

TESIS

**PENGARUH SOCIAL CAPITAL TERHADAP KINERJA
PERUSAHAAN DENGAN *FINANCIAL LITERACY*,
FINANCIAL INCLUSION DAN *FINANCIAL INTERMEDIATION*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

***THE EFFECT OF SOCIAL CAPITAL ON COMPANY
PERFORMANCE WITH FINANCIAL LITERACY, FINANCIAL
INCLUSION AND FINANCIAL INTERMEDIATION AS
MEDIATION VARIABLES***

**VIDEN WARASPADIAH
A062212029**



kepada

**PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

TESIS

**PENGARUH SOCIAL CAPITAL TERHADAP KINERJA
PERUSAHAAN DENGAN *FINANCIAL LITERACY*,
FINANCIAL INCLUSION DAN *FINANCIAL INTERMEDIATION*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

***THE EFFECT OF SOCIAL CAPITAL ON COMPANY
PERFORMANCE WITH FINANCIAL LITERACY, FINANCIAL
INCLUSION AND FINANCIAL INTERMEDIATION AS
MEDIATION VARIABLES***

sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Magister
disusun dan diajukan oleh

**VIDEN WARA ASPADIAH
A062212029**



kepada

**PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

**PENGARUH SOCIAL CAPITAL TERHADAP KINERJA
PERUSAHAAN MELALUI FINANCIAL LITERACY,
FINANCIAL INCLUSION, DAN FINANCIAL INTERMEDIATION
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Disusun dan diajukan oleh

**VIDEN WARA ASPADIAH
A062212029**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Magister **Akuntansi** Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin
Pada tanggal 12 Februari 2024
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Dr. Grace T. Pontoh, SE., Ak., M.Si., CA **Muh. Irdam Ferdiansah, SE., M.Acc., Ph.D**
NIP 196503201992032002 NIP 198102242010121002

Ketua Program Studi
Magister Akuntansi

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. Aini Indrijawati, SE., M.Si., CA **Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, SE., M.Si.**
NIP 196811251994122002 NIP 196402051988101001

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

nama : Viden Wara Aspadiah

NIM : A062212029

jurusan/program studi : Magister Akuntansi

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tesis yang berjudul

**PENGARUH SOCIAL CAPITAL TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DENGAN
FINANCIAL LITERACY, FINANCIAL INCLUSION DAN FINANCIAL
INTERMEDIATION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan/ditulis/diterbitkan sebelumnya kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar,

2024

at Pernyataan

Viden Wara Aspadiah

PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini. Tesis ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Magister Akuntansi (M.Ak.) pada program Pendidikan Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya tesis ini. Pertama-tama, ucapan terima kasih peneliti berikan kepada ibu Dr. Grace T. Pontoh, SE.,Ak.,M.Si.,CA dan Bapak Muh. Irdam Ferdiansah, SE., M.Acc., Ph.D sebagai dosen pembimbing atas waktu yang telah diluangkan untuk membimbing, memberi motivasi, dan memberi bantuan literatur, serta diskusi- diskusi yang telah dilakukan dengan peneliti.

Ucapan terima kasih juga peneliti tujukan kepada Kepala Dinas Perindag Kota Kendari atas pemberian izin untuk melakukan penelitian. Hal yang sama juga peneliti sampaikan kepada segenap Pelaku UMKM yang telah memberi andil yang sangat besar dalam pelaksanaan penelitian ini. Semoga bantuan yang diberikan oleh semua pihak mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Terakhir, ucapan terima kasih kepada ayah, ibu, saudara, sahabat, dan teman atas bantuan, nasehat, dan motivasi yang diberikan diberikan hingga tesis ini terselesaikan dengan baik.

Tesis ini masih jauh dari sempurna walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam tesis ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab peneliti dan bukan para pemberi bantuan. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan tesis ini.

Makassar, 2024

Peneliti

ABSTRAK

VIDEN WARA ASPADIAH. Pengaruh Social Capital terhadap Kinerja Perusahaan dengan Financial Literacy, Financial Inclusion, dan Financial Intermediation sebagai Variabel Mediasi (dibimbing oleh Grace T. Pontoh dan Muh. Irdam Ferdiansah).

Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis pengaruh *social capital* terhadap kinerja perusahaan dengan *financial literacy*, *financial inclusion*, dan *financial intermediation* sebagai mediasi. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Kendari dengan jumlah sampel sebanyak 101 UMKM. Penelitian ini menggunakan data primer, metode pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan metode survei. Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social capital* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan dan pengujian efek mediasi menunjukkan bahwa *financial literacy*, *financial inclusion*, dan *financial intermediation* memediasi hubungan *social capital* terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa *social capital* merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Hal ini karena *social capital* dapat meningkatkan kepercayaan, kerja sama, dan berbagi informasi antarpemangku kepentingan perusahaan. *Financial literacy*, *financial inclusion*, dan *financial intermediation* berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan antara *social capital* dan kinerja perusahaan.

Kata kunci: kinerja perusahaan, *social capital*, *financial literacy*, *financial inclusion*, *financial intermediation*



ABSTRACT

VIDEN WARASPADIAH. *The Effect of Social Capital on Company Performance with Financial Literacy, Financial Inclusion, and Financial Intermediation as Mediating Variables* (supervised by Grace T. Pontoh and Muh. Irdam Ferdiansah)

This research aims to test and analyze the effect of social capital on company performance with financial literacy, financial inclusion, and financial intermediation as mediation. This research was carried out in Kendari City with a sample size of 101 MSMEs. This research used primary data and data collection method was carried out by distributing questionnaires using a survey method. The statistical method used to test the hypothesis was Structural Equation Model (SEM). The research results show that social capital has a positive effect on company performance. The testing of mediation effect shows that financial literacy, financial inclusion, and financial intermediation mediate the correlation between social capital and company performance. This research shows that social capital is an important factor that can improve company performance. This is because social capital can increase trust, cooperation, and share information among company stakeholders. Financial literacy, financial inclusion, and financial intermediation act as partial mediators in the correlation between social capital and company performance.

Keywords: company performance, social capital, financial literacy financial inclusion financial intermediation.



