

Meningkatkan Kinerja UMKM Melalui Literasi Keuangan dan Digital di Kabupaten Tulungagung

Irfan Fauzi

Universitas Islam Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

E-mail: Irfanfauzi@uinsatu.ac.id

Abstract

The purpose of research is understand the relation among education financial and digital literacy on performance of MSMEs in the Tulungagung. This research adopts a quantitative approach by distributing surveys online. The targeted respondents consisted entirely of MSME players in the area. The sample of method using random sample based on predetermined criteria. Size of sampling was determined through calculations which resulted in a total of 100 samples. Direct regression analysis is applied as an method analysis. The research results has show that education financial and digital literacy have a positive influence and significant on the performance of MSMEs in Tulungagung.

Keywords: Digital Literacy, Financial Literacy, MSME Performance

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami hubungan antara pendidikan keuangan dan literasi digital terhadap kinerja UMKM di daerah Tulungagung. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan survei secara online. Responden yang ditargetkan terdiri sepenuhnya dari pelaku UMKM di daerah tersebut. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah pengambilan sample acak dengan kriteria yang telah ditentukan. Ukuran sampel ditetapkan melalui perhitungan yang menghasilkan total 100 sampel. Analisis regresi langsung diterapkan sebagai metode analisis. Pada penelitian ini mendapatakn hasil pendidikan keuangan dan literasi digital memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Tulungagung.

Kata kunci: Literasi Digital, Literasi Keuangan, Kinerja UMKM

A. Pendahuluan

Para pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) memainkan peran inti dalam mendukung pertumbuhan perekonomian dan pembangunan suatu negara. Di Indonesia, terdapat sekitar 4.444 Usaha Kecil Menengah (UKM) yang menjadi pilar ekonomi nasional. Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai potensi untuk menyokong tumbuhnya perekonomian yang adil dan lebih merata¹. Setelah pandemi COVID-19,

¹ Ștefan C., Botezatu, M. A., Hosszu, A., & Simionescu, L. N Gherghina, *Small and Medium- Sized Enterprises (SMEs): The Engine of Economic Growth through Investments and Innovation* (Sustainability, 2020).

persaingan dan laju perkembangan ekonomi negara kita sangat bergantung pada kekuatan dan perkembangan UKM². Covid-19 ini merupakan peristiwa yang jarang terjadi dan memberikan dampak signifikan pada berbagai sektor perekonomian, termasuk industri, UKM, transportasi dan bidang kesehatan. Dalam perkembangan perekonomian Millennial dan komputerisasi digital yang terjadi dalam masa Revolusi Digital 4.0 membawa perubahan yang tak terduga bagi UKM. Tanda-tanda kemajuan sudah terlihat, terutama dengan munculnya Internet of Things (IoT) yang berpengaruh pada aspek kehidupan dan kesharian, terutama dalam sektor perekonomian³.

Hasil perkembangan UMKM sangat tergantung oleh berbagai faktor, termasuk financial literacy dan digital literacy. Usaha yang dapat menganalisa dan mengasalkan pelaporan keuangan mereka secara cepat, konkret dan terpercaya cenderung lebih berhasil. Financial literacy yang rendah dapat menyebabkan perencanaan keuangan yang buruk, menyulitkan individu untuk mencapai kesejahteraan, terutama ketika mereka kehilangan pekerjaan. Rendahnya literasi keuangan adalah masalah pada umumnya berkaitan dengan pemahaman, perspektif, bahkan perilaku masyarakat. Dampak negatif dari rendahnya literasi keuangan pada pola financial pemilik usaha bukan hanya sumber permasalahan, tetapi juga menjadi berpengaruh pada permasalahan penduduk di masa yang akan datang⁴.

Salah satu kunci dalam mengangkat perkembangan perekonomian, Usaha menengah terikat pada tantangan yang muncul akibat bisnis digital yang berkembang, peranan penting dalam pemasaran produk dan layanan⁵. Penerapan teknologi informasi digital sebagai strategi pemasaran merupakan jalan keluar yang memberikakan harapan baru bagi UMKM untuk berkembang merupakan sumber ekonomi. Persiapan UMKM dalam memanfaatkan digitalisasi dalam berbagai elemen bisnis dapat diukur melalui pemanfaatan teknologi digital, yang mencerminkan kemampuan mereka untuk pemanfaatan kemajuan perangkat digital secara efektif⁶.

