

PENGARUH FINANCIAL LITERACY, DIGITALIZATION KNOWLEDGE, DAN E-PAYMENT TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA SEMARANG

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana S1

Program Studi Akuntansi



Disusun oleh:

NABILA NORMA YASINTA

NIM: 31402300167

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEMARANG**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

Usulan Penelitian untuk Skripsi

PENGARUH *FINANCIAL LITERACY, DIGITALIZATION KNOWLEDGE,* DAN *E-PAYMENT* TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA SEMARANG

Disusun Oleh :

Nabila Norma Yasinta

NIM : 31402300167

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan kehadapan
sidangpanitia ujian usulan penelitian Skripsi Program Studi Akuntansi
Fakultas EkonomiUniversitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 25 November 2025

UNISSULA
جامعة سلطان عبد الرحمن الإسلامية
Pembimbing,



Prof. Dr. Indri Kartika, S.E., Akt., M.Si

NIK. 211490002

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *FINANCIAL LITERACY, DIGITALIZATION KNOWLEDGE, DAN E-PAYMENT* TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA SEMARANG

Disusun Oleh :

Nabila Norma Yasinta

NIM : 31402300167

Telah disetujui oleh dosen pembimbing dan selanjutnya dapat
diajukan kehadapan sidang panitia ujian skripsi

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 25 November 2025

UNISSULA
جامعة سلطان امبال الإسلامية
Pembimbing,



Prof. Dr. Indri Kartika, S.E., Akt., M.Si
NIK. 211490002

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

PENGARUH FINANCIAL LITERACY, DIGITALIZATION KNOWLEDGE, DAN E-PAYMENT TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA SEMARANG

Disusun Oleh :

Nabila Norma Yasinta

Nim : 31402300167

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing
Pada tanggal 25 November 2025

Pembimbing,

Prof. Dr. Hj. Indri Kartika, S.E., M.Si., Akt., CA

NIK. 211490002

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan Untuk memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Tanggal 25 November 2025

Ketua Program Studi S1 Akuntansi



Provita Wijayanti, S.E., M.Si., Ak., CA., AWP., IPP., Ph.D.

NIK. 211403012

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

PENGARUH FINANCIAL LITERACY, DIGITALIZATION KNOWLEDGE, DAN E-PAYMENT TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA SEMARANG

Disusun Oleh :

Nabila Norma Yasinta

Nim : 31402300167

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 25 November 2025

Pembimbing,

Prof. Dr. Indri Kartika, S.E., Akt., M.Si

NIK. 211490002

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan Untuk memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Tanggal 25 November 2025

Ketua Program Studi S1 Akuntansi

Provita Wijayanti, S.E., M.Si., Ak., AWP., IFP., Ph.D.

NIK. 211403012

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nabila Norma Yasinta

NIM : 31402300167

Program Studi : S1 Akuntansi

Fakultas : Fakultas Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi saya dengan judul :

“Pengaruh Financial Literacy, Digitalization Knowledge, E-Payment Terhadap Kinerja UMKM di Kota Semarang”.

Merupakan hasil karya sendiri (bersifat original), bukan merupakan tiruan atau duplikasi dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar. Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia untuk dicabut gelar yang telah saya peroleh.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Semarang, 25 November 2025

Yang Menyatakan,

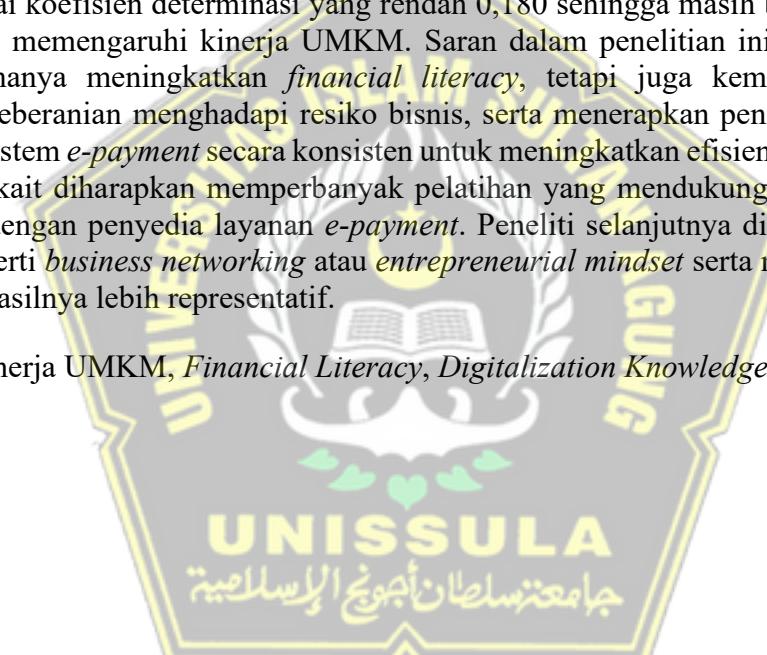


Nabila Norma Yasinta
NIM. 31402300167

ABSTRAK

Kinerja UMKM adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keberhasilan usaha mikro, kecil, dan menengah dalam mencapai tujuan baik dari aspek keuangan maupun non-keuangan, yang mencerminkan efektivitas, efisiensi, dan daya saing usaha. Penelitian ini memiliki tujuan menguji pengaruh *financial literacy*, *digitalization knowledge*, dan *e-payment* terhadap kinerja UMKM. Populasi penelitian ini Adalah UMKM sektor kuliner yang berada di Kota Semarang. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yang diperoleh sebanyak 122 sampel, namun terdapat data yang tidak memenuhi kriteria sebanyak 8 sampel, sehingga yang dapat diolah hanya 114 sampel. Data penelitian ini dianalisis menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *financial literacy* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, *digitalization knowledge* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja UMKM, *e-payment* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja. Keterbatasan penelitian ini terletak pada penggunaan kuesioner berbasis persepsi yang berpotensi menimbulkan bias subjektif, ruang lingkup yang hanya mencakup UMKM sektor kuliner, serta nilai koefisien determinasi yang rendah 0,180 sehingga masih banyak faktor lain di luar model yang memengaruhi kinerja UMKM. Saran dalam penelitian ini adalah agar pelaku UMKM tidak hanya meningkatkan *financial literacy*, tetapi juga kemampuan mengambil keputusan dan keberanian menghadapi resiko bisnis, serta menerapkan pengetahuan digital dan memanfaatkan sistem *e-payment* secara konsisten untuk meningkatkan efisiensi usaha. Pemerintah dan lembaga terkait diharapkan memperbanyak pelatihan yang mendukung transformasi digital dan kolaborasi dengan penyedia layanan *e-payment*. Peneliti selanjutnya disarankan menambah variabel lain seperti *business networking* atau *entrepreneurial mindset* serta memperluas cakupan penelitian agar hasilnya lebih representatif.

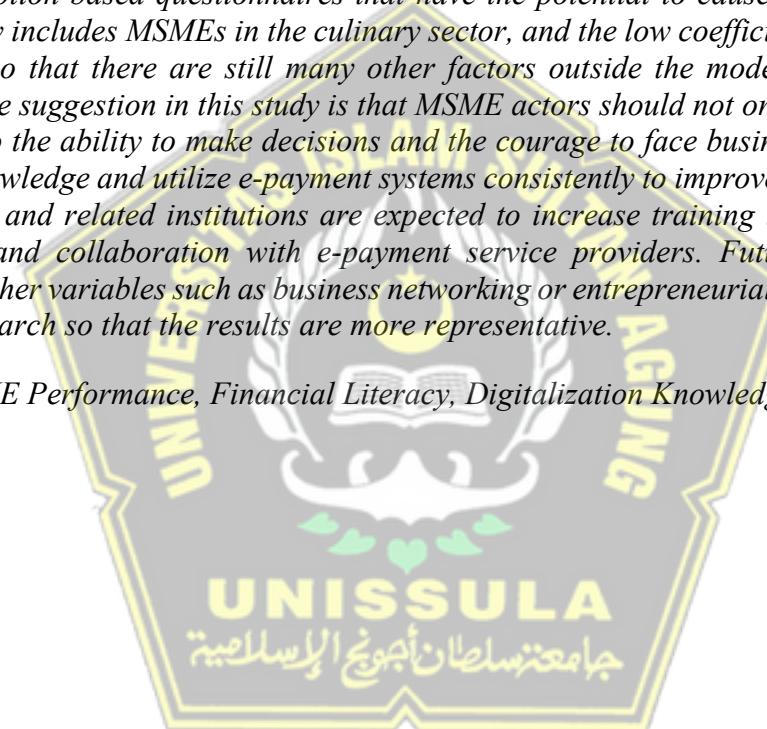
Kata Kunci: Kinerja UMKM, *Financial Literacy*, *Digitalization Knowledge*, *E-Payment*



ABSTRACT

MSME performance is a measure that indicates the level of success of micro, small, and medium enterprises in achieving their goals both from financial and non-financial aspects, which reflects the effectiveness, efficiency, and competitiveness of the business. This study aims to examine the effect of financial literacy, digitalization knowledge, and e-payment on MSME performance. The population of this study is MSMEs in the culinary sector located in Semarang City. The sampling in this study used a purposive sampling method which obtained a total of 122 samples, but there were 8 samples that did not meet the criteria, so only 114 samples could be processed. The data of this study were analyzed using Multiple Linear Regression Analysis. The results of this study indicate that financial literacy has a negative and significant effect on MSME performance, digitalization knowledge has a negative and insignificant effect on MSME performance, and e-payment has a significant and positive effect on performance. The limitation of this study lies in the use of perception-based questionnaires that have the potential to cause subjective bias, the scope which only includes MSMEs in the culinary sector, and the low coefficient of determination value of 0.180 so that there are still many other factors outside the model that affect MSME performance. The suggestion in this study is that MSME actors should not only improve financial literacy, but also the ability to make decisions and the courage to face business risks, as well as apply digital knowledge and utilize e-payment systems consistently to improve business efficiency. The government and related institutions are expected to increase training that supports digital transformation and collaboration with e-payment service providers. Future researchers are advised to add other variables such as business networking or entrepreneurial mindset and expand the scope of research so that the results are more representative.

Keywords: MSME Performance, Financial Literacy, Digitalization Knowledge, E-Payment



INTISARI

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji pengaruh *financial literacy*, *digitalization knowledge*, dan *e-payment* terhadap kinerja UMKM. Kinerja UMKM adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keberhasilan usaha mikro, kecil, dan menengah dalam mencapai tujuan baik dari aspek keuangan maupun non-keuangan. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah *Knowledge Based-View (KBV) Theory* dan *Technology Acceptance Model (TAM) Theory*. Penelitian ini memiliki 3 hipotesis yang terdiri dari: *Financial Literacy* berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM; *Digitalization Knowledge* berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM; *E-Payment* berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM.

Teori *Knowledge Based-View (KBV)* menekankan bahwa perusahaan perlu membangun budaya yang mendukung untuk memaksimalkan potensi pengetahuan yang ada karena pengetahuan sebagai aset utama keunggulan kompetitif bagi perusahaan. *Financial literacy* berperan sebagai modal intelektual yang membantu pelaku UMKM meningkatkan stabilitas keuangan dan *digitalization knowledge* memungkinkan UMKM untuk mengadopsi teknologi digital guna meningkatkan efisiensi operasional dan menjangkau pasar lebih luas.

Teori *Technology Acceptance Model (TAM)* digunakan untuk menjelaskan bagaimana pengguna menerima dan menggunakan suatu teknologi, termasuk *e-payment*. Penggunaan *e-payment* dipengaruhi oleh persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaannya. Semakin tinggi kedua persepsi tersebut, semakin besar kecenderungan pelaku UMKM untuk menerima dan memanfaatkan *e-payment* dalam kegiatan usaha.

Populasi pada penelitian ini merupakan UMKM pada sektor kuliner yang berada di Kota Semarang. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan

diperoleh 122 sampel, namun terdapat 8 sampel yang tidak memenuhi kriteria sehingga data yang diolah sebanyak 114 sampel. Teknik pengujian pada penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 26. Berdasarkan pengajuan hipotesis pada penelitian ini, menunjukkan bahwa *financial literacy* berpengaruh signifikan dan negatif terhadap kinerja UMKM, *digitalization knowledge* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja UMKM, *e-payment* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada penggunaan kuesioner berbasis persepsi yang berpotensi menimbulkan bias subjektif, ruang lingkup yang hanya mencakup UMKM sektor kuliner, serta nilai koefisien determinasi yang rendah 0,180 sehingga masih banyak faktor lain di luar model yang memengaruhi kinerja UMKM. Saran dalam penelitian ini adalah agar pelaku UMKM tidak hanya meningkatkan *financial literacy*, tetapi juga kemampuan mengambil keputusan dan keberanian menghadapi resiko bisnis, serta menerapkan pengetahuan digital dan memanfaatkan sistem *e-payment* secara konsisten untuk meningkatkan efisiensi usaha. Pemerintah dan lembaga terkait diharapkan memperbanyak pelatihan yang mendukung transformasi digital dan kolaborasi dengan penyedia layanan *e-payment*. Peneliti selanjutnya disarankan menambah variabel lain seperti *business networking* atau *entrepreneurial mindset* serta memperluas cakupan penelitian agar hasilnya lebih representatif.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Financial Literacy, Digitalization Knowledge, dan E-Payment terhadap Kinerja UMKM di Kota Semarang”**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung. Dalam proses bimbingan dan penyusunan, penulis mendapatkan banyak arahan, motivasi, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Heru Sulistyo, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang,
2. Ibu Provita Wijayanti, S.E., M.Si., Ak., CA., AWP., IFP., PH.D selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang,
3. Ibu Prof. Dr. Hj. Indri Kartika, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi dalam penyusunan penelitian ini,
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan ilmu dan wawasan berharga,
5. Seluruh staf tata usaha dan perpustakaan atas bantuan serta pelayanan yang diberikan selama proses penyusunan penelitian ini,

6. Bapak, Ibu, keluarga, dan teman-teman tercinta atas doa, perhatian, dan dukungan tulus yang selalu menguatkan penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan pihak yang membutuhkan.

