

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *DIGITAL PAYMENT* DAN  
*DIGITAL MARKETING* TERHADAP EFEKTIVITAS KINERJA  
KEUANGAN UMKM DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**



**SKRIPSI**

Disusun oleh :

Nama : Luthfi Ainur Radiksa

NIM : 22312270

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2026**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *DIGITAL PAYMENT* DAN  
*DIGITAL MARKETING* TERHADAP EFEKTIVITAS KINERJA  
KEUANGAN UMKM DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Disusun dan diajukan guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana  
pada Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam  
Indonesia

Oleh :

Nama : Luthfi Ainur Radiksa

NIM : 22312270

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2026**

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 17 April 2026

Penulis,



(Luthfi Ainur Radiksa)

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *DIGITAL PAYMENT* DAN  
*DIGITAL MARKETING* TERHADAP EFEKTIVITAS KINERJA  
KEUANGAN UMKM DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

Nama : Luthfi Ainur Radiksa

NIM : 22312270

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal, 15 Maret 2026

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Kinanthi' with a stylized flourish at the end.

( Kinanthi Putri Ardiami, S.E., M.Ak., Ak., CA )

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, DIGITAL PAYMENT DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP  
EFEKTIVITAS KINERJA KEUANGAN UMKM DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Disusun oleh : LUTHFI AINUR RADIKSA

Nomor Mahasiswa : 22312270

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus  
pada hari, tanggal: Rabu, 06 Mei 2026

Penguji/Pembimbing Skripsi : Kinanthi Putri Ardiami, SE., Ak., M.Ak.

Penguji : Aditya Pandu Wicaksono, SE., Ak., M.Ak.

Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFrA, CertIPSAS.

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “ PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *DIGITAL PAYMENT* DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP EFEKTIVITAS KINERJA KEUANGAN UMKM DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dapat terlaksana berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan segala kemudahan, kesehatan, rahmat dan karunia-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Orang tua serta segenap keluarga yang telah memberikan doa, dukungan dan motivasi tiada henti.
3. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Phd. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS., ASPM. selaku Ketua Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.
6. Ibu Kinanthi Putri Ardiami, S.E., M.Ak., Ak., CA selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan segala waktu, tenaga, pikiran

dan ilmunya untuk memberikan bimbingan, pengarahan, kritik, dan saran yang bermanfaat dalam kelancaran penyusunan skripsi ini hingga selesai.

7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Staff Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.
8. Kepada seseorang yang penting kehadirannya, Tiyo Riski Setiawan. Terimakasih telah menjadi bagian penting dalam hidup penulis. Terimakasih telah menemani dalam segala proses, menjadi rumah untuk berkeluh kesah, memberikan perhatian dan kasih sayang serta memberi dukungan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Partisipan penelitian yang telah meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner penelitian sehingga penelitian dapat berjalan lancar.
10. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Yogyakarta, 20 April 2026

Penulis,

(Luthfi Ainur Radiksa)

## DAFTAR ISI

|                                                                                    |      |
|------------------------------------------------------------------------------------|------|
| PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....                                                 | iii  |
| LEMBAR PENGESAHAN.....                                                             | iv   |
| BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR.....                                                | v    |
| KATA PENGANTAR.....                                                                | vi   |
| DAFTAR ISI .....                                                                   | viii |
| DAFTAR TABEL .....                                                                 | xii  |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                                | xii  |
| <i>Abstrak</i> .....                                                               | xiv  |
| <i>Abstract</i> .....                                                              | xiv  |
| BAB 1.....                                                                         | 1    |
| PENDAHULUAN.....                                                                   | 1    |
| 1.1. Latar Belakang .....                                                          | 1    |
| 1.2. Rumusan Masalah .....                                                         | 9    |
| 1.3. Tujuan Penelitian.....                                                        | 9    |
| 1.4. Manfaat Penelitian.....                                                       | 10   |
| 1.5. Sistematika Penulisan.....                                                    | 10   |
| BAB II.....                                                                        | 14   |
| KAJIAN PUSTAKA .....                                                               | 14   |
| 2.1. Landasan Teori.....                                                           | 14   |
| 2.1.1. Knowledge Based View (KBV).....                                             | 14   |
| 2.2.1 Technology Acceptance Model (TAM) .....                                      | 16   |
| 2.2.2 Literasi Keuangan .....                                                      | 19   |
| 2.2.3 Digital Payment.....                                                         | 21   |
| 2.2.4 Digital Marketing .....                                                      | 22   |
| 2.2.5 Efektivitas Kinerja Keuangan .....                                           | 23   |
| 2.2. Telaah Penelitian Terdahulu.....                                              | 24   |
| 2.3. Hipotesis Penelitian.....                                                     | 33   |
| 2.3.1. Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Efektivitas Kinerja<br>Keuangan UMKM |      |
| .....                                                                              | 33   |

