

Pengaruh Literasi Keuangan, *Financial Technology*, dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Kasus pada UMKM Kecamatan Jatiyoso)

Herma Nur Widiastuti^{1*}, Dorothea Ririn Indriastuti²

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Slamet Riyadi, Kota Surakarta, Indonesia^{1,2}

*Email Korespodensi: hermano111@gmail.com

Diterima: 03-09-2025 | Disetujui: 14-09-2025 | Diterbitkan: 16-09-2025

ABSTRACT

This study aims to evaluate the determinants of financial performance in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Jatiyoso District, focusing on the contribution of financial literacy, adoption of financial technology, and implementation of digital marketing. As a fundamental pillar of the national economy, MSMEs often face managerial constraints, particularly in terms of effective financial management and adaptation to technological disruption and digital marketing. Using a quantitative approach, this study collected primary data through questionnaires administered to 75 MSME actors selected through simple random sampling. The data was analysed using a multiple linear regression model to test the hypothesis. Empirical findings indicate that, partially, financial literacy ($p=0.007$), financial technology ($p=0.001$), and digital marketing ($p=0.036$) each have a positive and statistically significant effect on the financial performance of MSMEs. Simultaneous analysis also confirmed that the three independent variables together had a significant effect on financial performance ($F=32.298$; $p=0.001$). The coefficient of determination (Adjusted R^2) was 0.777.

Keywords: Financial Literacy ; Financial Technology ; Digital Marketing ; Financial Performance ; MSMEs

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi determinan kinerja keuangan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Jatiyoso, dengan memfokuskan pada kontribusi literasi keuangan, adopsi financial technology, dan implementasi digital marketing. Sebagai pilar fundamental perekonomian nasional, UMKM kerap dihadapkan pada kendala manajerial, terutama dalam hal manajemen finansial yang efektif serta adaptasi terhadap disrupti teknologi dan pemasaran digital. Menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini mengumpulkan data primer melalui kuesioner yang diadministrasikan kepada 75 pelaku UMKM yang dipilih melalui teknik simple random sampling. Data dianalisis menggunakan model regresi linear berganda untuk menguji hipotesis. Temuan empiris mengindikasikan bahwa secara parsial, literasi keuangan ($p=0,007$), financial technology ($p=0,001$), dan digital marketing ($p=0,036$) masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap kinerja keuangan UMKM. Analisis simultan juga mengonfirmasi bahwa ketiga variabel independen tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan ($F=32,298$; $p=0,001$). Nilai koefisien determinasi (Adjusted R

Katakunci: Literasi keuangan ; Financial Technology ; Digital Marketing ; Kinerja Keuangan ; UMKM

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Herma Nur Widiastuti, & Dorothea Ririn Indriastuti. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology, dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Kasus pada UMKM Kecamatan Jatiyoso). PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 3(1), 858-872. <https://doi.org/10.62710/n787q874>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) didefinisikan sebagai entitas bisnis yang dioperasikan oleh individu, rumah tangga, maupun badan usaha berskala kecil, dengan klasifikasi yang umumnya didasarkan pada kriteria pendapatan tahunan, jumlah tenaga kerja, dan total aset. Kerangka hukum yang mengatur sektor ini telah ditetapkan oleh pemerintah melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Secara ekonomi, peran UMKM sangatlah vital; tidak hanya berkontribusi secara signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, tetapi juga berfungsi sebagai penyerap tenaga kerja yang masif bagi masyarakat. Lebih dari itu, sektor ini menunjukkan resiliensi yang luar biasa, terbukti mampu bertahan di tengah krisis moneter tahun 1998 ketika banyak korporasi besar mengalami keruntuhan. Berkat kapasitasnya untuk tetap beroperasi dalam kondisi krisis, UMKM sering kali dipandang sebagai pilar stabilitas dan penyelamat perekonomian nasional di masa-masa sulit (Sudrartono, 2022).

