

IMPLIKASI FINANCIAL TECHNOLOGY, LITERASI KEUANGAN DIMEDIASI OLEH DIGITAL MARKETING TERHADAP KINERJA KEUANGAN UMKM

M. Astri Yulidar Abbas¹, Sri Wahyuti², Safrullah³

^{1,2,3}Prodi Manajemen Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda

¹astri@uwgm.ac.id (penulis pertama)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui akibat langsung yang terjadi karena adanya *Financial Technology* dan Literasi Keuangan yang dimediasi oleh *Digital Marketing* terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Samarinda. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dan sifat penelitian ini *explanatory research*. Sampel penelitian ini adalah UMKM yang ada di Kota Samarinda. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan yaitu analisis SEM PLS (*Partial Least Square*), Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan tehnik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Hasil dari penelitian menyebutkan bahwa hubungan fintech terhadap kinerja keuangan positif tidak berpengaruh signifikan, hubungan literasi keuangan terhadap kinerja keuangan positif berpengaruh signifikan, Digital marketing memediasi Fintech dan literasi keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Secara positif dan signifikan. Digital marketing 80% menjadi faktor yang berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja keuangan dengan 20% variabel lainnya.

Kata Kunci: *Fintech, Keuangan Literasi, Marketing Digital, UMKM*

ABSTRACT

This research aims to determine the direct effects that occur due to the existence of financial technology and financial literacy mediated by digital marketing on the financial performance of MSMEs in Samarinda City. This research uses quantitative descriptive research, and the nature of this research is explanatory research. The sample for this research is MSMEs in Samarinda City. The sampling technique uses a purposive sampling method. The data analysis used is SEM PLS (Partial Least Square) analysis. Primary data was obtained from distributing questionnaires with data collection techniques using questionnaires and documentation. The results of the research state that the relationship between fintech and positive financial performance has no significant effect, the relationship between financial literacy and positive financial performance has a significant effect, and digital marketing mediates fintech and financial literacy on financial performance positively and significantly. Digital marketing is 80% an influential and significant factor in financial performance, with 20% other variables.

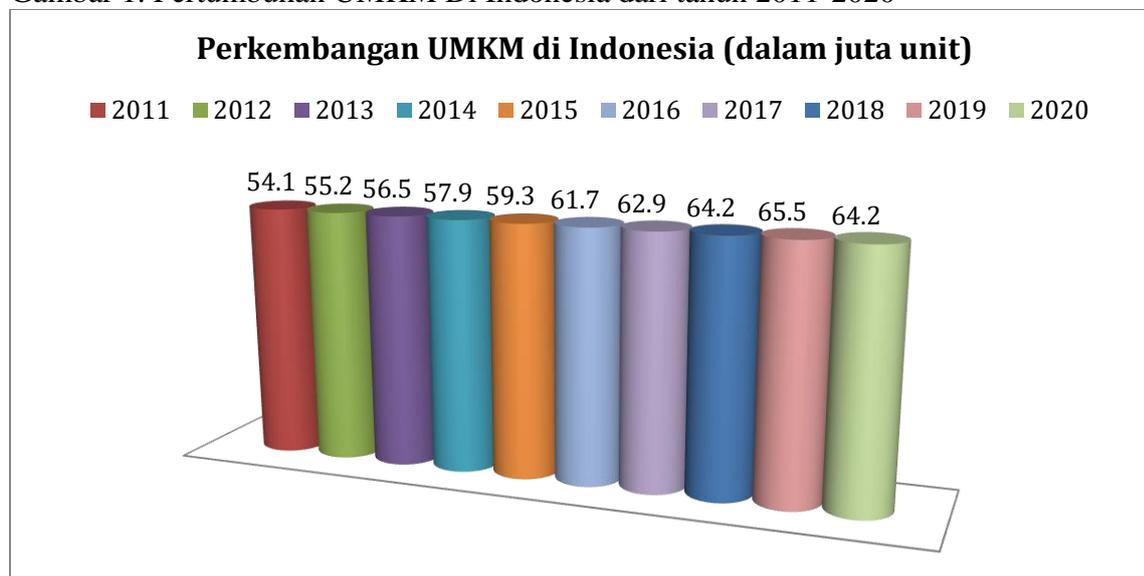
Keywords: *Fintech, Financial Literacy, Digital Marketing, MSMEs*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan sektor usaha yang memiliki peran penting terhadap perekonomian nasional. Usaha Mikro Kecil Menengah adalah penopang perekonomian suatu negara dalam menghadapi krisis ekonomi. Berdasarkan survey

Kemenkop dan UKM mengenai perkembangan jumlah UMKM dapat diketahui hasil sebagai berikut :