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
PRAKATA	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.4.1 Kegunaan Teoretis	10
1.4.2 Kegunaan Praktis	10
1.5. Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Teori dan Konsep	12
2.1.1 Teori <i>Social capital</i>	12
2.1.2 Teori Keperilakuan Keuangan	13
2.1.3 <i>Financial Literacy</i>	15
2.1.4 <i>Financial Inclusion</i>	17
2.1.5 <i>Financial intermediation</i>	18
2.1.6 Kinerja Perusahaan	20
BAB III KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	22
3.1 Kerangka Pemikiran	22
3.2 Hipotesis	27
3.2.1 Pengaruh <i>Social capital</i> terhadap <i>Financial Literacy</i>	27
3.2.2 Pengaruh <i>Social capital</i> Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui <i>Financial Literacy</i>	28
3.2.3 Pengaruh <i>Social capital</i> Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui <i>Financial Inclusion</i>	29
3.2.4 Pengaruh <i>Social capital</i> Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui <i>Financial Intermediasi</i>	30
BAB IV METODE PENELITIAN	32
4.1 Rancangan Penelitian	32
4.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian	32
4.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	32
4.4 Jenis Dan Sumber Data	32
4.5 Metode Pengumpulan Data	34
4.6 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	34
4.6.1 Variabel Eksogen	35
4.6.2 Variabel Endogen	35

4.7 Teknik Analisis Data	37
4.7.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	39
4.7.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	41
4.7.3 Pengujian Hipotesis	41
4.7.4 Pengujian Efek Mediasi.....	42
BAB V HASIL PENELITIAN.....	44
5.1 Deskripsi Data	44
5.1.1 Gambaran Umum Responden	44
5.1.2 Karakteristik Responden	44
5.1.3 Analisis Statistik Deskriptif	46
5.2 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	49
5.2.1 Validitas Konvergen	49
5.2.2 Validitas Diskriminan.....	51
5.2.3 Reliabilitas Konstruk	52
5.3 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model Analysis</i>)	53
5.4 Pengujian Hipotesis	54
BAB VI PEMBAHASAN	57
6.1 <i>Social capital</i> berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan	57
6.2 <i>Social capital</i> berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan melalui <i>financial literacy</i>	58
6.3 <i>Social capital</i> berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan melalui <i>financial Inclusion</i>	60
6.4 <i>Social capital</i> berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan melalui <i>financial intermediation</i>	62
BAB VII PENUTUP	65
7.1 Kesimpulan.....	65
7.2 Implikasi.....	66
7.3 Keterbatasan	67
7.4 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Karakteristik Populasi	33
4.2 Skala model <i>likert</i>	34
5.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	44
5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
5.4 Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan	46
5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
5.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif	47
5.7 <i>Outer Loading</i>	50
5.8 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	51
5.9 Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	52
5.10 Nilai <i>Construct Reliability and Validity</i>	53
5.11 Uji Hipotesis	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 Kerangka Pemikiran	25
3.2 Kerangka Konseptual	26

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Surat Izin Penelitian.....	77
2 Kuesioner	78
3 Data UMKM Memiliki Izin Di Kota Kendari	84
4 Hasil Olah Data	88

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian merupakan salah satu sektor yang paling terpenting dan menjadi perhatian pemerintah dalam berbagai kebijakan guna untuk meningkatkan kesejahteraan dalam masyarakat. Usaha besar pada tahun 1970 merupakan awal pembangunan ekonomi bagi Bangsa Indonesia. Era tersebut menjadikan pertumbuhan ekonomi Indonesia menjadi pesat pada sektor industri besar. Seiring berjalannya waktu industri besar mengalami guncangan kebangkrutan dan banyak perusahaan mengurangi karyawan hal ini mengakibatkan kemiskinan dan pengangguran. masalah pengangguran dapat terjadi karena ketidakseimbangan antara jumlah tenaga kerja dengan lapangan kerja yang tersedia. Upaya untuk mengatasi pengangguran yang tinggi di Indonesia bukan hanya tanggung jawab pemerintah saja, tetapi masyarakat juga harus ikut serta berusaha mencari jalan keluar untuk mengatasinya. Salah satu cara mengurangi pengangguran yang terus meningkat ialah dengan membuka usaha sendiri, walaupun hanya usaha kecil seperti Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tetapi diharapkan mampu membuka peluang usaha untuk diri sendiri maupun orang lain.

UMKM telah diakui secara global sebagai mesin pertumbuhan ekonomi dan memberikan solusi untuk masalah pembangunan ekonomi yang lambat di negara-negara berkembang (Ojokuku dan Sajuyigbe, 2014). Hal itu ditunjukkan oleh populasinya sebagai pelaku usaha terbesar serta kontribusinya dalam penyerapan tenaga kerja, pembentukan produk domestik bruto, ekspor dan penciptaan modal tetap/investasi (Abbas, 2018).

Pada sepuluh tahun terakhir perkembangan UMKM di Indonesia mencapai 99,9 persen dari total unit usaha di Indonesia. Jumlah UMKM yang tersebar di Indonesia sebanyak 62,9 juta unit meliputi perdagangan, pertanian, peternakan, kehutanan, perikanan, pertambangan, pengolahan, bangunan, komunikasi, hotel, restoran dan jasa-jasa (Widyaningsih dan Oktaviani, 2022). Meskipun begitu, di tengah perkembangan UMKM yang belum terlalu baik di awal tahun 2020, UMKM di Indonesia kembali diuji dengan munculnya wabah *covid-19* di tengah masyarakat Indonesia. Kondisi ini menyebabkan fenomena pandemic *covid-19* menimbulkan kekacauan di sektor ekonomi. Tidak hanya industri besar, pandemi *covid-19* telah membuat pelaku UMKM di Indonesia mulai gelisah. Sehingga Kondisi ini menimbulkan dampak yang sangat besar terhadap perekonomian.

