikut ini merupakan hasil perhitungan SPSS atas uji t. Hasil uji menunjukkan:

- Literasi keuangan mempunyai nilai $\text{sig.} = 0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan untuk menolak H_01 dan menerima H_01 , yang berarti literasi keuangan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis.
- Inklusi keuangan mempunyai nilai $\text{sig.} = 0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan untuk menolak

H_02 dan menerima H_02 , yang berarti inklusi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.

- Orientasi kewirausahaan mempunyai nilai $\text{sig.} = 0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan untuk menolak H_03 dan menerima H_03 , yang berarti orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.
- Kapabilitas pemasaran media sosial mempunyai nilai $\text{sig.} = 0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan untuk menolak H_04 dan menerima H_04 , yang berarti kapabilitas pemasaran media sosial berpengaruh nyata terhadap kinerja bisnis.

Uji Hipotesis – Uji F

Hasil uji dapat diketahui bahwa nilai $\text{sig.} = 0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, inklusi keuangan, orientasi kewirausahaan dan kapabilitas pemasaran media sosial secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap kinerja bisnis.

Analisis lingkungan internal dan eksternal

UMKM Makanan dan Minuman

Matriks Internal Factor Evaluation

Analisis faktor IFE dilakukan terhadap faktor-faktor strategis lingkungan internal perusahaan, sehingga diperoleh faktor-faktor kunci yang termasuk ke dalam kekuatan dan kelemahan perusahaan, skor yang diperoleh dari matriks ini menunjukkan kemampuan perusahaan memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan yang dimiliki (Tabel 1).

Tabel 1. Rekapitulasi rating dan bobot faktor internal

No.	Faktor Internal	Rata - Rata		Skor (axb)
		Rating (a)	Bobot (%) (b)	
Kekuatan				
1	Kepemilikan rekening atas nama perusahaan.	4,000	0,125	0,502
2	Setoran dana minimal saat pembukaan rekening.	4,000	0,125	0,502
3	Pemahaman tentang potensi imbal hasil tabungan dalam satu tahun.	3,550	0,111	0,395
4	Pemahaman tentang perhitungan margin/tingkat bagi hasil per tahun	3,350	0,105	0,352
5	Kualitas produk atau jasa bank syariah dengan cicilan tetap dan margin rendah.	3,525	0,111	0,390
6	Reputasi bank syariah cukup baik dimata pelaku UMKM.	3,200	0,100	0,321
Kelemahan				
1	Pengetahuan tentang pengaruh inflasi terhadap nilai uang.	1,950	0,061	0,119
2	Pemahaman tentang pengaruh inflasi terhadap pertumbuhan perusahaan.	1,700	0,053	0,091
3	Tingkat keaktifan debitur dalam membayar angsuran maksimal pada jatuh tempo.	1,525	0,048	0,073
4	Inovasi produk dan jasa dalam penyaluran pembiayaan UMKM.	1,750	0,055	0,096
5	Kapabilitas pembiayaan yang dimiliki bank syariah.	1,625	0,051	0,083
6	Kapabilitas pengembangan produk dan jasa pembiayaan.	1,725	0,054	0,093
Total			1,000	3,015

Matriks External Factor Evaluation

Analisis faktor EFE dilakukan terhadap faktor-faktor strategis lingkungan eksternal perusahaan, sehingga diperoleh faktor-faktor kunci yang termasuk ke dalam peluang dan ancaman perusahaan. Skor yang diperoleh dari matriks ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman yang dimiliki (Tabel 2).

Matriks IE

Hasil Matriks IE posisi UMKM makanan dan minuman berada di kuadran I dengan matriks IFE sebesar 3,015, matriks EFE sebesar 3,000. Hasil tersebut menempatkan strategi pemasaran pada sel I, disebut strategi tumbuh dan membangun, sel kuat untuk matriks IFE dan sel tinggi untuk matriks EFE. Pada posisi ini, dimungkinkan perusahaan melakukan strategi intensif dan strategi integratif.