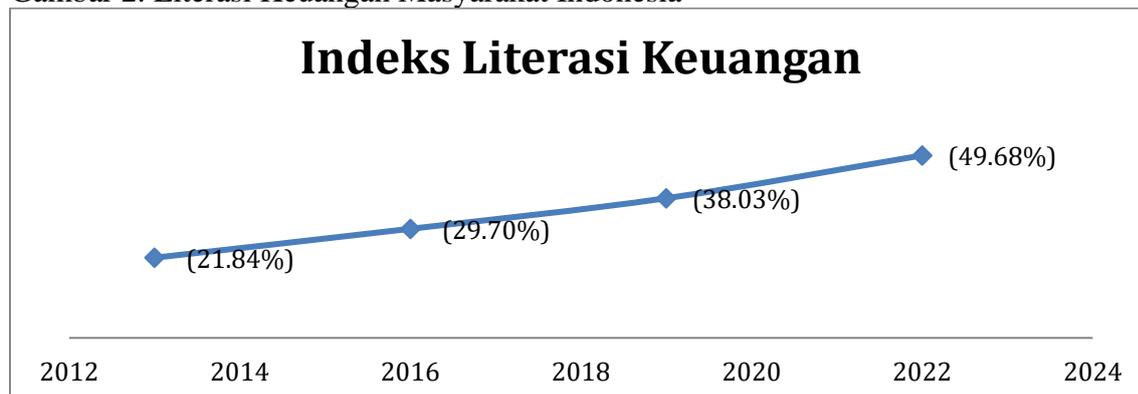
Gambar 1. Pertumbuhan UMKM Di Indonesia dari tahun 2011-2020



Sumber data diolah

Hasil SNLIK 2022 menunjukkan indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68 persen, naik dibanding tahun 2019 yang hanya 38,03 persen. Sementara indeks inklusi keuangan tahun 2022 mencapai 85,10 persen meningkat dibanding periode SNLIK sebelumnya di tahun 2019 yaitu 76,19 persen. (<https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/infoterkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx>) Hal ini dapat dilihat dari gambar indeks literasi keuangan nasional pada gambar berikut.

Gambar 2. Literasi Keuangan Masyarakat Indonesia



Sumber data diolah

Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Provinsi Kalimantan Timur menyebutkan berdasarkan jumlah data UMKM di Kaltim sebanyak 344.581 yang tersebar di kabupaten dan kota. Dari jumlah tersebut 97% pelaku usaha berskala kecil sekitar 2,7% dan pengusaha menengah 0,2%. (<http://kaltim.antaranews.com>). Salah satunya berkat dari UMKM dan UKM yang termasuk ke dalam kontribusi UMKM di Kaltim dan salah satu UMKM yang pasti mendapat dampak positif terhadap kehadiran IKN adalah di bidang kuliner. Sedangkan berdasarkan klasifikasi bidang usaha terdiri dari kuliner (28%) kerajinan

(1,3%), industri pengolahan (8,06%), perdagangan (44,6%) dan jasa (22,3%) (www.kaltimprov.go.id)

Fadilah dkk (Fadilah, 2022) mengatakan bahwa literasi keuangan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan kemampuan pengelola dalam melakukan pencatatan laporan keuangan, pengelolaan utang dan penyusunan anggaran. Pencatatan Laporan Keuangan yakni bagaimana kemampuan pengelola Usaha Mikro Kecil Menengah dalam mencatat kegiatan usaha, mencatat pemasukan dan pengeluaran usaha, mencatat laba dan hal lain terkait dengan kinerja usaha.. Keberadaan laporan keuangan UMKM ini sangat penting, agar UMKM dapat mengetahui bagaimana kemajuan dari usaha yang dilakukan.

Pemahaman literasi keuangan memiliki implikasi yang sangat signifikan dalam membentuk pondasi keuangan individu, terutama bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Tidak hanya sebatas penguasaan pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan, literasi keuangan menciptakan landasan yang memengaruhi sikap dan perilaku finansial. Dengan harapan, peningkatan kualitas pengambilan keputusan dan kemampuan pengelolaan keuangan akan membawa UMKM menuju tingkat kesejahteraan yang optimal (<https://www.ojk.go.id/id/regulasi/otoritas-jasa-keuangan>)

Kesuksesan atau kegagalan usaha kecil dan menengah (UMKM) bergantung pada kemampuan dan keterampilan pengelolaan keuangan. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk mengikuti perkembangan zaman dengan menggunakan teknologi keuangan, juga dikenal sebagai fintech. Fintech adalah solusi keuangan yang bertujuan untuk menjadikan perkembangan usaha lebih efektif dan efisien

Dengan pertumbuhan yang pesat dalam teknologi keuangan, diharapkan kinerja dan pertumbuhan UMKM akan meningkat secara signifikan. Payment gateway, komponen penting fintech, menyediakan layanan transaksi keuangan secara elektronik, yang memudahkan UMKM untuk menerima pembayaran dan melakukan transaksi secara online, yang menghasilkan efisiensi yang luar biasa. Digitalisasi marketing sangat penting dalam menyusun gambaran yang komprehensif tentang literasi keuangan, dan bagaimana fintech memengaruhi kinerja keuangan UMKM.

Digitalisasi pemasaran, sebagai komponen penting dalam transformasi bisnis kontemporer, memiliki dampak signifikan dalam mendukung integrasi literasi keuangan, fintech, dan kinerja keuangan UMKM. Ini karena digitalisasi pemasaran memiliki kemampuan untuk menyediakan platform yang efektif bagi UMKM untuk memperkenalkan solusi fintech mereka. Melalui konten edukatif dan informasi keuangan yang disampaikan secara digital, pelaku UMKM dapat meningkatkan literasi keuangan mereka dan mendapatkan manfaat dari peningkatan kinerja fintech mereka.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS (JIKA ADA)

1. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Untuk mendorong pertumbuhan ekonomi secara makro dan mikro di Indonesia, usaha mikro kecil menengah (UMKM) memiliki efek yang signifikan terhadap sektor-sektor lainnya. Perkembangan dan peran UMKM yang besar juga ditunjukkan oleh jumlah unit usaha dan pengusaha, serta kontribusinya terhadap pendapatan nasional, dan penyediaan lapangan kerja. (Suci, 2017).