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.3.2. Digital Payment berpengaruh terhadap Efektivitas Kinerja Keuangan UMKM .....  | 35 |
| 2.3.3. Digital Marketing berpengaruh terhadap Efektivitas Kinerja Keuangan UMKM..... | 36 |
| 2.4. Kerangka Penelitian .....                                                       | 38 |
| BAB III.....                                                                         | 41 |
| METODE PENELITIAN .....                                                              | 41 |
| 3.1. Desain Penelitian .....                                                         | 41 |
| 3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....                                             | 42 |
| 3.2.1 Populasi.....                                                                  | 42 |
| 3.2.2 Sampel Penelitian.....                                                         | 42 |
| 3.3. Definisi Operasional Variabel .....                                             | 45 |
| 3.3.1 Variabel Independen .....                                                      | 45 |
| 3.3.2 Variabel Dependen.....                                                         | 47 |
| 3.4. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....                                          | 47 |
| 3.6. Metode Analisis Data .....                                                      | 50 |
| 3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif .....                                            | 50 |
| 3.7 Uji Kualitas Data .....                                                          | 50 |
| 3.7.1 Uji Validitas .....                                                            | 50 |
| 3.7.2 Uji Reliabilitas .....                                                         | 51 |
| 3.8 Uji Asumsi Klasik .....                                                          | 51 |
| 3.8.1 Uji Normalitas.....                                                            | 51 |
| 3.8.2 Uji Heteroskedastisitas.....                                                   | 51 |
| 3.8.3 Uji Multikolinearitas .....                                                    | 52 |
| 3.9 Analisis Regresi Linear Berganda .....                                           | 52 |
| 3.10 Uji Koefisien Determinasi .....                                                 | 53 |
| 3.11 Uji Hipotesis .....                                                             | 53 |
| 3.11.1. Uji F (Uji Kelayakan Model).....                                             | 53 |
| 3.11.2 Uji t .....                                                                   | 53 |
| BAB IV .....                                                                         | 54 |
| ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....                                                   | 54 |
| 4.1 Hasil Pengumpulan Data .....                                                     | 54 |

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.2 Kriteria Responden .....                                                         | 56 |
| 4.2.1 , Responden berdasarkan jenis kelamin .....                                    | 56 |
| 4.2.2. Responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir .....                       | 57 |
| 4.2.3 Responden berdasarkan Bidang Usaha .....                                       | 58 |
| 4.2.4 Responden berdasarkan Umur Usaha .....                                         | 59 |
| 4.2.5 Responden berdasarkan omzet umkm per bulan .....                               | 60 |
| 4.2.6 Responden berdasarkan posisi dalam usaha .....                                 | 61 |
| 4.2.7 Responden berdasarkan wilayah UMKM .....                                       | 62 |
| 4.3 Analisis Statistik Deskriptif .....                                              | 62 |
| 4.4 Uji Kualitas Data .....                                                          | 68 |
| 4.4.1 Uji Validitas .....                                                            | 68 |
| 4.4.2 Uji Reliabilitas .....                                                         | 70 |
| 4.5 Uji Asumsi Klasik .....                                                          | 71 |
| 4.5.1 Uji Normalitas .....                                                           | 71 |
| 4.5.2 Uji Multikolinearitas .....                                                    | 73 |
| 4.5.3 Uji Heteroskedastisitas .....                                                  | 74 |
| 4.6 Analisis Regresi Linear Berganda .....                                           | 77 |
| 4.7 Uji Hipotesis .....                                                              | 80 |
| 4.7.1 Uji F (Uji Kelayakan Model) .....                                              | 80 |
| 4.7.2 Uji t .....                                                                    | 81 |
| 4.7.3 Uji Koefisien Determinasi .....                                                | 82 |
| 4.8 Pembahasan .....                                                                 | 84 |
| 4.8.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Efektivitas Kinerja Keuangan<br>UMKM ..... | 84 |
| 4.8.2 Pengaruh Digital Payment terhadap Efektivitas Kinerja Keuangan<br>UMKM .....   | 86 |
| 4.8.3 Pengaruh Digital Marketing terhadap Efektivitas Kinerja Keuangan<br>UMKM ..... | 88 |
| BAB V .....                                                                          | 89 |
| PENUTUP .....                                                                        | 89 |
| 5.1. Kesimpulan .....                                                                | 89 |
| 5.2. Implikasi Penelitian .....                                                      | 90 |
| 5.3 Keterbatasan .....                                                               | 91 |