UMKM menghadapi berbagai tantangan yang menghambat perkembangan dan keberlanjutannya. Salah satu tantangan terbesar adalah pengelolaan keuangan yang tidak efisien, yang berujung pada rendahnya kinerja keuangan. Di banyak wilayah termasuk Kecamatan Jatiyoso, UMKM masih sering menghadapi masalah seperti kurangnya pengetahuan tentang manajemen keuangan, keterbatasan akses terhadap layanan keuangan, serta rendahnya pemahaman tentang pemanfaatan teknologi. Fenomena ini juga diperburuk dengan rendahnya tingkat literasi keuangan di kalangan pelaku UMKM. Literasi keuangan yang rendah menyebabkan ketidakmampuan dalam mengelola pembukuan keuangan yang baik, serta membuat keputusan keuangan yang kurang tepat, seperti dalam hal pengelolaan pembiayaan dan investasi. Selain itu, banyak UMKM yang masih bergantung pada metode pemasaran konvensional dan kurang memanfaatkan teknologi digital membuat mereka tertinggal dalam persaingan pasar. Sementara itu, perkembangan pesat di bidang Financial Technology (FinTech) dan digital marketing memberikan peluang besar bagi UMKM untuk mengakses layanan keuangan dan memperluas pasar mereka. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali pengaruh literasi keuangan, penggunaan fintech, dan digital marketing terhadap kinerja keuangan UMKM, khususnya di Kecamatan Jatiyoso, yang memiliki karakteristik UMKM yang lebih lokal dan masih bergantung pada metode tradisional.

Beberapa penelitian terdahulu telah banyak membahas pengaruh literasi keuangan, financial technology, dan digital marketing terhadap kinerja keuangan UMKM. Sebagai contoh, Rahma Eka Putri, Goso, Rahmad Solling Hamid, Imran Ukkas (2022) menemukan bahwa UMKM yang memiliki literasi keuangan yang baik dapat lebih efektif dalam mengelola arus kas dan pembiayaan, yang pada gilirannya meningkatkan kinerja usaha mereka. Yuyun Yuniati Yuningsih, Galih Raspati, Andi Riyanto (2022) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa financial technology memungkinkan UMKM untuk mengurangi ketergantungan pada lembaga keuangan tradisional, sehingga mereka dapat lebih fleksibel dalam mengelola keuangan dan mengakses modal kerja. (Ghozali 2018a).

Meskipun banyak penelitian yang telah membahas hubungan antara masing-masing variabel tersebut, sebagian besar penelitian terfokus pada sektor UMKM di kota besar atau masih terpisah antara literasi keuangan, financial technology, dan digital marketing. Hanya sedikit yang mengkaji pengaruh simultan dari ketiga variabel tersebut terhadap kinerja keuangan UMKM, khususnya di daerah dengan karakteristik UMKM yang lebih tradisional seperti di Kecamatan Jatiyoso.

UMKM di Jatiyoso dihadapkan pada tantangan untuk meningkatkan kinerja keuangannya agar tetap kompetitif. UMKM merupakan aspek penting yang dapat mengurangi pengangguran dan

meningkatkan kesejahteraan masyarakat, oleh karena itu perlu dukungan untuk UMKM agar terus dapat mengembangkan bisnisnya. Di bawah ini merupakan data penghasilan UMKM terbesar di Jatiyoso selama 4 tahun terakhir:

Tabel 1. Data Pendapatan Per Tahun Umkm Kecamatan Jatiyoso

Nama UMKM	2021 (IDR)	2022 (IDR)	2023 (IDR)	2024 (IDR)
Cahaya Elektronik	400,000,000	450,000,000	480,000,000	500,000,000
Cafe Simbok	300,000,000	320,000,000	350,000,000	370,000,000
TosserbaRestu	450,000,000	480,000,000	500,000,000	480,000,000
Diva Fashion	250,000,000	270,000,000	300,000,000	330,000,000
AM Bike Wash	200,000,000	220,000,000	240,000,000	260,000,000
Bakso Barokah	300,000,000	330,000,000	360,000,000	390,000,000
Bengkel Dumidum	150,000,000	170,000,000	190,000,000	210,000,000
Sri Taylor	400,000,000	420,000,000	440,000,000	460,000,000
Tic Tic Chicken	100,000,000	120,000,000	130,000,000	150,000,000
Ito Foto Copy	200,000,000	220,000,000	250,000,000	270,000,000

(Sumber: Hasil observasi peneliti, 2025)

Data pada Tabel 1 secara empiris mengungkap adanya fluktuasi pada tingkat penghasilan tahunan UMKM di Kecamatan Jatiyoso. Tren yang tidak konsisten ini, di mana terjadi kenaikan pada beberapa tahun namun diikuti penurunan pada tahun lainnya, merefleksikan kondisi ketidakstabilan pendapatan. Fenomena tersebut mengisyaratkan bahwa UMKM di wilayah ini rentan terhadap berbagai variabel eksternal, seperti perubahan kondisi pasar dan kebijakan ekonomi, sehingga menghadapi kesulitan dalam mempertahankan stabilitas finansial jangka panjang. Salah satu faktor internal fundamental yang diyakini dapat memitigasi tantangan ini adalah tingkat literasi keuangan pelaku usaha. Literasi keuangan, yang mencakup spektrum pemahaman dan keterampilan dalam mengelola sumber daya finansial—mulai dari perencanaan hingga pengambilan keputusan strategis dipandang sebagai determinan esensial bagi peningkatan kinerja dan resiliensi keuangan UMKM.