Menurut UndangUndang No 20 tahun 2008 pasal 6, berdasarkan kekayaan dan hasil penjualan kriteria usaha mikro yaitu :

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).

Kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah).

Sedangkan kriteria usaha menengah adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah).

Sedangkan Bank Dunia mengelompokkan UMKM menjadi tiga jenis, yaitu:

- 1) Usaha Mikro (memiliki jumlah karyawan 10 orang);
- 2) Usaha Kecil (memiliki jumlah karyawan 30 orang);
- 3) Usaha Menengah (jumlah karyawan hingga 300 orang) (BI, 2015)

2. *Financial Technology (Fintech)*

Peraturan Bank Indonesia nomor 19/12/PBI/2017 mendefinisikan *Financial Technology (Fintech)* sebagai penggunaan teknologi sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran. Kehadiran layanan *financial technology* keuangan berbasis teknologi di Indonesia telah menjadi keniscayaan sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (Sugiarti, 2019) Terdapat indikator yang digunakan dalam *financial technology* ini antaralain : (Suyanto, 2022).

- 1) Persepsi dalam menggunakan sebuah sistem
- 2) Perfoma atau kinerja
- 3) Produktivitas
- 4) Persepsi fleksibilitas
- 5) Persepsi kemudahan untuk digunakan
- 6) Persepsi kemudahan untuk dipelajari

Tujuan dari teknologi keuangan adalah untuk menciptakan lingkungan sosial di mana orang dapat dengan mudah mengakses berbagai barang keuangan dan transaksi. Pengenalan teknologi keuangan di Indonesia mungkin menawarkan peluang. UMKM untuk tumbuh dengan menawarkan utamanya layanan pembayaran digital (Fadilah, 2022). *Financial technology* dapat membantu bisnis mendapatkan pembiayaan. Mereka dapat menggunakan *financial technology* untuk mendapatkan produk keuangan lebih mudah. Teknologi ini tidak hanya bekerja dalam pembiayaan modal usaha, tetapi juga bekerja dalam berbagai aspek, seperti pengatur keuangan dan layanan pembayaran digital.

Financial technology dapat mempermudah menjalankan bisnis seperti *payment gateway* atau pembayaran online yang dapat menarik pelanggan untuk memanfaatkan layanan yang diberikan seperti *cashback*, diskon, atau promo lainnya. *Financial technology* hadir menjadi

pilihan yang dapat membantu UMKM dalam jasa keuangan. Selain itu, UMKM dapat memanfaatkan *financial technology* untuk mendapatkan barang dan berbagai layanan keuangan dengan mudah di mana saja (Mulyanti, 2022). Teknologi keuangan adalah transformasi dalam layanan keuangan yang membuatnya lebih mudah digunakan dan diakses. Sektor ini sangat dinamis dan dapat disesuaikan dengan semua jenis strategi bisnis.

Payment gateway di *financial technology* menghubungkan bisnis *e-commerce* dengan banyak bank, memungkinkan pembeli dan penjual melakukan transaksi dan menawarkan layanan keuangan kepada pengguna melalui metode pembayaran atau transfer antar dealer. Jenis teknologi finansial lainnya adalah *e-wallet* atau dompet digital, yang memungkinkan pengguna menghemat uang dengan menggunakan aplikasi kapan saja dan di mana saja. *E-wallet* tidak membutuhkan perawatan dan mudah digunakan. *E-wallet* seperti OVO, GOPAY, DANA, *Shopeepay*, dan LinkAja sangat umum. *Payment gateway*, yang merupakan bagian penting dari ekosistem Fintech, memiliki efek positif terhadap kinerja keuangan bisnis kecil dan menengah (UMKM).

3. Literasi Keuangan

Otoritas Jasa Keuangan mendefinisikan literasi keuangan sebagai rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan konsumen serta masyarakat luas, sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan lebih baik, sesuai dengan kebutuhan mereka, dan memberikan manfaat (OJK, 2017). Literasi keuangan menekankan bahwa seseorang harus dapat dengan percaya diri menggunakan pengetahuannya untuk menghasilkan pendapatan. Hal ini karena literasi keuangan sangat penting bagi setiap organisasi bisnis, terutama usaha mikro, kecil dan menengah, karena membantu mereka mengelola keuangan dengan lebih baik dan meningkatkan kemampuan mereka untuk bersaing secara global (Susanti, 2018).

Literasi keuangan adalah prediktor kuat bagaimana manajer bisnis akan menetapkan tujuan keuangan mereka, menurut Soetiono dan Setiawan dalam buku literasi dan inklusi keuangan di Indonesia (Soetiono, 2018). Indikator pada literasi keuangan adalah sebagai berikut : (Sri, 2013).

- 1) Mengetahui kelebihan *money management* yang sangat baik
- 2) Menilai kinerja keuangan secara berkala
- 3) Memelihara buku kas harian.
- 4) Melakukan penganggaran untuk mendukung perencanaan yang sedang berjalan.
- 5) Memiliki kemampuan untuk membuat anggaran belanja bulanan.
- 6) Kemampuan untuk mengembangkan rencana untuk mengurangi risiko keuangan.
- 7) Menetapkan tujuan untuk perencanaan masa depan.

