

TUGAS AKHIR

**PENGARUH PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY & SOCIAL MEDIA* TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM DI KOTA
BATAM**



Diajukan untuk memenuhi tugas akhir

Disusun oleh:

Delia Johan

2019122020

Pembimbing:

Syarif Hidayah Lubis, S.E., M.Si.

**PRODI STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS UNIVERSAL
2023**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Delia Johan

NIM : 2019122020

Program Studi : Akuntansi

Judul TA : “Pengaruh Penggunaan *Financial Technology* dan *Social Media* terhadap Peningkatan Pendapatan di Kota Batam”

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tugas akhir yang saya tulis ini adalah benar-benar karya saya sendiri, bukan hasil jiplakan (plagiat), belum pernah diterbitkan atau dipublikasikan dimanapun atau dalam bentuk apapun, serta belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi.

Atas pernyataan ini, saya siap menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap tugas akhir saya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Batam, 04 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan

Delia Johan

2019122020

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY & SOCIAL MEDIA* TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM DI KOTA BATAM

Disusun oleh:
Delia Johan
2019122020

Pembimbing

Syarif Hidayah Lubis, S.E., M.Si.

NIDN: 1002079002
Tanggal: 04 Agustus 2023

Batam, 04 Agustus 2023
Program Studi Akuntansi
Fakultas Bisnis
Universitas Universal
Koordinator Program Studi

Hardi Bahar, S.E., M.Si.
NIDN:10270986

ABSTRACT

This study aims to show how much influence the use of financial technology and social media has on increasing the income of MSMEs in Batam City. This research uses Non probability sampling method with purposive sampling technique. The population in this study is the owner of MSMEs in Batam City. The data analysis technique in this study used multiple linear regression analysis. The results of the study prove that the use social media and financial technology has a positive effect on increasing the income of MSMEs in Batam City. However, the use of fintech and social media has a simultaneous effect on increasing the income of MSMEs in Batam City. This proves the importance of knowledge and education about the use of technology in running a business to gain greater profits than before. added with supporting indicators that support each variable so that this research becomes more specific then MSMEs using Social Media and Financial Technology are one of the targets for MSME actors in developing their business because the several discussions that have been conducted by researchers have sufficiently proven and according to the results of the questionnaires that have been distributed can be concluded that the use of Social Media and Financial Technology simultaneously can help both in terms of marketing and increasing sales and influencing the income of MSMEs in Batam City.

Keywords: Financial Technology; MSME Income; Social Media.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menunjukkan seberapa besar pengaruh penggunaan teknologi *financial technology* dan media sosial terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Batam. Penelitian menggunakan metode *Non probability sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah Pemilik UMKM yang berada di Kota Batam. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian membuktikan penggunaan *financial technology* dan media sosial berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Batam. Tetapi penggunaan *fintech* dan media sosial berpengaruh simultan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Batam. Hal ini membuktikan pentingnya pengetahuan dan edukasi tentang pemanfaatan teknologi dalam menjalankan usaha untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar daripada sebelumnya ditambahkan dengan indikator pendukung yang menjadi dukungan setiap variabel sehingga penelitian ini menjadi lebih spesifik kemudian UMKM dengan menggunakan Media Sosial dan Financial Technology menjadi salah satu sasaran untuk para pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya karena dengan beberapa pembicaraan yang sudah dilakukan oleh peneliti sudah cukup membuktikan dan menurut dari hasil kuisisioner yang telah disebar dapat disimpulkan bahwa penggunaan Media Sosial dan Financial Technology secara bersamaan dapat membantu baik secara pemasaran maupun peningkatan penjualan serta mempengaruhi pendapatan UMKM di Kota Batam.

Kata Kunci: *Financial Technology*; Media Sosial; Pendapatan UMKM.