UMKM juga perlu melakukan pemasaran atau marketing yang tepat, Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan pemilik usaha untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat dengan tujuan menarik minat beli masyarakat. *Digital marketing* atau pemasaran digital menjadi aspek penting dalam upaya meningkatkan daya saing UMKM. Dengan semakin berkembangnya penggunaan media digital dan internet, UMKM memiliki kesempatan untuk mempromosikan produknya kepada audiens yang lebih luas. Penggunaan media digital tidak hanya meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga membuka peluang untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar, dengan marketing yang baik tentu akan meningkatkan daya saing sehingga memperoleh hasil yang maksimal dan berkontribusi positif terhadap kinerja keuangan UMKM. Dari para pelaku usaha UMKM ada beberapa yang sudah menerapkan pencatatan keuangan dan melakukan digital marketing, ada pula yang sama sekali tidak melakukan pencatatan keuangan dan digital marketing. Oleh karena itu, Peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Pengaruh literasi keuangan, financial technology, dan digital marketing terhadap kinerja Keuangan

UMKM “ ini bertujuan untuk memaksimalkan kinerja keuangan UMKM berdasarkan literasi keuangan, financial technology, dan digital marketing.

METODE PENELITIAN

Ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Jatiyoso. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada observasi awal bahwa tingkat adopsi platform digital untuk kegiatan promosi di kalangan UMKM setempat masih rendah, yang diinterpretasikan sebagai indikator adanya potensi inefisiensi dalam manajemen keuangan. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer yang dikumpulkan secara langsung dari responden. Populasi penelitian adalah keseluruhan pelaku UMKM di Kecamatan Jatiyoso yang berjumlah 250 orang. Dari populasi tersebut, ditarik sampel representatif sebanyak 75 responden melalui teknik penarikan sampel acak sederhana (simple random sampling). Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara sistematis melalui serangkaian prosedur statistik yang komprehensif, mencakup uji instrumen (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) dan simultan (Uji F), serta analisis koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kekuatan model penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian hasil dan pembahasan bisa dibagi ke dalam beberapa sub bahasan. Pemaparan hasil dan pembahasan harus memberikan deskripsi yang jelas dan tepat mengenai temuan penelitian, interpretasi penulis terhadap temuan tersebut, dan kesimpulan yang dapat ditarik.

Hasil dan Pembahasan Uji Instrumen Penelitian

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan (X1)

Item Pernyataan	p-value (signifikansi)	Kriteria (α)	Keterangan
X1.1	< 0,001	0,05	Valid
X1.2	< 0,001	0,05	Valid
X1.3	< 0,001	0,05	Valid
X1.4	< 0,001	0,05	Valid
X1.5	< 0,001	0,05	Valid

(Sumber: Data diolah, 2025)

Sebagaimana tertera pada tabel di atas, analisis validitas instrumen untuk variabel Literasi Keuangan (X1) menunjukkan hasil yang positif. Kelima item (X1.1–X1.5) yang diuji memperoleh nilai signifikansi (p-value) < 0,05, yang mengindikasikan bahwa semua item tersebut valid secara statistik untuk mengukur variabel yang bersangkutan.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Financial Technology (X2)

Item Pernyataan	p-value (signifikansi)	Kriteria (α)	Keterangan
X2.1	< 0,001	0,05	Valid
X2.2	< 0,001	0,05	Valid
X2.3	< 0,001	0,05	Valid
X2.4	< 0,001	0,05	Valid
X2.5	< 0,001	0,05	Valid

(Sumber: Data diolah, 2025)

Tabel di atas menunjukkan bahwa item pernyataan X2.1 sampai dengan X2.6 diperoleh nilai signifikansi (p -value) < 0,05, maka semua item pernyataan variabel financial technology valid .