Literasi keuangan adalah kombinasi dari pengetahuan, kemampuan, sikap, dan akhirnya perilaku seseorang tentang uang. Literasi keuangan juga secara langsung berkorelasi dengan perilaku keuangan yang baik, seperti pembayaran tagihan tepat waktu, angsuran pinjaman, tabungan sebelum batas waktu, dan menggunakan kartu kredit dengan bijak. Literasi keuangan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan pembangunan negara dan meningkatkan kualitas pelayanan keuangan.

Menurut Ramadhani (Ramadhanil, 2020) literasi keuangan adalah gabungan dari kemampuan individu, pengetahuan, serta sikap dan pada akhirnya perilaku individu yang berkaitan dengan uang, jadi literasi keuangan adalah pengetahuan individu mengenai keuangan dan kemampuan individu untuk membuat sebuah keputusan keuangan yang efektif.

Literasi merupakan kemampuan individu dalam mengolah dan memahami informasi ketika

membaca atau menulis. Definisi lain tentang literasi menurut *Education Development Center* (EDC) adalah kemampuan individu dalam menggunakan seluruh potensi dan keterampilan yang diberikan dalam hidupnya, bukan hanya sekedar membaca dan menulis (Rizky, 2019). Literasi keuangan adalah bagaimana seseorang memiliki pengetahuan dan keahlian serta terbiasa menerapkan untuk mendapatkan perilaku keuangan yang baik, sehingga terdapat hubungan antara pengetahuan dan perilaku keuangandengan konsep literasi keuangan (Ardila, 2021).

Dengan literasi keuangan masyarakat, lembaga keuangan dan masyarakat saling membutuhkan satu sama lain. Literasi keuangan juga memungkinkan orang untuk memilih dan memanfaatkan barang dan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, memiliki kemampuan untuk mengatur perencanaan keuangan yang lebih baik, dan yang paling penting, memungkinkan untuk meminimalkan berbagai aktivitas investasi pada instrumen keuangan yang tidak diketahui arahnya.

4. Digital Marketing

Sanjaya dan Tarigan (Sanjaya, 2016) mendefinisikan digital marketing sebagai kegiatan pemasaran, termasuk branding, yang menggunakan berbagai media, seperti blog, website, email, adwords, dan berbagai jaringan media sosial. Dengan menggabungkan literasi fintech dan keuangan dengan digitalisasi marketing, terbentuk ekosistem yang saling mendukung. Ekosistem ini memungkinkan UMKM untuk mengoptimalkan biaya pemasaran, mencapai pasar yang lebih luas, dan secara signifikan meningkatkan kinerja keuangan. Agar UMKM dapat sepenuhnya memanfaatkan manfaat digitalisasi marketing, masalah seperti akses teknologi dan keamanan data harus diatasi.

Penulisan ini memberikan gambaran yang lebih lengkap dan relevan dengan memasukkan aspek digitalisasi marketing dan mengakui peran penting payment gateway dalam *fintech*. Ini menunjukkan bagaimana literasi keuangan, *fintech*, dan digitalisasi marketing dapat bekerja sama untuk mendukung kinerja keuangan UMKM. Oleh karena itu, UMKM diharapkan dapat memanfaatkan sepenuhnya peluang yang muncul dalam era digital untuk mencapai keberhasilan bisnis yang berkelanjutan. Ini dapat dicapai melalui kolaborasi yang sinergis antara *fintech*, literasi keuangan, dan *digitalisasi marketing*.

5. Kinerja Keuangan UMKM

Kinerja keuangan adalah prestasi yang dicapai perusahaan dalam suatu periode tertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan perusahaan tersebut (Sutrisno, 2015). Untuk mengetahui seberapa sukses suatu bisnis atau organisasi dalam menghasilkan uang, kinerja keuangan dapat diukur dengan berbagai kriteria. Metode kuantitatif dan kualitatif tersedia untuk mengevaluasi kinerja keuangan UMKM, termasuk pengembalian aset, ekuitas, investasi, produksi, rasio biaya operasional, pemasaran, dan efisiensi. Kualitas pencapaian tujuan, disiplin, kemandirian, evaluasi pemimpin terhadap pencapaian organisasi, dan perilaku individu di dalam badan atau organisasi merupakan contoh pengukuran kinerja kualitatif (Akhmad, 2021)

Sugiarti (Sugiarti, 2019) mengatakan bahwa penting untuk terus memperkuat akses teknologi dan keamanan data untuk mengatasi potensi tantangan yang muncul, sehingga UMKM dapat membangun fondasi bisnis yang adaptif, mengoptimalkan kinerja, dan meraih kesuksesan jangka panjang dalam era digital yang terus berkembang. Penggunaan payment gateway

fintech efektif tidak hanya mempermudah transaksi tetapi juga menciptakan efisiensi dalam operasional mereka. Di tengah dinamika bisnis yang cenderung cepat dan kompleks, UMKM dapat terus tumbuh dan berkembang melalui langkah-langkah ini. UMKM dapat bersaing dan berinovasi dalam lingkungan bisnis yang terus berubah karena literasi keuangan, pemanfaatan fintech, dan strategi digitalisasi marketing bekerja sama. Mendukung literasi keuangan, fintech, dan digitalisasi marketing adalah investasi strategis bagi UMKM yang ingin mencapai keberhasilan jangka panjang. Ini karena UMKM dapat meningkatkan visibilitas pasar, meningkatkan posisi kompetitifnya, dan memberikan nilai tambah bagi konsumen.