PRAKATA

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul: “**Pengaruh Penggunaan *Financial Technology* dan *Social Media* terhadap Peningkatan Pendapatan di Kota Batam**”. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan S1 Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis Universitas Universal, selain itu Tugas Akhir ini juga bertujuan untuk menambah wawasan dan referensi lebih lanjut mengenai pengaruh dari *big data analytics* dalam proses audit.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini peneliti tentu mengalami kendala-kendala dari berbagai perspektif, baik dari permasalahan topik penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, analisis data, penulisan, hingga penyelesaian Tugas Akhir ini. Kendala tersebut kemudian dapat terselesaikan dengan adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan kali ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. techn. Aswandy, M.T, selaku Rektor Universitas Universal.
2. Bapak Dr. Didi Sundiman, S.T., M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Universal.
3. Bapak Hardi Bahar, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Akuntansi Universitas Universal dan dosen penguji yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam penyusunan laporan tugas akhir ini.
4. Bapak Syarif Hidayah Lubis, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah senantiasa menyediakan waktu untuk membimbing, memberi saran dan masukan, arahan, dan diskusi mengenai Tugas Akhir peneliti.
5. Mandasari. R, S.E., M.S.Ak. selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam penyusunan laporan tugas akhir ini.
6. Seluruh dosen Universitas Universal yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti selama kegiatan perkuliahan.
7. Keluarga dan teman-teman peneliti yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, dan doa kepada peneliti.

8. Seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam proses penyusunan dan penelitian Tugas Akhir yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti sadar bahwa dalam Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, peneliti menerima segala saran dan kritikan yang membangun, sehingga dapat menyempurnakan Tugas Akhir ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu mengaruniakan rahmat dan kasih-nya kepada semua pihak dan semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat dan tambahan wawasan bagi pembaca.

Batam, 03 Agustus 2023

Delia Johan

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PRAKATA	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	9
LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEPTUAL PENELITIAN	8
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kajian Teori	17
2.2.1. Financial technology	17
2.2.2. Media Sosial	20
3.6.1. Peningkatan Pendapatan UMKM	24
2.2.4. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	25
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	26
2.4 Hipotesis	27
2.4.1. Pengaruh <i>Financial Technology</i> terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM	
2.4.2. Pengaruh Media Sosial dengan Peningkatan Pendapatan UMKM	28
2.4.3. Pengaruh antara <i>Financial Technology</i> dan Media Sosial dengan Peningkatan Pendapatan UMKM	28
2.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Pendekatan Penelitian.....	34

3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	35
3.3.1.	Populasi Penelitian	35
3.3.2.	Sampel Penelitian	35
3.4	Metode Pengumpulan Data	37
3.5	Pengujian Instrumen.....	38
3.5.1.	Uji Validitas	38
3.5.2.	Uji Realibilitas.....	38
3.6	Metode Analisis Data	38
3.6.1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	38
3.6.2.	Analisis Statistik Inferensial	39
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian dan karakteristik Responden	44
4.2	Deskriptif Variabel Penelitian	48
4.3	Analisis Inferensial Penelitian	49
4.3.1.	Uji Validitas	49
4.3.2.	Uji Reliabilitas.....	50
4.3.3.	Uji Normalitas	51
4.3.4.	Uji Multikolinearitas	51
4.3.5.	Uji Heteroskedastisitas	52
4.3.6.	Analisis Regresi Linear Berganda	53
4.4	Uji Hipotesa	54
4.4.1.	Uji Statistik t (Parsial)	54
4.4.2.	Uji Statistik F (Simultan).....	54
4.4.3.	Uji Koefisien Determinasi	55
4.5.	Profil Variabel Penelitian	56
4.5.1.	Profil Variabel <i>Financial Technology</i>	56
4.5.2.	Profil Variabel Media Sosial	59
4.5.3.	Profil Variabel Peningkatan Pendapatan UMKM.....	61
4.6.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
4.6.1.	Pengaruh <i>Financial Technology</i> terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Batam	65