Hal ini menuntut perusahaan khususnya UMKM untuk mengembangkan strategi agar dapat *survive* dan semakin berkembang. Salah satu faktor penting agar perusahaan dapat tetap bersaing dan berkembang di masa seperti ini adalah dengan mengoptimalkan kinerja perusahaan (Pudyastuti dan Saputra, 2021). Tanpa kinerja perusahaan yang baik, mustahil bahwa UMKM dapat berdiri lama dalam mempertahankan eksistensinya. Ahmad dan Pi-Sheen (2009) menyatakan bahwa kesuksesan pengelolaan usaha bukanlah hal mudah. UMKM menghadapi masalah umum yang mengganggu kinerja dan tingkat keberlangsungan hidup mereka. Beberapa statistik menunjukkan bahwa tingkat kegagalan usaha kecil dalam lima tahun pertama mereka lebih dari 50% (Thaha, 2020).

Banyak faktor yang dikaitkan dapat memengaruhi kinerja perusahaan dalam menjalankan usahanya diantaranya adalah peran pemerintah dalam menciptakan lingkungan yang kondusif untuk usaha kecil, nilai sosial budaya dan infrastruktur. Faktor lain yang dianggap dapat memengaruhi kinerja perusahaan

berasal dari diri pelaku usaha sendiri yaitu *social capital* yang dimiliki oleh pelaku usaha serta kompetensi wirausaha, Semakin tinggi *social capital* yang dimiliki oleh pelaku usaha, maka pelaku usaha akan dianggap semakin mudah dalam mencapai kinerja perusahaan yang baik. *Social capital* yang tinggi berarti pelaku usaha mampu membangun hubungan sosial yang bermanfaat yang berguna dalam pencapaian kinerja perusahaan.

Social capital merupakan suatu proses yang berkaitan dengan jaringan, kerjasama, dan komunikasi dalam masyarakat guna mencapai kualitas hidup yang lebih baik (Primadona dan Emrizal, 2017). *Theory of success* menyatakan bahwa hubungan kerjasama dapat meningkatkan semangat kerja yang tinggi, rasa saling menghormati, dan kepercayaan (Kim, 2018). Pelaku UMKM yang mempunyai *social capital* yang cenderung tinggi akan mampu menemukan ide yang menarik untuk mengambil langkah-langkah dalam memulai usahanya dibandingkan dengan mereka yang mempunyai *social capital* yang cenderung lebih rendah (Primadona dan Emrizal, 2017).

Zhang dan Fung (2006) membuktikan bahwa *social capital* yang dimiliki perusahaan di china berupa keanggotaan di berbagai organisasi dan *social capital* merupakan penentu kinerja yang signifikan pada perusahaan. Selanjutnya, Akintimehin *et al.* (2019) mengidentifikasi pengaruh *social capital* pada kinerja bisnis pada informal sektor di Nigeria. Secara umum investigasi mereka menemukan bahwa *social capital* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Namun, jika diklasifikasikan secara spesifik mereka mendeskripsikan bahwa *social capital* internal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja non-keuangan, namun tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan, sedangkan *social capital* eksternal tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan dan non keuangan. Dalam penelitian yang sama, secara jelas temuan Chung dan Gibbons (1997); Gabbay dan Zuckerman

(1998) dan Murphy (2002) membuktikan bahwa *social capital* dapat meningkatkan kinerja pelaku wirausaha dengan mengurangi biaya transaksi, meningkatkan kerjasama, memfasilitasi kewirausahaan, memperkuat hubungan dengan pemasok dan jaringan regional, dan meningkatkan pembelajaran antar pelaku usaha.

Secara teoretis *social capital* mempunyai peran dalam pengembangan usaha atau dalam lingkup UMKM. Identifikasi dan peningkatan *social capital* di setiap daerah dalam pembangunan ekonomi telah dilaksanakan namun masih belum terekam secara akurat, maka perlu dilakukan analisis seberapa besar pengaruh *social capital* pada kinerja perusahaan. Norma sosial, jaringan sosial, serta kepercayaan yang sudah ada dalam masyarakat merupakan elemen-elemen penting dalam *social capital* untuk keberlanjutan kewirausahaan masyarakat. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti *social capital* masih belum dimanfaatkan secara optimal di Kota Kendari, Hal ini didukung dengan pendapat bapak Alda Lapae selaku Kepala Dinas Koperasi dan UMKM di Kota Kendari menyampaikan bahwa baru 982 UMKM yang terdata memiliki izin usaha dan sisanya sebanyak 41.939 UMKM masih belum memiliki izin usaha (Antarnews, 2023). Selain itu banyak pelaku UMKM belum memanfaatkan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) dan bergabung menjadi mitra. Minimnya persiapan dalam pembangunan suatu usaha sehingga membuat para pelaku UMKM tidak mempunyai catatan keuangan usaha yang layak, sehingga tidak jarang banyak para pelaku usaha yang tutup usaha. Disamping itu, hubungan kolaborasi antar pelaku usaha lainnya belum optimal. Hal ini mengindikasikan interaksi pelaku usaha baik dengan sesama pelaku usaha maupun dengan pihak pemerintah masih belum tercapai secara optimal.

Hasbullah (2006) menjelaskan selain dikonstruksi secara individu *social capital* juga mampu berkembang dengan banyak orang untuk bersosialisasi.

social capital telah digunakan untuk menjelaskan berbagai topik, seperti pertumbuhan ekonomi, kinerja perusahaan, pembubaran perusahaan, keuntungan organisasi, keberlanjutan kewirausahaan, inovasi di tingkat negara, kinerja pemasok dan kinerja inovasi (Rooks *et al.*, 2009). Pada dasarnya *social capital* berperan dalam upaya peningkatan kemampuan dalam mengembangkan peluang UMKM dan mendorong dalam akumulasi keahlian yang modern, pengetahuan, dan sikap atau tindakan para pelaku usaha. Berdasarkan pengamatan peneliti beberapa dari para pelaku usaha memiliki tingkat *financial literacy* yang rendah, walaupun beberapa ada pelaku usaha yang memiliki *financial literacy* yang tinggi. Akan tetapi sangat terlihat jelas bahwa beberapa pelaku usaha yang memiliki tingkat *financial literacy* yang tinggi akan berpengaruh terhadap paradigma berpikir dalam mengembangkan usahanya.