6. Hubungan antar variable penelitian

1. *Financial technology* terhadap kinerja keuangan UMKM

Teknologi keuangan adalah transformasi dalam layanan keuangan yang membuatnya lebih mudah digunakan dan diakses. Tujuan teknologi keuangan adalah untuk menciptakan lingkungan sosial di mana akses langsung dan mudah ke berbagai barang keuangan dan transaksi. Pengakuan teknologi keuangan di Indonesia mungkin menawarkan peluang. UMKM untuk tumbuh dengan menawarkan utamanya layanan pembayaran digital (Fadilah, 2022). Penelitian yang meneliti tentang pengaruh *financial technology* terhadap kinerja keuangan UMKM (Mulyanti, 2022) menyatakan *financial technology* memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kinerja keuangan UMKM. Dimana *financial technology* merupakan hasil dari kemajuan teknologi, dan pelaku bisnis harus beradaptasi dengannya agar perusahaan mereka dapat mengikuti perkembangannya.

2. Literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM

Di sisi lain literasi keuangan adalah kapasitas untuk memikirkan dan membuat penilaian terkait dengan penggunaan uang. Literasi keuangan memiliki pengaruh langsung pada kesejahteraan seseorang (Yuyun Yuniati Yuningsih1, 2022). Penelitian yang meneliti terkait pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM Miftahurrohman et al., (2021) yang menyatakan literasi keuangan meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Hal ini agar keuangan para pelaku UMKM dapat diatur. Pemahaman keuangan pelaku UMKM yang baik akan membantu kapasitas mereka dalam mengelola keuangan usahanya. Kemudian didukung pula penelitian dari Jelly et al., (2021) menyatakan bahwa para pelaku UMKM akan berkinerja lebih baik secara finansial dan lebih mampu memanfaatkan sumber daya keuangan secara efektif dan efisien dengan semakin tingginya tingkat literasi keuangan mereka.

3. *Financial technology* terhadap digital marketing

Fintech merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang keuangan atau perbankan yang berbasis perangkat lunak teknologi modern. Sugiarti dalam penelitiannya (Prakoso, 2020) menyatakan bahwa adanya *fintech* dapat memudahkan transaksi, kegiatan usaha yang lebih efisien dan efektif yang menjadikan *fintech* sebagai bisnis inovasi yang mengharuskan perusahaan menggunakan *fintech*. Bukan hanya transaksi pembayaran, tapi modal pinjaman bagi UMKM yang mengalami kendala akses permodalan untuk meningkatkan kapasitas usahanya sudah bisa dilakukan dengan penggunaan *fintech*.

4. Literasi keuangan terhadap digital marketing

Literasi keuangan digunakan untuk membantu bisnis di dalam memperoleh pengetahuan, keterampilan dan kemampuan untuk mengembangkan strategi keuangan untuk keputusan dalam memilih dan memanfaatkan serta menggunakan bisnis keuangan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mabula yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan

penggunaan teknologi dan literasi keuangan terhadap praktik dan kinerja UKM (Mabula, 2018)

5. Digital marketing terhadap kinerja keuangan

Digital marketing didefinisikan juga sebagai kegiatan pemasaran yang menggunakan media berbasis internet. Digital marketing bisa juga disebut dengan pemasaran secara online merupakan salah satu cara mempromosikan atau melakukan pemasaran barang atau produk yang bisa digunakan dengan melalui media sosial, contohnya media internet. Penelitian (Kautsar, 2022) menyatakan semakin baik digital marketing maka akan semakin meningkat kinerja UMKM (ditinjau dari omsetnya)

6. Digital marketing sebagai media antara *financial technology* terhadap kinerja keuangan UMKM

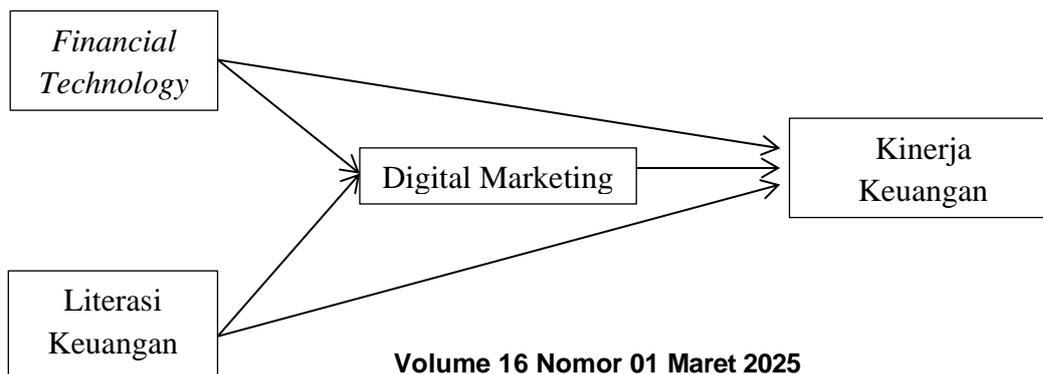
Platform *Fintech* yang saat ini memiliki atensi terbesar salah satunya adalah *payment gateway*. Platform tersebut banyak digemari dan menjadi salah satu solusi disparitas inklusi keuangan terhadap produk perbankan. Begitu juga dengan digitalisasi marketing, yang juga menjadi salah satu media perantara yang sering digunakan para pelaku usaha dalam mengikuti arus digitalisasi, beberapa perusahaan mulai meninggalkan bisnis konvensional dan pindah ke bisnis modern dengan menggunakan media digital. Dengan adanya digitalisasi marketing, komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu dan bisa diakses ke seluruh dunia, sehingga hal tersebut memberikan kemudahan berkomunikasi bagi para pelaku usaha dan konsumen. Sejalan dengan penelitian Larisca Adelia menyatakan *fintech* berbasis *payment gateway* dan digital marketing berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM (Rio, 2021)