² M. H., Hagelaar, G., Van Der Velde, G., & Omta, S. W. F. Saad, "Conceptualization of SMEs' Business Resilience: A Systematic Literature Review.," *Cogent Business & Management*, 8, no. 1938347 (2021).

³ K. C., Khang, A., & Roy, D. Rath, "The Role of Internet of Things (IoT) Technology in Industry 4.0 Economy," *In Advanced IoT Technologies and Applications in the Industry 4.0 Digital Economy*, 2024, 1–28.

⁴ S., Belhassine, O., & Kammoun, A. Ouachani, "Measuring Financial Literacy: A Literature Review.," . . *Managerial Finance* 2, no. 47 (2021): 266–81.

⁵ W., Hidayat, W. W., Prasetyo, E. T., & Eprianto, I. Widjanarko, "The Effect of Financial Literacy on the Financial Management of MSMEs in Jatinangor District, Sumedang Regency.," *Enrichment: Journal of Management* 12, no. 5 (2022): 3359–64.

⁶ K. S., & Irawati, L. Lubis, "The Effect of Financial Literacy and Capital Management on MSME Performance," *Asean International Journal of Business*, 1, no. 1 (2022): 77–85.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa financial literacy dan digital literacy memiliki peran utama untuk keberlangsungan usaha⁷. Namun, penelitian oleh Fitriasari dan Shofiatul Mila menemukan bahwa perkembangan bisnis bukan tanpa hubungan dengan financial literacy dan digital literacy. Maka dari itu, penelitian bertujuan untuk menyelidiki keterkaitan financial literacy, digital literacy, dan perkembangan UMKM, serta menjelaskan ketidaksamaan hasil dibandingkan dengan hasil riset yang sudah dilakukan⁸.

B. Landasan Teori

Financial Literacy

Financial Literacy (*Literasi Keuangan*) adalah pengertian dan pengetahuan yang dimiliki seseorang mengenai pengelolaan, pengalokasian, dan perolehan keuangan. Dengan literasi keuangan yang baik, individu dapat lebih bijaksana untuk mengalokasikan dan memanfaatkan sumber daya keuangannya. Berdasarkan peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK), financial literacy mencakup wawasan, keyakinan, dan keterampilan yang dapat memengaruhi kebiasaan Masyarakat dalam meningkatkan hasil pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan, yang bertujuan untuk meningkatkan dan finansial yang sejahtera.

Sikap keuangan adalah cara individu menilai uang, menghasilkan, dan mengelola keuangan, sebagai penunjang kebutuhan perekonomian sekarang atau yang akan datang. Sikap keuangan sangat penting, terutama bagi pelaku UMKM, yang perlu memiliki sikap yang positif untuk mengembangkan usaha mereka⁹. Menurut Furnham, sikap keuangan mencakup kebiasaan individu dalam menghabiskan, menabung, dan mengelola dana yang dimiliki.

Financial Literacy (*Literasi Keuangan*) adalah pengertian dan pengetahuan yang dimiliki seseorang mengenai pengelolaan, pengalokasian, dan perolehan keuangan serta

⁷ Widjanarko, "The Effect of Financial Literacy on the Financial Management of MSMEs in Jatinangor District, Sumedang Regency. ."

⁸ A. R., Daroini, A., Subagyo, S., & Ernestivita, G. Hardianti, *Creative Industry Development Strategy for Innovation in East Java Province. RSF Conference Series: Business, Management and Social Sciences*, vol. 3, 2023.

⁹ B. R., Adiguna, R., Widodo, W., Suyatna, H., & Nusantoro, B. P. Purnomo, "Entrepreneurial Resilience during the Covid-19 Pandemic: Navigating Survival, Continuity and Growth.," *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 2021, 497–524.

memengaruhi sikap serta untuk mengelola keuangan dalam mengambil keputusan yang baik.

Financial Literacy mencakup:

1. Pemahaman tentang konsep-konsep dasar keuangan, seperti tabungan, pinjaman, bunga, dan pengeluaran.
2. Kemampuan dalam memutuskan kebutuhan keuangan yang smart berdasarkan keakuratan informasi.
3. Keterampilan praktis dalam penerapan informasi yang diperoleh dalam kehidupan dan keseharian.