|                      |    |
|----------------------|----|
| 5.4 Saran .....      | 91 |
| DAFTAR PUSTAKA ..... | 93 |
| LAMPIRAN .....       | 98 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....                                     | 26 |
| Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                      | 56 |
| Tabel 4. 2 Responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir.....         | 57 |
| Tabel 4. 3 Responden berdasarkan Bidang Usaha .....                       | 58 |
| Tabel 4. 4 Responden berdasarkan Umur Usaha.....                          | 59 |
| Tabel 4. 5 Responden berdasarkan omzet umkm per bulan.....                | 60 |
| Tabel 4. 6 Responden berdasarkan posisi dalam usaha .....                 | 61 |
| Tabel 4. 7 Responden berdasarkan wilayah UMKM .....                       | 62 |
| Tabel 4. 8 Interval Rentang Skala .....                                   | 63 |
| Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel X1 .....                         | 64 |
| Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel X2.....                         | 65 |
| Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel X3.....                         | 66 |
| Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Variabel Y.....                          | 67 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas.....                                      | 68 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Reabilitas .....                                    | 70 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas Data .....                               | 72 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas .....                             | 73 |
| Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Metode Glejser..... | 75 |

|                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4. 18 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Metode Park ..... | 76 |
| Tabel 4. 19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....                     | 77 |
| Tabel 4. 20 Hasil Uji F (Uji Kelayakan Model).....                      | 80 |
| Tabel 4. 21 Hasil Uji Parsial (t).....                                  | 81 |
| Tabel 4. 22 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....                       | 83 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran ..... | 40 |
|--------------------------------------|----|

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan, *digital payment*, dan *digital marketing* terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner skala likert 1-4 kepada 100 pelaku UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS melalui tahapan uji analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji kelayakan model (uji F), uji parsial (uji t), serta uji koefisien determinasi.

Hasil uji F menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak untuk digunakan dalam menjelaskan hubungan antar variabel penelitian dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan pengaruh variabel literasi keuangan, *digital payment*, dan *digital marketing* terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM.

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diketahui bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM dengan nilai t hitung sebesar 11,806 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . *Digital payment* juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dengan nilai t hitung sebesar 7,123 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sementara itu, *digital marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan nilai t hitung sebesar 22,544 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

**Kata kunci :** Literasi keuangan, *digital payment*, *digital marketing*, efektivitas kinerja keuangan UMKM

### ***Abstract***

*This study aims to examine the effect of financial literacy, digital payment, and digital marketing on the financial performance effectiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the Special Region of Yogyakarta. This research applies a quantitative research approach. The data were collected through questionnaires distributed to 100 MSME owners in the Special Region of Yogyakarta who were selected using purposive sampling techniques. The questionnaire was measured using a Likert scale ranging from 1 to 4. Data analysis was conducted using multiple linear regression with the assistance of SPSS software through several stages, descriptive statistical analysis test, classical assumption testing, model feasibility testing (F-test), partial testing (t-test), and coefficient of determination testing.*

*The results of the F-test indicate that the regression model used in this study is feasible for explaining the relationships among the research variables, with a significance value of 0.000 which is lower than 0.05. This finding indicates that the research model has good explanatory capability in describing the effect of financial literacy, digital payment, and digital marketing on the financial performance effectiveness of MSMEs.*

*Based on the partial test (t-test) results, financial literacy has a positive and significant effect on MSMEs' financial performance effectiveness with a t-value of 11.806 and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Digital payment also shows a positive and significant effect with a t-value of 7.123 and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Meanwhile, digital marketing has a positive and significant effect with a t-value of 22.544 and a significance value of  $0.000 < 0.05$ .*

**Keywords:** *Financial literacy, digital payment, digital marketing, MSMEs financial performance effectiveness.*

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran sangat penting dalam mendukung perekonomian Indonesia. UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penggerak kegiatan ekonomi masyarakat, tetapi juga menjadi penyedia lapangan pekerjaan terbesar serta membantu pemerataan pendapatan masyarakat Pratiwi (2024). Di Indonesia, UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional, berkontribusi sekitar 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia serta mampu menyerap sekitar 96,9% tenaga kerja nasional Nursasi et al., (2024). Selain berfungsi sebagai penyedia lapangan kerja, sektor ini turut berperan dalam memperluas distribusi ekonomi secara lebih merata serta membantu menurunkan tingkat kemiskinan, terutama pada wilayah yang belum tersentuh secara optimal oleh keberadaan industri besar, sehingga peningkatan kualitas dan kinerja UMKM menjadi hal sangat penting untuk diperhatikan (Arifa et al., 2025).