7. Digital marketing sebagai media antara literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM

Keberadaan *fintech* berpengaruh signifikan pada UMKM dalam meningkatkan literasi keuangan berbasis *payment gateway*. Tingkat literasi keuangan yang tinggi dapat dijadikan sebagai kebutuhan dasar agar setiap orang dapat terhindar dari masalah keuangan, kesulitan keuangan bukan hanya disebabkan karena pendapatan yang rendah namun juga dapat muncul jika terjadi kesalahan dalam pengelolaan keuangan. Kinerja keuangan adalah suatu kegiatan operasional dan investasi perusahaan dengan meningkatkan peran perantara keuangan, seperti angel investor, investor ventura dan kreditor yang dapat berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan usaha kecil dan inovasi pasar produk. Penelitian ini sejalan dengan hasil (Rio, 2021) yang menyatakan digital marketing berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, dan literasi keuangan memoderasi pengaruh *fintech* berbasis *payment gateway* terhadap kinerja keuangan UMKM.

Berdasarkan berbagai kajian teori dan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan suatu konsep dan hipotesis dalam penelitian ini :

Gambar 3. Implikasi *Fintech* dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Yang Dimediasi oleh Digital Marketing



Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. *Fintech* berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM
2. Literasi Keuangan berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM
3. *Fintech* berpengaruh terhadap digital marketing terhadap kinerja keuangan UMKM
4. Literasi Keuangan berpengaruh terhadap digital marketing terhadap kinerja keuangan UMKM
5. Digital marketing berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM
6. Digital marketing memediasi antara *financial technology* terhadap kinerja keuangan UMKM
7. Digital marketing memediasi antara literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan melihat bagaimana penggunaan teknologi keuangan dan literasi keuangan yang dimediasi oleh digital marketing memengaruhi kinerja keuangan UMKM. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan tujuan untuk mengidentifikasi status, gejala, dan kesamaan status melalui perbandingan dengan standar yang telah dipilih atau ditentukan. Penelitian ini diklasifikasikan sebagai penelitian penjelasan, yang berarti bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan penjelasan tentang posisi variabel yang diteliti, serta hubungan antara masing-masing variabel dengan satu sama lain. Pengujian hipotesa digunakan untuk menjelaskan posisi variabel tersebut. Pengukuran dari variabel-variabel penelitian ini sendiri menggunakan skala likert, dimana jawaban untuk pertanyaan positif dan negatif dibuat dalam lima skala penilaian skala Likert, yaitu:

1. Sangat setuju (ST), diberi bobot 5
2. Setuju (S), diberi bobot 4
3. Kurang setuju (KS), diberi bobot 3
4. Tidak setuju (TS), diberi bobot 2
5. Sangat tidak setuju (STS), diberi bobot 1

Alat analisis data dengan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah alat yang disertakan dalam angket sudah layak untuk digunakan, sehingga menghasilkan data yang akurat sesuai dengan ukuran tujuannya yaitu metode analisis data Structural Equation Model (SEM) PLS.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah mendapatkan data maka dianalisis dengan menggunakan analisis SEM. Di dalam SEM, dilakukan penilaian model dengan outer model dan inner model. Outer model adalah penilaian terhadap reliabilitas dan validitas variabel penelitian. Ada beberapa kriteria untuk menilai outer model yaitu Convergent Validity, Discriminant Validity, Composite Reliability, Cronbach's Alpha dan Average Variance Extracted (AVE). Berdasarkan hasil analisis SEM di peroleh hasil seluruh variabel valid dan reliabel dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Outer model

Vaiavel	Indikator	Cross Loading	Average Variance Extracted (AVE)	Composite Reliability	Cronbach's Alpha
Fintech	X1.1	0.073	0.818	0.934	0.917

Vaiavel	Indikator	Cross Loading	Average Variance Extracted (AVE)	Composite Reliability	Cronbanch's Alpha
	X1.2	0.075			
	X1.3	0.073			
	X1.4	0.073			
	X1.5	0.073			
	X1.6	0.073			
	X1.7	0.073			
Literasi Keuangan	X2.1	0.074	0.839	0.944	0.931
	X2.2	0.073			
	X2.3	0.073			
	X2.4	0.072			
	X2.5	0.073			
	X2.6	0.073			
	X2.7	0.073			
Digital Marketing	M1	0.073	0.81	0.943	0.927
	M2	0.072			
	M3	0.073			
	M4	0.072			
	M5	0.073			
	M6	0.074			
Kinerja Keuangan	Y1	0.075	0.833	0.916	0.885
	Y2	0.074			
	Y3	0.072			
	Y4	0.072			
	Y5	0.072			