Digital Literacy

Digital Literacy (*Literasi Digital*) merupakan kecakapan pemanfaatan teknologi berbasis digital, perangkat komunikasi dan jaringan dalam pengaksesan, pengelolaan, pengintegrasian, penganalisisan, dan pengevaluasi data secara kritis. Disisi lain, Digital Literacy juga meliputi pengertian tentang etika digital, privasi, dan keamanan dalam penggunaan teknologi.

Menurut Paul Gilster¹⁰ Digital Literacy dapat dipahami merupakan kompetensi dalam pemahaman dan penggunaan berbagai macam informasi, dengan penekanan pada pemikiran yang detail dan kritis dalam pemakaian media digital. Ini menunjukkan bahwa evaluasi kritis terhadap informasi yang diperoleh dari media digital lebih penting daripada hanya keterampilan teknis dalam pengaksesan media.

Gilster memberikan keterangan bahwa kemampuan dibutuhkan agar seseorang dapat memiliki literasi digital, yaitu kemampuan melakukan pencarian di internet, menavigasi hypertext, mengevaluasi konten informasi, dan menyusun pengetahuan. Dengan menganalisis kemampuan inti ini, peneliti dapat memberikan tingkat digital literasi UMKM di sektor makanan dan minuman, apakah termasuk kategori rendah, sedang, atau tinggi. Hal ini sangat terkait dengan gerakan UMKM Go-Online (Jakpreneur) dari Dinas PPKUKM, sehingga edukasi digital dapat disesuaikan dengan tingkat digital literacy yang ada¹¹. Adapun elemen dari literasi digital yang saat ini digunakan meliputi:

¹⁰ Lütfi SÜRÜCÜ and Ahmet MASLAKÇI, "Validity and Reliability in Quantitative Research," *Business & Management Studies: An International Journal* 8, no. 3 (2020): 2694–2726, <https://doi.org/10.15295/bmij.v8i3.1540>.

¹¹ D. E. Kimmel, P. D., Weygandt, J. J., & Kieso, "Tools for Business Decision Making," *Financial Accounting Tools for Business Decision Making*, 2020.

1. Kultural

Kultural dapat diartikan sebagai pemahaman ragam konteks pengguna dunia digital yang bisa disesuaikan dengan kebiasaan setiap hari.

2. Kognitif

Kognitif merupakan salah satu penggunaan daya pikir dalam menilai konten yang dinikmati dan dilihat oleh pengguna media.

3. Konstruktif

Konstruktif adalah interpretasi dari penciptaan sesuatu yang ahli dan aktual dalam penggunaan media digital.

4. Komunikatif

Komunikatif merupakan salah satu Upaya untuk memahami kinerja media dan komunikasi di dunia digital.

5. Kepercayaan diri yang bertanggung jawab

Kepercayaan dalam menggunakan media yang harus disertai rasa tanggung jawab dalam bermedia digital.

6. Kreatif

Kreatif merupakan Langkah yang harus dilakukan dalam perkembangan dan perubahan baru.

7. Kritis

Kritis adalah bagaimana langkah dan sikap kita dalam menyikapi konten dan bertanggung jawab secara social.

B. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam metode penelitian ini digunakan metode kuantitatif sebagai metode utama. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menganalisis hubungan antara variabel-variabel dengan data yang terkumpul mengenai realita dan karakter objek yang diteliti, dan kemudian dianalisa dengan menggunakan teori dan literatur yang relevan¹². Dalam perkembangan penelitian ini terdiri dari pemilik dan pengelola usaha di salah satu subsektor industri skala UMKM kecil, dan menengah yang berada di Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung. Populasi mencakup semua objek atau topik

¹² SÜRÜCÜ and MASLAKÇI, "Validity and Reliability in Quantitative Research."

dalam wilayah penelitian yang memenuhi kriteria terkait permasalahan yang dihadapi, yang akan menjadi dasar untuk menarik kesimpulan¹³.

Terdapat 9.800 UMKM berada di Kementerian Perindag, Koperasi, dan UKM Kabupaten Tulungagung. Mengingat populasi yang besar, diperlukan pengambilan sampel yang terbatas. Cara mengumpulkan sampling yang digunakan yaitu sampling random, yaitu mengambil cara secara acak dari pertumbuhan yang ditentukan. Contoh ukuran minimum ditetapkan sebesar 10 kali jumlah indikator pengukuran yang digunakan untuk penelitian. Dengan menggunakan 10 indikator, maka sampel minimal yang diperlukan adalah ($10 \times 10 = 100$).