Dahmen dan Rodriguez (2014) menjelaskan bahwa kesuksesan UMKM berkaitan dengan *financial literacy* yang dimiliki oleh pelaku usaha tersebut. *financial literacy* adalah pendidikan dan pemahaman tentang berbagai bidang keuangan. Konsep ini berfokus pada kemampuan untuk mengelola keuangan dengan cara yang efisien dan itu termasuk pengetahuan dalam membuat keputusan yang tepat tentang keuangan seperti investasi, asuransi, *real estate*, penganggaran, dan perencanaan pajak (Fatoki, 2014). Selain itu, *financial literacy* juga melibatkan penguasaan prinsip dan konsep keuangan seperti perencanaan keuangan, bunga majemuk, pengelolaan utang, teknik menabung yang menguntungkan dan nilai waktu dari uang (Esiebugie *et al.*, 2018). Oleh sebab itu, *financial literacy* diasumsikan sebagai sumber daya yang berharga bagi pelaku usaha. Purnomo (2019) menegaskan bahwa *financial literacy* dapat membuat pelaku usaha terhindar dari kegagalan bisnis yang disebabkan oleh manajemen keuangan yang buruk. Mengkonfirmasi hal ini Kelley *et al.* (2011)

membuktikan bahwa kurangnya *Financial literacy* bagi pelaku usaha dapat menjadi salah satu faktor yang menyebabkan kegagalan usaha terutama UMKM.

Secara empiris Wise (2013) melakukan investigasi untuk membuktikan dampak *financial literacy* pada kelangsungan usaha di Kanada. Dia membuktikan bahwa peningkatan *financial literacy* menyebabkan kemungkinan yang lebih rendah untuk menutup usaha mereka. Dalam penelitian yang sama Chepngetich (2016) membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan *financial literacy* terhadap kinerja UKM berdasarkan segi literasi pinjaman dan *financial literacy* anggaran. Selanjutnya Esiebugie *et al.* (2018) membuktikan bahwa *financial literacy* yang diwakili oleh dimensi pengetahuan, perilaku, dan sikap keuangan berpengaruh pada kinerja UKM di 154 UKM di Nigeria. Mengonfirmasi hal ini, Siekei *et al.* (2013) juga menemukan bukti kongkrit pada peningkatan kinerja UKM di daerah Njoro Kenya yang di mana setelah dilakukan program penganggaran, analisis keuangan, manajemen kredit dan keterampilan pembukuan terdapat peningkatan yang signifikan dalam kinerja pendapatan usaha kecil yang pengelolanya pernah mengikuti program *financial literacy*. Sama halnya dengan *financial literacy*, inklusi keuangan juga merupakan hal penting bagi pelaku UMKM.

Setelah pelaku UMKM memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang keuangan dengan literasi yang baik. Untuk menerapkannya pelaku usaha harus mendapatkan fasilitas inklusi keuangan. Inklusi keuangan merupakan akses terhadap produk dan layanan jasa keuangan seperti transaksi, pembayaran, tabungan kredit dan asuransi yang digunakan secara berkelanjutan. Berdasarkan bukti empiris Salman *et al.* (2015) membuktikan inklusi keuangan yang dideskripsikan melalui dimensi penggunaan akses *mobile banking* dan layanan perbankan berpengaruh positif signifikan terhadap pertumbuhan dan perkembangan UKM di Nigeria. Sejalan dengan itu Agbim (2020) mengonfirmasi

bukti bahwa UKM di Nigeria yang mengadopsi perangkat inklusi keuangan seperti perangkat pembayaran dan penerimaan uang mengalami peningkatan baik dalam kinerja keuangan maupun non-keuangannya.

Inklusi keuangan masuk dalam program *financial literacy* terutama dalam rangka meningkatkan kemampuan pelaku usaha kecil menggunakan layanan keuangan dan mendapatkan dampak langsung dari lembaga keuangan. Sanistasya *et al.* (2019) mengatakan bahwa semakin tinggi peningkatan inklusi keuangan pada UMKM maka pada akhirnya akan meningkatkan stabilitas keuangan suatu negara. Inklusi keuangan adalah perubahan dalam pola pikir agen ekonomi tentang cara melihat laba dan uang. *Financial inclusion* secara sederhana dapat diartikan sebagai kemudahan dalam mendapatkan layanan keuangan dalam kegiatan ekonomi. Abor dan Quartey (2017) mengungkapkan bahwa hanya responden dari sektor perbankanlah yang memiliki *financial literacy* yang tinggi dibandingkan sektor-sektor lain sehingga UMKM yang menjadi salah satu tulang punggung perekonomian harus mendapat *financial literacy* yang tinggi dan *financial inclusion* yang baik. Penelitian yang dilakukan Nurjanah (2017) mengatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *financial inclusion* dengan UMKM. Selain itu *financial inclusion* sendiri juga memiliki pengaruh pada kinerja UMKM.

Dibalik ketangguhan puluhan juta UMKM, upaya pengembangan UMKM masih menjumpai berbagai kendala seperti pengelolaan usaha yang masih tradisional, kualitas sumber daya manusia yang masih belum memadai, skala dan teknik produksi yang rendah serta terbatasnya akses permodalan kepada lembaga keuangan, khususnya perbankan. Dalam konteks ini telah dilakukan berbagai upaya agar kemampuan UMKM terus berkembang, baik dari sisi perspektif pemasaran, proses bisnis internal, manajemen sumber daya manusia maupun perspektif manajemen keuangan, mengingat pemberdayaan UMKM

tidak terlepas dari aspek sumber daya finansial. Sesuai dengan pendekatan penanggulangan kemiskinan, terjadinya penyaluran kredit secara optimum kepada sektor ini merupakan kontribusi dalam peningkatan pendapatan dan kesempatan kerja. Kondisi tersebut mencerminkan bahwa pemberian kredit ke UMKM akan mendorong penyebaran risiko kredit dan sementara suku bunga kredit UMKM sesuai dengan tingkat bunga pasar sehingga bank akan mempunyai margin yang cukup. Walaupun tingkat *Non Performing Loan (NPL)* relatif kecil namun perlu mendapat perhatian, karena semakin besar tingkat *NPL* akan berpengaruh terhadap kesehatan bank itu sendiri sebagai *Financial Intermediation* terhadap masyarakat.