Sumber data diolah penulis 2024

Dari tabel diatas Uji validitas konvergen, nilai yang dipersyaratkan untuk dikatakan valid adalah > 0.7 . Nilai Average Variance Ectracted (AVE) dari masing-masing konstruk disyaratkan berada > 0.5 . Pengujian reliabilitas menggunakan formula cronbanch's alpha (koefisien alfa cronbach) dan dianggap reliabel apabila nilai cronbanch's alpha > 0.6 . Suatu konstruk atau variabel dikatakan memenuhi composite reliability jika memiliki nilai composite reliability > 0.7

Lalu hasil untuk untuk analisis SEM sebagai berikut : Structural model atau inner model atau disebut juga model struktural merupakan bagian pengujian hipotesis yang digunakan untuk menguji signifikansi variabel laten eksogen (independen) terhadap variabel laten endogen (dependen) menggunakan sepuluh parameter Model Fit & Quality Indeces (Ghozali, 2015).

Tabel 2. R-Squared & R-Squared Adjusted

Variabel	R-squared	R-squared Adjusted
Digital Marketing	0.799	0.796
Kinerja Keuangan	1.101	1.103

Sumber data diolah peneliti 2024

1. Nilai *R-Square* dikategorikan kuat jika lebih dari 0,67, moderat jika lebih dari 0,33 tetapi lebih rendah dari 0,67, dan lemah jika lebih dari 0,19 tetapi lebih rendah dari 0,33. Modal structural pertama sebesar 0.799 atau 80% artinya masing masing variabel memiliki hubungan yang kuat.
2. Modal structural kedua menempatkan kinerja keuangan sebagai Variabel Endogen, sedangkan fintech, literasi keuangan digital marketing sebagai variabel yang jika diinterpretasikan bahwa variabel endogen dalam hal ini Kinerja keuangan mampu dijelaskan oleh variabel Eksogen yaitu fintech, literasi keuangan digital marketi sebesar R Square 0.796 atau 80.%, sedangkan sisanya 2.1% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

Berikut hasil relevansi prediksi pada penelitian ini yaitu :

Tabel 3. Relevansi Prediktif (Q-squared) (Ghozali, 2015)

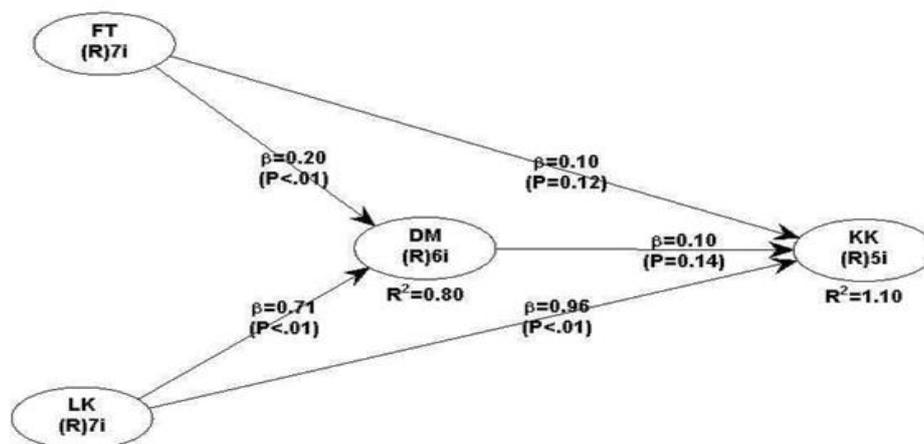
Variabel	Q-squared
Digital Marketing	0.798
Kinerja Keuangan	0.94

Sumber data diolah peneliti 2024

Pada tabel diatas untuk relevansi prediktif dilihat dari nilai Q-squared, di mana jika Q-squared > 0, maka model memiliki predictive relevance sedangkan sebaliknya jika < 0, maka model tidakmemiliki predictive relevance. Q-squared mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Jika nilai Q-squared semakin mendekati angka 1 berarti model semakin baik. Hasil pengujian Q-squared menunjukkan Didital Marketing Q-squared > 0.798 dan Kinerja Keuangan Q-squared > 0.94. Hasil estimasi model menunjukkan validitas prediktif yang baik (yaitu 0.760 dan 0.730) karena bernilai di atas 0.

Hasil analisis SEM yang menunjukkan pengaruh antar variabel dan signifikansi terlihat pada gambar berikut:

Gambar 4. Hasil Analisis (data diolah, 2024)



Berikut table yang akan memperlihatkan tentang hasil hipotesis dari pengaruh langsung dan tidak langsung serta mediaai dari variabel penelitian ini.