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Digital Marketing (X3)

Item Pernyataan	p-value (signifikansi)	Kriteria (α)	Keterangan
X3.1	< 0,001	0,05	Valid
X3.2	< 0,001	0,05	Valid
X3.3	< 0,001	0,05	Valid
X3.4	< 0,001	0,05	Valid
X3.5	< 0,001	0,05	Valid

(Sumber: Data diolah, 2025)

Seluruh butir pernyataan yang dirancang untuk mengukur variabel Digital Marketing (X3), yaitu item X3.1 hingga X3.5, terbukti memenuhi kriteria validitas. Sebagaimana disajikan pada tabel di atas, temuan ini didasarkan pada perolehan nilai signifikansi (p -value) untuk setiap item yang lebih kecil dari 0,05, sehingga instrumen tersebut layak digunakan untuk pengukuran lebih lanjut.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Keuangan (Y)

Item Pernyataan	p-value (signifikansi)	Kriteria (α)	Keterangan
Y.1	< 0,001	0,05	Valid
Y.2	< 0,001	0,05	Valid
Y.3	< 0,001	0,05	Valid
Y.4	< 0,001	0,05	Valid
Y.5	< 0,001	0,05	Valid

(Sumber: Data diolah, 2025)

Tabel di atas menunjukkan bahwa item pernyataan Y.1 sampai dengan Y.5 diperoleh nilai signifikansi (p -value) = 0,000 < 0,05, maka semua item pernyataan variabel kinerja keuangan valid

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha	N of Item	Status
1	Literasi Keuangan	0,837	5	Reliabel
2	Financial Technology	0,621	5	Reliabel
3	Digital Marketing	0,629	5	Reliabel
4	Kinerja Keuangan	0,732	5	Reliabel

(Sumber: Data diolah, 2025)

Tabel di atas diperoleh nilai cronbach's alpha untuk variabel independen dan dependen $> 0,60$ maka semua pernyataan kuesioner variabel reliabel

Hasil dan Pembahasan Uji Asumsi Klasik

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.54884830	
Most Extreme Differences	Absolute	.065	
	Positive	.065	
	Negative	-.061	
Test Statistic			.065
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e			.584
99% Confidence Interval	Lower Bound		.571
	Upper Bound		.596

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

(Sumber: Data diolah, 2025)

Hasil pengolahan uji normaloitas menggunakan uji statistik non *parametrik Kolmogorow Sminorv* (K-S). Hasi pengolahan data *Kolmogorov Sminorv* diperoleh *p-value* (signifikansi) *Asymp. Sig. (2-tailed)* = 0,200 $> 0,05$ artinya bahwa residual berdistribusi normal (lolos uji normalitas).

Hasil menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk variabel X1 (literasi keuangan) = 0,481, X2 (financial technology) = 0,806 dan X3 (digital marketing) = 0,554 $> 0,10$ dan nilai VIF untuk variabel X1 (literasi keuangan) = 2,078, X2 (financial technology) = 1,240 dan X3 (digital marketing) = 1,805 < 10 , hal ini menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas atau model regresi tersebut lolos uji multikolinearitas.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients				
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1 (Constant)	3.683	1.312		2.806	.006	
LITERASI KEUANGAN (X1)	-.037	.063	-.097	-.586	.560	.481 2.078
FINANCIAL TECHNOLOGY (X2)	-.081	.051	-.201	-	.120	.806 1.240
DIGITAL MARKETING (X3)	.002	.068	.005	.032	.975	.554 1.805

a. Dependent Variable: KINERJA KEUANGAN (Y)

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2025

(Sumber: Data diolah, 2025)

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients				
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
1 (Constant)	3.683	1.312		2.806	.006	
Literasi Keuangan (X1)	-.037	.063	-.097	-.586	.560	
Financial Technology (X2)	-.081	.051	-.201	-	.120	
Digital Meketing (X3)	.002	.068	.005	.032	.975	

a. Dependent Variable: AbsUn

(Sumber: Data diolah, 2025)

Hasil menunjukkan bahwa p-value (signifikansi) untuk variabel X1 (literasi keuangan) = 0,560, X2 (financial technology) = 0,120 dan X3 (digital marketing) = 0,975 > 0,05, berarti tidak terjadi heteroskedastisitas (lolos uji heteroskedastisitas).

Tabel 10. Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
Unstandardized Residual	
Test Value ^a	-.19783
Cases < Test Value	37
Cases >= Test Value	38
Total Cases	75
Number of Runs	43
Z	1.048
Asymp. Sig. (2-tailed)	.295
a. Median	

(Sumber: Data diolah, 2025)

Hasil nilai signifikansi (p-value) Asymp. Sig. (2-tailed) = 0,295 > 0,05. Hal ini berarti tidak terjadi

autokorelasi (lolos uji autokorelasi).