Financial Intermediation secara sederhana dapat diartikan sebagai perantara atau penghubung antara masyarakat yang menyimpan dananya dalam berbagai bentuk simpanan dan masyarakat yang membutuhkan dana dalam bentuk kredit. Bank sebagai lembaga intermediasi perlu dijalankan agar bank dikategorikan sebagai bank yang sehat karena terjadi keseimbangan antara dana yang dikumpulkan dari masyarakat dalam bentuk giro, tabungan, deposito dan sertifikat deposito atau yang disebut dana pihak ketiga dengan dana yang disalurkan dalam bentuk pinjaman kredit. Harmono (2007) memiliki pandangan bahwa salah satu faktor yang memengaruhi ketangguhan UMKM dalam mengembalikan angsuran dapat dipengaruhi oleh perspektif keuangan yang artinya pengelolaan UMKM harus memahami tentang bagaimana menjalin hubungan dengan kreditor dan cara menepati ketepatan kredit yang diwujudkan dalam angsuran tepat waktu. Dengan perencanaan keuangan yang sederhana namun akurat ternyata menghasilkan sistem arus kas yang baik, sehingga bagi UMKM dapat mengoptimalkan pinjaman dari penyandang dana.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah variabel yang digunakan, dimana penelitian ini adalah modifikasi dari penelitian Bongomin

et al. (2018) yaitu pengaruh *Financial Intermediation* terhadap *financial inclusion* dengan *social capital* sebagai variabel mediasi dan penelitian Lontchi (2022) yaitu pengaruh *financial inclusion* terhadap *sustainable development* dengan *financial literacy* sebagai mediasi. Penelitian ini dilakukan untuk memperjelas hubungan kausalitas *social capital* terhadap kinerja perusahaan dengan *financial literacy*, *financial inclusion* dan *Financial Intermediation* sebagai mediasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah tersebut maka pertanyaan penelitian dapat dikonsepsikan sebagai berikut.

1. Apakah *social capital* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
2. Apakah *financial literacy* memediasi hubungan antara *social capital* dan kinerja perusahaan?
3. Apakah *financial inclusion* memediasi hubungan antara *social capital* dan kinerja perusahaan?
4. Apakah *Financial Intermediation* memediasi hubungan antara *social capital* dan kinerja perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka dapat diidentifikasi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis sebagai berikut.

1. Pengaruh *social capital* terhadap kinerja perusahaan.
2. Efek mediasi *financial literacy* dalam hubungan antara *social capital* dan kinerja perusahaan.
3. Efek mediasi *financial inclusion* dalam hubungan antara *social capital* dan kinerja perusahaan.
4. Efek mediasi *Financial Intermediation* dalam hubungan antara *social capital* dan kinerja perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoretis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi serta bahan perbandingan bagi penelitian selanjutnya yang berupaya untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi *social capital* terhadap kinerja perusahaan melalui *financial literacy*, *financial inclusion* dan *Financial Intermediation* sebagai variabel mediasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat khususnya pelaku UMKM sebagai bahan pertimbangan dalam menjalankan kewirausahaan dan mengembangkan bisnis yang dimiliki.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada proposal penelitian ini mengacu pada Pedoman Penulisan Tesis Dan Disertasi (2013) yang terdiri dari 7 bab sebagai berikut.

Bab I Pendahuluan, yaitu bab yang menguraikan secara singkat latar belakang penelitian yang menjadi pokok pikiran, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan pustaka, yaitu bab yang memuat uraian sistematis tentang landasan teori penelitian ini.

Bab III Kerangka konseptual dan hipotesis, yaitu bab yang berisi mengenai kajian teoretis dan empiris mengenai masalah penelitian ini serta pengembangan hipotesisnya.

Bab IV Metode penelitian, bab ini berisikan penjelasan mengenai jenis penelitian, rancangan penelitian, tempat dan lokasi penelitian, serta teknik pengumpulan data dan analisisnya.

Bab V hasil penelitian, bab ini menguraikan deskripsi data dan deskripsi hasil penelitian. Penyajian hasil penelitian memuat deskripsi tentang data dan temuan penelitian berupa narasi yang disertai analisis statistik, pengujian hipotesis, tabel, grafik, dan gambar.

Bab VI pembahasan, tujuan pembahasan adalah menjawab pertanyaan penelitian atau rumusan masalah, menafsirkan temuan-temuan, mengintegrasikan hasil dan temuan pada ilmu atau teori yang telah mapan, memodifikasi teori yang ada atau menyusun teori baru.

Bab VII penutup, bab ini berisi tentang kesimpulan, implikasi, keterbatasan penelitian, dan saran. Bab penutup dapat menjadi pedoman bagi peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian serupa.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori dan Konsep

2.1.1 Teori *Social capital*

Teori *social capital* pertama kali didefinisikan oleh Bourdieu (1985) sebagai kumpulan sumber daya aktual dan potensial yang terkait dengan kepemilikan jaringan tahan lama yang terdiri dari hubungan saling kenal atau pengakuan yang dilembagakan. Teori *Social capital* merujuk pada kemampuan seseorang untuk mendapatkan keuntungan atau manfaat dari struktur sosial, jaringan sosial dan keanggotaan (Portes, 1998). Jaringan sosial bukan secara natural diberikan namun harus dibangun melalui strategi investasi pada suatu individu atau kelompok yang dapat digunakan sebagai sumber manfaat. *Social capital* didefinisikan sebagai jumlah sumber daya aktual dan potensial yang tertanam, tersedia dan berasal dari jaringan yang dimiliki individu atau kelompok (Nahapiet dan Ghoshal, 1998). *Social capital* terdiri dari jaringan dan aset yang dapat dimobilisasi melalui jaringan tersebut. Kim dan Aldrich (2005) mendeskripsikan *social capital* secara luas sebagai sumber daya yang tersedia pada orang-orang melalui hubungan sosial. Dalam konteks wirausaha, *social capital* sendiri didapatkan melalui jaringan sosial yang dibangun oleh wirausaha untuk mendapatkan akses kepada sumber penting bagi pertumbuhan dan kesuksesan suatu bisnis. Wirausaha harus bekerja sama membentuk jaringan agar dapat sukses dan semakin berkembang.