Perumusan dan Penetapan Alternatif Strategi Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan langkah-langkah konkret yang dilakukan perusahaan berdasarkan pengembangan dari matriks IE. Berbagai alternatif strategi dapat dirumuskan berdasarkan model analisis matriks SWOT, strategi utama yang dapat disarankan adalah: strategi SO, WO, ST dan WT. Hasil analisis dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 2. Rekapitulasi rating dan bobot faktor eksternal

No.	Faktor Eksternal	Rata – Rata		Skor (axb)
		Rating (a)	Bobot (%) (b)	
Peluang				
1	Ketersediaan atau akses pembiayaan produktif UMKM.	4,000	0,128	0,510
2	Penggunaan aktual produk dan jasa keuangan bank syariah.	3,450	0,110	0,380
3	Potensi peningkatan pembiayaan UMKM untuk kesejahteraan pelaku usaha makanan dan minuman	4,000	0,128	0,510
4	Kemampuan berkomunikasi dengan pelaku UMKM. dalam promosi pembiayaan bank syariah.	3,275	0,104	0,342
5	Tersedianya program perencanaan pembiayaan UMKM.	3,075	0,098	0,301
6	Program restrukturisasi pembiayaan pada pelaku UMKM.	3,575	0,114	0,407
Ancaman				
1	Volume penjualan pelaku usaha makanan dan minuman.	1,825	0,058	0,106
2	Tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk UMKM.	1,525	0,049	0,074
3	Tingkat pelayanan pelaku UMKM terhadap pelanggan.	1,550	0,049	0,077
4	Resiko pelaku UMKM terhadap dampak inflasi dan suku bunga pada kredit usahanya.	1,500	0,049	0,072
5	Tingkat agresivitas dan kompetisi antar pelaku UMKM.	2,000	0,064	0,128
6	Kemampuan pelaku UMKM dalam mengimplementasikan usaha makanan dan minuman.	1,600	0,051	0,082
Total			1,000	3,000

Matriks QSP

Matriks QSP merupakan tahap akhir dari analisis formulasi strategi berupa pemilihan alternatif terbaik dan pengambilan keputusan untuk memilih strategi apa yang paling tepat digunakan oleh perusahaan. Hasil pemilihan strategi diperoleh strategi yang dapat untuk diimplementasikan adalah pendampingan dalam penyusunan laporan keuangan pelaku UMKM guna menjaga stabilitas keuangan. Berdasarkan hasil urutan strategi dengan QSPM, dapat dirancang 3 Klaster Strategi Peningkatan Kinerja Bisnis UMKM, seperti pada Tabel 4.

Hasil perhitungan TAS, alternatif strategi pertama yang paling diprioritaskan oleh perusahaan adalah Pendampingan dalam penyusunan laporan keuangan pelaku UMKM guna menjaga stabilitas keuangan dengan skor TAS 6,522. Strategi kedua Menyalurkan kebutuhan produk dan jasa pelaku UMKM melalui kerjasama dengan bank syariah dengan skor TAS 6,493. Strategi ketiga Peningkatan literasi melalui sosialisasi dan edukasi terhadap UMKM terhadap program pembiayaan berbasis syariah dengan skor TAS 6,493 dan Strategi keempat Peningkatan komunikasi terhadap UMKM mengenai inovasi produk dan jasa demi kelancaran angsuran debitur dengan skor TAS 6,487.