4.6.2.	Pengaruh Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Batam	65
4.6.3.	Pengaruh <i>Financial Technology</i> , dan Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Batam.....	66
4.7.	Implikasi Penelitian.....	66
4.7.1.	Implikasi Teoritis	66
4.7.2.	Implikasi Praktis.....	67
4.8.	Keterbatasan Penelitian	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		68
5.1	Kesimpulan	68
5.2	Saran	68
5.2.1.	Bagi UMKM	68
5.2.2.	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	69
5.2.3.	Bagi Pemerintah	69
DAFTAR PUSTAKA		70

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Media Sosial Promosi	45
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis <i>Financial Technology</i>	46
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	47
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	47
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	48
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel <i>Financial Technology</i>	49
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Media Sosial	50
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Peningkatan Pendapatan UMKM.....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	53
Tabel 4.16 Hasil Uji Statistik T	54
Tabel 4.17 Hasil Uji Statistik F	55
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	55
Tabel 4.19 Deskriptif Variabel <i>Financial Technology</i> X1.1	56
Tabel 4.20 Deskriptif Variabel <i>Financial Technology</i> X1.2.....	56
Tabel 4.21 Deskriptif Variabel <i>Financial Technology</i> X1.3.....	57
Tabel 4.22 Deskriptif Variabel <i>Financial Technology</i> X1.4.....	57
Tabel 4.23 Deskriptif Variabel <i>Financial Technology</i> X1.5.....	58
Tabel 4.24 Deskriptif Variabel <i>Financial Technology</i> X1.6.....	58
Tabel 4.25 Deskriptif Variabel <i>Financial Technology</i> X1.7.....	58
Tabel 4.26 Deskriptif Variabel Media Sosial X2.1	59
Tabel 4.27 Deskriptif Variabel Media Sosial X2.2.....	59
Tabel 4.28 Deskriptif Variabel Media Sosial X2.3.....	60
Tabel 4.29 Deskriptif Variabel Media Sosial X2.4.....	60
Tabel 4.30 Deskriptif Variabel Media Sosial X2.5.....	61
Tabel 4.31 Deskriptif Variabel Media Sosial X2.6.....	61
Tabel 4.32 Deskriptif Variabel Media Sosial Y.1	62
Tabel 4.33 Deskriptif Variabel Media Sosial Y.2.....	62
Tabel 4.34 Deskriptif Variabel Media Sosial Y.3.....	63
Tabel 4.35 Deskriptif Variabel Media Sosial Y.4.....	63
Tabel 4.36 Deskriptif Variabel Media Sosial Y.5.....	64
Tabel 4.37 Deskriptif Variabel Media Sosial Y.6.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Kuesioner

Lampiran 3 Kartu Bimbingan Tugas Akhir

Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi tidak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Berbagai informasi yang terjadi di berbagai belahan dunia kini telah dapat langsung kita ketahui berkat adanya sebuah kemajuan teknologi atau yang dikenal dengan globalisasi (Hendro Setyo Wahyudi, 2014). Kehidupan manusia pada saat ini sangat melekat dengan IPTEK dan seperti tidak dapat dipisahkan karena memudahkan pekerjaan manusia (Nurlita, 2012).

Perkembangan Teknologi *digital* yang cukup pesat selama beberapa tahun terakhir yang memberikan dampak besar pada perekonomian Indonesia dan berbagai pelaku ekonomi yang ada, salah satunya para pelaku UMKM (Ghalib & Setiawan, 2019). Karena apabila para pelaku usaha dapat menggunakan internet dalam mengembangkan usahanya maka itu dapat memperluas pangsa pasar dan membuat produk penjualannya dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Perekonomian dunia pada tahun 2019-2020 mulai mengalami kondisi yang tidak stabil dikarenakan dampak dari Covid-19 karena pandemi ini tidak hanya berdampak pada sektor kesehatan saja, tetapi juga berdampak pada sektor pariwisata, perdagangan, ekonomi, dan investasi (Pakpahan, 2020). Hasil survei *Asian Development Bank (ADB)* menyimpulkan bahwa ada sebanyak 50% atau sekitar 37.000 UMKM yang ada di Indonesia memberikan laporan bahwa mereka terdampak dengan adanya pandemi ini. Pandemi ini memberikan dampak negatif bagi perekonomian domestik seperti penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat, eksistensi UMKM, ancaman pada sektor perbankan dan keuangan, penurunan kinerja perusahaan (Joseph, 2020), selain itu dengan adanya pemberlakuan pembatasan sosial dan *lockdown* oleh Pemerintah agar penyebaran tidak semakin meluas. Sehingga itu membuat mayoritas dari pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan bahkan kebangkrutan akibat dari adanya pandemi Covid-19 dikarenakan turunnya penjualan karena konsumen terbatas (Sugiarti et al., 2020).