Oxoby (2009) mengatakan bahwa *social capital* adalah pengorbanan individu yang berupa waktu, tenaga dan konsumsi yang dibuat dalam upaya untuk meningkatkan kerjasama dengan orang lain. Menurut Putnam (2000) *social capital* adalah bagian dari kehidupan sosial seperti jaringan, norma, dan

kepercayaan yang mendorong partisipan bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan-tujuan bersama. Coleman (1990) mendefinisikan *social capital* yaitu kemampuan masyarakat untuk bekerja bersama-sama demi mencapai tujuan bersama di dalam berbagai kelompok dan organisasi, bentuk *social capital* menurut Fukuyama (2012) dapat dibedakan sebagai berikut.

1. *Social capital* mengikat, berarti ikatan antara orang dalam situasi yang sama, seperti keluarga dekat, teman akrab dan rukun tetangga.
2. *Social capital* menjembatani, mencakup ikatan yang lebih longgar dari beberapa orang, seperti teman jauh dan rekan kerja.
3. *Social capital* menghubungkan, menjangkau orang-orang pada situasi berbeda yang sepenuhnya berada di luar komunitas, sehingga mendorong anggotanya memanfaatkan banyak sumber daya dari yang tersedia di dalam komunitas.

Parameter *social capital* menurut Delyana *et al.* (2019) yaitu.

1. Kepercayaan yaitu norma-norma kooperatif seperti kejujuran dan kesediaan untuk menolong antara kelompok-kelompok. Jika para anggota kelompok itu mengharapkan bahwa anggota-anggotanya yang lain akan berperilaku jujur dan terpercaya, maka mereka akan saling mempercayai.
2. Jaringan sosial merupakan suatu jaringan tipe khusus, di mana ikatan yang menghubungkan satu titik ke titik lain. Jaringan memberikan dasar bagi kohesi sosial karena mendorong orang bekerja sama satu sama lain dan tidak sekedar dengan orang yang mereka kenal secara langsung untuk memperoleh manfaat timbal balik.
3. Norma sangat penting untuk mengurangi biaya-biaya transaksi. Jika kita tidak memiliki norma, maka kita mungkin harus merundingkan aturan-aturan kepemilikan atas dasar kasus per kasus, sebuah situasi yang tidak kondusif bagi pertukaran pasar, investasi, maupun pertumbuhan ekonomi.

2.1.2 Teori Keperilakuan Keuangan

Keperilakuan keuangan pertama kali diperkenalkan oleh Kahneman dan Tversky (1979) yang menyatakan bahwa perilaku dalam pembuatan keputusan keuangan terjadi didasarkan pada berbagai keadaan. Teori Keperilakuan Keuangan merupakan teori yang menjelaskan mengenai cara manusia dalam pengambilan keputusan berdasarkan informasi yang diperoleh. Dalam pengembangannya teori ini menurut Thaler dan Barbares (2003) dan Ritter (2003) menjelaskan bahwa terdapat dua kerangka dasar yang mendasari yaitu *limited to arbitrage* dan *psychology. limited to arbitrage* menjelaskan cara

bagaimana seorang investor mendapatkan keuntungan dengan mencari aset yang *undervalue dan overvalue* pada dua pasar yang berbeda. Kemudian *psychology* (kognitif) yaitu merupakan dasar kerangka *behavioral finance theory* yang menjelaskan bagaimana seseorang melakukan kesalahan dalam cara berfikir karena memiliki kepercayaan karena pengalaman, pengetahuan dan informasi yang dimiliki (Mubarok, 2015).

Nofsinger (2001) mengatakan bahwa *behavioral finance* adalah teori yang menjelaskan bagaimana manusia berperilaku dalam sebuah keputusan keuangan. *behavioral finance* menjabarkan mengenai faktor psikologis yang memengaruhi seseorang dalam melakukan pengambilan keputusan keuangan. *behavioral finance* menjelaskan secara khusus bagaimana psikologi memengaruhi keputusan keuangan, perusahaan dan pasar keuangan. Menurut Riciardi (2000) *Behavioral Finance* melibatkan berbagai macam hal yang ada pada diri manusia sebagai makhluk sosial dan intelektual yang dalam berinteraksi didasari munculnya keputusan dalam melakukan tindakan. Sehingga *behavioral finance* menjabarkan mengenai bagaimana manusia dalam mengambil keputusan berdasarkan informasi yang diperolehnya dan sumber daya yang dimilikinya. Teori *behavioral finance* dalam penelitian ini mengimplikasikan bahwa pelaku usaha dalam melakukan akses keuangan layanan jasa keuangan berdasarkan adanya informasi mengenai produk-produk keuangan yang sesuai dengan kebutuhan. Pengambilan keputusan untuk melakukan akses layanan jasa keuangan berdasarkan kepercayaan karena pengetahuan dan informasi yang dimiliki atau *psychology* (kognitif). Pengetahuan ini di implikasikan sebagai kemampuan keuangan yang memengaruhi dalam melakukan atau tidak melakukan akses layanan jasa keuangan. Pengetahuan ini diimplikasikan sebagai *financial literacy* pelaku usaha dimana jika pelaku usaha memiliki pengetahuan yang baik maka dapat mempertimbangkan akses layanan

keuangan. Sedangkan informasi diimplikasi sebagai *social capital* yang memengaruhi pelaku usaha dalam melakukan pengambilan keputusan dalam melakukan akses layanan jasa keuangan atau tidak. *Social capital* ini merupakan hubungan yang terjalin antara pelaku usaha, dari hubungan ini akan diperoleh informasi penting yang dapat memengaruhi pelaku usaha dalam melakukan akses layanan jasa keuangan.

2.1.3 Financial literacy

Peningkatan *financial literacy* sangatlah penting dalam tercapainya *financial well being*. Menurut peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.07/2016 *financial literacy* merupakan pengetahuan, keterampilan dan keyakinan yang memengaruhi sikap serta perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dalam pengelolaan keuangan. Organisasi *For Economic Co-operation and Development International* (2011) telah mengembangkan sebuah instrumen survei *financial literacy* yang digunakan untuk mengukur tingkat *financial literacy* responden sebagai berikut.