Hasil dan Pembahasan Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 11. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-.257	2.326		-.110	.912
Literasi Keuangan (X1)	.313	.113	.310	2.785	.007
Financial Technology (X2)	.445	.091	.420	4.887	.001
Digital Marketing(X3)	.258	.120	.222	2.142	.036

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan (Y)

(Sumber: Data diolah, 2025)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang disajikan pada tabel sebelumnya, model persamaan yang terbentuk adalah $Y = -0,257 + 0,313 X_1 + 0,445 X_2 + 0,258 X_3 + e$. Nilai konstanta (α) sebesar -0,257 menunjukkan bahwa jika tidak ada pengaruh dari variabel independen (literasi keuangan, financial technology, dan digital marketing), maka kinerja keuangan (Y) memiliki nilai dasar negatif. Selanjutnya, seluruh koefisien regresi untuk variabel independen menunjukkan pengaruh yang positif terhadap kinerja keuangan. Secara spesifik, koefisien Literasi Keuangan (β_1) sebesar 0,313, Financial Technology (β_2) sebesar 0,445, dan Digital Marketing (β_3) sebesar 0,258. Tanda positif pada setiap koefisien ini mengimplikasikan bahwa peningkatan pada salah satu variabel independen akan diikuti oleh peningkatan pada variabel kinerja keuangan, dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya bernilai konstan (ceteris paribus). Dari ketiga variabel tersebut, financial technology menunjukkan kontribusi positif paling kuat terhadap kinerja keuangan.

Hasil dan Pembahasan Uji t

Tabel 12. Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-.257	2.326		-.110	.912
Literasi Keuangan (X1)	.313	.113	.310	2.785	.007
Financial Technology (X2)	.445	.091	.420	4.887	.001
Digital Marketing(X3)	.258	.120	.222	2.142	.036

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan (Y)

(Sumber: Data diolah, 2025)

Analisis Uji t dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh masing-masing variabel independen

*Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology, dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Keuangan
(Studi Kasus pada UMKM Kecamatan Jatiyoso)
(Widiastuti, et al.)*

terhadap kinerja keuangan secara parsial. Hasilnya mengonfirmasi bahwa variabel Literasi Keuangan (X_1) merupakan prediktor yang signifikan, dengan perolehan nilai p-value sebesar 0,007 ($p < 0,05$), sehingga hipotesis pertama (H_1) dapat diterima. Serupa dengan itu, variabel Financial Technology (X_2) juga terbukti memiliki pengaruh yang sangat signifikan, ditunjukkan oleh nilai p-value $< 0,001$, yang mendukung penerimaan hipotesis kedua (H_2). Variabel Digital Marketing (X_3) turut menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik dengan nilai p-value sebesar 0,036 ($p < 0,05$), yang mengarah pada penerimaan hipotesis ketiga (H_3). Secara kolektif, temuan ini menegaskan bahwa ketiga faktor yang diuji merupakan determinan penting yang secara individual memengaruhi kinerja keuangan UMKM di Kecamatan Jatiyoso.

Hasil dan Pembahasan Uji F

Tabel 13. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	242.266	3	80.755	32.298	<.001 ^b
	Residual	177.521	71	2.500		
	Total	419.787	74			

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan (Y)

b. Predictors: (Constant), Digital Marketing (X3), Literasi Keuangan (X1), Financial Technology (X2)

(Sumber: Data diolah, 2025)

Hasil perhitungan tabel ANOVA menunjukkan bahwa model regresi ini memiliki nilai F hitung 32,298 dengan nilai signifikansi (p value) sebesar $0,001 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya model regresi tepat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel independen X_1 (literasi keuangan), X_2 (financial technology) dan X_3 (digital marketing) terhadap variabel terikat yaitu kinerja keuangan (Y).

Hasil dan Pembahasan Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.760 ^a	.577	.559	1.58123

a. Predictors: (Constant), Digital Marketing (X3), Literasi Keuangan (X1), Financial Technology (X2)

(Sumber: Data diolah, 2025)

Hasil menunjukkan bahwa koefisien determinasi (adjusted R Square) untuk model ini adalah sebesar 0,559. Artinya besarnya sumbangan pengaruh variabel independen X_1 (literasi keuangan), X_2 (financial technology) dan X_3 (digital marketing) terhadap Y (kinerja keuangan) sebesar 55,9%. Sisanya