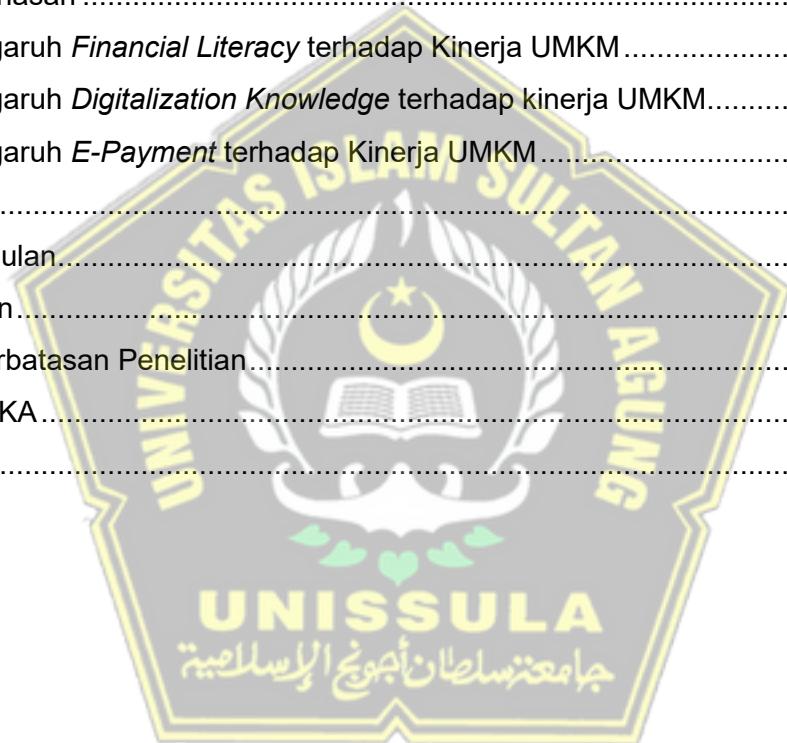


DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT.....</i>	viii
INTISARI.....	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Knowledge-Based View (KBV) Theory.....	10
2.1.2 Teori Technology Acceptance Model (TAM)	11
2.1.3 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	12
2.1.4 Kinerja UMKM	13
2.1.5 Financial Literacy.....	14
2.1.6 Digitalization Knowledge.....	16
2.1.7 E-Payment.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18

2.3	Hipotesis Penelitian	25
2.3.1	Pengaruh <i>Financial Literacy</i> terhadap Kinerja UMKM	25
2.3.2	Pengaruh <i>Digitalization Knowledge</i> terhadap Kinerja UMKM	26
2.3.3.	Pengaruh <i>E-Payment</i> terhadap Kinerja UMKM	27
2.4	Kerangka Penelitian	28
	BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1	Jenis Penelitian	24
3.2	Populasi Penelitian	24
3.3	Sampel Penelitian.....	24
3.4	Jenis dan Sumber Data	26
3.5	Metode Pengumpulan Data	26
3.6	Skala Pengukuran	26
3.7	Variabel dan Definisi Operasional	27
3.7.1	Variabel	27
3.7.2	Definisi Operasional.....	27
3.8	Teknik Analisis Data	30
3.8.1	Uji Kualitas Data	31
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	32
3.8.3	Analisis Linier Regresi Berganda	33
3.8.4	Uji Fit Model.....	33
3.8.5	Uji Hipotesis.....	34
	BAB IV	36
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.2	Analisis Deskriptif Responden	36
4.2.1	Analisis Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4.2.2	Analisis Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	37
4.2.3	Analisis Lama Usaha	40
4.2.4	Analisis Lama Penggunaan Pembayaran Digital.....	41
4.2.5	Jenis Pelatihan Yang Diikuti	43
4.3	Analisis Deskriptif Variabel	44
4.4	Uji Kualitas Data	46
4.4.1	Uji Validitas.....	46
4.4.2	Uji Reliabilitas	48

4.5	Uji Asumsi Klasik	49
4.5.1	Uji Normalitas	49
4.5.2	Uji Multikolinearitas	52
4.5.3	Uji Heterokedastisitas	53
4.6	Uji Hipotesis	55
4.6.1	Analisis Linier Berganda	55
4.6.2	Uji F	57
4.6.3	Koefisien Determinasi (R^2)	59
4.6.4	Uji t	60
4.7	Pembahasan	61
4.7.1	Pengaruh <i>Financial Literacy</i> terhadap Kinerja UMKM	61
4.7.2	Pengaruh <i>Digitalization Knowledge</i> terhadap kinerja UMKM	62
4.7.3	Pengaruh <i>E-Payment</i> terhadap Kinerja UMKM	63
BAB V	65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran	65
5.3	Keterbatasan Penelitian	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian 29



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator.....	28
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran Kuesioner.....	36
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	37
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden.....	37
Tabel 4.4 Bidang Studi Responden.....	38
Tabel 4.5 Lama Usaha UMKM	40
Tabel 4.6 Lama Penggunaan Pembayaran Digital.....	41
Tabel 4.7 Jenis Pembayaran Digital.....	42
Tabel 4.8 Jenis Pelatihan Yang Diikuti.....	39
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif.....	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Sebelum Penyesuaian Data.....	49
Tabel 4.13 Data yang Ditetapkan Sebagai Outlier.....	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas Setelah Penyesuaian Data.....	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.16 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	54
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Regresi	56

Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	58
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	59
Tabel 4.20 Hasil Uji t.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Item Pertanyaan.....	73
Lampiran 1.2 Tabulasi Data.....	75
Lampiran 1.3 Analisis Deskriptif.....	83
Lampiran 1.4 Hasil Uji Validitas	84
Lampiran 1.5 Hasil Uji Reliabilitas	90
Lampiran 1.6 Hasil Uji Normalitas.....	91
Lampiran 1.7 Hasil Uji Multikolinearitas	93
Lampiran 1.8 Hasil Uji Heterokedastisitas	94
Lampiran 1.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	95
Lampiran 1.10 Hasil Uji F	95
Lampiran 1.11 Hasil Uji t	96

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan ekonomi adalah salah satu sasaran utama yang akan dicapai oleh setiap negara untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Proses ini ditandai oleh pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, dengan indikator keberhasilan yang meliputi peningkatan pendapatan per kapita, penurunan tingkat pengangguran, serta pemerataan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi suatu negara tidak hanya bergantung pada pemerintah dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam, tetapi juga pada kemampuan pemerintah untuk mendorong sektor swasta. Kebijakan pembangunan yang fokus pada pertumbuhan ekonomi regional, didukung dengan pemanfaatan teknologi, akan mempercepat dan mendorong peningkatan produktivitas dalam usaha ekonomi yang dijalankan oleh masyarakat (Surya et al., 2021). Selain itu, pemerintah perlu memberikan regulasi dan fasilitas yang memudahkan masyarakat untuk mendapatkan akses serta menciptakan peluang bagi semua pihak untuk berinvestasi dalam menggerakkan perekonomian masyarakat (Zamhari et al., 2023). Oleh karena itu, pengembangan sektor ekonomi domestik, terutama sektor usaha kecil dan menengah (UMKM), menjadi salah satu prioritas untuk mendorong pertumbuhan yang inklusif dan berkelanjutan.

UMKM memainkan peran yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia karena mereka memiliki kontribusi yang signifikan terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) serta penyerapan tenaga kerja. Berdasarkan data yang disampaikan oleh Menurut siaran pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian (Kemenkop) pada 22 Juli 2024, bahwa

UMKM menjadi salah satu penopang ekonomi nasional karena UMKM mencakup sekitar 99% total unit usaha di Indonesia, berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional hingga 60,51% serta menyerap hampir 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Oleh sebab itu kita perlu mengembangkan UMKM untuk mengurangi angka kemiskinan dan pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM merupakan sektor yang paling banyak menyerap tenaga kerja, terutama bagi mereka yang kesulitan mendapatkan pekerjaan di perusahaan besar. Dengan semakin banyaknya tenaga kerja yang terserap, maka angka pengangguran pun menurun. Ketika UMKM tumbuh, mereka memberi peluang bagi orang untuk mendapatkan penghasilan, baik sebagai pekerja maupun pemilik bisnis. Pendapatan yang lebih tinggi membantu orang keluar dari garis kemiskinan.

Salah satu faktor kunci yang berperan dalam meningkatkan kinerja UMKM adalah *financial literacy*. *Financial literacy* merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh pengelola UMKM untuk mencapai kesuksesan dan meningkatkan kinerja bisnis. Namun, masih banyak pelaku UMKM di Indonesia yang belum memahami *financial literacy* dengan baik (Dharmawan Buchdadi et al., 2020). *Financial Literacy* adalah kemampuan dan pemahaman terkait berbagai aspek keuangan. Kekurangan dalam *financial literacy* dapat membuat seseorang mengambil keputusan yang kurang bijak, yang pada akhirnya dapat berdampak buruk terhadap kondisi kesejahteraan finansial (Ilarrahmah & Susanti, 2021). Oleh karena itu, *financial literacy* yang baik menjadi dasar penting bagi UMKM untuk meningkatkan kinerja mereka karena membantu pelaku UMKM dalam mengelola keuangan, perencanaan modal, serta membuat keputusan bisnis yang lebih rasional. Dengan pemahaman keuangan yang baik, UMKM dapat mengatur arus kas, mengakses pendanaan, serta mengelola risiko secara lebih efektif.. Hal ini didukung hasil penelitian yang dilakukan oleh (Dharmawan Buchdadi et al., 2020) dan (Miswanto et al., 2024)

bahwa *financial literacy* memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja keuangan UMKM. Namun penelitian yang dilakukan oleh Aini (2022) dan Wulandari (2022) yang menunjukkan bahwa *financial literacy* tidak berpengaruh signifikan pada kinerja UMKM, terutama jika tingkat pendidikan pelaku UMKM dalam memahami *financial literacy* masih rendah.

Selain *financial literacy*, pemanfaatan teknologi digital juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. Dalam era digital yang terus berkembang, peran UMKM dalam perekonomian semakin diperkuat oleh kemajuan teknologi. Digitalisasi telah menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar bagi pelaku UMKM. Pemerintah, lembaga bisnis, dan masyarakat telah mengambil langkah seperti akses keuangan mikro, pembangunan infrastruktur, dan pelatihan keterampilan. Banyak perusahaan telah mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan daya saing mereka seiring dengan perkembangan teknologi digital (Najib & Fahma, 2020). Digitalisasi menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar global, sehingga adopsi teknologi dan literasi digital menjadi strategi penting dalam mengatasi tantangan dan memperkuat peran UMKM dalam perekonomian Indonesia (Yolanda, 2024). Digitalisasi memberikan kemudahan bagi UMKM dalam memasarkan produknya. Proses transaksi jual beli kini dapat dilakukan dari rumah tanpa mengganggu aktivitas lainnya. Kehadiran teknologi digital beserta berbagai kemudahannya telah mendukung perkembangan UMKM secara signifikan (Miswanto et al., 2024).

Di tengah peluang besar yang dihadirkan oleh era digital, pengetahuan tentang digitalisasi menjadi kunci bagi UMKM untuk beradaptasi dan memanfaatkan teknologi secara maksimal. Digitalisasi menghadirkan beragam kemudahan dan manfaat, sekaligus mendorong inovasi yang berkontribusi pada terciptanya keunggulan bersaing serta peningkatan kinerja perusahaan (Lantip & Daljono, 2023). Menurut Nurjannah & Subur (2024), literasi digital berperan penting sebagai

kemampuan dasar yang memungkinkan individu memahami teknologi digital. Lebih lanjut, literasi ini menghasilkan *digitalization knowledge*, yaitu pengetahuan yang membantu pelaku UMKM mengintegrasikan teknologi dalam strategi bisnis mereka. *Digitalization knowledge* meningkatkan kinerja UMKM dengan mempercepat operasional, mengurangi biaya, dan memperluas akses pasar melalui teknologi digital. Dengan pemahaman ini, UMKM dapat mengelola data lebih efektif, meningkatkan inovasi, serta mengambil keputusan strategis berbasis tren pasar. Hal ini memperkuat daya saing, meningkatkan produktivitas, dan mendorong pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan. Belum banyak penelitian yang secara langsung mengkaji hubungan antara *digitalization knowledge* dan kinerja UMKM. Salah satu penelitian yang ada yaitu penelitian yang dilakukan oleh Candra & Pabulo (2024) menunjukkan bahwa *digitalization knowledge* berpengaruh positif secara signifikan terhadap kinerja UMKM.

Dalam era ekonomi digital, *financial technology (fintech)* telah berkembang pesat dan memberikan berbagai kemudahan dalam transaksi keuangan. *Fintech* adalah cara alternatif untuk menyediakan dan menerima layanan bagi lembaga serta pengguna lainnya. *Fintech* juga dapat menawarkan layanan yang sebelumnya tidak tersedia bagi pengguna jasa keuangan di masa lalu. Saat ini, *fintech* menjadi inovasi baru dalam dunia ekonomi, terutama di sektor layanan keuangan, karena sistemnya mampu mengubah fitur-fitur keuangan tradisional menjadi lebih bervariasi dengan dukungan teknologi (Faradilla et al., 2024). Salah satu produk dari *fintech* adalah *e-payment*, yang telah mengubah pola transaksi keuangan secara signifikan. *E-payment* merupakan sistem pembayaran yang menggunakan teknologi elektronik untuk mentransfer dana dari satu rekening ke rekening lainnya (Candra & Pabulo, 2024). Industri *e-payment* di Indonesia saat ini mengalami perkembangan pesat, dengan banyak perusahaan penyedia layanan *e-payment* yang turut meramaikan persaingan di pasar. Dengan kondisi tersebut, peluang bagi untuk terus

berkembang di Indonesia sangat besar. Bahkan, *e-payment* telah menjadi solusi pembayaran yang mendapat pengawasan langsung dari Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (Namira, 2022). Perkembangan ini didukung oleh meningkatnya adopsi teknologi digital di kalangan masyarakat dan kebutuhan akan transaksi yang cepat, aman, dan nyaman. Selain itu, kemudahan akses dan berbagai promosi menarik yang ditawarkan oleh para penyedia layanan *e-payment* mendorong minat pengguna untuk beralih dari metode pembayaran konvensional ke sistem pembayaran elektronik. Hal ini menjadikan *e-payment* sebagai salah satu pilar penting dalam ekosistem ekonomi digital di Indonesia. Namun, penelitian mengenai pengaruh *e-payment* terhadap kinerja UMKM masih menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan Rumengan, Tulung, & Pandowo (2024) menyatakan bahwa adopsi *e-payment* secara signifikan meningkatkan efisiensi operasional dan kinerja keuangan UMKM. Di sisi lain, penelitian lain Candra & Pabulo (2024) menemukan bahwa tidak ada dampak *e-payment* terhadap kinerja UMKM.

Untuk dapat memanfaatkan *e-payment* secara optimal, *financial literacy* yang baik menjadi hal yang sangat penting bagi para pelaku UMKM. *Financial literacy* merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh pengelola UMKM untuk mencapai kesuksesan dan meningkatkan kinerja bisnis. Namun, masih banyak pelaku UMKM di Indonesia yang belum memahami *financial literacy* dengan baik (Dharmawan Buchdadi et al., 2020). Literasi keuangan adalah kemampuan dan pemahaman terkait berbagai aspek keuangan. Kekurangan dalam *financial literacy* dapat membuat seseorang mengambil keputusan yang kurang bijak, yang pada akhirnya dapat berdampak buruk terhadap kondisi kesejahteraan finansial (Ilarrahmah & Susanti, 2021). Oleh karena itu, *financial literacy* yang baik menjadi dasar penting bagi UMKM untuk meningkatkan kinerja mereka. Hal ini didukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Dharmawan Buchdadi et

al. (2020) dan Miswanto et al. (2024) bahwa *financial literacy* memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja keuangan UMKM sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Anggriani et al. (2023) dan Bahiu et al. (2021) menghasilkan kesimpulan yang berbeda yaitu *financial literacy* tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM.

Di Kota Semarang, yang merupakan salah satu kota metropolitan dan pusat perekonomian di Provinsi Jawa Tengah, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi lokal. UMKM di sektor makanan dan minuman di Kota Semarang menjadi subjek studi yang menarik karena sektor ini tidak hanya berperan secara ekonomi, tetapi juga mencerminkan budaya dan gaya hidup masyarakat setempat. Seiring dengan terus bertambahnya jumlah pelaku ekonomi dan ketatnya persaingan, usaha kecil dan menengah di industri makanan dan minuman menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan kinerja dan daya saingnya. Makanan dan minuman akan selalu diminati, tetapi tren konsumsi berubah secara dinamis, mengharuskan bisnis beradaptasi dengan strategi yang tepat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM makanan dan minuman di Kota Semarang, sehingga meningkatkan ketahanan perusahaan. Pengembangan *financial literacy*, *digitalization knowledge*, dan *e-payment* di kalangan pelaku UMKM di Semarang diharapkan dapat meningkatkan kinerja UMKM sekaligus memperkuat kontribusi mereka terhadap perekonomian kota. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada menganalisis bagaimana *financial literacy*, *digitalization knowledge*, dan *e-payment* dapat memengaruhi kinerja UMKM di Kota Semarang. Sebagian besar penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada dampak digitalisasi secara umum terhadap kinerja UMKM. namun masih minim kajian spesifik yang mengintegrasikan *financial*

literacy, digitalization knowledge, dan e-payment terhadap peningkatan kinerja UMKM secara lokal di Kota Semarang.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti bermaksud menganalisa sejauh mana *financial literacy, digitalization knowledge, dan e-payment* terhadap kinerja UMKM. Penelitian ini mengintegrasikan *financial literacy, digitalization knowledge, dan e-payment* dalam satu kajian, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya hanya meneliti pengaruh financial literacy atau e-payment terhadap UMKM tanpa mempertimbangkan digitalization knowledge sebagai faktor yang berperan dalam meningkatkan daya saing bisnis di era digital. Perbedaan kedua dengan penelitian terdahulu yaitu dalam hal lokasi penelitian, sebagian besar studi sebelumnya tidak berfokus secara khusus pada UMKM sektor kuliner di Kota Semarang, padahal sektor ini memiliki karakteristik unik dan tantangan tersendiri, terutama dalam menghadapi perubahan tren konsumsi dan persaingan yang semakin ketat. Serta penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam, penelitian ini bertujuan untuk mengklarifikasi kesenjangan tersebut dengan mengkaji bagaimana *financial literacy, digitalization knowledge, dan e-payment* secara bersama-sama dapat meningkatkan kinerja UMKM di Kota Semarang.