1. Pengetahuan finansial diukur berdasarkan pengetahuan perhitungan nilai waktu uang, bunga pinjaman, prinsip perhitungan bunga bank, bunga majemuk, risiko dan laba, definisi dari inflasi, dan diversifikasi.
2. Perilaku finansial berdasarkan kehati-hatian sebelum melakukan pembelian, ketepatan waktu dalam membayar tagihan, pengaturan tujuan jangka panjang keuangan, aktivitas menabung, keputusan dalam memilih produk finansial, dan pinjaman untuk memenuhi kebutuhan.
3. Sikap finansial berdasarkan sikap memprioritaskan keinginan jangka pendek daripada keamanan jangka panjang atau membuat rencana keuangan jangka panjang.

2.1.3.1 Prinsip Dasar Financial literacy

Prinsip dasar *financial literacy* yang terdapat di dalam Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (2017) sebagai berikut.

1. Terencana dan terukur Kegiatan yang dilakukan memiliki konsep yang sesuai dengan sasaran, strategi, kebijakan otoritas dan kebijakan perilaku usaha jasa keuangan serta memiliki indikator untuk memperoleh informasi peningkatan *Financial literacy*.

2. Berorientasi pada pencapaian Kegiatan yang dilakukan mampu mencapai tujuan peningkatan *Financial literacy* dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada.
3. Berkelanjutan Kegiatan yang dilakukan secara berkesinambungan untuk mencapai tujuan yang direncanakan serta memiliki aspek jangka panjang. Dalam penerapan prinsip berkelanjutan, pelaku usaha jasa keuangan perlu mengutamakan pemahaman terhadap pengelolaan lembaga dan produk layanan jasa keuangan.
4. Kolaborasi Kegiatan yang dilakukan melibatkan seluruh pemangku kepentingan dalam pelaksanaan kegiatan secara bersama-sama.

2.1.3.2 Tujuan *Financial literacy*

Berdasarkan peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.07/2017 tentang peningkatan literasi dan inklusi keuangan di sektor jasa keuangan bagi konsumen dan masyarakat, tujuan dari *financial literacy* sebagai berikut.

1. Meningkatkan kualitas pengambilan keputusan keuangan individu.
2. Perubahan sikap dan perilaku individu dalam pengelolaan keuangan menjadi lebih baik, sehingga mampu menentukan dan memanfaatkan lembaga, produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen dan masyarakat dalam rangka mencapai kesejahteraan.

OJK menyatakan bahwa misi penting dari program *financial literacy* adalah untuk melakukan edukasi dibidang keuangan kepada masyarakat Indonesia agar dapat mengelola keuangan secara cerdas, meningkatkan pengetahuan tentang industri keuangan agar masyarakat tidak mudah tertipu pada produk-produk investasi yang menawarkan keuntungan tinggi dalam jangka waktu pendek tanpa mempertimbangkan risikonya.

2.1.3.3 Aspek *Financial literacy*

Chen dan Volpe (1998) menyatakan 4 aspek yang termasuk dalam *Financial literacy* sebagai berikut.

1. Pengetahuan keuangan dasar, pengetahuan dasar ini biasanya berhubung dengan pengambilan keputusan dalam melakukan investasi atau pembiayaan yang bisa memengaruhi perilaku seseorang dalam mengelola uang yang dimiliki.
2. Simpanan dan pinjaman atau lebih dikenal sebagai tabungan dan kredit. Tabungan merupakan sejumlah uang yang disimpan untuk kebutuhan di masa depan. Sedangkan pinjaman atau disebut juga dengan kredit merupakan suatu fasilitas untuk melakukan pinjaman uang dan

membayarinya kembali dalam jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.

3. Asuransi merupakan suatu bentuk perlindungan secara finansial yang bisa dilakukan dalam bentuk asuransi jiwa, asuransi properti, asuransi pendidikan dan asuransi kesehatan.

2.1.4 Financial inclusion

Dalam peraturan Presiden No. 82 Tahun 2016 mengenai Strategi Nasional Keuangan Inklusif, inklusi keuangan adalah keadaan dimana setiap individu memiliki akses terhadap produk layanan keuangan formal yang berkualitas, tepat waktu, lancar, dan aman dengan biaya terjangkau sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masing-masing. Kementerian Hukum dan Hak Asasi manusia (2016) menjelaskan dalam mengukur inklusi keuangan terdapat indikator yang digunakan yaitu sebagai berikut.

1. Ketersediaan/Akses Lembaga Keuangan mengukur kemampuan pengguna jasa layanan keuangan formal terkait keterjangkauan baik secara fisik maupun harga.
2. Penggunaan Produk dan Jasa Keuangan Penggunaan merupakan indikator yang mengukur berdasarkan manfaat yang dirasakan penggunaan produk layanan jasa keuangan baik dari sisi keamanan atau kesejahteraan.
3. Kualitas merupakan indikator yang mengukur apakah atribut jasa keuangan telah memenuhi kebutuhan pelanggan.

2.1.4.1 Prinsip Dasar Inklusi Keuangan

Prinsip dasar inklusi keuangan yang terdapat di dalam SNLKI (2017) sebagai berikut.

- a. Terukur dalam rangka meningkatkan inklusi keuangan dengan keterjangkauan wilayah, biaya, waktu, sistem teknologi, dan memiliki mitigasi terhadap potensi risiko yang timbul dari transaksi produk dan layanan jasa keuangan sehingga akses yang disediakan dan produk dan layanan jasa keuangan yang dikembangkan memiliki karakteristik yang sesuai dengan sasaran dari kegiatan dalam rangka meningkatkan inklusi keuangan.
- b. Terjangkau merupakan kegiatan dalam rangka meningkatkan inklusi keuangan dapat diakses oleh seluruh golongan masyarakat dengan biaya murah atau tanpa biaya, serta pemanfaatan teknologi.
- c. Tepat sasaran pelaksanaan kegiatan dalam rangka meningkatkan inklusi keuangan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen dan masyarakat yang menjadi sasaran.

2.1.4.2 Tujuan Inklusi Keuangan

Berdasarkan peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.07/2017 tentang peningkatan literasi dan inklusi keuangan di sektor jasa keuangan bagi konsumen dan masyarakat, tujuan dari inklusi keuangan sebagai berikut.

1. Meningkatkan akses masyarakat terhadap lembaga, produk dan layanan jasa keuangan PUJK.
2. Meningkatkan penyediaan produk dan layanan jasa keuangan yang disediakan oleh PUJK sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat.
3. Meningkatnya penggunaan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat.
4. Meningkatnya kualitas pemanfaatan produk dan layanan jasa keuangan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat.