UMKM memiliki peran yang sangat strategis di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Daerah ini dikenal sebagai salah satu wilayah dengan perkembangan UMKM yang cukup pesat. Kondisi tersebut menjadikan UMKM sebagai sektor utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah sekaligus berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Ayem & Wahidah, (2020) . Meskipun memiliki jumlah yang besar serta potensi yang tinggi, UMKM masih dihadapkan pada berbagai permasalahan utama yang dapat menghambat

peningkatan efektivitas kinerja keuangan usahanya Anggreini et al., (2024). Kinerja Keuangan menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu usaha karena berkaitan dengan kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan, mengelola biaya, serta menjaga stabilitas pendapatan usaha. Namun pada nyataannya masih banyak UMKM yang belum mampu mengelola keuangan secara optimal sehingga perkembangan usaha berjalan relatif lambat (Syafilillah et al., 2025)

Permasalahan UMKM umumnya berkaitan dengan rendahnya kemampuan pengelolaan keuangan pelaku UMKM yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan keuangan Qalby (2023) . Literasi keuangan itu sederhananya adalah kemampuan seseorang untuk memahami hal-hal tentang keuangan dan bisa mengambil keputusan keuangan yang tepat Mitchell (2017). Pelaku UMKM memiliki literasi keuangan yang baik umumnya mampu membuat perencanaan usaha, melakukan pencatatan transaksi, serta mengelola arus kas usaha secara lebih terstruktur sehingga dapat meningkatkan kualitas kinerja usaha mereka (Rostikawati et al., 2019).

Selain faktor literasi keuangan, perkembangan teknologi digital juga memberikan pengaruh terhadap perkembangan UMKM. Saat ini, UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap mampu bersaing di era digital. Transformasi digital memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, serta meningkatkan daya saing usaha Prayoga et al., (2025). Transformasi digital dalam sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) semakin nyata dalam beberapa tahun

terakhir, khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta yang persebaran UMKM sudah semakin luas dan dengan dominasi sektor perdagangan, kuliner dan industri kreatif. Namun, tidak seluruh pelaku UMKM mampu mengoptimalkan peluang digitalisasi tersebut untuk meningkatkan efektivitas kinerja keuangan Susanti et al., (2023). Permasalahan yang masih sering ditemui yakni pada UMKM beberapa pelaku usaha masih mencampurkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha, belum melakukan pencatatan transaksi secara rutin dan konsisten, serta belum melakukan evaluasi terhadap laba secara sistematis Qalby (2023). Literasi keuangan menjadi faktor mendasar dalam menentukan kualitas pengelolaan usaha UMKM (Mitchell, 2017).

Salah satu bentuk perkembangan teknologi yang banyak dimanfaatkan UMKM adalah penggunaan *digital payment*. *Digital payment*, merupakan sistem pembayaran berbasis teknologi yang memudahkan transaksi menjadi lebih cepat, praktis dan aman Rahmadani & Novalita (2023). Salah satu sistem pembayaran digital yang berkembang pesat di Indonesia adalah *Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)* yang diluncurkan oleh Bank Indonesia sebagai standar pembayaran digital nasional Bank Indonesia (2019). Berdasarkan data Bank Indonesia, jumlah merchant QRIS terus mengalami peningkatan setiap tahun telah mencapai sekitar 39 juta merchant dengan sekitar 93% berasal dari sektor UMKM. Selain itu, jumlah penggunaan QRIS juga telah mencapai lebih dari 50 juta pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM mulai beradaptasi dengan sistem pembayaran digital sebagai bagian dari transformasi usaha mereka (Bank Indonesia, 2019).