Tabel 5. Pengaruh Langsung dan tidak langsung serta mediasi

Pengaruh variabel	Koefisien β	P - value	Signifikan
FT (X1) ---> KK (Y)	0.10	0.012	Positif tidak signifikan
LT (X2) ---> KK (Y)	0.96	<0.001	Positif signifikan
FT (X1) ---> DM ---> KK (Y)	0.20	<0.001	Positif signifikan
LT (X2) ---> DM ---> KK (Y)	0.71	<0.001	Positif signifikan
DM ---> KK (Y)	0.10	0.014	Positif tidak signifikan

Sumber data diolah peneliti 2024

1. Pengujian Hipotesis lansung Fintech terhadap Kinerja Keuangan (β 0.10) berpengaruh tidak signifikan ($P = 0.012$)
2. Pengujian Hipotesis Langsung Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan (β 0.96) berpengaruh signifikan ($p < 0.001$)
3. Digital marketing memediasi fintech terhadap kinerja keuangan secara positif dan signifikan artinya fintech melalui digital marketing dapat meingkatkan kinerja keuangan UMKM
4. Digital marketing memediasi literasi keuangan terhadap kinerja keuangan Secara positif dan signifikan artinya literasi keuangan melalui digital marketing dapat meningkatkan kinerja keuangan UMKM
5. Pengujian Hipotesis langsung, Digital Marketing terhadap kinerja keuangan (β 0.10) berpengaruh tidak signifikan ($P=0.014$)

SIMPULAN

1. *Fintech* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM ternyata dapat diterima berdasarkan temuan pengujian yang telah dilakukan. Berdasarkan temuan ini, disimpulkan bahwa teknologi keuangan UMKM yang maju juga dapat memberikan kinerja keuangan UMKM yang tinggi, karena Fintech lebih

efektif dan efisien serta aplikasinya yang gampang diperoleh dianggap dapat memudahkan kinerja keuangan UMKM. Transparansi dalam penerimaan dana tidak menutup kemungkinan penggunaan fintech untuk membayar transaksi bisnis untuk mempersingkat waktu para pelaku UMKM.

2. Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM ternyata dapat diterima berdasarkan temuan pengujian yang telah dilakukan. Berdasarkan temuan ini, disimpulkan UMKM berkinerja lebih baik saat literasi keuangan kuat. Pelaku UMKM yang sangat melek finansial dan secara teratur terlihat dalam kegiatan penganggaran serta pengelolaan keuangan untuk efektivitas perusahaan dapat meningkatkan kinerja keuangan UMKM
3. Digital marketing sebagai variable mediasi dapat menjadi alat mediasi variable fintech dan variabel literasi terhadap kinerja keuangan UMKM yang artinya jika menggunakan mediasi digital marketing maka fintech dan literasi keuangan mempengaruhi kinerja keuangan UMKM
4. Digital marketing berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, artinya jika tanpa menggunakan digital marketing tidak akan mempengaruhi kinerja keuangan UMKM

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. (2015). Kebijakan dan Peningkatan Peran Ekonomi UMKM. *Kemenkeu.Go.Id*, 50-62.
- Akhmad, D. (2021). Pengaruh Faktor Demografi, Locus of Control, Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM (Studi pada Pelaku UMKM di Wilayah Kota Banjar Patroman) . *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 170-18.
- Ardila, I. d. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Jurnal Prosiding Konferensi Internasional (Jicp)*, 144-149.
- BI. (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Jakarta: In Bank Indonesia dan LPPI.
- Fadilah, I. (2022). Analisis pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, dan Financial Technology terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Bandung. *Fair Value:n. Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuanga*, 1347–1354.
- Mulyanti, D. &. (2022). Penerapan Literasi Keuangan Dan Penggunaan Financial Technology Untuk Menilai Kinerja Keuangan Umkm Di Jawa Barat. *jurnal Ekono Insentif*, 63–81.
- OJK. (2016, Januari). *OJK.Go.Id*. Retrieved Januari 77, 2023, from <https://www.ojk.go.id>
- OJK. (2017). Jakarta: ojk.

- Ramadhanil, A. N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan (Perbandingan Mahasiswa Bisnis Dan Mahasiswa Teknik Universitas Telkom). *Jurnal Mitra Manajemen*, 251-256.
- Rizky, M. (2019). Identifikasi Tingkat Literasi Keuangan (Akuntansi) Umkm Pelaku Kawasan Lahan Basah (Studi Pada Pelaku Umkm Di Desa Pemakuan Kabupaten Banjar). *Jurnal Internasional Akuntansi & Keuangan Di Asia Pasifik (Ijafap)*, 1 - 12.
- Sanjaya, N. (2016). Inklusi Keuangan Dan Pertumbuhan Inklusif : Analisis Antar Provonsi Di Indonesia. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, 281-306.
- Soetiono, K. S. (2018). *Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia*. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Sri, K. A. (2013). Tingkat Literasi Keuangan Di Kalangan Mahasiswa Stie Musi (Financial Literacy Level among Students Stie Musi). *Jurnal Economia*, 130–140.
- Suci, Y. (2017). Perkembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 51-58.
- Sugiarti, D. M. (2019). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Pada UMKM Di Malang. *E-JRA; 08 (4)*, 90-104.
- Susanti, A. d. (2018). Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan, dan Perencanaan Keuangan terhadap Perilaku Keuangan UMKM di Surakarta. *jurnal Telaah Bisnis*, 45–56.
- Sutrisno. (2015). *Manajemen Keuangan Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Yogyakarta: EKON ISIA.
- Suyanto, S. (2022). Faktor Demografi, Financial Technology, Dan Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm): Inklusi Keuangan Sebagai Mediasi. *Akuntansi Dewantara*, 1–20.
- Yuyun Yuniati Yuningsih¹, G. R. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Technology Terhadap Keberlangsungan Usaha Pelaku UMKM. *Jurnal Mirai Management*, 531–540.