2.1.5 Financial Intermediasi

Intermediasi secara sederhana dapat diartikan sebagai perantara atau penghubung. Penghubung antara masyarakat yang menyimpan dananya dalam berbagai bentuk simpanan dan masyarakat yang membutuhkan dana dalam bentuk kredit. Bank sebagai lembaga intermediasi perlu dijalankan agar bank dikategorikan sebagai bank yang sehat oleh karena terjadi keseimbangan antara dana yang dikumpulkan dari masyarakat dalam bentuk giro, tabungan, deposito dan sertifikat deposito atau yang disebut dana pihak ketiga dengan dana yang disalurkan dalam bentuk pinjaman kredit.

Secara definisi, intermediasi adalah penghubung, sedangkan intermediator yaitu pialang yang memudahkan perdagangan barang dan jasa yang bertindak sebagai seorang perantara untuk para pelaku transaksi. Intermediasi yang dimaksud disini yang mencakup perantara dalam bidang keuangan yang memberikan pelayanan dan jasa. Dalam proses intermediasi terdapat hubungan antara *ultimate lender*, yaitu pemilik dana di masyarakat, dengan *ultimate borrower*, yaitu pengguna dana untuk menjalankan aktivitas ekonomi. *ultimate lender* adalah kelompok penabung. Jumlah seluruh tabungan kelompok ini membentuk penawaran *loanable funds*. Sementara *ultimate borrower* adalah

kelompok masyarakat yang memerlukan dana untuk operasi atau perluasan usahanya. Jenis kelompok tersebut didominasi oleh golongan pengusaha, perusahaan, atau industri. lembaga keuangan, termasuk dengan bank berada diantara *ultimate lender* dan *ultimate borrower* untuk menjembatani hubungan khas antara keduanya dan memberikan jasa intermediasi berupa proses keperantaraan antara surplus unit dengan defisit unit dalam ekonomi.

Setelah itu melangkah pada pembangunan lembaga keuangan lokal sebagai jembatan untuk mengurangi ketidakadilan sosial yang disebabkan oleh kemiskinan, kebodohan, ketimpangan, gender, dan keterpencilan. Dalam literatur keuangan mikro, proses pembentukan kapasitas kemampuan masyarakat dikenal dengan istilah intermediasi sosial. Maka intermediasi sosial didefinisikan sebagai suatu proses investasi dibentuk oleh pengembangan sumber daya manusia dan lembaga pemberi modal (Keuangan) dengan tujuan untuk meningkatkan kepercayaan diri dari masyarakat, sebagai persiapan bagi mereka dalam menggunakan intermediasi keuangan formal. Intermediasi sosial berbeda dari penyediaan jasa kesejahteraan sosial pada umumnya, karena menawarkan mekanisme yang memungkinkan donatur/investor untuk menjadi nasabah yang siap untuk melakukan kontrak dengan pengembalian yang sesuai.

Pengukuran *Financial Intermediation* menurut Yaron *et al.* (1997) menggunakan kualitas layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan seperti bank untuk mengukur intermediasi keuangan. Dalam penelitian Illahi dan arifuddin (2022) mengadopsi dimensi kualitas layanan menggunakan lima dimensi, yaitu sebagai berikut.

- a) Bukti fisik (*tangibles*)
- b) Reliabilitas (*reliability*)
- c) Daya tanggap (*responsiveness*)
- d) Jaminan (*assurance*)
- e) Empati (*empathy*)

2.1.6 Kinerja Perusahaan

2.1.6.1 Definisi Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Hal ini sangat penting agar sumber daya digunakan secara optimal dalam menghadapi perubahan lingkungan.

Penilaian kinerja keuangan merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya terhadap para penyandang dana dan juga untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Kinerja merupakan suatu istilah secara umum yang digunakan untuk sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode dengan referensi pada jumlah standar seperti biaya masa lalu atau yang diproyeksikan, dengan dasar efisiensi, pertanggungjawaban atau akuntabilitas manajemen dan sebagainya (Srimindarti, 2004).

Sebelum memahami masalah penilaian kinerja lebih jauh, ada beberapa pengertian kinerja. Kinerja perusahaan adalah hasil dari banyak keputusan individual yang dibuat secara terus menerus oleh manajemen (Helfert, 1996) dan juga menurut Mulyadi (2007) Kinerja adalah keberhasilan personel, tim, atau unit organisasi dalam mewujudkan sasaran strategik yang telah ditetapkan sebelumnya dengan perilaku yang diharapkan. Yuwono *et al.* (2002) menyatakan bahwa pengukuran kinerja merupakan proses mencatat dan mengukur pencapaian pelaksanaan kegiatan dalam arah pencapaian misi (*mission accomplishment*) melalui hasil-hasil yang ditampilkan berupa produk, jasa ataupun suatu proses.

Pengukuran kinerja yang didefinisikan sebagai *performing measurement* adalah kualifikasi dan efisiensi perusahaan atau segmen atau keefektifan dalam pengoperasian bisnis selama periode akuntansi. Dengan demikian pengertian kinerja adalah suatu usaha formal yang dilaksanakan perusahaan untuk mengevaluasi efisiensi dari aktivitas perusahaan yang telah dilaksanakan pada periode waktu. Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja perusahaan merupakan seluruh kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang berkaitan dengan pencapaian sasaran strategik manajemen selama periode tertentu. Ali (2003) mengemukakan bahwa kinerja UMKM dianalisis menggunakan indikator berikut.

1. Pertumbuhan Penjualan.
2. Pertumbuhan modal.
3. Pertumbuhan tenaga kerja.
4. Pertumbuhan permintaan pasar.
5. Pertumbuhan laba.

2.1.6.2 Kinerja UMKM

Kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang di capai oleh seorang individu dan dapat diselesaikan dengan tugas individu tersebut didalam perusahaan dan pada suatu periode tertentu, dan akan dihubungkan dengan ukuran nilai atau standard dari perusahaan yang individu bekerja. Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 penjelasan mengenai UMKM, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sebagai berikut.

- a) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriterianya usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki dan dikuasai.