1.2 Rumusan Masalah

Kinerja UMKM merupakan gambaran atau kondisi mengenai pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan atau program dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi UMKM. Kinerja yang baik di semua sektor baik itu keuangan maupun non keuangan merupakan syarat mutlak untuk keberlanjutan UMKM. Pentingnya pengembangan kinerja UMKM dapat membantu UMKM untuk memperkuat daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu mengenai kinerja UMKM yang dipengaruhi oleh *financial literacy* dan *e-payment* menunjukkan hasil penelitian yang berbeda-beda dan penelitian terdahulu

mengenai kinerja UMKM yang dipengaruhi *digitalization knowledge* masih belum banyak dibahas. Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka rumusan masalah pada penelitian adalah bagaimana pengaruh *financial literacy*, *digitalization knowledge*, dan *e-payment* terhadap kinerja UMKM.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *financial literacy* berpengaruh terhadap kinerja UMKM?
2. Apakah *digitalization knowledge* berpengaruh terhadap kinerja UMKM?
3. Apakah *e-payment* berpengaruh terhadap kinerja UMKM?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh *e-payment* terhadap kinerja UMKM.
2. Menganalisis pengaruh *financial literacy* terhadap kinerja UMKM.
3. Menganalisis pengaruh *digitalization knowledge* terhadap kinerja UMKM.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur terkait faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM, khususnya pada aspek *e-payment*, *financial literacy*, dan *digitalization knowledge* dan hasil penelitian ini dapat menjadi

referensi bagi penelitian selanjutnya yang fokus pada pengembangan UMKM di era digital, terutama di Kota Semarang atau wilayah serupa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pelaku UMKM: Memberikan wawasan tentang pentingnya literasi keuangan dan pemanfaatan teknologi digital, khususnya *e-payment*, dalam meningkatkan kinerja bisnis mereka.
- b. Bagi Pemerintah: Memberikan masukan untuk perumusan kebijakan yang mendukung pengembangan *digitalization knowledge*, peningkatan *financial literacy* dan adopsi *e-payment* sebagai bagian dari strategi pembangunan UMKM di Kota Semarang.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Knowledge-Based View (KBV) Theory

Teori Berbasis Pengetahuan (*Knowledge-Based View*) merupakan paradigma yang menekankan pentingnya pengetahuan sebagai aset utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Menurut Grant (1996), KBV berargumen bahwa perusahaan tidak hanya sekadar kumpulan sumber daya fisik dan finansial, tetapi juga merupakan sistem sosial yang terdiri dari individu yang berinteraksi untuk menciptakan, mengelola, dan memanfaatkan pengetahuan.

Perusahaan yang dapat mengelola pengetahuan dengan baik akan lebih mampu menciptakan produk dan layanan yang lebih inovatif, meningkatkan efisiensi operasional, dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan. Grant (1996) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif berakar dari kapabilitas organisasi dalam mengintegrasikan, membangun, dan mendistribusikan pengetahuan. Oleh karena itu, organisasi perlu membangun budaya yang mendukung pembelajaran terus-menerus dan kolaborasi antar individu untuk memaksimalkan potensi pengetahuan yang ada.

Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), penerapan KBV menjadi sangat relevan. UMKM seringkali memiliki keterbatasan sumber daya, sehingga pengetahuan menjadi salah satu aset terpenting yang dapat dimanfaatkan. *Financial literacy* berperan sebagai modal intelektual yang membantu pelaku UMKM dalam mengelola keuangan, mengambil keputusan investasi, serta mengakses pendanaan dengan lebih efektif. Sementara itu, *digitalization knowledge* memungkinkan UMKM untuk mengadopsi teknologi digital guna meningkatkan efisiensi operasional dan menjangkau pasar lebih luas. Kedua bentuk pengetahuan ini saling

melengkapi dalam memperkuat kapabilitas bisnis UMKM. *Financial literacy* meningkatkan stabilitas keuangan, sedangkan *digitalization knowledge* mendorong inovasi dan adaptasi terhadap perubahan teknologi. Dengan demikian, KBV memberikan landasan untuk memahami bagaimana *financial literacy* dan *digitalization knowledge* dapat berkontribusi terhadap peningkatan kinerja UMKM.

2.1.2 Teori Technology Acceptance Model (TAM)

Teori Penerimaan Teknologi (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) menjelaskan dua faktor utama yang mempengaruhi keputusan pengguna untuk menerima dan menggunakan teknologi, yaitu *Perceived Usefulness (PU)* yang menjelaskan sejauh mana pengguna merasa bahwa teknologi akan membantu mereka dalam menyelesaikan tugas dengan lebih baik. Dalam konteks *e-payment*, *Perceived Usefulness (PU)* mencerminkan keyakinan pengguna bahwa sistem pembayaran elektronik dapat mempercepat dan mempermudah proses transaksi dan *Perceived Ease of Use (PEOU)* yang menjelaskan sejauh mana pengguna percaya bahwa teknologi tersebut mudah digunakan. Dalam *e-payment*, *Perceived Ease of Use (PEOU)* menunjukkan seberapa mudah pengguna dapat mengoperasikan sistem tanpa mengalami kesulitan, seperti kesulitan dalam memahami instruksi.

TAM memberikan pemahaman yang jelas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan *e-payment*. Dengan fokus pada meningkatkan persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan, penyedia layanan dapat mendorong lebih banyak pengguna untuk beralih ke sistem pembayaran elektronik. Ini sangat penting, terutama bagi UMKM, yang dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing mereka melalui adopsi teknologi ini.

2.1.3 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 menyatakan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, kriteria untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut:

1. Kriteria untuk Usaha Mikro meliputi:

- a. memiliki kekayaan bersih maksimum Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki total penjualan tahunan maksimum Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Kriteria untuk Usaha Kecil adalah:

- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) hingga maksimum Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki total penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) hingga maksimum Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).

3. Kriteria untuk Usaha Menengah mencakup:

- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) hingga maksimum Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

b. memiliki total penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) hingga maksimum Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

2.1.4 Kinerja UMKM

Definisi kinerja menurut Bidasari et al. (2023) merupakan kemampuan perusahaan dalam mencapai target yang telah ditentukan. Untuk menilai kinerja, seperti tingkat keberhasilan atau pencapaian suatu perusahaan, diperlukan penggunaan ukuran atau metrik tertentu. Kinerja yang baik merupakan indikator penting keberhasilan perusahaan, karena kinerja yang baik dapat membantu menjaga posisi keuangan perusahaan dan keunggulan kompetitifnya (Susanti et al., 2023). Kinerja dapat diartikan sebagai cerminan sejauh mana suatu kegiatan, program, atau kebijakan berhasil mencapai sasaran, tujuan, misi, dan visi yang telah ditetapkan dalam perencanaan strategis organisasi. Kinerja yang optimal menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup UMKM. Dengan kinerja yang baik, diharapkan UMKM dapat semakin kuat dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian nasional (Khairani et al., 2024). Pengukuran kinerja merupakan faktor penting untuk mengembangkan organisasi dengan cara yang efektif dan efisien, karena hal ini memungkinkan penyusunan kebijakan atau program yang lebih baik berdasarkan penggunaan sumber daya yang ada. Indikator kinerja organisasi diukur melalui beberapa ukuran yang sering digunakan dalam berbagai penelitian.

Kinerja keuangan menggambarkan tingkat keberhasilan perusahaan berdasarkan hasil yang dicapai melalui berbagai aktivitas yang telah dilakukan. Kinerja keuangan juga merupakan alat analisis untuk menilai sejauh mana perusahaan menjalankan aktivitasnya sesuai dengan aturan dan prinsip pengelolaan keuangan yang berlaku (Anggun Lestari et al., 2020). Kinerja non-keuangan mencerminkan pencapaian profesional seorang wirausahawan dalam menjalankan usaha, baik dalam hal produktivitas maupun keberhasilan pemasaran. Hal ini dilakukan sesuai dengan

wewenang dan tanggung jawab yang diemban, dengan tujuan untuk mencapai kepuasan pelanggan dan kualitas produk yang baik, tanpa melanggar prinsip moral dan etika (Daat & Sanggenafa, 2022).

2.1.5 Financial Literacy

Hung et al. (2009) dalam Septiani & Wuryani (2020) mendefinisikan literasi keuangan sebagai tingkat pemahaman seseorang terhadap konsep keuangan serta kemampuan mengelola keuangan dengan baik, sehingga mampu membuat keputusan yang tepat, baik untuk kebutuhan jangka pendek maupun perencanaan jangka panjang, sesuai dengan perubahan kebutuhan dan kondisi ekonomi. Literasi keuangan yang baik menjadikan kinerja UMKM terus tumbuh dan berkembang lebih efektif, semakin bagus kemampuan literasi keuangan maka semakin baik UMKM dapat dikelola. Edukasi keuangan UMKM termasuk dalam subkategori dan perlu untuk meningkatkan pengetahuan keuangan UMKM. Rendahnya literasi keuangan UMKM dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu tingkat pendidikan, penerimaan informasi keuangan, dan usia pelaku UMKM (Lubis & Irawati, 2022). Jika literasi keuangan pemilik atau pengelola UMKM meningkat diharapkan mampu membuat keputusan manajemen dan keuangan yang tepat untuk keberhasilan dan keberlanjutan usaha.

Menurut Chen & Volpe (1998), literasi keuangan mencakup empat aspek utama yang menjadi indikator tingkat pemahaman seseorang dalam mengelola keuangan. Keempat aspek tersebut meliputi:

1. Pengetahuan Umum (*General Knowledge*).

Pengetahuan umum dalam literasi keuangan mencakup kemampuan individu untuk memahami konsep-konsep dasar keuangan pribadi, seperti terminologi finansial, pengelolaan anggaran, serta pentingnya memiliki catatan keuangan yang baik. Aspek ini

juga mencakup kemampuan seseorang untuk mengenali risiko finansial sehari-hari dan langkah-langkah preventif untuk mengelolanya, sehingga individu dapat membuat keputusan keuangan yang tepat.

2. Simpanan dan Pinjaman (*Saving and Borrowing*)

Aspek ini menyoroti kemampuan individu dalam memahami prinsip dasar menyimpan dan meminjam uang. Hal ini termasuk pemahaman tentang bunga tabungan, suku bunga pinjaman, mekanisme pengelolaan utang, serta pentingnya menabung untuk tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Dengan memahami aspek ini, seseorang dapat menghindari jeratan utang yang tidak terkendali dan memanfaatkan peluang keuangan secara lebih optimal.

3. Asuransi (*Insurance*)

Pemahaman terhadap asuransi mencakup pengetahuan mengenai jenis-jenis asuransi, seperti asuransi kesehatan, kendaraan, properti, dan jiwa. Individu diharapkan mampu memahami manfaat, cakupan, serta biaya dari produk asuransi sehingga dapat memilih jenis perlindungan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Aspek ini penting untuk mengurangi risiko keuangan yang mungkin timbul akibat kejadian tak terduga.

4. Investasi (*Investments*)

Dimensi investasi dalam literasi keuangan mencakup kemampuan individu untuk memahami berbagai instrumen investasi, seperti saham, obligasi, reksa dana, dan properti. Pengetahuan ini memungkinkan individu untuk mengidentifikasi peluang investasi, mengevaluasi risiko, serta membuat keputusan berdasarkan potensi keuntungan jangka panjang. Pemahaman terhadap investasi sangat penting untuk membantu individu dalam mencapai stabilitas dan pertumbuhan keuangan.

2.1.6 Digitalization Knowledge

Digitalisasi adalah proses di mana teknologi digital diterapkan dalam berbagai konteks sosial dan organisasi. Proses ini mencakup penggunaan teknik-teknik digital untuk meningkatkan cara kita berinteraksi, bekerja, dan berkomunikasi, sehingga menciptakan infrastruktur yang lebih efisien dan terintegrasi (Bican & Brem, 2020). Transformasi digital merupakan suatu keharusan bagi setiap perusahaan agar dapat bertahan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Digitalization knowledge dapat diartikan sebagai pemahaman tentang manfaat, penerapan, dan penggunaan teknologi digital dalam bisnis, yang menjadi faktor penting dalam keberhasilan transformasi digital, terutama bagi UMKM (Hendrawan et al., 2024). Pengetahuan tentang transformasi digital dan dampaknya terhadap peningkatan kinerja organisasi menunjukkan bahwa sumber daya dan teknologi saling melengkapi. Penggunaan teknologi yang lebih tinggi dapat meningkatkan kinerja keseluruhan perusahaan. Pengetahuan formal yang berbasis teknologi juga memungkinkan perusahaan untuk menyederhanakan tugas-tugas kompleks menjadi lebih mudah dan cepat, yang berkontribusi pada hasil yang lebih baik. Pengetahuan tentang transformasi digital membantu dalam merancang strategi untuk mempromosikan budaya digital dengan mengintegrasikan teknologi dan inovasi ke dalam nilai dan praktik organisasi (Cardoso et al., 2024).

2.1.7 E-Payment

Perkembangan metode pembayaran saat ini telah dirasakan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia, yang semakin terbiasa dan mulai beralih ke pembayaran digital non-tunai dalam bertransaksi, secara bertahap meninggalkan sistem pembayaran tunai. Kemajuan dalam alat pembayaran non-tunai telah mendorong munculnya inovasi di bidang *e-payment*. *E-payment*

didefinisikan Agustina et al. (2023) sebagai alat pembayaran digital yang dapat direpresentasikan dan ditransfer dalam bentuk elektronik. Sistem *e-payment* melibatkan tiga pengguna utama, yaitu:

1) Klien/Pembeli

Setiap pengguna internet dapat dianggap sebagai calon pengguna potensial. Oleh karena itu, sangat penting untuk membangun mekanisme yang menjamin kepercayaan dan keamanan dalam proses transaksi *e-payment*.

2) Pedagang/Penjual

Penjual adalah pengguna yang menawarkan barang kepada klien dan melakukan transaksi menggunakan *e-payment*. Dalam hal ini, proses transaksi *e-payment* harus aman agar semua pengguna merasa percaya diri dan bersedia melakukan transaksi.

3) Bank

Bertindak sebagai perantara pihak ketiga, biasanya berupa lembaga keuangan yang bertugas menangani, memvalidasi, dan mengotorisasi transaksi yang dilakukan antara pembeli dan penjual melalui *e-payment*.