Penggunaan *digital payment* tidak hanya mempermudah transaksi namun dapat membantu UMKM dalam meningkatkan transparansi transaksi keuangan serta mempermudah pencatatan keuangan usaha. Hal ini karena setiap transaksi yang dilakukan secara digital akan tercatat secara otomatis sehingga dapat membantu pelaku usaha dalam melakukan evaluasi kinerja keuangan mereka Utami (2025). Penelitian yang dilakukan Susanti et al., (2023) menemukan bahwa pelaku UMKM dengan tingkat literasi keuangan yang lebih baik mampu meningkatkan stabilitas laba serta efisiensi penggunaan modal. Hasil tersebut diperkuat oleh Abidin et al., (2025) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM untuk membantu pelaku usaha dalam mengendalikan biaya dan mengoptimalkan pendapatan.

Selain faktor internal berupa literasi keuangan, perkembangan sistem pembayaran digital turut serta mempengaruhi dinamika pengelolaan usaha. Adopsi pembayaran digital menggunakan *QRIS (Quick Response Code Indonesia Standard)* sebagai standar nasional pembayaran digital memberikan kemudahan transaksi serta meningkatkan transparansi laporan keuangan usaha. Bank Indonesia, (2019) menyebutkan bahwa QRIS dirancang untuk mempercepat inklusi keuangan dan mendorong UMKM semakin melek akan perkembangan digital secara menyeluruh.

Di Daerah Istimewa Yogyakarta ini, penggunaan QRIS sudah semakin meluas seiring dengan meningkatnya preferensi masyarakat terhadap transaksi non-tunai. Penggunaan QRIS memungkinkan pelaku UMKM memperoleh pencatatan transaksi yang lebih sistematis, sehingga mempermudah evaluasi pendapatan harian. membuktikan bahwa digital payment meningkatkan efisiensi operasional dan mempercepat perputaran kas usaha Pratiwi (2024). Adopsi QRIS berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja keuangan UMKM Utami (2025). Namun, penggunaan sistem pembayaran digital saja belum cukup apabila tidak diimbangi dengan strategi pemasaran yang adaptif. Perubahan perilaku konsumen menuju platform digital mendorong UMKM untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Digital marketing memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen di luar wilayah dengan biaya yang relatif rendah.

Selain *digital payment*, pemanfaatan *digital marketing* juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan perkembangan UMKM. Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan media digital seperti Instagram, WhatsApp, Tiktok dalam mempromosikan produk Khotmi et al., (2024). Penggunaan digital marketing memungkinkan UMKM menjangkau konsumen lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya promosi yang besar. Penggunaan media sosial dalam pemasaran mampu meningkatkan penjualan UMKM karena produk menjadi lebih mudah dikenal oleh konsumen. Selain itu, digital marketing juga membantu UMKM dalam membangun hubungan dengan pelanggan melalui komunikasi yang lebih interaktif Syafrilillah et al., (2025). Namun tidak semua UMKM mampu memanfaatkan digital marketing secara optimal. Hal ini

disebabkan oleh keterbatasan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital serta kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital yang efektif. Hal ini, juga dapat mempengaruhi kinerja keuangan UMKM karena meningkatkan volume penjualan, hal ini dikuatkan dengan penelitian Soelaiman & Utami (2021) yang juga memperoleh hasil bahwa integrasi media sosial dan digital payment memberikan dampak positif terhadap performa usaha. Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji pengaruh literasi keuangan, digital payment terhadap kinerja UMKM, sebagian besar penelitian tersebut dilakukan secara parsial dan belum mengintegrasikan peran digital marketing dalam satu model penelitian yang komprehensif. Selain itu, penelitian ini secara khusus menguji efektivitas kinerja keuangan UMKM dengan mengkombinasikan literasi keuangan, penggunaan QRIS dan digital marketing di Daerah Istimewa Yogyakarta masih relatif terbatas.

Fenomena mengenai efektivitas kinerja keuangan UMKM diperoleh dari hasil observasi awal yang dilakukan peneliti melalui wawancara kepada 15 pelaku UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kegiatan observasi awal ini penting dilakukan untuk memastikan bahwa penelitian yang dilakukan benar-benar didasarkan pada permasalahan nyata yang terjadi di lapangan. Berdasarkan hasil wawancara tersebut diketahui bahwa sebagian besar pelaku UMKM menyampaikan bahwa usaha mereka telah menghasilkan keuntungan, namun pertumbuhan keuntungan tersebut belum menunjukkan perkembangan yang optimal maupun stabil dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Selain itu, beberapa responden juga menyatakan bahwa pendapatan usaha mereka masih mengalami naik turun sehingga belum memperlihatkan tren pertumbuhan yang konsisten.