Tabel 1. Indikator Pengukuran Variabel Penelitian

Variable	Indicator	
Financial Literacy (X1)	1.	General financial knowledge
	2.	Savings and Loans
	3.	Financial behavior
	4.	Financial Attitude
Digital Literacy (X2)	1.	Ability to work using Digital Media
	2.	Frequency of working using Digital Media
	3.	Enthusiasm and Productivity
MSME Performance (Y)	1.	Customer Growth
	2.	Sales Growth
	3.	Profit growth

Source: Processed Data, 2024

Dalam pengumpulan data proses yang dilakukan melalui questioner online yang diberikan untuk responden. Pengukuran pendapat responden menggunakan skala Likert dengan lima pilihan: skor 5 untuk "sangat setuju," skor 4 untuk "setuju," skor 3 untuk "netral," skor 2 untuk "tidak setuju," dan skor 1 untuk "sangat tidak setuju." Dalam melakukan uji hipotesis, penting untuk menguji kualitas item pernyataan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, uji validitas dan reliabilitas dilaksanakan untuk semua point questioner untuk memastikan kualitasnya.

Untuk mengevaluasi validitas survei, digunakan analisis konfirmatori faktor (CFA). Dalam metode ini, penggunaan metode Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) dan Bartlett's Test of

¹³ G., Li, P., Liu, Y., & Pu, X. Liu, "Hypothesis Testing for Quantitative Trait Locus Effects in Both Location and Scale in Genetic Backcross Studies. *Scandinavian Journal of Statistics*," *Scandinavian Journal of Statistics*, 2020, 1064–89.

Sphericity diterapkan dengan aplikasi SPSS versi 24. Nilai KMO yang digunakan sebagai pedoman adalah $KMO > 0,5$. Selanjutnya, untuk menguji reliabilitas instrumen, digunakan cara Cronbach's Alpha dengan kriteria umum ($\alpha > 0,60$). Pada tahap pengujian hipotesis, analisis regresi berganda diterapkan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil responden dalam penelitian ini terdapat beberapa aspek, antara lain macam usaha, usia usaha, dan penghasilan bulanan dalam usaha yang dijalankan. Informasi ini memberikan wawasan tentang karakteristik responden yang terlibat dalam penelitian dan membantu dalam analisis data yang diperoleh.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Respondent Characteristics	Total	Presentase
Type of business		
Culinary	43	43
Fashion	21	21
Beauty	14	14
Automotive	3	3
Other	19	19
Total	100	100
Length of Business		
Less than 1 Year	30	30
1-5 years	38	38
More than 5 Years	32	32
Total	100	100
Monthly Income from Business		
Less than 2 Million	25	25
2 - 5 Million	38	38
5 - 10 Million	25	25
More than 10 million	12	12
TOTAL	100	100

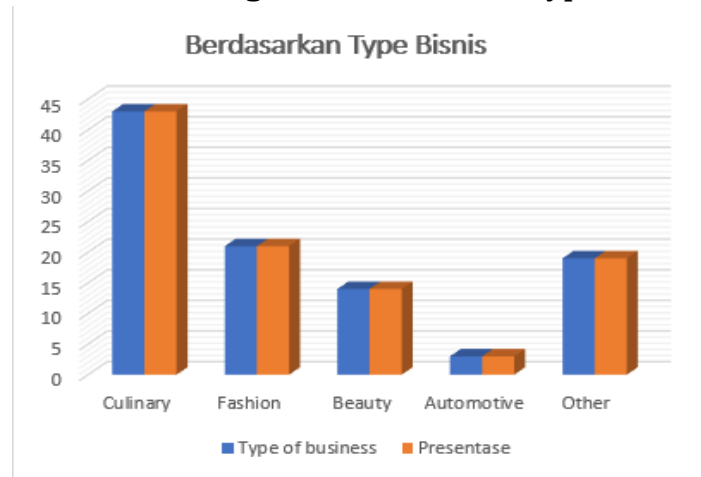
Sumber: Data Olahan, 2024

Di atas telah dijelaskan dalam mengindikasikan jenis usaha kuliner mendominasi dengan persentase 43%. Dalam hal usia, mayoritas responden memiliki pengalaman antara 1-5 tahun, mencapai 38%. Untuk pendapatan bulanan, sebagian besar responden

mendapatkan penghasilan antara 2-5 juta per bulan, dengan persentase yang juga mencapai 38%.