Kendala yang sering dialami oleh para pelaku usaha sebelum adanya pandemi dalam meningkatkan kinerja usahanya adalah keterbatasan modal yang dimiliki, kemampuan dan keterampilan dalam mengatur usahanya dan juga kurangnya pemasaran yang dapat menarik perhatian para konsumen. Dengan adanya pandemic, maka kendala yang dialami oleh para UMKM juga akan semakin banyak dimana mereka harus memiliki strategi bagaimana bertahan ditengah kondisi pandemic Covid-19. Apalagi ditambah dengan adanya pembatasan sosial yang dianjurkan oleh pemerintah yang membuat pendapatan para UMKM menurun drastis. Salah satunya dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada, karena secara tidak langsung ini akan dapat meningkatkan penjualan mereka nantinya (Nadya, 2016).

Berdasarkan data terbaru dari Statistika, bahwa jumlah pengguna media sosial yang ada di Indonesia mengalami peningkatan yang dapat dikatakan cukup signifikan setiap tahunnya. Dengan banyaknya promosi yang dilakukan oleh perusahaan setiap media sosial dalam menawarkan barang atau jasanya dengan menawarkan berbagai macam kemudahan bagi masyarakat, didukung dengan adanya pembayaran *digital* seperti *Financial technology* dan juga promosi di media sosial. Secara tidak langsung ini telah memperluas jangkauan pemasaran dari suatu usaha sehingga pada akhirnya dapat membuat suatu usaha mendapatkan pendapatan yang meningkat dari sebelumnya dan juga telah memperluas pangsa pasar dan target pasar (Soetrisno & Yoku, 2019). Berbeda dengan dulu dimana penjualannya hanya dijual di toko biasa saja yang hanya mengharapkan pelanggan dari kalangan daerah tersebut saja.

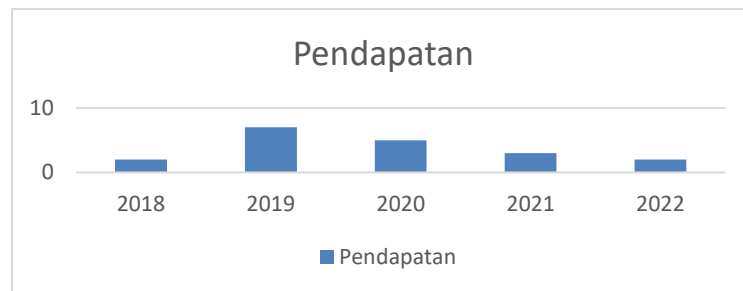
Pertumbuhan jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) semakin tinggi. UMKM merupakan salah satu sektor ekonomi yang sangat diperhitungkan karena kontribusinya terhadap pendapatan negara (Adha 2010). Menurut Agni (2013) Usaha Mikro Kecil Menengah selama ini mampu memberikan kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja terbesar secara nasional. UMKM dapat menjadi penghasil produk unggulan yang dapat dipasarkan ke sejumlah daerah secara mandiri. Setiap UMKM memiliki ciri khasnya masing-masing yang harus selalu dikembangkan untuk menjadi sebuah produk unggulan. Keunggulan-keunggulan tersebut yang nantinya akan membawa kemajuan pada usaha tersebut. Pemasaran

memiliki peranan yang sangat penting dalam berbisnis, antara lain komunikasi yang baik dapat menghasilkan pemasaran yang efektif. Sehingga komunikasi dan pemasaran tidak dapat dipisahkan karena dengan adanya komunikasi, pemasaran dapat dilakukan dengan lebih mudah.