Kondisi ketidakstabilan pendapatan tersebut umumnya terjadi karena keterbatasan kemampuan pengelolaan usaha serta belum optimalnya pengelolaan keuangan yang dilakukan oleh pelaku UMKM.

Berdasarkan fenomena tersebut, efektivitas kinerja keuangan UMKM masih perlu ditingkatkan. Kinerja keuangan yang dapat dikatakan efektif seharusnya mampu menunjukkan adanya pertumbuhan usaha yang relatif stabil, peningkatan profit yang berkelanjutan, serta kemampuan usaha dalam memanfaatkan sumber daya secara efisien Setiyawan et al., (2025) . Efektivitas kinerja keuangan juga menjadi salah satu indikator utama dalam menilai keberhasilan suatu UMKM karena berkaitan dengan keberlangsungan usaha serta kemampuan usaha dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif Padli (2022). Oleh karena itu, fenomena tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat perbedaan antara potensi besar yang dimiliki UMKM dengan kondisi pengelolaan usaha yang masih belum optimal, khususnya dalam aspek manajemen keuangan dan pemanfaatan teknologi usaha.

Perkembangan digitalisasi UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi seperti digital payment dan digital marketing semakin meningkat, namun belum seluruh pelaku UMKM memiliki kemampuan literasi keuangan yang memadai untuk mendukung pengelolaan keuangan usaha secara optimal Anggreini et al., (2024). Keberhasilan pemanfaatan teknologi digital dalam UMKM tidak hanya ditentukan oleh penggunaan teknologi itu sendiri, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami dan mengelola keuangan usaha secara baik Fachrunnisa et al., (2024). Selain itu,

penelitian terkait penggunaan digital payment umumnya lebih banyak membahas aspek adopsi teknologi dan kemudahan transaksi, namun masih terbatas penelitian yang mengaitkan penggunaan digital payment dengan efektivitas kinerja keuangan UMKM secara langsung. Dengan demikian masih terdapat celah penelitian (research gap) yang menunjukkan perlunya pengujian lebih lanjut mengenai bagaimana kombinasi literasi keuangan sebagai faktor internal serta digital payment dan digital marketing sebagai faktor eksternal dapat mempengaruhi efektivitas kinerja keuangan UMKM.

Berdasarkan fenomena masalah dan masih terbatasnya penelitian yang mengkaji secara simultan pengaruh literasi keuangan, digital payment, dan digital marketing terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *DIGITAL PAYMENT* DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP EFEKTIVITAS KINERJA KEUANGAN UMKM DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA"**. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada penggabungan tiga variabel penting yaitu literasi keuangan, digital payment, dan digital marketing dalam satu model penelitian untuk menguji pengaruhnya terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM. Penelitian ini mencoba memberikan perspektif yang lebih komprehensif dengan mengintegrasikan faktor kemampuan pengelolaan keuangan dan pemanfaatan teknologi digital dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam menjelaskan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi efektivitas kinerja keuangan

UMKM serta menjadi referensi bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas pengelolaan usaha di era digital.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Apakah digital payment (QRIS) berpengaruh terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta?
3. Apakah digital marketing berpengaruh terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta?
4. Apakah literasi keuangan, digital payment (QRIS), dan digital marketing secara simultan berpengaruh terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti empiris mengenai :

1. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh digital payment (QRIS) terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh digital marketing terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta

4. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, digital payment (QRIS), dan digital marketing secara simultan terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengembangan literatur mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas kinerja keuangan UMKM dengan mengintegrasikan variabel literasi keuangan, digital payment, dan digital marketing dalam satu model empiris.

##### **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi pelaku UMKM : sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan literasi keuangan dan optimalisasi penggunaan QRIS serta digital marketing dalam pemasaran produk.
- b. Bagi peneliti : sebagai referensi penelitian keberlanjutan mengenai kinerja keuangan UMKM berbasis digital.