Berikut Diagram hasil presentase Type Bisnis terhadap karakteristik Responden:

Gambar 1. Diagram berdasarkan Type Bisnis

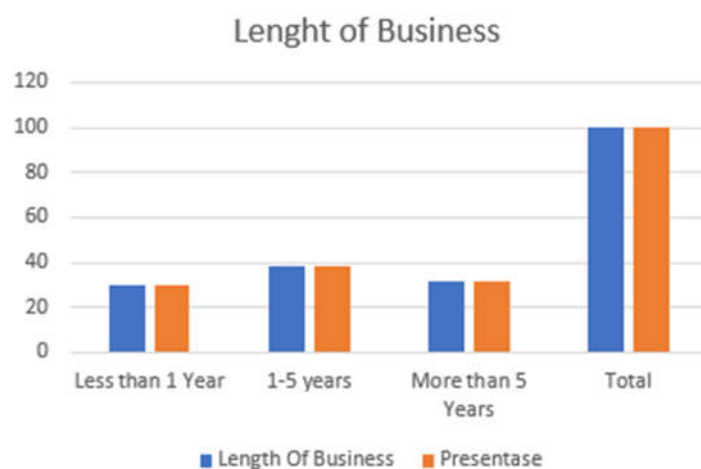


Sumber: Data Olahan, 2024

Usaha kedua yang tercatat adalah fashion, dengan persentase sebesar 21%. Dalam hal lama usaha, mayoritas responden dalam sektor ini juga berada dalam rentang waktu 1-5 tahun, mencapai 38%. Untuk pendapatan bulanan, sebagian besar responden di sektor fashion dengan memiliki income dari 2 juta per bulan, dengan persentase yang sama, yaitu 38%.

Berikut Diagram hasil presentase Type Bisnis terhadap karakteristik Responden:

Gambar 1. Diagram berdasarkan Length of Business



Sumber: Data Olahan, 2024

Berikut Diagram hasil presentase Monthly Income:

Gambar 1. Diagram berdasarkan Monthly Income



Sumber: Data Olahan, 2024

Dalam urutan ketiga range jenis usaha adalah usaha dengan jenis kecantikan dengan presentase sebesar 32%. Usaha ini mempunyai usia lebih dari 5 tahun dengan perolehan presentase sebesar 32%.

Dari table diatas diperoleh prosentase paling utama adalah usaha dengan jenis kuliner yang menjadi dominasi dengan prosentase dan pendapatan paling banyak dari yang lainnya.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam uji hasil validasi dan reliability terhadap variable yang diuji dalam hasil penelitian ini meliputi:

- a. **Uji Validitas:** Menggunakan analisis konfirmatori faktor (CFA), semua item pertanyaan menunjukkan nilai validitas yang memadai, dengan nilai KMO > 0,5 dan hasil signifikan dalam Bartlett's Test of Sphericity.
- b. **Uji Reliabilitas:** Merupakan Pengukuran reliabilitas yang dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha. Semua item pertanyaan menunjukkan nilai $\alpha > 0,60$, yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat keandalan yang baik.

Dengan demikian, variabel-variabel yang diuji dalam penelitian ini dapat dianggap valid dan reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Construct	Indicator	Anti-Image	KMO	Cronbach's Alpha	Information
Financial Literacy	LK1	0.884	0.697	0.811	Valid and reliable
	LK2	0.686			
	LK3	0.638			
	LK4	0.694			
Digital Literacy	LD1	0.693	0.717	0.826	Valid and reliable
	LD2	0.713			
	LD3	0.753			
MSME performance	K1	0.753	0.741	0.871	Valid and reliable
	K2	0.732			
	K3	0.737			

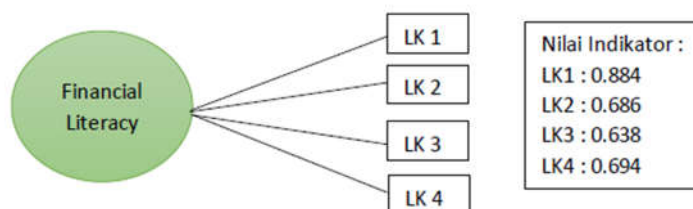
Sumber: Data Olahan, 2024

Menurut analisa uji validity dan reliability, informasi dari tabel menunjukkan bahwa konstruk dan sepuluh indikatornya termasuk dalam kategori valid dan reliabel. Kategori valid dan reliable ini ditentukan berdasarkan perbandingan dengan literatur mengenai literasi finansial dan literasi keuangan, yang menunjukkan bahwa semua indikator dapat diandalkan untuk mengukur variabel yang diteliti¹⁴.