E-payment berperan penting dalam meningkatkan kinerja UMKM dengan memberikan kemudahan transaksi yang lebih cepat, aman, dan efisien. Kemudahan yang diberikan dianggap oleh pelaku UMKM sebagai percepatan dari bisnis mereka. Kemudahan tersebut dapat berupa kemudahan dalam melakukan transaksi, pencatatan transaksi yang masuk sehingga memudahkan mengetahui keadaan usaha saat ini, layanan transfer antar rekening, serta memeriksa stock barang secara otomatis pada sistem (Asisa et al., 2022).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai *Financial Literacy*, *Digitalization Knowledge*, dan *E-Payment* Terhadap Kinerja UMKM yang telah dilakukan oleh berbagai peneliti terdahulu. Berikut merupakan hasil yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya antara lain:

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Variabel dan Objek Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Pranisya et al. (2024)	Variabel Independen: Literasi Keuangan, <i>Financial Technology</i> , dan Inklusi Keuangan. Variabel Dependen: Kinerja UMKM. Objek Penelitian; UMKM Mikro di Yogyakarta.	a. Literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM Mikro. b. Inklusi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM mikro. c. <i>Financial technology</i> tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

			kinerja UMKM mikro.
2.	Candra & Pabulo (2024)	<p>Variabel Independen: <i>E-Payment Services</i> dan <i>E-Commerce Services</i>.</p> <p>Variabel Dependen: Kinerja UMKM.</p> <p>Variabel Mediasi: <i>Digitalization Knowledge</i>.</p> <p>Objek Penelitian: UMKM sektor makanan dan minuman di Yogyakarta</p>	<p>a. <i>E-payment services</i> tidak mememiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.</p> <p>b. <i>E-commerce services</i> memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja UMKM.</p> <p>c. <i>Digitalization Knowledge</i> secara signifikan memediasi hubungan antara <i>e-payment</i> dan <i>e-commerce</i> dengan kinerja UMKM.</p>
3.	Agustina et al. (2023)	Variabel Independen: <i>E-Payment Gateways</i> .	<i>E-payment</i> berdampak positif terhadap kinerja UMKM.

		Variabel Dependen: Kinerja UMKM. Objek Penelitian; UMKM Sektor Makanan dan Minuman di Kota Pangkalpinang.	
4.	Rumengan, Tulung, Pandowo, et al. (2024)	Variabel Independen: Literasi Keuangan dan <i>Digital Payment</i> . Variabel Dependen: Kinerja UMKM. Objek Penelitian; UMKM di IEC UNSRAT.	a. Literasi keuangan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM. b. <i>Digital Payment</i> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM.
5.	Hutama et al. (2023)	Variabel Independen: Kapabilitas Digital. Variabel Dependen: Kinerja UMKM. Variabel Mediasi: Transformasi Bisnis Digital.	Kapabilitas digital berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM melalui mediasi transformasi bisnis digital.

		Objek Penelitian: UMKM di Kota Malang.	
6.	Al-Amudi et al. (2024)	<p>Variabel Independen: <i>Financial Technology</i>. Variabel Dependen: Kinerja Keuangan UMKM. Variabel Moderasi: Literasi Keuangan.</p> <p>Objek Penelitian: UMKM di NTB.</p>	<p>a. <i>Financial Technology</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja keuangan UMKM.</p> <p>b. Literasi Keuangan tidak memperkuat pengaruh Teknologi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM.</p>
7.	Mahmudah & Muhtarom (2024)	<p>Variabel Independen: Digitalisasi Bisnis, Media Sosial.</p> <p>Variabel Dependen: Kinerja UMKM.</p> <p>Variabel Mediasi: Kompetensi Digital.</p> <p>Objek Penelitian: UMKM di Kabupaten Lamongan.</p>	<p>a. Digitalisasi Bisnis, media sosial, dan kompetensi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.</p> <p>b. Kompetensi digital secara signifikan memediasi hubungan</p>

			antara digitalisasi bisnis, media sosial, dan kinerja UMKM.
8.	Khoirunnisa (2024)	<p>Variabel Independen: <i>E-Payment, Digital Marketing, Innovation Strategy, dan Open Innovation.</i></p> <p>Variabel Dependen: Kinerja UMKM.</p> <p>Objek Penelitian: UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta.</p>	<p>a. <i>E-payment, innovation strategy, dan open innovation</i> memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM.</p> <p>b. <i>Innovation strategy</i> memberikan pengaruh positif terhadap <i>open innovation.</i></p> <p>c. <i>Digital marketing</i> tidak terbukti memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM.</p>
9.	Fani (2023)	Variabel Independen: <i>Financial technology, Financial Technology,</i>	kepuasan konsumen, dan

		<p>Kepuasan Konsumen, dan Penggunaan Informasi Akuntansi.</p> <p>Variabel Dependen: Kinerja Bisnis UMKM.</p> <p>Objek Penelitian: UMKM di Kota Semarang.</p>	<p>penggunaan informasi akuntansi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja bisnis UMKM.</p>
10.	Adiba Mangawing et al. (2023)	<p>Variabel Independen: Literasi Keuangan Digital dan Literasi Keuangan.</p> <p>Variabel Dependen: Kinerja UMKM..</p> <p>Objek Penelitian: UMKM di Kota Balikpapan.</p>	<p>a. Literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM.</p> <p>b. Literasi keuangan digital memiliki pengaruh yang kurang signifikan terhadap kinerja UMKM.</p>
11.	Kusumawati (2022)	<p>Variabel Independen: Keterampilan Digital dan Transformasi Tenaga Kerja.</p> <p>Variabel Dependen: Kinerja UMKM..</p>	<p>Keterampilan digital transformasi digital berpengaruh signifikan dan positif terhadap peningkatan kinerja UMKM.</p>

		Objek Penelitian: UMKM di Jawa Tengah.	
12.	Hapsari (2023)	<p>Variabel Independen: Literasi keuangan, inklusi keuangan dan <i>financial technology</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.</p> <p>Variabel Dependen: Kinerja UMKM.</p> <p>Objek Penelitian: UMKM di Kota Semarang sektor fashion dan kuliner.</p>	
13.	Utami (2023)	<p>Variabel Independen: Literasi Keuangan, Akses Permodalan, Motivasi, Minat Menggunakan E-Commerce</p> <p>Variabel Dependen: Kinerja UMKM.</p> <p>Objek Penelitian: UMKM di Kota Tegal.</p>	<p>a. Literasi keuangan, motivasi, minat menggunakan e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.</p> <p>b. Akses permodalan berpengaruh negatif dan signifikan</p>

			terhadap kinerja UMKM.
--	--	--	------------------------

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh *Financial Literacy* terhadap Kinerja UMKM

Financial literacy mengacu pada pemahaman dan keterampilan untuk menangani berbagai aspek keuangan, termasuk pengelolaan modal, catatan keuangan, akses ke dana, perencanaan keuangan, dan mitigasi risiko. UMKM dengan *financial literacy* yang baik dapat mengalokasikan modal secara efisien, memastikan kelangsungan bisnis, dan menghindari salah urus keuangan yang dapat menghambat pertumbuhan bisnis. Menguasai catatan keuangan yang akurat memungkinkan bisnis kecil untuk memantau arus kas mereka dan membuat keputusan berdasarkan data keuangan yang valid, yang pada akhirnya meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam bisnis mereka. Selain itu, mengetahui berbagai sumber pendanaan akan memungkinkan bisnis kecil untuk memilih jalan pemberian yang paling sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka. Hal ini memungkinkan UMKM memperluas kegiatan bisnis tanpa menimbulkan utang berisiko tinggi. Perencanaan keuangan yang tepat juga berkontribusi terhadap strategi bisnis jangka panjang seperti penganggaran dan perkiraan pertumbuhan. Selain itu, kemampuan untuk mengidentifikasi dan mengelola risiko keuangan, seperti volatilitas harga komoditas dan ketidakpastian pasar, dapat membantu UMKM mengurangi potensi kerugian dan meningkatkan ketahanan bisnis.

Dalam *Knowledge-Based View (KBV)*, *financial literacy* dapat dipandang sebagai aset intelektual yang memberikan keunggulan bagi UMKM. Dengan memiliki pemahaman yang baik tentang

pengelolaan keuangan, pelaku usaha dapat mengoptimalkan sumber daya, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengambil keputusan strategis yang lebih tepat.

Penelitian Pranisya et al. (2024) dan Adiba Mangawing et al. (2023) menerangkan bahwa literasi keuangan memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Ini menunjukkan bahwa pemahaman tentang keuangan dapat memperbaiki praktik pengelolaan, mengurangi kerugian, serta meningkatkan stabilitas usaha UMKM.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: *Financial Literacy* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

2.3.2 Pengaruh *Digitalization Knowledge* terhadap Kinerja UMKM

Digitalization knowledge mengacu pada pemahaman dan kemampuan dalam menggunakan teknologi digital untuk mendukung operasional bisnis. Pelaku UMKM yang memiliki tingkat pengetahuan digital yang tinggi lebih mampu mengadopsi teknologi baru, meningkatkan efisiensi, serta memanfaatkan berbagai platform digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing usaha.

Dalam perspektif KBV, *digitalization knowledge* merupakan sumber daya berbasis pengetahuan yang dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM. Pemanfaatan teknologi digital dalam bisnis memungkinkan pelaku usaha untuk lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Oleh karena itu, pengetahuan digital yang baik dapat berkontribusi pada peningkatan kinerja UMKM.

Berdasarkan penelitian Candra & Pabulo (2024) dan Kusumawati (2022) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, *digitalization knowledge* dianggap dapat membantu UMKM memperoleh keunggulan kompetitif dalam berinovasi dan beradaptasi dengan

dinamika pasar. Dengan memahami tren teknologi dan perubahan perilaku konsumen, UMKM dapat merespons perubahan dengan lebih cepat, merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, serta mengembangkan produk atau layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2: *Digitalization knowledge* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

2.3.3. Pengaruh *E-Payment* terhadap Kinerja UMKM

E-payment adalah sistem pembayaran digital yang memainkan peran penting dalam meningkatkan efisiensi operasional dan meningkatkan pangsa pasar bagi UMKM. Dengan berkurangnya ketergantungan pada uang tunai, pembayaran digital tidak hanya menyederhanakan transaksi bisnis tetapi juga meningkatkan transparansi laporan keuangan, sehingga pengelolaan uang tunai menjadi lebih akurat dan dapat diandalkan. Kemudahan akuntansi dan biaya yang lebih rendah memungkinkan pengusaha untuk lebih fokus pada strategi pengembangan bisnis, yang berdampak positif pada kinerja UMKM.

Dari perspektif *Technology Acceptance Model (TAM)*, popularitas *e-payment* terutama dipengaruhi oleh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Ketika UMKM merasa bahwa *e-payment* memiliki manfaat nyata, seperti efisiensi yang lebih besar dan kemudahan akuntansi, mereka cenderung menggunakan dalam bisnis mereka. Penerimaan teknologi ini tidak hanya mempercepat pembayaran, tetapi juga mendukung pengelolaan keuangan dan daya saing UMKM di era digital.

.Hasil penelitian yang dilakukan Agustina et al. (2023) dan Rumengan, Tulung, Pandowo, et al. (2024) dapat disimpulkan bahwa *e-payment* berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM. Kemudahan transaksi yang ditawarkan, peningkatan efisiensi serta

efektivitas waktu, serta pengurangan biaya yang biasanya dikeluarkan untuk pengelolaan dokumen pembayaran secara manual menjadi faktor utama yang mendorong peningkatan kinerja usaha. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: *E-payment* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

2.4 Kerangka Penelitian

Kerangka konseptual dalam penelitian ini berfokus pada pengaruh *Financial Literacy*, *Digitalization Knowledge*, dan *E-payment* terhadap Kinerja UMKM, dengan menggunakan *Knowledge-Based View (KBV)* dan *Technology Acceptance Model (TAM)* sebagai landasan teori utama.

Dari perspektif *Knowledge-Based View (KBV)*, *Financial Literacy* merupakan sumber daya pengetahuan yang berperan penting dalam pengelolaan keuangan UMKM. Pemahaman yang baik tentang pencatatan keuangan, akses pendanaan, serta perencanaan dan mitigasi risiko memungkinkan pelaku usaha mengambil keputusan yang lebih rasional dan strategis. Dengan tingkat *financial literacy* yang baik, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, menghindari kesalahan dalam pengelolaan keuangan, dan memastikan pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

Selain itu, *Digitalization Knowledge* juga memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan kinerja UMKM. Pemahaman tentang teknologi digital memungkinkan pelaku usaha untuk mengadopsi inovasi yang dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta mempercepat adaptasi terhadap perubahan industri. Dalam teori *Knowledge-Based View (KBV)*, *digitalization knowledge* menjadi sumber daya pengetahuan yang membantu UMKM bersaing di tengah perkembangan teknologi yang semakin pesat.

Sementara itu, dari sudut pandang teori *Technology Acceptance Model (TAM)*, *E-Payment* memberikan kemudahan dalam transaksi bisnis serta meningkatkan transparansi pengelolaan keuangan. Sistem pembayaran digital memungkinkan UMKM untuk mengurangi ketergantungan pada transaksi tunai, mengelola arus kas dengan lebih akurat, serta meningkatkan kepercayaan pelanggan melalui proses pembayaran yang lebih cepat dan aman. Kemudahan dan manfaat yang dirasakan dari penggunaan *e-payment* mendorong UMKM untuk lebih adaptif terhadap teknologi keuangan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja UMKM.

Berdasarkan kajian pustaka dan uraian yang telah dipaparkan, kerangka konseptual penelitian ini dirancang untuk menganalisis hubungan antara *Financial Literacy*, *Digitalization Knowledge*, dan *E-payment* terhadap Kinerja UMKM



Gambar 2.1

Kerangka Peneltian

Pengaruh *Financial Literacy*, *Digitalization Knowledge*, dan *E-payment* terhadap Kinerja UMKM

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang berbasis pada filsafat positivisme, digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, dengan data dikumpulkan melalui instrumen penelitian dan dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan (Sugiyono, 2022). Variabel independen yang akan dianalisis mencakup *financial literacy*, *digitalization knowledge*, dan *e-payment* terhadap variabel dependen kinerja UMKM.

3.2 Populasi Penelitian

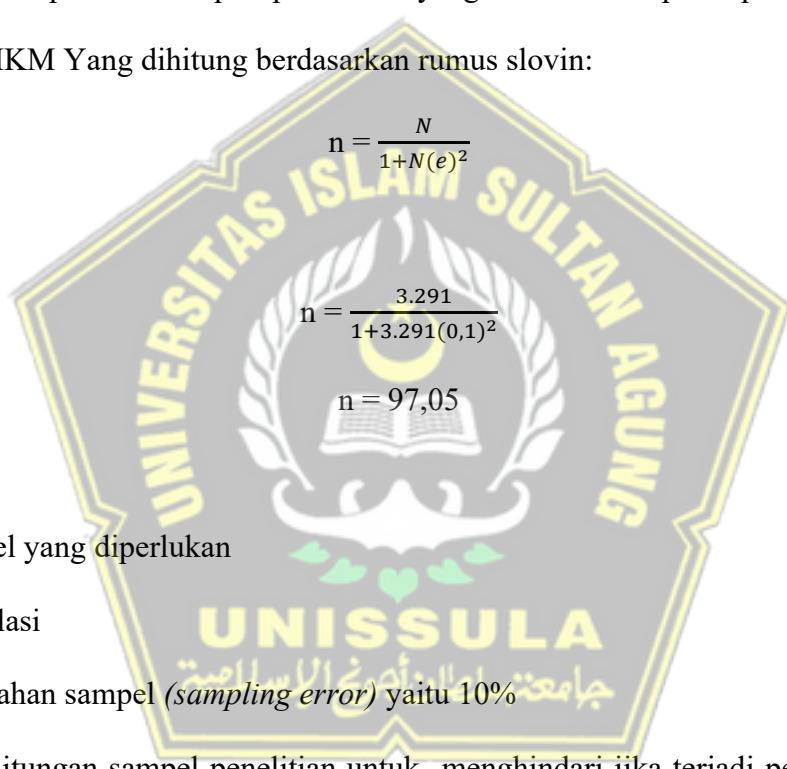
Populasi penelitian merujuk pada keseluruhan area generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti serta dijadikan dasar dalam menarik kesimpulan (Sugiyono, 2022).

Populasi pada penelitian ini adalah pelaku UMKM sektor kuliner yang terdaftar pada Dinas Koperasi dan UMKM di Kota Semarang yang berjumlah 3.291 UMKM. Pemilihan sektor ini didasarkan pada sektor kuliner yang memiliki karakteristik yang khas serta menghadapi tantangan yang spesifik, khususnya dalam merespons dinamika perubahan tren konsumsi dan meningkatnya tingkat persaingan di pasar.