Tabel 3. Matriks SWOT

		Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
		1 Kepemilikan rekening atas nama perusahaan. 2 Setoran dana minimal saat pembukaan rekening. 3 Pemahaman tentang potensi imbal hasil tabungan dalam satu tahun 4 Pemahaman tentang perhitungan margin atau tingkat bagi hasil per tahun. 5 Kualitas produk atau jasa bank syariah dengan cicilan tetap dan margin rendah. 6 Reputasi bank syariah cukup baik dimata pelaku UMKM.	1. Pengetahuan tentang pengaruh inflasi terhadap nilai uang. 2. Pemahaman tentang pengaruh inflasi terhadap pertumbuhan perusahaan 3. Tingkat keaktifan debitur dalam membayar angsuran maksimal pada jatuh tempo. 4. Inovasi produk dan jasa dalam penyaluran pembiayaan UMKM. 5. Kapabilitas pembiayaan yang dimiliki bank syariah.. 6. Kapabilitas pengembangan produk dan jasa pembiayaan.
Faktor Internal		Peluang (O)	Strategi W-O
		1. Ketersediaan atau akses pembiayaan produktif UMKM. 2. Penggunaan aktual produk dan jasa keuangan bank syariah. 3. Potensi peningkatan pembiayaan UMKM untuk kesejahteraan pelaku usaha makanan dan minuman. 4. Kemampuan berkomunikasi dengan pelaku UMKM dalam promosi pembiayaan bank. 5. Tersedianya program perencanaan pembiayaan UMKM. 6. Program restrukturisasi pembiayaan pada pelaku UMKM.	1. Meningkatkan jumlah <i>customer base</i> pelaku UMKM guna meningkatkan akses pembiayaan UMKM dan peningkatan produk simpanan dan investasi melalui penggunaan produk dan jasa. (S1, S2, O1,O2) 2. Peningkatan literasi melalui sosialisasi dan edukasi terhadap UMKM terhadap program pembiayaan berbasis syariah. (S3, S4, O3, O4) 3. Menyediakan program pembiayaan dan restrukturisasi dengan angsuran ringan. (S5, S6, O5, O6)
		Ancaman (T)	Strategi S-T
		1. Volume penjualan pelaku usaha makanan dan minuman. 2. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk UMKM. 3. Tingkat pelayanan pelaku UMKM terhadap pelanggan. 4. Resiko pelaku UMKM terhadap dampak inflasi dan suku bunga pada kredit usahanya. 5. Tingkat agresivitas dan kompetisi antar pelaku UMKM. 6. Kemampuan pelaku UMKM dalam mengimplementasikan usaha makanan dan minuman.	1. Meningkatkan aktifitas UMKM melalui pameran, bazar, pemasaran melalui media sosial guna meningkatkan transaksi dan menjaga kepuasan pelanggan. (S1, S2, T1, T2) 2. Menjaga tingkat inflasi dan tingkat margin bagi hasil guna menjaga kualitas pembiayaan pelaku UMKM. (S3, S4, T3, T4) 3. Memberikan program penghargaan terhadap pelaku UMKM untuk meningkatkan pembiayaan ke bank syariah. (S5, S6, T5, T6)
			Strategi W-T
			1. Menyalurkan kebutuhan produk dan jasa pelaku UMKM melalui kerjasama dengan bank syariah. (W1, W1, T1, T1) 2. Pendampingan dalam penyusunan laporan keuangan pelaku UMKM guna menjaga stabilitas keuangan. (W3, W4, T3, T4) 3. Mengadakan jumpa pelaku UMKM melalui UMKM center dalam menjaga kapabilitas pembiayaan, produk dan jasa bank syariah. (W5, W6, T5, T6)

Tabel 4. Klaster strategi peningkatan kinerja bisnis UMKM

Klaster 1 (Konsultasi)	Klaster 2 (Jumpa Pelaku)	Klaster 3 (Orientasi Produk)
Pendampingan dalam penyusunan laporan keuangan pelaku UMKM guna menjaga stabilitas keuangan	Mengadakan jumpa pelaku UMKM melalui UMKM center dalam menjaga kapabilitas pembiayaan, produk dan jasa bank syariah	Penguatan program perencanaan pembiayaan dan restrukturisasi untuk menjaga kualitas pembiayaan, produk dan jasa bank syariah
Menyalurkan kebutuhan produk dan jasa pelaku UMKM melalui kerjasama dengan bank syariah	Meningkatkan aktifitas UMKM melalui pameran, bazar, pemasaran melalui media sosial guna meningkatkan transaksi dan menjaga kepuasan pelanggan	Menjaga tingkat inflasi dan tingkat margin bagi hasil guna menjaga kualitas pembiayaan pelaku UMKM
Peningkatan literasi melalui sosialisasi dan edukasi terhadap UMKM terhadap program pembiayaan berbasis syariah	Meningkatkan jumlah <i>customer base</i> pelaku UMKM guna meningkatkan akses pembiayaan UMKM dan peningkatan produk simpanan dan investasi melalui penggunaan produk dan jasa	Pemberian penjelasan mengenai tingkat inflasi terhadap produk pembiayaan produktif terhadap UMKM
Peningkatan komunikasi terhadap UMKM mengenai inovasi produk dan jasa demi kelancaran angsuran debitur	Memberikan program penghargaan terhadap pelaku UMKM untuk meningkatkan pembiayaan ke bank syariah	Menyediakan program pembiayaan dan restrukturisasi dengan angsuran ringan