#### **1.5. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang mengenai arti penting penelitian ini, rumusan masalah dan tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi secara keseluruhan. Pada latar belakang penelitian ini menjelaskan

fenomena empiris yang terkait mengenai literasi keuangan, digital payment, dan digital marketing dalam meningkatkan efektivitas kinerja keuangan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada bagian ini, juga dipaparkan kesenjangan penelitian (research gap) berdasarkan keterbatasan penelitian terdahulu. Dalam memaparkan hal ini, peneliti tidak selayaknya mengatakan bahwa penelitian orang lain salah, tetapi cukup menuliskan kelemahan penelitian terdahulu dan menekankan pada aspek yang belum dikaji secara komprehensif. Kelemahan ini mungkin memang sebuah kelemahan penelitian yang sudah didasari dan ditulis peneliti di dalam kelemahan penulisannya, tetapi mungkin juga kelemahan yang baru diketahui karena adanya penemuan baru.

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab kedua ini penulis akan menguraikan mengenai tinjauan pustaka yang terdiri dari berbagai pengertian dan landasan teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, yaitu teori *Knowledge Based View (KBV)* dan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Pada bab ini juga dijelaskan konsep dan definisi operasional masing-masing variabel penelitian, yaitu literasi keuangan, digital payment dan digital marketing serta efektivitas kinerja keuangan UMKM. Bab ini juga memaparkan hasil penelitian terdahulu yang relevan sebagai dasar pengembangan hipotesis penelitian, yang kemudian disusun kerangka pemikiran serta perumusan hipotesis yang akan diuji secara empiris.

### BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis akan menjelaskan mengenai pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan, yaitu penelitian kuantitatif. Selain itu, dijelaskan mengenai populasi dan teknik penentuan sampel menggunakan purposive sampling berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Bab ini juga menjelaskan jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data melalui kuesioner, pengukuran variabel menggunakan skala likert 1-4, serta metode analisis data regresi linear berganda menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS. Tahapan analisis meliputi, analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi serta pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis menyajikan hasil penelitian yang telah dianalisis secara kuantitatif. Pembahasan diawali dengan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi data penelitian. Selanjutnya dilakukan pengujian kualitas instrumen melalui uji validitas dan reliabilitas, kemudian dilanjutkan dengan uji asumsi klasik sebagai syarat analisis regresi. Setelah model dinyatakan memenuhi asumsi, dilakukan analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap efektivitas kinerja keuangan. Hasil analisis diinterpretasikan melalui uji koefisien determinasi, uji t untuk pengaruh parsial dan uji F untuk pengaruh

simultan. Pada bagian akhir bab ini akan disajikan pembahasan hasil penelitian dengan mengaitkan temuan empiris dengan teori dan penelitian terdahulu.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil pengujian hipotesis penelitian dan implikasinya, serta keterbatasan penelitian dan diakhiri dengan saran bagi penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini memuat seluruh sumber referensi yang digunakan dalam penelitian

## LAMPIRAN

Bagian ini berisi dokumen pendukung penelitian, seperti instrumen kuesioner, hasil output dari SPSS, serta dokumen lain yang relevan selama proses penelitian.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1. Landasan Teori**

##### **2.1.1. *Knowledge Based View (KBV)***

*Knowledge Based View (KBV)* merupakan teori yang menjelaskan bahwa pengetahuan menjadi salah satu aset terpenting yang dimiliki oleh suatu organisasi atau usaha dalam meningkatkan kinerja dan mempertahankan keberlangsungan usaha mustapa & mahmood (2016) . Teori ini merupakan pengembangan dari *Resource Based View (RBV)* yang menekankan bahwa keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh aset fisik seperti modal dan peralatan, tetapi juga oleh aset tidak berwujud seperti pengetahuan, kemampuan, pengalaman, dan keterampilan yang dimiliki oleh pelaku usaha (Arief et al., 2023).

KBV memandang bahwa pengetahuan memiliki peran strategis karena dapat membantu pelaku usaha dalam mengambil keputusan yang lebih baik, mengelola usaha secara lebih efektif, serta meningkatkan daya saing usaha Siti & Irawati (2025). Organisasi pada dasarnya merupakan tempat untuk mengelola dan memanfaatkan pengetahuan yang dimiliki individu agar dapat menciptakan nilai tambah bagi usaha. Artinya, usaha yang mampu mengelola pengetahuan dengan baik akan memiliki peluang lebih besar untuk berkembang dibandingkan usaha yang tidak memanfaatkan pengetahuan secara optimal Haswan & Halimatusyadiah, (2025).