3.3 Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk diteliti. Proses pemilihan sampel dari suatu populasi dikenal sebagai sampling. Sampel penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling jenis purposive sampling. Nonprobability sampling adalah teknik

pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel dan purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu, misalnya memilih individu yang dianggap paling paham tentang topik penelitian atau memiliki posisi tertentu, seperti penguasa, yang memudahkan peneliti dalam mengeksplorasi objek atau situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2022). Terdapat 3.291 pelaku UMKM pada sektor kuliner yang tercatat di Dinas Koperasi dan UMKM di Kota Semarang. Jumlah minimal responden sampel penelitian yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah berjumlah 97 UMKM Yang dihitung berdasarkan rumus slovin:



Dimana:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) yaitu 10%

Berdasarkan perhitungan sampel penelitian untuk menghindari jika terjadi pengisian kuesioner tidak lengkap, maka sampel penelitian dilebihkan menjadi 120 responden.

Adapun sampel yang dipilih memenuhi kriteria sampel penelitian:

1. UMKM di Kota Semarang pada sektor kuliner.
2. Usaha telah menggunakan transaksi menggunakan metode pembayaran secara online.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer yang diperoleh dari kuesioner. Menurut Sugiyono (2022) data primer adalah sumber yang langsung memberikan data kepada peneliti, seperti wawancara langsung dengan responden. Data diperoleh melalui survei dengan menyebarluaskan 120 kuesioner berisi pertanyaan tertulis yang dibagikan kepada pelaku UMKM di sektor kuliner Kota Semarang, guna mengumpulkan informasi sebagai sampel penelitian.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan inti dari sebuah penelitian karena menentukan apakah penelitian akan berhasil atau gagal. Teknik pengumpulan data pada penelitian adalah kuesioner. Menurut Sekaran & Bougie (2016) kuesioner adalah seperangkat pertanyaan tertulis yang telah diformulasikan sebelumnya, yang jawabannya diisi oleh responden, biasanya dalam pilihan-pilihan yang telah ditentukan.

3.6 Skala Pengukuran

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala likert untuk memeriksa seberapa kuat responden setuju dengan sebuah pernyataan dengan skor 1-5. Skala Likert merupakan metode pengukuran psikometrik yang banyak digunakan dalam kuesioner, terutama dalam penelitian survei. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, atau persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala sosial (Sugiyono, 2022).

Lima skala yang diajukan oleh penulis adalah sebagai berikut

1. Skala yang mempunyai nilai 1 yaitu sangat tidak setuju
2. Skala yang mempunyai nilai 2 yaitu tidak setuju
3. Skala yang mempunyai nilai 3 yaitu netral

4. Skala yang mempunyai nilai 4 yaitu setuju
5. Skala yang mempunyai nilai 5 yaitu sangat setuju

3.7 Variabel dan Definisi Operasional

3.7.1 Variabel

Variabel merupakan segala sesuatu dalam berbagai bentuk yang dapat digunakan oleh peneliti untuk dikaji, sehingga dapat diperoleh informasi mengenainya dan ditarik suatu kesimpulan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yakni variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik itu secara positif atau negatif, sementara variabel dependen adalah variabel yang menjadi fokus utama peneliti sehingga peneliti dapat menemukan jawaban atau solusi atas permasalahan yang dikaji (Sekaran & Bougie, 2016). Variabel independen mencakup *financial literacy* (X1), *digitalization knowledge* (X2), dan *e-payment* (X3) dengan variabel dependennya yaitu Kinerja UMKM (Y).

3.7.2 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjabaran suatu konsep atau variabel abstrak menjadi indikator-indikator yang dapat diamati, diukur, dan dianalisis secara empiris. Definisi ini menjelaskan bagaimana suatu variabel akan diukur dalam konteks penelitian, baik melalui instrumen, item pertanyaan, maupun teknik pengumpulan data lainnya, sehingga konsep yang bersifat teoritis dapat diterapkan secara praktis dalam penelitian (Sekaran & Bougie, 2016). Indikator yang digunakan dirancang untuk memastikan validitas dan reliabilitas data yang dikumpulkan, sehingga hasil penelitian dapat dianalisis secara objektif dan sistematis.

Tabel 3.1
Definisi Operasional dan Indikator

No.	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
1.	<i>Financial Literacy</i> (X1)	<p><i>Financial literacy</i> sebagai tingkat pemahaman seseorang terhadap konsep keuangan serta kemampuan mengelola keuangan dengan baik, sehingga mampu membuat keputusan yang tepat, baik untuk kebutuhan jangka pendek maupun perencanaan jangka panjang, sesuai dengan perubahan kebutuhan dan kondisi ekonomi (Septiani & Wuryani, 2020).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan umum keuangan - Tabungan dan pinjaman - Manajemen keuangan <p>(Sultansyah & Puspawati, 2024) (Chen & Volpe, 1998)</p>	Skala likert 1-5
2.	<i>Digitalization Knowledge</i> (X2)	<p><i>Digitalization knowledge</i> dapat diartikan sebagai pemahaman tentang manfaat, penerapan, dan penggunaan teknologi digital dalam bisnis,</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mengevaluasi data, informasi, dan konten digital 	Skala likert 1-5

		<p>yang menjadi faktor penting dalam keberhasilan transformasi digital, terutama bagi UMKM (Hendrawan et al., 2024).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Berinteraksi melalui teknologi digital - Berbagi melalui teknologi digital - Pengetahuan tentang manfaat digital. <p>(Athia et al., 2023)</p> <p>(Candra & Pabulo, 2024)</p>	
3.	<i>E-Payment (X3)</i>	<p><i>E-payment</i> merupakan perantara antara pelanggan dengan penjual dalam sebuah aplikasi yang telah terintegrasi dengan sistem perbankan atau pihak ketiga, sehingga proses transaksi menjadi lebih mudah, praktis, dan dapat dilakukan secara real-time (Kustina & Aji, 2023).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Keamanan - Kemudahan Pengguna - Biaya transaksi - Menghemat Waktu Transaksi - Efisiensi dan Efektivitas Transaksi <p>(Sultansyah & Puspawati, 2024)</p>	Skala likert 1-5

			(Subekti & Pahlevi, 2022)	
4.	Kinerja UMKM (Y)	<p>Kinerja merupakan pencapaian tujuan strategis yang telah ditentukan sebelumnya dan diwujudkan melalui pelaksanaan tugas oleh individu, tim, atau unit dalam suatu organisasi (Rahmadani et al., 2023).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pertumbuhan penjualan - Pertumbuhan pelanggan dan pangsa pasar - Pertumbuhan laba - Kemampuan manajemen dalam mencapai tujuan perusahaan secara tepat sasaran. <p>(Athia et al., 2023)</p> <p>(Zahrah & Nugraha, 2022)</p>	Skala likert 1-5

3.8 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif yang menurut Sekaran & Bougie (2016) digunakan untuk memperoleh gambaran umum dari data dengan menyajikan statistik seperti

frekuensi, ukuran tendensi sentral (mean, median, mode), dan ukuran dispersi. Metode ini membantu memahami data dengan merangkum informasi dan mengidentifikasi pola dalam sampel data.

3.8.1 Uji Kualitas Data

3.8.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana sebuah alat ukur benar-benar mengukur konsep yang dimaksud (Sekaran & Bougie, 2016). Kuesioner dianggap valid jika pertanyaan atau pernyataannya dapat mengukur dengan tepat apa yang ingin diungkap. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dengan program SPSS 26 untuk menganalisis sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diinginkan dengan tepat. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom ($df = n - 2$, di mana n merupakan jumlah sampel). Jika tingkat signifikansi $< 0,05$, maka item dinyatakan valid, sedangkan jika tingkat signifikansi $> 0,05$, maka item tersebut dianggap tidak valid.

3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji derajat konsistensi suatu alat ukur dalam menghasilkan hasil yang sama ketika digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama (Sekaran & Bougie, 2016). Alat yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dianggap reliabel jika nilai $\alpha > 0,60$, sedangkan jika nilai $\alpha < 0,60$, maka variabel tersebut tidak dapat diandalkan.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memastikan hasil analisis regresi berganda yang akurat (Ghozali, 2018). Pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

3.8.2.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Uji normalitas ini menggunakan metode Kolmogorov Smirnov karena sampel penelitian lebih dari 50 sampel. Pengujian ini memiliki ketentuan bahwa jika nilai signifikansi lebih dari 5% (0,05), maka data dianggap berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 5% (0,05), maka data tidak berdistribusi normal.

3.8.2.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk menentukan apakah terdapat korelasi antara variabel independen. Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi antar variabel independent (Ghozali, 2018). Jika variabel independen memiliki korelasi satu sama lain, maka variabel tersebut tidak bersifat ortogonal. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dalam regresi, perlu diperiksa nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Kedua ukuran ini menunjukkan sejauh mana variabel independen dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* memiliki hubungan berkebalikan, *tolerance* dan *VIF* mengukur fenomena yang sama, yaitu tingkat korelasi antar variabel independen, namun dari perspektif yang berbeda. Prosedur pengujian multikolinearitas dilakukan dengan mempertimbangkan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*, dengan ketentuan sebagai berikut:

Berdasarkan nilai *tolerance*:

1. Jika nilai *tolerance* $> 0,1$, maka tidak terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai *tolerance* $< 0,1$, maka terjadi multikolinearitas.

Berdasarkan nilai *VIF*:

1. Jika nilai *VIF* < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai *VIF* > 10 , maka terjadi multikolinearitas.

3.8.5.3 Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah variansi dari residual dalam model regresi tidak merata antar pengamatan. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Jika terjadi heteroskedastisitas dapat menyebabkan hasil analisis menjadi tidak valid atau bias. Hasil uji heteroskedastisitas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Jika probabilitas $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika probabilitas $< 0,05$, maka terdapat heteroskedastisitas.

3.8.3 Analisis Linier Regresi Berganda

Analisis data dilakukan menggunakan model regresi linier berganda, yaitu salah satu teknik statistik yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan beberapa variabel independen.

3.8.4 Uji Fit Model

3.8.4.1 Uji F

Uji simultan (uji F) menurut Ghozali (2018) digunakan untuk menguji signifikansi keseluruhan model regresi, yaitu apakah seluruh variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Uji F dilakukan dengan melalui pengamatan nilai

signifikan F pada tingkat α yang digunakan ($\alpha = 0,05$) dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan tolak ukur signifikasnnya $> 0,05$. Hal ini berarti model regresi tergolong tidak fit.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tolak ukur signifikasnnya $< 0,05$. Hal ini berarti model regresi tergolong fit.

3.8.4.2 Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali, 2018) koefisiensi determinasi (R^2) berfungsi untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang rendah mengindikasikan bahwa variabel-variabel independen hanya memiliki kemampuan terbatas dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati satu, berarti variabel independen hampir sepenuhnya menyediakan informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

3.8.5 Uji Hipotesis

3.8.5.1 Uji t

Menurut Ghozali (2018) uji korelasi parsial (uji t) digunakan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengambilan keputusan dalam uji t menggunakan program SPSS 26 dilakukan dengan tingkat signifikansi 5%. Pengambilan keputusan pada uji t dapat melihat output regresi sebagai berikut:

1. Jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak, artinya variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka H_0 diterima, yang berarti variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada UMKM yang memiliki kriteria bergerak di sektor kuliner dan sudah menggunakan pembayaran digital di Kota Semarang. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online maupun offline kepada responden, peneliti menyebarkan kuesioner kepada pelaku UMKM sektor kuliner di kota semarang selama 2 bulan dari bulan Agustus hingga September 2025. Berdasarkan data yang sudah berhasil peneliti kumpulkan sebanyak 122 eksemplar, sebanyak 122 kuesioner yang kembali kepada peneliti semua dan kuesioner yang dapat diolah sebanyak 114 eksemplar. Adapun gambaran data kuesioner responden sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil Penyebaran Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner Disebar	122
Kuesioner Kembali	122
Tidak Memenuhi Kriteria	8
Kuesioner Digunakan	114

Sumber: data primer diolah, 2025

4.2 Analisis Deskriptif Responden

4.2.1 Analisis Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden pelaku UMKM di Kota Semarang dipaparkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Pria	30	26%
Wanita	84	74%
Total	114	100%

Sumber: data primer diolah, 2025

Mayoritas responden dalam penelitian ini, yang berfokus pada usaha kecil dan menengah (UMKM) di sektor kuliner yang telah mengadopsi pembayaran digital, adalah wanita. Sebanyak 84 responden (74%) adalah wanita, sementara 30 responden (26%) adalah pria. Hal ini menunjukkan bahwa di Kota Semarang, wanita memainkan peran kunci dalam pengelolaan dan operasional UMKM di sektor kuliner yang telah mengadopsi metode pembayaran digital.

4.2.2 Analisis Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir responden pelaku UMKM di Kota Semarang dipaparkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SMA/SMK/Sederajat	41	36%
Diploma	17	15%
S1	49	43%
S2	7	6%
Total	114	100.00%

Sumber: data primer diolah, 2025

Tabel di atas menunjukkan tingkat pendidikan terakhir responden. Sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan tinggi, yaitu Diploma, Strata-1 (S1), atau Strata-2 (S2), dengan jumlah 73 responden atau sebesar 64%. Sementara itu, responden dengan pendidikan terakhir SMA/SMK/Sederajat berjumlah 41 responden atau 36%.

Tingginya tingkat pendidikan formal responden mengindikasikan bahwa responden memiliki sumber daya intelektual yang memadai. Hal ini dapat memengaruhi penerimaan dan pemahaman mereka terhadap konsep-konsep yang diteliti, seperti *financial literacy* dan *digitalization knowledge*.

Tabel 4.4 Bidang Studi Responden

Jurusan	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
Ekonomi / Bisnis / Manajemen	Diploma/S1/S2	45	39%
Pendidikan	Diploma/S1/S2	7	6%
Teknik / Teknologi	Diploma/S1/S2	6	5%
Ilmu Sosial	Diploma/S1/S2	6	5%
Psikologi	Diploma/S1/S2	5	4%
Hukum	Diploma/S1/S2	1	1%
Hubungan Internasional	Diploma/S1/S2	1	1%
Administrasi Pemerintahan	Diploma/S1/S2	1	1%
Akuntansi	Diploma/S1/S2	1	1%
Subtotal Diploma, S1, S2		73	

Jurusan SMA	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
Ekonomi / Bisnis / Manajemen	SMA	1	1%
Ilmu Komunikasi	SMA	3	3%
Ilmu Sosial	SMA	1	1%
Lainnya	SMA	24	21%
Subtotal SMA		29	
Jurusan SMK	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
Ekonomi / Bisnis / Manajemen	SMK	7	6%
Pendidikan	SMK	2	2%
Teknik / Teknologi	SMK	2	2%
Administrasi Perkantoran	SMK	1	1%
Subtotal SMK		12	
Total		114	100.00%

Sumber: data primer diolah, 2025

Berdasarkan data latar belakang pendidikan responden, kelompok terbesar adalah mereka yang memiliki latar belakang Ekonomi/Bisnis/Manajemen, yaitu sebanyak 48 responden atau 42 %. Kelompok kedua terbesar adalah responden yang memiliki latar belakang jurusan Pendidikan sebanyak 9 responen atau 8% dan Teknik/Teknologi dengan jumlah 8 responden atau 7%.

Dominasi latar belakang Ekonomi/Bisnis/Manajemen menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM responden telah memiliki dasar ilmu yang relevan dengan pengelolaan keuangan UMKM. Latar belakang ini dapat menjadi faktor pendukung yang kuat dalam pemahaman mengenai *financial literacy* dalam pengelolaan kinerja UMKM. Sementara itu, keberadaan responden

dengan latar belakang Pendidikan dan Teknik/Teknologi menggambarkan adanya variasi keahlian lain di kalangan pelaku UMKM. Latar belakang Pendidikan dapat memperkuat aspek manajerial dan pembelajaran dalam usaha, sedangkan responden dengan latar belakang Teknik/Teknologi juga menunjukkan adanya pemahaman teknis yang dapat mendukung *digitalization knowledge*.