KESIMPULAN

Seluruh variabel independen yaitu literasi keuangan, inklusi keuangan, orientasi kewirausahaan dan kapabilitas pemasaran media sosial baik secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM makanan dan minuman nasabah KUR Bank Syariah Indonesia Area Bandung Kota. Rekomendasi strategi peningkatan kinerja bisnis UMKM yang dapat diimplementasikan melalui pendekatan tiga klaster yaitu klaster konsultasi, klaster jumpa pelaku UMKM dan klaster orientasi produk, dimana strategi utamanya adalah pendampingan dalam penyusunan laporan keuangan pelaku UMKM guna menjaga stabilitas keuangan. Bentuk implementasi konkret dari strategi peningkatan kinerja bisnis UMKM dengan melakukan pertemuan rutin terkait pengembangan bisnis dalam bentuk *coaching clinic* yang difasilitasi oleh pihak Bank Syariah untuk menarik nasabah bank.

DAFTAR PUSTAKA

- [UU] Undang-Undang. 2008. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Agmasari, S. 2021. Sektor Kuliner Penyumbang Terbesar PDB Ekonomi Kreatif Indonesia. <https://www.kompas.com/food/read/2021/08/11/210300375/sektor-kuliner-penyumbang-terbesar-pdb-ekonomi-kreatif-indonesia>. (diakses tanggal 3 Agustus 2022)
- Anggraini, D., S.H. Nasution. 2013. Peranan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bagi Pengembangan UMKM Di Kota Medan (Studi Kasus Bank BRI). *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 1(3): 105-116.
- Aribawa, D. 2016. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1): 1-13.
- Bank Syariah Indonesia. 2021. *Laporan Tahunan Bank Syariah Indonesia Tahun 2021*. Jakarta: Bank Syariah Indonesia.
- Caesario, E.B. 2022. Kredit UMKM Dalam Bayang-Bayang Peningkatan Risiko NPL. <https://bisnisindonesia.id/article/kredit-umkm-dalam-bayangbayang-peningkatan-risiko-npl> (diakses tanggal 6 Agustus 2022).
- David, F.R. 2015. *Strategic Management Concepts and Cases, A Competitive Advantage Approach*. 15th edition. London: Pearson Education Limited.
- Echdar, S. 2017. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Cetakan Pertama. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Elisabeth, A. 2022. Beranjak Pulih, Industri Mamin Tumbuh 3,75% di Kuartal I-2022. <https://ekbis.sindonews.com/read/818559/34/beranjak-pulih-industri-mamin-tumbuh-375-di-kuartal-i-2022-1657069670> (di akses 30 Juli 2022).
- Hastuti, R.K. 2020. *Sederet Pasal Omnibus Law yang Untungkan UMK & Koperasi*. Artikel dikutip tanggal 2 Agustus 2022, <https://www.cnbc-indonesia.com/news/20201021175742-4-196115/sederet-pasal-omnibus-law-yang-untungkan-umk-koperasi>.
- Puspitasari, R. dan D. Astrini. 2021. Dampak Literasi Dan Inkusi Keuangan Terhadap Kinerja Pelaku UMKM Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(2): 435-446.
- Putra, A.H. 2016. Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2): 40-52.
- Ramadhan, A. 2022. Jokowi Sebut UMKM Serap 97 Persen Tenaga Kerja. <https://nasional.kompas.com/read/2022/07/13/12043491/jokowi-sebut-umkm-serap-97-persen-tenaga-kerja> (diakses tanggal 2 Agustus 2022).
- Rangkuti, F. 2018. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Cetakan Keduapuluh Empat. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Souisa, W. 2018. The Effects of Entrepreneurial Orientation and Market Orientation on Business performance. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(4): 1-5.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Cetakan Ketiga. Bandung: Alfabeta
- Zuraya, N. 2022. *Gapmmi: Industri Makanan dan Minuman akan Tumbuh 5-7 Persen di 2022*. <https://www.republika.co.id/berita/r9yykm383/gapmmi-industri-makanan-dan-minuman-akan-tumbuh-57-persen-di-2022> (diakses 29 Juli 2022).