(100% - 55,9%) = 44,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model misalnya modal, gaya hidup, daya beli, dan saluran distribusi.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kecamatan Jatiyoso, Kabupaten Karanganyar dengan $p\text{-value } 0,007 < 0,05$. Dengan demikian nilai koefisien regresi bertanda positif sehingga semakin baik literasi keuangan maka kinerja keuangannya juga akan meningkat. Maka H1 yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM terbukti kebenarannya. Literasi keuangan seseorang diartikan sebagai kemampuan menerapkan literasi keuangan dalam kehidupan sehari-hari, yang pada akhirnya diterjemahkan menjadi literasi keuangan (Asari, 2023). Literasi keuangan akan membantu individu dan kelompok masyarakat, bisnis, dan UMKM dalam usaha meningkatkan keberhasilan hidup maupun bisnis (Kristanto, 2021).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Farahiyah dan Haryadi (2024), Harina dan Pahlevi (2023), Mirdiyantika dkk (2023), dan Yuniarti Zs dkk (2023) yang mengatakan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Temuan ini juga sesuai dengan teori financial capability yang dikembangkan oleh Lusardi dan Mitchell, bahwa individu yang memiliki kemampuan keuangan yang baik cenderung mampu membuat keputusan keuangan yang lebih rasional dan menghindari risiko kegagalan usaha. Implikasi penelitian ini agar variabel literasi keuangan meningkatkan kinerja UMKM, maka sebaiknya UMKM Kecamatan Jatiyoso Kabupaten Karanganyar dapat meningkatkan pengetahuan mengenai pencatatan keuangan, perencanaan keuangan serta semakin meningkatkan manajemen keuangan agar dapat membuat perencanaan anggaran keuangan dan belanja. UMKM Kecamatan Jatiyoso hendaknya selalu memperhatikan pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi sehingga dapat mengelola keuangan yang baik dan bijak. Permasalahan mendasar seperti pencampuran keuangan pribadi dan usaha, serta tidak adanya pencatatan kas, dapat diatasi melalui peningkatan literasi keuangan ini.

Pengaruh Financial Technology terhadap Kinerja Keuangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa financial technology berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di kecamatan Jatiyoso kabupaten Karanganyar dengan $p\text{-value } 0,001 < 0,05$. Dengan demikian nilai koefisien regresi bertanda positif sehingga semakin baik financial technology maka kinerja keuangannya juga akan meningkat. Maka H1 yang menyatakan bahwa financial technology berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM terbukti kebenarannya.

Fintech adalah singkatan dari Financial Technology yang menggabungkan sistem keuangan dengan teknologi hingga menjadi sebuah inovasi yang memudahkan sistem keuangan (Budi Raharjo 2021). Dengan adanya layanan seperti pinjaman online, sistem pembayaran digital, serta platform manajemen keuangan berbasis aplikasi, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan mempercepat perputaran arus kas (Nofrizal 2023). Oleh karena itu pelaku UMKM di Jatiyoso dapat meningkatkan efisiensi operasional dan menurunkan biaya usaha untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan kinerja keuangan mereka. Penelitian ini sejalan dengan hasil studi yang dilakukan oleh

Farahiyah dan Haryadi (2024), Harina dan Pahlevi (2023), Mirdiyantika dkk (2023), Yuniarti Zs dkk (2023), dan Novita dkk (2023) yang menunjukkan bahwa Financial Technology memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan temuan ini, disarankan agar pelaku UMKM di Kecamatan Jatiyoso dapat memanfaatkan teknologi keuangan secara maksimal guna mendukung peningkatan kinerja keuangan mereka. Dengan menggunakan aplikasi fintech, UMKM dapat mengelola arus kas secara lebih efisien, memantau pengeluaran dan pemasukan secara real-time, serta membuat laporan keuangan yang lebih akurat. Selain itu, integrasi metode pembayaran digital seperti QRIS juga dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan dan mempercepat perputaran kas. Dalam jangka panjang, penggunaan fintech tidak hanya membantu pelaku usaha dalam pengambilan keputusan bisnis yang lebih tepat, tetapi juga meningkatkan kredibilitas usaha mereka di mata mitra dan lembaga keuangan. Untuk itu, adaptasi terhadap perkembangan teknologi keuangan menjadi kunci bagi UMKM Jatiyoso dalam memperkuat daya saing dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Pengaruh Digital Marketing terhadap Kinerja Keuangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kecamatan Jatiyoso, Kabupaten Karanganyar dengan $p\text{-value } 0,036 < 0,05$. Dengan demikian nilai koefisien regresi bertanda positif sehingga semakin baik digital marketing maka kinerja keuangannya juga akan meningkat. Maka H1 yang menyatakan bahwa digital marketing berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM terbukti kebenarannya. Digital Marketing merupakan platform yang digunakan oleh pengusaha, investor, perusahaan berbasis produk, dan unit lainnya untuk mempromosikan produk atau jasa yang mereka tawarkan (Asysha, 2022). Melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, dan platform digital lainnya, pelaku UMKM mampu menjangkau pasar yang lebih luas, tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga nasional. Strategi pemasaran digital yang lebih efisien dan terukur memungkinkan mereka untuk menghemat biaya promosi dibandingkan dengan metode konvensional, sehingga meningkatkan efisiensi pengeluaran. Selain itu, peningkatan brand awareness melalui konten digital yang menarik turut mendorong peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan, para pelaku usaha juga mampu mengembangkan strategi bisnis yang lebih tepat sasaran.