Dari table hasil uji validitas dan uji reliable didapat keterangan dari literasi finansial dengan indikator LK1, LK2, LK3 dan LK4 dengan input data Anti-image berurutan dari indikator 0.884, 0.686, 0.638 dan terakhir 0.694 didapatkan informasi hasil yang valid dan reliable dengan KMO 0.697.

Berikut adalah gambar elemen pendukung dari literasi Finansial:

Gambar 4. Indikator Financial Literacy



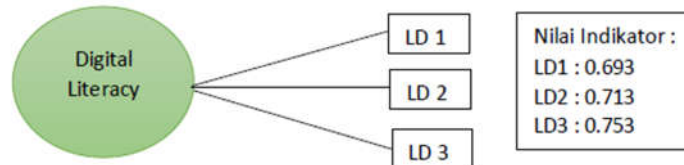
Sumber: Data Olahan, 2024

¹⁴ P. D., Weygandt, J. J., & Kieso, D. E. Kimmel, *Financial Accounting: Tools for Business Decision Making*. John Wiley & Sons., 2020.

Sedangkan hasil uji validitas dan reliable pada literasi digital dengan indicator LD1, LD2 dan LD3 dengan input nilai 0.693, 0.713 dan 0.753 didapatkan informasi bahwa mendapatkan informasi yang valid dan reliabel dengan KMO 0.717.

Berikut adalah gambar elemen pendukung dari Digital Finansial:

Gambar 5. Indikator Digital Literacy

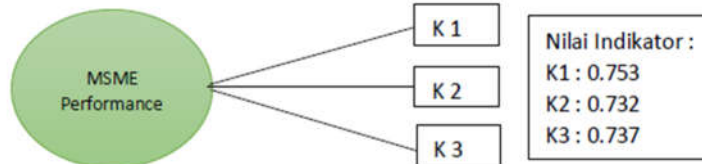


Sumber: Data Olahan, 2024

Hasil uji Validitas dan reliable yang terakhir adalah dengan menggunakan MSME Performance. Dimana indicator yang digunakan adalah K1, K2 dan K3 dengan data input yaitu 0.753, 0.732 dan 0.737 sehingga didapatkan informasi valid dan reliabel dengan KMO 0.741.

Berikut adalah gambar elemen pendukung dari MMSE Performance:

Gambar 6. Indikator MMSE



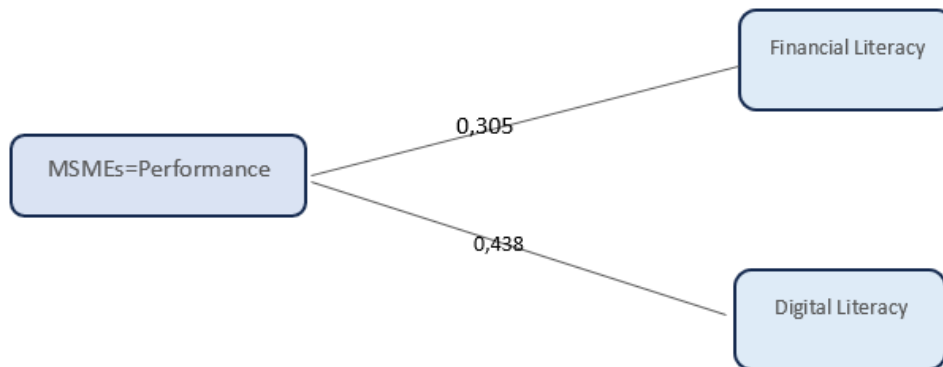
Sumber: Data Olahan, 2024

Dari hasil diatas dapat diperoleh hasil bahwasannya antara literasi finansial da literasi digital mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap pola dan perkembangan UMKM berdasarkan nilai MSMES.

Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian dengan perhitungan linieritas regresi bis akita tunjukkan pada Gambar 7. Pada gambar ini, kita bisa menemukan hasil mengenai hasil regresi koefisien, hasil pengaruh, serta hasil determinasi. Data ini menjelaskan bagaimana hubungan antara variabel-variabel yang dianalisa dan seberapa menarik model regresi menjelaskan varians dalam data.