4.2.3 Analisis Lama Usaha

Lama usaha UMKM di Kota Semarang dipaparkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.5 Lama Usaha UMKM

Lama Usaha	Frekuensi	Persentase
> 1 tahun	48	42,11%
6 - 12 bulan	35	30,70%
< 6 bulan	31	27,19%
TOTAL	114	100,00%

Sumber: data primer diolah, 2025

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi responden berdasarkan lama usaha mereka beroperasi. Data menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM responden telah beroperasi lebih dari 1 tahun, dengan jumlah 48 UMKM atau sebesar 42,11%. Kelompok ini merupakan mayoritas.

Responden yang memiliki lama usaha antara 6 hingga 12 bulan berjumlah 35 UMKM (30,70%), dan responden yang baru beroperasi kurang dari 6 bulan berjumlah 31 UMKM (27,19%).

Dominasi UMKM yang telah beroperasi lebih dari satu tahun 42,11% menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah berada pada fase yang relatif stabil serta sudah melewati periode awal pembentukan usaha. Kondisi ini menunjukkan bahwa data kinerja UMKM yang

dikumpulkan cukup valid karena berasal dari entitas usaha yang sudah memiliki pengalaman operasional yang cukup untuk menilai kinerja dan mengadopsi teknologi digital.

4.2.4 Analisis Lama Penggunaan Pembayaran Digital

Lama penggunaan pembayaran digital oleh UMKM di Kota Semarang dipaparkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.6 Lama Penggunaan Pembayaran Digital

Lama Menggunakan Pembayaran Digital	Frekuensi	Persentase
> 1 tahun	39	34,21%
6 - 12 bulan	42	36,84%
< 6 bulan	33	28,95%
TOTAL	114	100,00%

Sumber: data primer diolah, 2025

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi responden berdasarkan seberapa lama mereka telah menggunakan sistem pembayaran digital dalam operasional usaha. Responden yang paling dominan adalah mereka yang telah menggunakan pembayaran digital selama 6 hingga 12 bulan, dengan jumlah 42 UMKM atau sebesar 36,84%.

Kelompok UMKM yang telah mengadopsi pembayaran digital lebih dari 1 tahun berjumlah 39 UMKM (34,21%), menunjukkan adanya responden yang sudah memiliki pengalaman yang cukup

matang dalam pemanfaatan teknologi ini. Sementara itu, responden yang baru menggunakannya kurang dari 6 bulan berjumlah 33 UMKM (28,95%).

Sebagian besar UMKM dalam penelitian ini telah menggunakan *e-payment* selama 6 hingga 12 bulan, yang menunjukkan bahwa adopsi teknologi *e-payment* sebagian besar responden berada pada tahap pertumbuhan yang cukup kuat. Selain itu, proporsi yang cukup besar dari UMKM dengan pengalaman lebih dari satu tahun menandakan adanya penerimaan dan keberlanjutan penggunaan *e-payment*. Sementara itu, keberadaan UMKM yang baru mengadopsi dalam enam bulan terakhir menunjukkan bahwa proses adopsi *e-payment* masih terus berlangsung serta teknologi ini semakin diminati dan populer. Hal ini memperkaya data penelitian karena mencakup perspektif UMKM dari berbagai fase adopsi *e-payment*, sehingga dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai pengaruh *e-payment* terhadap kinerja UMKM.

Jenis Pembayaran Digital Yang Dipakai

Jenis pembayaran digital yang dipakai oleh UMKM di Kota Semarang dipaparkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.7 Jenis Pembayaran Digital

Jenis Pembayaran Digital	Frekuensi	Percentase
QRIS	80	70,18%
DANA	11	9,65%
GoPay	8	7,02%
ShopeePay	6	5,26%
OVO	3	2,63%
Transfer Bank	4	3,51%

TOTAL	114	100,00%
--------------	------------	----------------

Sumber: data primer diolah, 2025

Tabel di atas menunjukkan jenis platform *e-payment* yang paling banyak digunakan oleh UMKM sektor kuliner responden. Hasilnya menunjukkan dominasi yang sangat kuat pada penggunaan QRIS, dengan 80 UMKM atau sebesar 70,18% menjadikannya sebagai alat *e-payment* utama. Penggunaan *e-wallet* seperti DANA (9,65%), GoPay (7,02%), dan ShopeePay (5,26%) juga digunakan, namun frekuensinya jauh lebih rendah dibandingkan QRIS. Sementara itu, Transfer Bank dan OVO masing-masing hanya digunakan oleh 3,51% dan 2,63% responden.

Dominasi QRIS ini sangat signifikan, menunjukkan bahwa standar tunggal pembayaran digital yang ditetapkan oleh Bank Indonesia telah diterima dan diadopsi secara luas di kalangan UMKM kuliner Kota Semarang. Hal ini mencerminkan keberhasilan penerapan sistem *e-payment* nasional yang mudah diakses, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha.

4.2.5 Jenis Pelatihan Yang Diikuti

Jenis pelatihan yang diikuti responden pelaku UMKM di Kota Semarang dipaparkan dalam tabel berikut ini:

4.8 Tabel Jenis Pelatihan Yang Diikuti

Jenis Pelatihan	Frekuensi	Persentase
Pelatihan Digital Marketing	33	28,95%
Pelatihan UMKM dari pemerintah / swasta	24	21,05%
Pelatihan Pembuatan Produk	12	10,53%
Pelatihan Sosial Media Marketing	10	8,77%

Pelatihan Manajemen Keuangan	5	4,39%
Gabungan Pelatihan (Semua di atas)	1	0,88%
Belum pernah mengikuti pelatihan	23	20,18%
Total	114	100,00%

Sumber: data primer diolah, 2025

Data menunjukkan bahwa jenis pelatihan yang paling banyak diikuti oleh responden adalah Pelatihan Digital Marketing (28,95%). Hal ini memperlihatkan adanya fokus responden yang tinggi untuk meningkatkan aspek pemasaran mereka di era digital.

Kelompok responden yang Belum pernah mengikuti pelatihan formal juga cukup signifikan (20,18%) dari total responden. Ini mengisyaratkan bahwa sebagian besar kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh UMKM diperoleh secara otodidak atau melalui pengalaman langsung saat menjalankan usaha.

Berdasarkan variabel penelitian, pelatihan yang berfokus pada digitalisasi (Digital Marketing dan Sosial Media Marketing) diikuti oleh total 43 responden (37,72%), mendukung variabel *Digitalization*

4.3 Analisis Deskriptif Variabel

Berdasarkan Tabel 4.9 Statistik Deskriptif, seluruh variabel penelitian memiliki jumlah observasi (N) yang valid sebanyak 114 responden.

Tabel 4.9 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	114	7,00	25,00	21,4211	2,28460
X2	114	11,00	40,00	34,8772	3,73252
X3	114	14,00	50,00	42,7807	4,69373
Y	114	11,00	40,00	33,4912	4,22434
Valid N (listwise)	114				

Sumber: data primer diolah SPSS, 2025

- a. Variabel *Financial Literacy* memiliki rata-rata (*mean*) 21,42 dengan simpangan baku (*standard deviation*) sebesar 2,28. Nilai skor responden berkisar antara 7,00 hingga 25,00. Nilai rata-rata yang relatif tinggi ini menunjukkan bahwa responden secara umum memiliki tingkat pemahaman literasi keuangan yang baik.
- b. Variabel *Digitalization Knowledge* memiliki rata-rata (*mean*) skor sebesar 34,88 dengan simpangan baku (*standard deviation*) 3,73. Rentang skor berada antara 11,00 hingga 40,00. Rata-rata yang tinggi ini menunjukkan bahwa responden memiliki pengetahuan yang kuat terkait digitalisasi, sejalan dengan karakteristik responden yang sebagian besar memiliki latar belakang pendidikan tinggi serta pernah mengikuti pelatihan digital.
- c. Variabel *E-Payment* menunjukkan rata-rata (*mean*) skor tertinggi dibandingkan variabel lainnya, yaitu 42,78 dengan simpangan baku (*standard deviation*) 4,69. Skor responden berkisar antara 14,00 hingga 50,00. Nilai rata-rata yang sangat tinggi ini memperkuat temuan pada bagian karakteristik responden, di mana dominasi penggunaan QRIS menjadi bukti bahwa sistem *e-*

payment telah diimplementasikan secara intensif dan masif oleh UMKM kuliner di Kota Semarang.

d. Kinerja UMKM (Y) Sebagai variabel dependen, Kinerja UMKM memiliki rata-rata (*mean*) skor sebesar 33,49 dengan simpangan baku (*standard deviation*) 4,22. Nilai skor responden berkisar antara 11,00 hingga 40,00. Nilai rata-rata ini menunjukkan bahwa kinerja usaha UMKM kuliner secara umum berada pada kategori tinggi, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai kinerja usahanya telah berada pada tingkat yang baik.

4.4 Uji Kualitas Data

4.4.1 Uji Validitas

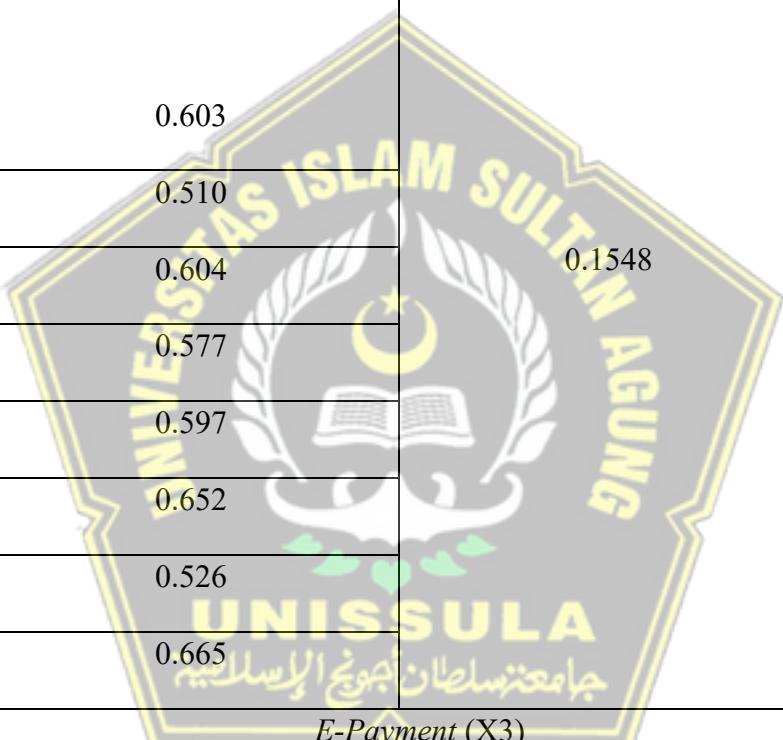
Uji ini dilakukan untuk menilai sejauh mana kuesioner suatu variabel penelitian layak digunakan. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan *r* tabel. Kuesioner dinyatakan valid apabila nilai *r* hitung lebih besar daripada *r* tabel. Dengan jumlah responden (N) sebanyak 114, derajat kebebasan (df) diperoleh dari rumus $(N-2)$ sehingga $df = 112$, dan nilai *r* tabel yang digunakan adalah 0,1548.

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas

Butir Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
<i>Financial Literacy (X1)</i>			
X1.1	0.561	0.1548	Valid
X1.2	0.551		Valid

X1.3	0.469		Valid
X1.4	0.597		Valid
X1.5	0.564		Valid

Digitalization Knowledge (X2)

X2.1	0.603		Valid
X2.2	0.510		Valid
X2.3	0.604		Valid
X2.4	0.577		Valid
X2.5	0.597		Valid
X2.6	0.652		Valid
X2.7	0.526		Valid
X2.8	0.665		Valid

E-Payment (X3)

X3.1	0.664	0.1548	Valid
X3.2	0.551		Valid
X3.3	0.599		Valid
X3.4	0.561		Valid
X3.5	0.628		Valid

X3.6	0.662		Valid
X3.7	0.542		Valid
X3.8	0.562		Valid
X3.9	0.650		Valid
X3.10	0.673		Valid
Kinerja UMKM (Y)			
Y.1	0.687		Valid
Y.2	0.664		Valid
Y.3	0.587		Valid
Y.4	0.648		Valid
Y.5	0.677		Valid
Y.6	0.605		Valid
Y.7	0.585		Valid
Y.8	0.580		Valid

Sumber: data primer diolah SPSS, 2025

Secara keseluruhan, seluruh item pertanyaan pada semua variabel penelitian dinyatakan valid karena nilai R Hitung lebih besar dari R tabel. Hal ini berarti instrumen kuesioner yang digunakan sudah tepat dan valid untuk mengumpulkan data dari 114 responden dan dapat digunakan untuk tahap analisis selanjutnya, termasuk uji reliabilitas.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, nilai Cronbach's Alpha keseluruhan instrumen jauh lebih besar dari standar reliabilitas 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian (kuesioner) yang digunakan untuk mengukur variabel *Financial Literacy*, *Digitalization Knowledge*, *E-Payment*,

dan Kinerja UMKM dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha instrumen lebih besar dari standar reliabilitas.

Tabel 4.11 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Financial Literacy (X1)	0,636	Reliabel
Digitalization Knowledge (X2)	0,819	Reliabel
E-Payment (X3)	0,850	Reliabel
Kinerja UMKM (Y)	0,862	Reliabel

Sumber: data primer diolah SPSS, 2025

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas awal dilakukan terhadap 114 data responden sebelum proses transformasi dan penghapusan outlier. Berdasarkan hasil uji normalitas, data awal diketahui belum berdistribusi normal.

Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Sebelum Penyesuaian Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual

N		114
Normal	Mean	0,0000000
Parameters ^{a,b}		
	Std. Deviation	1,08981825

Most Extreme Differences	Absolute	0,173
	Positive	0,103
	Negative	-0,173
Test Statistic		0,173
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.003 ^d
99% Confidence Interval	Lower Bound	0,001
	Upper Bound	0,004

Sumber: hasil olah data SPSS, 2025

Uji normalitas awal dilakukan terhadap 114 data responden sebelum dilakukan proses penyesuaian data. Berdasarkan hasil uji normalitas, data awal diketahui belum berdistribusi normal. Oleh karena itu, peneliti melakukan dua tahap penyesuaian data sebagai berikut:

1. Pengurangan *Outlier*: Dari total 114 data yang valid, ditemukan 1 data yang termasuk *outlier* (data yang menyimpang jauh dari lainnya). Data tersebut dihapus agar hasil analisis tidak bias. Dengan demikian, jumlah data yang digunakan untuk analisis regresi menjadi 113 responden.

Tabel 4.13 Data yang Ditetapkan Sebagai Outlier

No. Responden	Nilai Z-Score				Keterangan
	X1	X2	X3	Y	
81	6,312301	6,397074	5,730052	6,461592	Outlier

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Data dengan nilai Z-score di atas 3 atau di bawah -3 ditetapkan sebagai outlier dan dikeluarkan dari analisis agar distribusi data menjadi normal.

- Transformasi Data: Setelah proses penghapusan outlier, dilakukan transformasi data berupa penyesuaian skala (rescaling) pada seluruh variabel independen (X_1 , X_2 , dan X_3) dengan mengalikan skor masing-masing variabel sebesar 0,5. Transformasi ini bertujuan untuk menyamakan skala antarvariabel dan mempermudah interpretasi hasil analisis. Seluruh pengujian selanjutnya dilakukan menggunakan data yang telah melalui proses transformasi ini.

Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas

UNISSULA
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual

N		113
Normal	Mean	0,0000000
Parameters ^{a,b}		
Std.		3,27526392
Deviation		

Most Extreme Absolute Differences	0,113
Positive	0,066
Negative	-0,113
Test Statistic	0,113
Asymp. Sig. (2-tailed)	.001 ^c
Monte Carlo Sig.	.106 ^d
Sig. (2-tailed) 99% Confidence Interval	0,098
Upper Bound	0,114

Sumber: hasil olah data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil One-Sample Kolmogorov–Smirnov Test dengan pendekatan Monte Carlo (Sig. = 0,106 > 0,05), residual model regresi berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas terpenuhi.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi korelasi di antara variabel independennya.

Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
<i>Financial Literacy</i> (X1)	0,511	1,958	Bebas Multikolinearitas
<i>Digitalization Knowledge</i> (X2)	0,450	2,225	Bebas Multikolinearitas
<i>E-Payment</i> (X3)	0,436	2,296	Bebas Multikolinearitas
a. Dependent Variable: Kinerja UMKM (Y)			

Sumber: data primer diolah SPSS, 2025

Karena nilai Tolerance dari semua variabel independen $>0,10$ dan nilai VIF-nya <10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model regresi ini. Asumsi ini terpenuhi, sehingga bisa lanjut ke uji selanjutnya.

4.5.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas menggunakan metode uji *Spearman Rho* digunakan untuk mendekripsi adanya heteroskedastisitas dalam model regresi melalui analisis korelasi antara variabel independen dengan *unstandardized residual*.

Dengan kriteria pengambilan keputusan:

1. Jika nilai sig $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas.
2. Jika nilai sig $< 0,05$ maka terjadi gejala heterokedastisitas.

Tabel 4.16 Uji Heterokedastisitas

Correlations

		x11	x12	x13	Unstandardized Residual	
Spearman's rho	x11	Correlatio n Coefficien t N	1,000 .626** 113	.626** 0,000 113	.643** 0,000 113	-0,010 0,914 113
	x12	Correlatio n Coefficien t N	.626** 0,000 113	1,000 .551** 113	.551** 0,000 113	0,061 0,518 113
	x13	Correlatio n Coefficien t N	.643** 0,000 113	.551** 0,000 113	1,000 0,000 113	-0,035 -0,010 113

	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,715
	N	113	113	113	113
Unstandardized Residual	Correlatio n	-0,010	0,061	-0,035	1,000
	Coefficien t				
	Sig. (2-tailed)	0,914	0,518	0,715	
	N	113	113	113	113

Sumber: hasil olah data SPSS, 2025

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk korelasi antara variabel X1 (0,914), X2 (0,518), dan X3 (0,715) dengan *unstandardized residual* seluruhnya lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda yang diajukan telah memenuhi bebas dari masalah heteroskedastisitas.

4.6 Uji Hipotesis

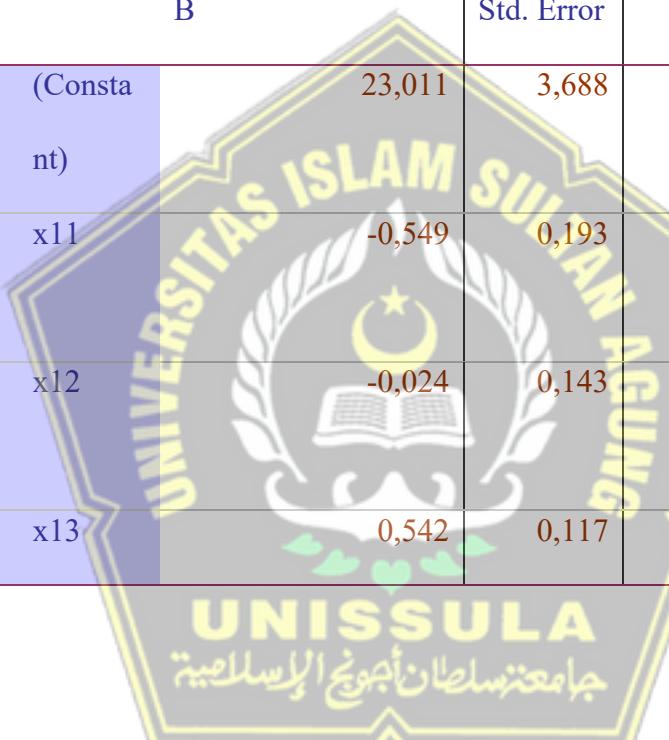
4.6.1 Analisis Linier Berganda

Penelitian ini memiliki persamaan yang akan dijadikan sebagai pedoman dalam seluruh pengujian uji asumsi klasik, berikut hasil uji koefisien regresi pada penelitian ini:

Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Regresi

Model		Coefficients ^a			t	Sig.		
		Unstandardized		Standardized Coefficien ts				
		B	Std. Error					
1	(Consta nt)	23,011	3,688		6,240	0,000		
	x11	-0,549	0,193	-0,340	- 2,843	0,005		
	x12	-0,024	0,143	-0,021	- 0,166	0,868		
	x13	0,542	0,117	0,602	4,641	0,000		

a. Dependent Variable: y



Sumber: hasil olah data SPSS, 2025

Dari data di atas menghasilkan persamaan sebagai berikut:

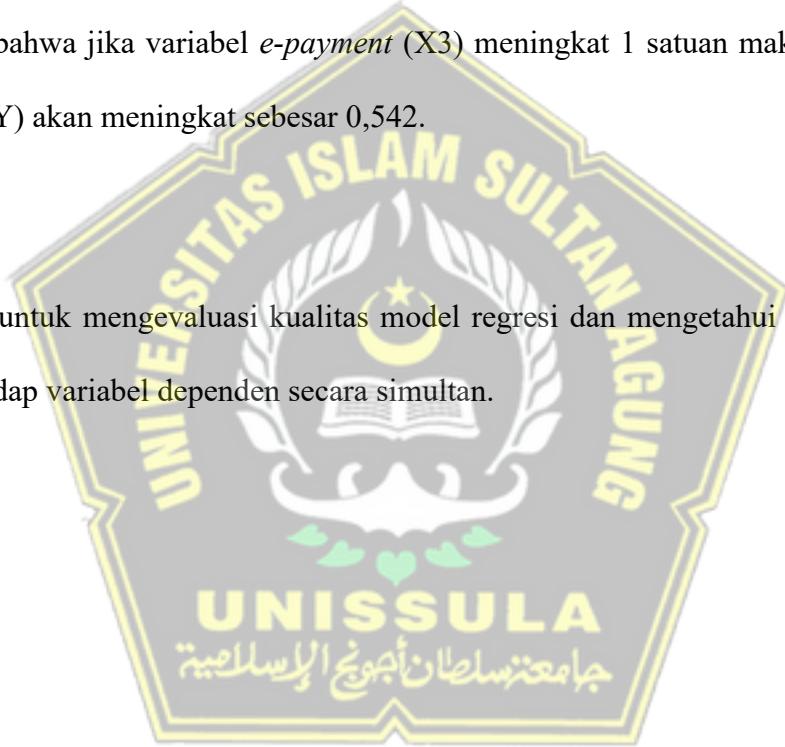
$$Y = 23,01 + (-0,549)X_1 + (-0,024)X_2 + 0,542X_3 + e$$

- a. Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 23,01 maka bisa diartikan jika variabel independen bernilai 0 (konstan) maka variabel dependen bernilai 23,01

- b. Nilai koefisien regresi variabel *financial literacy* (X1) bernilai negatif sebesar $-0,549$ maka bisa diartikan bahwa jika variabel *financial literacy* (X1) meningkat 1 satuan maka variabel kinerja UMKM (Y) akan menurun sebesar $0,549$.
- c. Nilai koefisien regresi variabel *digitalization knowledge* (X2) bernilai negatif sebesar $-0,024$ maka bisa diartikan bahwa jika variabel *digitalization knowledge* (X2) meningkat 1 satuan maka variabel kinerja UMKM (Y) akan menurun sebesar $0,024$.
- d. Nilai koefisien regresi variabel *e-payment* (X3) bernilai positif sebesar $0,542$ maka bisa diartikan bahwa jika variabel *e-payment* (X3) meningkat 1 satuan maka variabel kinerja UMKM (Y) akan meningkat sebesar $0,542$.

4.6.2 Uji F

Uji F digunakan untuk mengevaluasi kualitas model regresi dan mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.



Tabel 4.18 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	304,696	3	101,565	9,214	.000 ^b
	Residual	1201,464	109	11,023		
	Total	1506,159	112			

a.

Dependent

Variable: y

b.

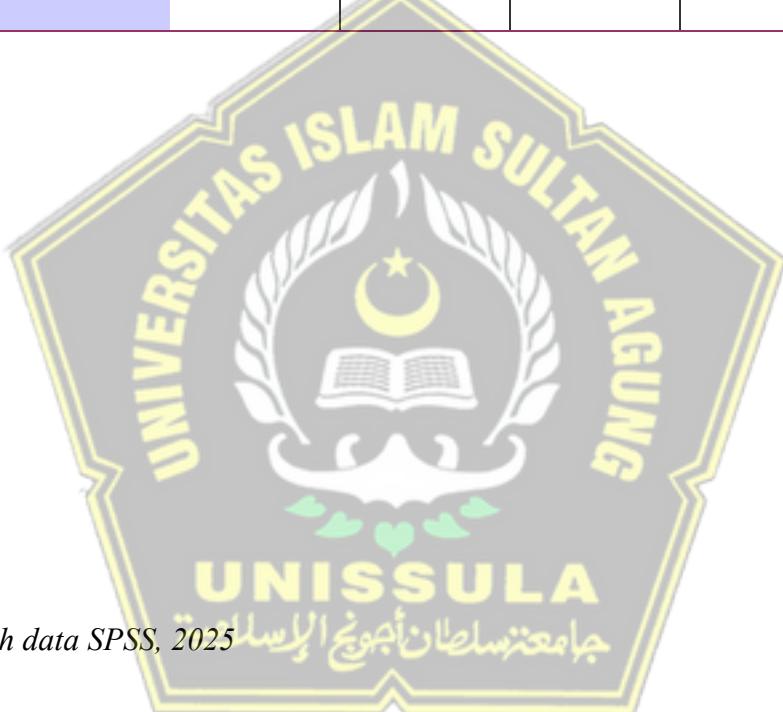
Predictors:

(Constant),

x13, x11,

x12

Sumber: hasil olah data SPSS, 2025



Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai Fhitung sebesar 9,214 lebih besar dari Ftabel sebesar 2,68 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel X1, X2, dan X3 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Dengan demikian, model regresi dinyatakan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

4.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai R^2 yang semakin besar menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen semakin kuat, sedangkan nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen relatif lemah.

Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	Model Summary ^b			Std. Error of the Estimate
	R	R Square	Adjusted R Square	
1	.450 ^a	0,202	0,180	3,32003

a. Predictors:

(Constant), x13,

x11, x12

b. Dependent

Variable: y

Sumber: hasil olah data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,180. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 18% variasi pada variabel kinerja UMKM dapat dijelaskan oleh variabel *financial literacy*, *digitalization knowledge*, dan *e-payment* secara bersama-sama. Sementara itu, sisanya sebesar 82% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

4.6.4 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Variabel dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai signifikansi kecil dari 0,05.

Tabel 4.20 Hasil Uji t

Model	B	Sig.	Keputusan
<i>Financial Literacy</i>	-0,549	0,005	Ditolak
<i>Digitalization Knowledge</i>	-0,024	0,868	Ditolak
<i>E-Payment</i>	0,542	0,000	Diterima

Sumber: data primer diolah SPSS, 2025

Penjelasan dari tabel hasil uji t sebagai berikut:

- a. Pada tabel 4.16 menunjukkan nilai koefisien -0,549 dan nilai signifikansi <0,05 yaitu sebesar 0,005, sehingga H1 ditolak yang berarti *Financial Literacy* terbukti berpengaruh negatif terhadap Kinerja UMKM.
- b. Pada tabel 4.16 menunjukkan nilai koefisien -0,024 dan nilai signifikansi >0,05 yaitu sebesar 0,868, sehingga H2 ditolak yang berarti *Digitalization Knowledge* terbukti tidak berpengaruh terhadap Kinerja UMKM.
- c. Pada tabel 4.16 menunjukkan nilai koefisien 0,542 dengan arah positif dan nilai signifikansi <0,05 yaitu sebesar 0,000, sehingga H3 diterima yang berarti *E-Payment* terbukti berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM.

4.7 Pembahasan

4.7.1 Pengaruh *Financial Literacy* terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa *financial literacy* terbukti berpengaruh terhadap kinerja umkm, namun memiliki hubungan yang negatif yang artinya semakin tinggi *financial literacy* pelaku umkm maka semakin menurun kinerja UMKM. Hal ini bisa disebabkan karena pelaku UMKM yang memiliki *financial literacy* yang baik akan semakin berhati-hati dalam mengambil keputusan dan enggan mengambil risiko, sehingga menghambat peluang pertumbuhan dan ekspansi kinerja UMKM. Dengan kata lain, pengetahuan keuangan yang tinggi belum tentu langsung meningkatkan kinerja jika tidak diimbangi dengan kemampuan mengambil keputusan yang berani dan strategis dalam bisnis.

Hal ini tidak sejalan dengan Teori *Knowledge Resource-Based View* (KBV) semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki seseorang termasuk dalam hal keuangan maka semakin besar pula kemampuannya dalam mengelola sumber daya dan mengambil keputusan yang dapat meningkatkan kinerja. Namun, dalam konteks penelitian ini, *financial literacy* yang tinggi belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku UMKM untuk mendorong peningkatan kinerja UMKM.

Hal ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Hapsari (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan membantu pelaku UMKM dalam keberhasilan kinerja usaha mereka. Rumengan et al. (2024) menemukan bahwa pelaku UMKM dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi dapat mengelola keuangan mereka lebih efektif. Sementara itu, Pranisya et al. (2024) menegaskan bahwa literasi keuangan dapat meningkatkan pengetahuan praktik manajemen sehingga membantu mengurangi kerugian UMKM. Berbeda dengan temuan-temuan tersebut, penelitian ini justru

menunjukkan hubungan negatif, sehingga menjadi temuan baru yang menarik untuk diteliti lebih lanjut. Faktor seperti kecenderungan berhati-hati, keterbatasan modal, atau hambatan operasional mungkin menjadi alasan mengapa literasi keuangan yang tinggi tidak langsung berdampak positif terhadap kinerja UMKM.

4.7.2 Pengaruh *Digitalization Knowledge* terhadap kinerja UMKM

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa *digitalization knowledge* terbukti tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Hal ini bisa disebabkan karena pelaku UMKM masih belum memaksimalkan pemanfaat pengetahuan yang dimiliki dalam praktik operasional UMKM, misalnya, mereka mengetahui cara menggunakan media sosial atau e-commerce, tetapi belum konsisten mengintegrasikan teknologi digital dalam strategi pemasaran, manajemen stok, atau pelayanan pelanggan. Sehingga *digitalization knowledge* saja tidak cukup jika tidak dibersamai dengan kemampuan menerapkannya secara konsisten dan strategis. Temuan ini menunjukkan bahwa bagi UMKM, memiliki pengetahuan digital memang penting, tetapi kemampuan mengimplementasikan teknologi dan mengoptimalkan proses bisnis digital jauh lebih menentukan keberhasilan usaha.

Hal ini tidak sejalan dengan teori *Knowledge-Based View* (KBV), yang menyatakan bahwa pengetahuan merupakan sumber daya utama yang dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dan kinerja organisasi. Menurut teori KBV, semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki, termasuk pengetahuan digital, maka seharusnya semakin besar kemampuan organisasi dalam memanfaatkan sumber daya dan mengambil keputusan yang efektif sehingga meningkatkan kinerja.