Melihat perkembangan UMKM di Indonesia sendiri sudah mengacu pada *Go digital*, hal ini didukung dengan pernyataan menurut Bapak Widodo, dalam tiga tahun terakhir, pemerintah berupaya memasukkan UMKM untuk masuk ke dalam *platform digital*. Sampai saat ini sudah ada 19 juta UMKM yang sudah masuk ke *platform-platform digital* dari 64 juta UMKM yang ada di Indonesia. Menurut Sopiah (2022), Bapak Widodo mengharapkan untuk target pada tahun 2024 adalah perkembangan UMKM di Indonesia dapat mencapai angka 30 juta untuk masuk ke dalam *platform digital (Go digital)* (Sopiah, 2022)

Salah satu pemenuhan dari target tersebut adalah inisiasi potensi *fintech* dalam mendukung dan meningkatkan literasi masyarakat akan solusi keuangan digital adanya pendukung atas penyampaian dari Bapak Rizal Edwin Manansang, yang menyampaikan bahwa peran *fintech* dalam membantu digitalisasi UMKM di Indonesia seiring dengan berkembangnya digitalisasi dalam dunia kita dewasa ini, saya meyakini bahwa kolaborasi antara penyelenggara *fintech* dan pelaku UMKM tidak hanya akan membuka akses pasar yang lebih luas bagi UMKM, namun juga memberikan alternatif pembiayaan dan solusi keuangan lain bagi UMKM yang mungkin selama ini masih belum tersentuh layanan perbankan. Berikut salah satu hasil observasi dari terjadinya penurunan terhadap pendapatan UMKM di Batam yang dilakukan oleh peneliti untuk mendukung fenomena yang telah disampaikan diatas.

Tabel 1.1
Diagram Penurunan Pendapatan UMKM di Kota Batam



Sumber: Diolah Peneliti

Berdasarkan pusat informasi Covid-19 menyatakan bahwa Covid-19 menyebabkan berhentinya aktivitas perdagangan pasar diberbagai daerah yang pasarnya ditutup sudah perkenankan kembali dibuka. Dengan adanya kembali pasar-pasar diharapkan perekonomian kembali meningkat (Pusat Informasi Covid-19,2020).

Pendapatan negara, pada zaman globalisasi saat ini banyak cara yg digunakan untuk cara meningkatkan penerimaan mereka, bisa dari secara umum, di Kota Batam memiliki umkm yg cukup berkembang namun hal ini berbanding terbalik dengan tiap bulannya dari survei yang telah saya buat, maka dari penurunan disebabkan karena penggunaan finansial, dan media sosial yang kurang diterapkan oleh UMKM di Kota Batam. Berdasarkan *Financial Technology* dapat meningkatkan kinerja bisnis dan kondisi keuangan yang baik sehingga dapat mendorong meningkatkan pendapatan seseorang ((P. P. Sari & Septyarini, 2018)). *Fintech* juga berfungsi sebagai jalan pembayaran digital keuangan sehingga memudahkan masyarakat dalam bertransaksi (Hamdan,2020). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Suharyati & Sofyan, (2019), Widyayanti (2019), Ade Putri Darmika, Halim Usman (2021) dan P.P. Sari & Septyarini (2018) menyatakan bahwa penggunaan *Financial Technology* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM disuatu daerah. Selain itu juga, dengan adanya *Financial Technology* menggunakan QRIS, EDC, GOPAY, dll dengan teknologi ini masyarakat akan merasa ringan dengan tidak perlu membawa uang *cash* diharapkan dapat didukung dengan pernyataan peningkatan pendapatan UMKM di Kota Batam.