Gambar 7. Pengujian Hipotesis



Sumber: Data Olahan, 2024

Berdasarkan hasil analisis, financial literacy dan digital literacy menunjukkan pengaruh yang sangat berpengaruh dalam perkembangan UMKM. Nilai koefisien untuk literasi keuangan adalah 0,305, sedangkan untuk literasi digital adalah 0,438. Nilai probabilitas masing-masing sebesar 0,068 dan 0,090, yang keduanya relative rendah dari tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$).

Berikutnya, hasil determinasi koefisien (R^2) yang didapat adalah 0,636. Ini mengindikasikan jika perkembangan UMKM dipengaruhi oleh nilai financial literacy bernilai 30,5% dan digital literacy nilainya 43,8%. Maka dari itu, bisa disimpulkan jika kedua variabel tersebut berperan penting dalam pertumbuhan dan perkembangan UMKM.

Financial Literacy Terhadap Kinerja UMKM

Financial Literacy (*Literasi keuangan*) merupakan kebutuhan dasar bagi setiap individu untuk menghindari permasalahan dalam financial¹⁵. Kesulitan finansial bukan karena disebabkan oleh sedikitnya pendapatan, bahkan juga dapat muncul akibat kesalahan dalam penggunaan kredit dan kurangnya perencanaan keuanga¹⁶. Memahami literasi keuangan dari berbagai latar belakang merupakan langkah penting untuk mencapai kehidupan yang sejahtera¹⁷.

¹⁵ Tatik Suryani, *Manajemen Strategik Bank Di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah*, Manajemen Strategik Bank Di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016).

¹⁶ Vina Sri. Yuniarti, *Perilaku Konsumen: Teori DanPraktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015).

¹⁷ Rath, "The Role of Internet of Things (IoT) Technology in Industry 4.0 Economy."

Setiap individu perlu memiliki pemahaman yang baik tentang literasi keuangan agar dapat mengelola dan merencanakan keuangannya secara efektif. Hal ini merupakan sesuatu yang berarti bagi pemilik industri, paling utama yaitu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)¹⁸.

Di Indonesia, UMKM memainkan kegiatan penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi negara. Dengan kinerja yang baik, UMKM dapat tumbuh pesat, menciptakan lapangan kerja, dan membantu mengurangi tingkat kemiskinan. Penelitian ini menunjukkan bahwa financial literacy memiliki pengaruh baik dan berpengaruh pada perkembangan UMKM. Dalam hasil ini menegaskan bahwa financial literacy adalah faktor yang bisa diandalkan dan berkontribusi secara aktif dalam meningkatkan kinerja UMKM¹⁹.

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan financial literacy pada UMKM akan berdampak baik pada peningkatan kinerja mereka. UMKM cenderung menunjukkan kinerja yang lebih baik ketika tingginya financial literacy²⁰. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan dari Kasendah dan Iko Putri Yanti, yang juga memberikan hasil bahwa financial literacy memiliki pengaruh berarti terhadap kinerja UMKM²¹.

Digital Literacy Terhadap Kinerja UMKM

Dalam penelitian ini menunjukkan jika digital literacy memiliki pengaruh baik dan signifikan pada perkembangan UMKM. Dalam hasil penelitian ini mengindikasikan jika para pemilik usaha bukan hanya akrab dengan teknologi informasi, tetapi juga mengintegrasikan literasi digital secara mendalam dalam aktivitas sehari-hari mereka. Hal ini terutama terlihat dalam dukungan terhadap kegiatan usaha, termasuk promosi dan penjualan dengan media teknologi digital, yang mendapat manfaat bagi bisnis. Semakin sering pelaku usaha berpromosi dengan media social, bertambah besar keuntungan yang dapat mereka peroleh. Hasil kajian ini seiring dengan temuan Amelia, yang juga menunjukkan bahwa digital literacy berpengaruh yang sangat serius dalam keberhasilan UMKM.

¹⁸ Rath.

¹⁹ Ouachani, "Measuring Financial Literacy: A Literature Review."

²⁰ Hardianti, *Creative Industry Development Strategy for Innovation in East Java Province. RSF Conference Series: Business, Management and Social Sciences*.

²¹ Kasmir, *Customer Service Exellent Teori Dan Praktik*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada., 2007).