Hasil penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Farahiyah dan Haryadi (2024), Harina dan Pahlevi (2023), Mirdiyantika dkk (2023), Yuniarti Zs dkk (2023), dan Dewandaru dkk (2023), yang menyimpulkan bahwa pemasaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Temuan ini diperkuat oleh teori Integrated Marketing Communication (Harina et al. 2023) yang menyatakan bahwa sinergi dan konsistensi dalam penyampaian pesan melalui berbagai platform digital dapat menciptakan pengalaman merek yang kuat dan mendorong loyalitas pelanggan. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM di Kecamatan Jatiyoso perlu meningkatkan kemampuan dalam pemasaran digital agar produk mereka lebih dikenal oleh masyarakat luas dan mampu menarik minat beli konsumen secara lebih efektif. Para pelaku UMKM Kecamatan Jatiyoso menyadari akan pentingnya digital marketing bagi pemasaran mereka, hal ini dibuktikan dengan adanya akun Instagram, TikTok, dan media sosial lainnya yang dibuat oleh pelaku bisnis Kecamatan Jatiyoso untuk memasarkan produknya dengan jangkauan yang lebih luas lagi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, penelitian ini mengonfirmasi bahwa Literasi Keuangan, Financial Technology, dan Digital Marketing secara kolektif merupakan determinan yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kecamatan Jatiyoso. Temuan ini menegaskan bahwa untuk meningkatkan kinerja keuangan, pelaku UMKM di wilayah tersebut perlu mengintegrasikan pemahaman manajerial keuangan yang baik, adopsi teknologi finansial, serta strategi pemasaran digital secara sinergis.

DAFTAR PUSTAKA

- Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha, Aniek Indrawati. 2020. *Digital Marketing*. Malang: Edulitera.
- Anggarini, Defia Riski, Almira Devita Putri, and Lia Febria Lina. 2021. "Literasi Keuangan Untuk Generasi Z Di MAN 1 Pesawaran." *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia* 1(1): 147–52. doi:10.54082/jamsi.42.
- Anggi Mirdiyantika, Ika Indriasari, and Rita Meiriyanti. 2023. "Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm Di Kecamatan Bulakamba." *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)* 1(2): 30–47. doi:10.54066/jrime-itb.v1i2.139.
- Apriliani Roestanto. *Literasi Keuangan*. Yogyakarta: Istana Media.
- Bothy Dewandaru, Manuel Goncalves, Afif Nur Rahmadi. 2023. "Impact of Digital Marketing, Digital Finance, and Digital Literacy on Bussines Performance SMEs." *f Innovation Research and Knowledge*.
- Budi Raharjo. 2021. *Fintech : Teknologi Finansial Perbankan Digital*. Semarang: Prima Agus Teknik.
- Chusumastuti, Dhety, Agung Zulfikri, and Arief Yanto Rukmana. 2023. "Pengaruh Digital Marketing Dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Ada UMKM Di Jawa Barat)." *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science* 2(02): 22–32. doi:10.58812/jbmws.v2i02.334.
- Dr.Budi Raharjo, S.Kom., M.Kom., MM. *Fintech : Teknologi Finansial Perbankan Digital*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Farahiyah, Qistina, and Bambang Haryadi. 2024. "Pengaruh Financial Literacy , Financial Technology Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Usaha UMKM Pada Era Teknologi (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Di Kabupaten Gresik)." 3(2): 1–17.
- Ghozali, Imam. 2018a. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018b. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progran IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hakim, Andy, and Muhlisah Lubis. 2023. "Kolaborasi Pemerintah, Swasta, Dan Lembaga Keuangan Mendukung UMKM Naik Kelas Di Kabupaten Mandailing Natal." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 8(4): 866–81. <https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/20914/7065>.
- Harina et al. 2023. "Pengaruh Digital Marketing Pada Aplikasi Tiktok Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM." *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2(4): 563–74.
- Ibrahim Daud, Dewi Nurjanah. 2023. "The Effect of Digital Marketing, Digital Finance and Digital