Selain itu, hasil ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya Candra & Pabulo (2024) menunjukkan bahwa kemampuan digital memberikan UMKM keunggulan kompetitif dalam hal

inovasi dan adaptasi terhadap perubahan pasar. Hutama et al. (2023) menegaskan bahwa *digital capability* memungkinkan UMKM mengelola informasi internal dan eksternal sehingga dapat meningkatkan keuntungan ekonomi. Mahmudah & Muhtarom (2024) menambahkan bahwa kemampuan dalam teknologi digital dapat membantu UMKM mengoptimalkan proses bisnis dan meningkatkan produktivitas. Berbeda dengan temuan-temuan tersebut, penelitian ini justru menunjukkan bahwa *Digitalization Knowledge* belum memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini kemungkinan karena pengetahuan digital yang dimiliki belum diterapkan secara optimal, atau faktor lain seperti modal, strategi pemasaran, dan operasional lebih berperan dalam menentukan kinerja.

4.7.3 Pengaruh *E-Payment* terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa *e-payment* memiliki hubungan yang positif dan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM merasakan keamanan dan kemudahan transaksi, biaya yang wajar, serta efisiensi dalam pelayanan dan pencatatan keuangan. Hal ini membuat proses bisnis lebih cepat dan arus kas lebih mudah dikontrol. Dengan kata lain, persepsi bahwa *e-payment* mudah digunakan dan bermanfaat mendorong pelaku UMKM untuk mengimplementasikannya secara efektif, sehingga berdampak positif pada kinerja usaha.

Hasil ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menyatakan bahwa teknologi akan lebih diterima dan efektif digunakan jika dirasakan mudah digunakan (*Perceived Ease of Use*) dan memberikan manfaat nyata (*Perceived Usefulness*). Temuan ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya, Agustina et al. (2023) menyatakan bahwa evolusi metode pembayaran non-cash mulai dirasakan masyarakat, di mana pembayaran digital berdampak positif

pada perilaku konsumtif dan meningkatkan penjualan bagi pelaku usaha. Al-Amudi et al. (2024) menambahkan bahwa penggunaan pembayaran digital mempermudah pelaku UMKM menjalankan usahanya dan mampu meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Kedua penelitian ini mendukung temuan penelitian saat ini bahwa penerapan *e-payment* memberikan pengaruh positif terhadap kinerja UMKM



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian terhadap *Financial Literacy*, *Digitalization Knowledge*, dan *E-Payment* terhadap kinerja UMKM pada pelaku UMKM bidang kuliner di Kota Semarang. maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel *Financial Literacy* terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan pelaku usaha justru dapat menurunkan kinerja karena kecenderungan lebih berhati-hati dan menghindari risiko.
2. Variabel *Digitalization Knowledge* terbukti berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja UMKM, karena pengetahuan digital yang dimiliki belum diimplementasikan secara optimal dalam kegiatan bisnis.
3. Variabel *E-Payment* terbukti berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, karena mempermudah transaksi, meningkatkan efisiensi, dan membantu pengelolaan keuangan usaha.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian pada data di atas, berikut beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

1. Bagi Pelaku UMKM

- a. Diharapkan tidak hanya memiliki *financial literacy* yang baik saja tetapi juga memiliki kemampuan pengambilan keputusan yang baik dan mampu menghadapi risiko bisnis.
- b. *Digitalization knowledge* perlu diterapkan secara konsisten dan aksi nyata dalam aktivitas operasional dan pemasaran agar memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja UMKM.
- c. Disarankan untuk terus memanfaatkan dan mengembangkan sistem *e-payment* sebagai bagian dari strategi peningkatan efektivitas dan efisiensi usaha.

2. Bagi Pemerintahan dan Lembaga Terkait

- a. Menyelenggarakan program pelatihan dan pendampingan yang tidak hanya dalam hal *financial literacy* tetapi juga melatih pelaku UMKM dalam pengambilan keputusan yang berani untuk bisnisnya.
- b. Meningkatkan pelatihan terkait transformasi digital dan implementasinya.
- c. Mendorong kerja sama dengan penyedia layanan *e-payment* agar UMKM semakin mudah mengakses dan mengoptimalkan transaksi digital dalam berbisnis.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Disarankan untuk menambah variabel lain sebagai variabel moderasi atau media yang memungkinkan mempengaruhi kinerja UMKM seperti *business networking* atau *entrepreneurial mindset*.
- b. Penelitian berikutnya dapat memperluas objek dan cakupan wilayah agar hasil penelitian lebih representatif.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang perlu diperhatikan, antara lain:

1. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan pendekatan persepsi responden, sehingga memungkinkan adanya bias subjektif dalam penilaian.
2. Ruang lingkup penelitian terbatas pada sektor UMKM bidang kuliner, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi ke semua sektor.



DAFTAR PUSTAKA

- Adiba Mangawing, L., Sulianto, T., Puspita Sari, A., Arni Umbu Jafri, L., & Ramadhan, W. (2023). The Influence of Digital Financial Literacy On MSME Performance In Balikpapan City. *ISBEST*, 3. <https://doi.org/10.33830/isbest.v3i1.1348>
- Agustina, D., Yusnita, M., & Fitari, T. (2023). Digital Transformation: Optimizing the Use of E-Payment Gateways for MSME Performance. *E3S Web of Conferences*, 440. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202344007005>
- Aini, A. S. (2022). *Pengaruh Financial Capital, Literasi Keuangan dan IT Utilization Terhadap Kinerja UKM Sektor Industri Pengolahan di Kabupaten Demak*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Al-Amudi, D. M., Suryani, E., & Hidayati, S. A. (2024). Role of Fintech on MSMEs Financial Performance with Financial Literacy as a Moderation in West Nusa Tenggara. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 11(2), 557. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v11i2.5474>
- Anggriani, I., Armiani, & Wahyullah, M. (2023). Pengaruh Inklusi Keuangan, Literasi Keuangan, dan Pengelolaan Keuangan terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Dompu. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.57141/kompeten.v2i3.89>
- Anggun Lestari, D., Dewi Purnamasari, E., & Setiawan, B. (2020). Pengaruh Payment Gateway terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *JBME: Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.47747/jbme.v1i1.20>
- Asisa, W., Aulia, P., Dalianti, N., & Handa, Y. R. (2022). Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan Digital Payment terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar. *Jurnal Dinamika*, 1(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.18326/dinamika.v3i1.23-50>
- Athia, I., Soetjipto, B. E., & Efendi, E. (2023). The improvement of MSMEs' business performance during the COVID-19 pandemic through financial and digital literacy. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(1). <https://doi.org/10.26418/jebik.v12i1.58984>
- Bahiu, E. L. U., Saerang, I. S., & Untu, V. N. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan Terhadap Keuangan UMKM Di Desa Gemeh Kabupaten Kepulauan Talaud*. 9(3), 1819–1828. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v9i3.36009>
- Bican, P. M., & Brem, A. (2020). Digital Business Model, Digital Transformation, Digital Entrepreneurship: Is there a sustainable “digital”? *Sustainability (Switzerland)*, 12(13). <https://doi.org/10.3390/su12135239>
- Bidasari, Sahrir, Goso, & Hamid, R. S. (2023). Peran Literasi Keuangan dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. *Owner*, 7(2), 1635–1645. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1404>

Candra, Y. T. A., & Pabulo, A. M. A. (2024). Pengaruh E-Payment Services dan E-Commerce Services terhadap Kinerja UMKM yang Dimediasi oleh Digitalization Knowledge. *ECOBISMA*, 11(1). [https://doi.org/https://doi.org/10.36987/ecobi.v11i1.5296](https://doi.org/10.36987/ecobi.v11i1.5296)

Cardoso, A., Pereira, M. S., Sá, J. C., Powell, D. J., Faria, S., & Magalhães, M. (2024). Digital Culture, Knowledge, and Commitment to Digital Transformation and Its Impact on the Competitiveness of Portuguese Organizations. *Administrative Sciences*, 14(1). <https://doi.org/10.3390/admsci14010008>

Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *FNANCIAL SERVICES REVIEW*, 7(2), 107–128. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/S1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/S1057-0810(99)80006-7)

Daat, S. C., & Sanggenafa, M. A. (2022). Knowledge Sharing, Human Capital, dan Kinerja UMKM: Studi Empiris pada UMKM di Kota Jayapura (Knowledge Sharing, Human Capital, and MSME Performance: Empirical Study on MSMEs in Jayapura City). *Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 102–109. <https://doi.org/https://doi.org/10.19184/ejeba.v9i2.31360>

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Accep Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008>

Dharmawan Buchdadi, A., Sholeha, A., Ahmad, G. N., & Mukson. (2020). The Influence of Financial Literacy on SMEs Performance Through Access to Finance and Financial Risk Attitude as Mediation Variables. *Article in Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 24(5). <https://www.researchgate.net/publication/345045505>

Fani, B. A. F. (2023). *Pengaruh Financial Technology, Kepuasan Konsumen, dan Penggunaan Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Kota Semarang*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Faradilla, I., Setiorini, H., & Muhammadiyah Bengkulu, U. (2024). Measuring The Financial Performance Of Msmes From The Perspective Of Financial Literacy, Financial Inclusion And Financial Technology. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 285–296. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i1>

Ghozali, I. (2018). *ghozali 2018*.

Grant, R. M. (1996). Toward a Knowledge-Based Theory of The Firm. *Strategic Management Journal*, 17(SUPPL. WINTER), 109–122. <https://doi.org/10.1002/smj.4250171110>

Hapsari, A. (2023). Pengaruh Financial Literacy, Financial Technology, dan Financial Inclusion terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Semarang. In *Universitas Islam Sultan Agung Semarang*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

- Hendrawan, S. A., Afdhal Chatra, Nurul Iman, Soemarno Hidayatullah, & Degdo Suprayitno. (2024). Digital Transformation in MSMEs: Challenges and Opportunities in Technology Management. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 141–149. <https://doi.org/10.60083/jidt.v6i2.551>
- Hutama, D., Raharjo, K., & Nugroho, A. (2023). Impact of Digital Capability on SMEs Performance: Mediating Role of Digital Business Transformation. *Wacana Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 26(3). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21776/ub.wacana.2023.026.03.02>
- Ilarrahmah, M. D., & Susanti. (2021). Pengaruh Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan, Literasi Keuangan Dan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja UMKM. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 51–64. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3327>
- Khairani, A., Lemiyana, & Rosyada. (2024). Pengelolaan Keuangan Dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM Kabupaten Tanah Datar. *JAKBS: Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 2(2), 148–154. <https://doi.org/https://doi.org/10.47233/jakbs.v2i2>
- Khoirunnisa. (2024). Pengaruh E-Payment, Digital Marketing, Innovation Strategy, dan Open Innovation terhadap Kinerja UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. In *Universitas Islam Indonesia*. Universitas Islam Indonesia.
- Kustina, K. T., & Aji, W. S. (2023). Cashless Society Sebagai Pemoderasi Pengaruh Fintech Payment Gateway Terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Denpasar. *Moneter: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 10(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/moneter.v10i1.15272>
- Kusumawati, D. A. (2022). Peran Digital Skill dan Workforce Transformation terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(2). <https://doi.org/10.30659/ekobis.23.2.125-135>
- Lantip, S. M., & Daljono. (2023). Pengaruh Transformasi Digital terhadap Kinerja Keuangan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *Diponegoro Journal of Accounting*, 12(4), 1–11.
- Lubis, K. S., & Irawati, L. (2022). The Effect of Financial Literacy on Financial and Capital Management on MSME Performance. *Asean International Journal of Business*, 1(1), 77–85. <https://doi.org/10.54099/aijb.v1i1.66>
- Mahmudah, H., & Muhtarom, A. (2024). Effect of Business Digitalization and Social Media on MSME Performance with Digital Competence as a Mediating Variable. *Scientific Journal of Informatics*, 11(3). <https://doi.org/10.15294/sji.v11i3.9942>
- Miswanto, Tarigan, S. T., Wardhani, S., Khuan, H., Rahmadyanti, E., Jumintono, J., Ranatarisza, M. M., & Machmud, M. (2024). Investigating the influence of financial literacy and supply

- chain management on the financial performance and sustainability of SMEs. *Uncertain Supply Chain Management*, 12(1), 407–416. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.9.011>
- Najib, M., & Fahma, F. (2020). Investigating the Adoption of Digital Payment System through an Extended Technology Acceptance Model: an Insight from the Indonesian Small and Medium Enterprises. *Advanced Science Engineering Information Technology*, 10(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.18517/ijaseit.10.4.11616>
- Namira, L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat UMKM di Kota Padang Menggunakan e-Payment sebagai Metode Pembayaran. *Owner*, 6(1), 212–224. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.553>
- Nurjannah, & Subur, H. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap pertumbuhan UMKM di Kecamatan Rappocini Kota Makassar. *JURNAL RUMPUT MANAJEMEN DAN EKONOMI*, 1(5), 163–173. <https://doi.org/10.61722/jrme.v1i5.2892>
- Pranisya, R., Sari, P. P., Maulida, A., & Sarjanawiyata Tamansiswa, U. (2024). The effect of financial literacy, technology financial literacy, and financial inclusion on MSME performance. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 25(2), 244–255.
- Rahmadani, I. S., Meutia, T., & Lubis, N. K. (2023). Systematic literature review: pengaruh literasi keuangan, kompetensi sumber daya manusia, dan efektivitas penggunaan BPUM terhadap kinerja UMKM. *MRI: Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(1), 143–152. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/mri.v1i1.643>
- Rumengan, S., Tulung, J. E., & Pandowo, M. (2024). *The influence of financial literacy and digital payment use on MSME performance (Case Study: IEC UNSRAT)*. 12(03), 464–472. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v12i03.57138>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (7th Edition)*. John Wiley & Sons, Ltd. www.wileypluslearningspace.com
- Septiani, R. N., & Wuryani, E. (2020). Pengaruh literasi keuangan dan inklusi keuangan terhadap kinerja UMKM di Sidoarjo. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 3214. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p16>
- Subekti, R. A., & Pahlevi, R. W. (2022). Pengaruh implementasi e-payment dan kualitas produk terhadap kinerja UMKM (Studi kasus pada usaha produk hobi alat pancing). *JEMBA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(6). <https://doi.org/https://doi.org/10.53625/jemba.v1i6>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian dan Pengembangan*.
- Sultansyah, A., & Puspawati, D. (2024). Pengaruh pemahaman literasi keuangan dan kemudahan digital payment terhadap kinerja UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 18(1). <https://doi.org/10.46306/jbbe.v18i1>

Surya, B., Menne, F., Sabhan, H., Suriani, S., Abubakar, H., & Idris, M. (2021). Economic growth, increasing productivity of smes, and open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 1–37. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010020>

Susanti, E., Mulyanti, R. Y., & Wati, L. N. (2023). MSMEs performance and competitive advantage: Evidence from women's MSMEs in Indonesia. *Cogent Business and Management*, 10(2). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2239423>

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. (2008). *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA*.

Utami, Rr. F. A. U. (2023). *Pengaruh literasi keuangan, akses permodalan, motivasi, minat menggunakan e-commerce, dan inklusi keuangan terhadap kinerja UMKM Kota Tegal (Studi Empiris Pada UMKM Kota Tegal)*. Universitas Sultan Agung Semarang.

Wulandari, M. (2022). Pengaruh literasi keuangan, kompetensi sumber daya manusia, finansial capital, dan minat menggunakan e-commerce terhadap kinerja UKM di Semarang Barat. In *Universitas Islam Sultan Agung Semarang*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Yolanda, C. (2024). Peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam pengembangan ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3).
<https://doi.org/https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>

Zahrah, A. F., & Nugraha, A. A. (2022). Pengaruh Penerapan Total Quality Management Terhadap Kinerja UMKM Sektor Kuliner Di Kecamatan Coblong, Bandung. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 02(02), 404–411.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35313/ialj.v2i2.3300>

Zamhari, A., Rasyiqah, D., Yahya, M., Daniyasti, N., & Fitriani, A. (2023). Peran kewirausahaan di era globalisasi dalam memajukan perekonomian di Indonesia. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(6). <https://doi.org/https://doi.org/10.58344/jmi.v2i6.250>