KESIMPULAN

Menurut hasil dari kajian dan pembahasan, bisa disimpulkan bahwa financial literacy dan digital literacy memiliki pengaruh baik dan berpengaruh pada pertumbuhan UMKM, maka dari itu hipotesis keduanya diterima. Temuan ini memberikan hasil bahwa kinerja UMKM semakin meningkat berkat pengaruh dari literasi keuangan dan literasi digital. Oleh karena itu, peningkatan kedua aspek tersebut sangat penting untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM.

Namun, terdapat kelemahan dalam hasil penelitian ini. Pertama, penelitian ini hanya dilakukan di daerah Tulungagung. Untuk penelitian berikutnya, dianjurkan untuk memperluas ruang lingkup, misalnya dengan melakukan penelitian di dua daerah atau lebih, atau mungkin jika, di seluruh Provinsi Jawa Timur.

Selanjutnya, penelitian ini hanya fokus pada usaha bidang UMKM. Saran yang dapat dijadikan masukan agar penelitian mendatang melibatkan lebih banyak objek, seperti pelajar, ibu rumah tangga, atau karyawan. Terakhir, jumlah sampling yang digunakan dalam penelitian ini tergolong minimal. Dalam penelitian berikutnya, disarankan dengan memakai nilai sample yang lebih besar, antara 300 hingga 500 sampel.

Daftar Pustaka

- Gherghina, Ștefan C., Botezatu, M. A., Hosszu, A., & Simionescu, L. N. *Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs): The Engine of Economic Growth through Investments and Innovation*. Sustainability, 2020.
- Hardianti, A. R., Daroini, A., Subagyo, S., & Ernestivita, G. *Creative Industry Development Strategy for Innovation in East Java Province*. RSF Conference Series: Business, Management and Social Sciences. Vol. 3, 2023.
- Kasmir. *Customer Service Excellent Teori Dan Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada., 2007.
- Kimmel, P. D., Weygandt, J. J., & Kieso, D. E. "Tools for Business Decision Making." *Financial Accounting Tools for Business Decision Making*, 2020.
- Kimmel, P. D., Weygandt, J. J., & Kieso, D. E. *Financial Accounting: Tools for Business Decision Making*. John Wiley & Sons., 2020.

- Liu, G., Li, P., Liu, Y., & Pu, X. "Hypothesis Testing for Quantitative Trait Locus Effects in Both Location and Scale in Genetic Backcross Studies. *Scandinavian Journal of Statistics*, 2020, 1064–89.
- Lubis, K. S., & Irawati, L. "The Effect of Financial Literacy and Capital Management on MSME Performance." *Asean International Journal of Business*, 1, no. 1 (2022): 77–85.
- Ouachani, S., Belhassine, O., & Kammoun, A. "Measuring Financial Literacy: A Literature Review." .. *Managerial Finance* 2, no. 47 (2021): 266–81.
- Purnomo, B. R., Adiguna, R., Widodo, W., Suyatna, H., & Nusantoro, B. P. "Entrepreneurial Resilience during the Covid-19 Pandemic: Navigating Survival, Continuity and Growth." *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 2021, 497–524.
- Rath, K. C., Khang, A., & Roy, D. "The Role of Internet of Things (IoT) Technology in Industry 4.0 Economy." *In Advanced IoT Technologies and Applications in the Industry 4.0 Digital Economy*, 2024, 1–28.
- Saad, M. H., Hagelaar, G., Van Der Velde, G., & Omta, S. W. F. "Conceptualization of SMEs' Business Resilience: A Systematic Literature Review. ." *Cogent Business & Management*, 8, no. 1938347 (2021).
- SÜRÜCÜ, Lütfi, and Ahmet MASLAKÇI. "Validity and Reliability in Quantitative Research." *Business & Management Studies: An International Journal* 8, no. 3 (2020): 2694–2726. <https://doi.org/10.15295/bmij.v8i3.1540>.
- Tatik Suryani. *Manajemen Strategik Bank Di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah*. *Manajemen Strategik Bank Di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.
- Widjanarko, W., Hidayat, W. W., Prasetyo, E. T., & Eprianto, I. "The Effect of Financial Literacy on the Financial Management of MSMEs in Jatinangor District, Sumedang Regency. ." *Enrichment: Journal of Management* 12, no. 5 (2022): 3359–64.
- Yuniarti, Vina Sri. *Perilaku Konsumen: Teori DanPraktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.