- Payment on Finance Performance of In- Donesian SMEs.”
- Kania Cahyani, Taufiq Chaidir, and Ida Ayu Putri Suprapti. 2022. “Determinan Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Financial Technology.” *Oportunitas Ekonomi Pembangunan* 1(2): 26–42. doi:10.29303/oportunitas.v1i2.297.
- Marjukah, Anis, Jarot Prasetyo, and Agung Setyabudi. 2021. “Peran Kolaborasi Bisnis Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Bisnis UMKM Di Masa Pandemic Covid-19.” *The 2nd Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB 2021)* (Wnceb): 780–89. <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/WNCEB/article/view/3209%0Ahttp://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/WNCEB/article/download/3209/1711>.
- Minan, Kersna. 2021. “Analisis Pendekatan Metode TAM Pada Penggunaan Aplikasi E-Commerce.” *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)* 3(2): 181–87. doi:10.47065/ekuitas.v3i2.1118.
- Mulyanti, Dwinta, and Ai Nurhayati. 2022. “Penerapan Literasi Keuangan Dan Penggunaan Financial Technology Untuk Menilai Kinerja Keuangan Umkm Di Jawa Barat.” *Ekono Insentif* 16(2): 63–81. doi:10.36787/jei.v16i2.887.
- Napitupulu, Jeremia Hasiholan, Noor Ellyawati, and Ratna Fitri Astuti. 2021. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Kota Samarinda.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 9(3): 138–44. doi:10.26740/jupe.v9n3.p138-144.
- Nensi Yuniarti Zs, Shelly Rizky Belyani, Furqonti Ranidiah, Indri Dwi Via, Yogi Hadhiyanto. 2023. “Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Financial Technology Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Kasus Pada UMKM Mitra Dan Binaan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu)No Title.” *Manajemen dan Sains*.
- Nofrizal. 2023. *Financial Technology*. Yogyakarta: PT penamuda Media.
- Novita, Diana, Dwi Harini, Anisa Sains Kharisma, Indah Dewi Mulyani Pengaruh Literasi Keuangan, Indah Dewi Mulyani, Program Studi Manajemen, and Fakultas Ekonomi dan Bisnis. 2023. “Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Kinerja UMKM Di Kabupaten Brebes (Studi Kasus Pelaku Paguyuban UMKM Remojong Brebes).” *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research* 1(3): 41–52.
- Nurjanah, Laily, Tia Masherly Berlianna, Risxa Ayu Anggreani, Siti Mudzalifah, Tatanka Rizky Adinugroho, and Hendra Dwi Prasetyo. 2021. “Rasio Profitabilitas Dan Penilaian Kinerja Keuangan UMKM.” *Jurnal Manajemen Bisnis* 18(4): 591–606. doi:10.38043/jmb.v18i4.3321.
- Perkasa, Didin Hikmah, Setiyo Purwanto, Meiliyah Ariani, Nur Vitriani, and Ryani Dhyhan Parashakti. 2024. “Literasi Keuangan Untuk Siswa SMKN 16 Jakarta Pusat.” *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 7(1): 109–16. doi:10.32509/abdimoestopo.v7i1.3696.
- Putri. 2021. “Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Kupang.” *Keuangan* 6(April): 1–15.
- Royanti, Shania Risky, and Fitria Suri. 2023. “Pengaruh Payment Gateway Terhadap Kinerja Keuangan Pada UMKM Kota Palembang.” *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5(5): 2366–74. doi:10.47467/alkharaj.v5i5.3450.
- Sagita, Gita, and Zeffanya Raphael Wijaya. 2022. “Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi

- Pemasaran Bakmi Tando 07.” *EBISMEN : Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen* 1(3): 24–31.
- Septiana, Aldila, Ika Lis Mariatun, Octaviana Arisinta, and Manah Tarman. 2024. “Penguatan Literasi Keuangan Bagi Guru SDN Bajur 3 Desa Bajur , Kec . Waru , Kab . Pamekasan : Upgrade Pemahaman Keuangan Sebagai Pendidik Dalam Mencetak Generasi Emas.” 2(4): 661–68.
- Setiawan, Adil, Ryan Muhammad Darmala, and Nur Fadhila Amri. 2020. “Pengaruh Internet Banking Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Keuangan Bank BNI Syariah Makassar.” *Jurnal Mirai Management* 5(1): 2597–4084. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/miraipg.270>.
- Sudrartono, Triris. 2022. *Kewirausahaan UMKM di Era Digital*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. 2017: ALFABETA.
- Wachyu, Wahid, and Adi Winarto. 2020. “Winarto, W. W. A. (2020). Peran Fintech Dalam Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 61–73. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V3i1.132>.” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 3(1): 61–73.
- Yam, Jim Hoy, and Ruhayat Taufik. 2021. “Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi.” 3(2): 96–102.
- Yuningsih, Yuyun Yuniati, Galih Raspati, and Andi Riyanto. 2022. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Keberlangsungan Usaha Pelaku UMKM.” *Mirai management* 7(2): 531–40.