Tantangan bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam menghadapi kemajuan teknologi termasuk di bidang keuangan yaitu hadirnya *Financial Technology* (Fintech) dalam sistem pembayaran non tunai/ *online payment*. Beberapa keuntungan pembayaran non-tunai yang bisa dirasakan bagi UMKM dalam peningkatan dan perkembangan usaha adalah: 1.) Transaksi yang lebih cepat. 2.) Pencatatan transaksi yang lebih mudah dan sistematis. 3.) *Databased* permintaan pelanggan yang lebih akurat. Ketiga hal diatas menjadi alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini terhadap kemungkinan adanya Peningkatan Pendapatan Usaha bagi Pelaku UMKM (Evi Rosalina Widyayanti,2019).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Lathifah, 2017), (Purwudiantoro dkk, 2016), (Mursito,2020) dan (Odoom dkk,2017) menyatakan bahwa penggunaan media sosial sebagai media promosi berpengaruh terhadap peningkatan UMKM di suatu daerah. Sehingga mampu memberikan potensi yang cukup besar terhadap peningkatan penerimaan negara dan pada akhirnya diharapkan bisa menyelesaikan berbagai macam permasalahan seperti mengurangi angka kemiskinan, mengurangi jumlah pengangguran, dan ketimpangan distribusi pendapatan.

Adanya hubungan empiris antar konsep yang menjadi variabel-variabel dalam penelitian ini yang diuraikan oleh beberapa penelitian terdahulu seperti adanya pengaruh antara penggunaan *Financial Technology* terhadap peningkatan pendapatan terhadap UMKM dalam penelitian dan (Purbohastuti Wahyuni Arum, 2017) mengatakan bahwa media sosial berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan tetapi berbeda dengan (Lathifah, 2017) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan jika menggunakan media social dalam meningkatkan pendapatan UMKM.

Berdasarkan fenomena dan *research gap* yang telah dijelaskan diatas, maka penggunaan *Financial Technology* dan Media Sosial sebagai sarana promosi memiliki pengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM disuatu daerah. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis mengambil judul **“Pengaruh Penggunaan *Financial Technology* dan Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Batam”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, dengan adanya penurunan perekonomian Indonesia dikarenakan pada masa Pandemi Covid-19 UMKM yang berkembang atau telah menjalankan usahanya terpaksa tutup dan mengakibatkan banyaknya angka pengangguran yang terjadi pada masa pandemi Covid -19 maka dari itu dapat dilakukan dengan mempromosikan dan mempertahankan usaha dengan memanfaatkan teknologi yang ada.

Berdasarkan masalah pokok tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian dijabarkan sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan *Financial Technology* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Batam?
2. Apakah penggunaan Sosial Media berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Batam?
3. Apakah penggunaan *Financial Technology* dan Sosial Media secara bersamaan dapat berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Batam?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *Financial Technology* terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan Media Sosial terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *Financial Technology*, dan Media Sosial secara bersamaan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Batam.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat-manfaat yang bermanfaat, seperti:

1. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih luas dan pengetahuan tentang faktor-faktor apa yang dapat meningkatkan pendapatan UMKM khususnya di Kota Batam.

Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai beberapa referensi mengenai keterkaitan antara *Financial Technology*, dan Media Sosial dengan Peningkatan Pendapatan Para UMKM.

2. Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan para UMKM dalam menentukan strategi bisnis kedepannya. Terutama dalam menghadapi kehidupan yang serba digital sekarang sehingga usaha mereka tetap dapat bertahan misalnya dengan melakukan promosi secara *online*, mendaftarkan usaha mereka dan menjadikan *Financial Technology* sebagai sarana pendukung untuk memajukan usaha mereka sehingga dapat menarik perhatian lebih banyak lagi konsumen untuk kedepannya.

3. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat sebagai dasar pengembangan serta memberikan perhatian lebih kepada UMKM untuk penerapan strategi bisnis agar kedepannya dapat memberikan dampak yang positif kepada perekonomian negara dan membantu pemerintah untuk mengevaluasi pada suatu daerah dengan dampak signifikan.