Pengetahuan dalam konteks usaha juga tidak hanya terbatas pada pendidikan formal, tetapi juga mencakup pengalaman usaha, kemampuan mengelola keuangan, kemampuan membaca peluang pasar, serta kemampuan beradaptasi dengan perubahan teknologi. Pengetahuan merupakan kombinasi antara informasi, pengalaman, serta kemampuan individu dalam menyelesaikan permasalahan usaha. Oleh karena itu, semakin baik pengetahuan yang dimiliki pelaku usaha, maka semakin baik pula kemampuan mereka dalam mengelola bisnis Kambulawa et al., (2025).

Dalam konteks UMKM, KBV dapat digunakan untuk menjelaskan bahwa keberhasilan usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami serta memanfaatkan pengetahuan yang mereka miliki. Pengetahuan tersebut salah satunya tercermin dalam literasi keuangan, yaitu kemampuan pelaku usaha dalam memahami konsep keuangan serta menerapkannya dalam pengelolaan usaha sehari-hari. Pelaku UMKM yang memiliki literasi keuangan yang baik umumnya akan lebih mampu mengelola arus kas usaha, melakukan pencatatan transaksi secara rutin, memisahkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi, serta melakukan evaluasi terhadap keuntungan usaha Santiara & Sinarwati (2023). Kemampuan tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan menjadi modal penting dalam meningkatkan kualitas pengelolaan usaha (Fachrunnisa et al., 2024).

Selain itu, literasi keuangan juga membantu pelaku UMKM dalam membuat keputusan penting seperti menentukan harga jual, mengelola biaya operasional, serta merencanakan pengembangan usaha. Jika pelaku usaha memiliki pemahaman keuangan yang baik maka risiko kesalahan pengelolaan usaha dapat diminimalkan sehingga kinerja keuangan usaha dapat menjadi lebih efektif dan terarah Rahmadani & Novalita (2023). Berdasarkan sudut pandang *Knowledge Based View*, literasi keuangan dapat dianggap sebagai bentuk pengetahuan strategis yang dapat membantu UMKM meningkatkan efektivitas kinerja keuangan. Semakin baik tingkat pengetahuan keuangan yang dimiliki pelaku UMKM maka semakin besar peluang usaha tersebut untuk memiliki pengelolaan keuangan yang lebih baik serta kinerja usaha yang lebih stabil Arief et al., (2023). Oleh karena itu, teori KBV relevan digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan hubungan antara literasi keuangan dan efektivitas kinerja keuangan UMKM.

### **2.2.1      *Technology Acceptance Model (TAM)***

*Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan salah satu model teoritis yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku individu dalam menerima dan menggunakan teknologi informasi Masrom (2007). Teori ini juga menjelaskan bagaimana seseorang dapat menerima dan menggunakan teknologi dalam aktivitas mereka Marangunić & Granić (2015). Model ini pertama kali diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1989 sebagai pengembangan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*. TAM dikembangkan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan suatu sistem teknologi

informasi dalam aktivitasnya. Penerimaan teknologi oleh individu dipengaruhi oleh dua hal utama yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. *Perceived usefulness* diartikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan mampu meningkatkan kinerja atau produktivitasnya. Sementara itu, *perceived ease of use* diartikan pada tingkat keyakinan individu bahwa teknologi tersebut dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang besar Mugo et al., (2017). Kedua persepsi ini akan mempengaruhi sikap pengguna terhadap teknologi yang pada akhirnya menentukan niat untuk menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan.

Penerimaan teknologi juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain seperti pengalaman menggunakan teknologi, kebutuhan usaha, serta pengaruh lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan dan semakin mudah teknologi digunakan maka semakin tinggi pula kemungkinan teknologi tersebut akan diadopsi Natasia et al., (2021). Dalam penelitian ini, TAM digunakan untuk menjelaskan bagaimana pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menerima dan memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan usahanya. Penggunaan teknologi seperti *digital payment* berbasis *QRIS* maupun digital marketing melalui media sosial merupakan bentuk implementasi teknologi informasi dalam aktivitas bisnis UMKM Zusrony et al., (2023). Apabila pelaku UMKM merasakan bahwa teknologi tersebut memberikan manfaat dalam meningkatkan efisiensi transaksi, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan pendapatan usaha, maka tingkat penerimaan terhadap teknologi tersebut akan semakin tinggi Natasia et al., (2021). *Technology Acceptance Model* memberikan

landasan teoritis yang relevan untuk menjelaskan hubungan antara penggunaan teknologi digital dengan peningkatan efektivitas kinerja keuangan UMKM. Model ini juga membantu menjelaskan bagaimana persepsi manfaat dan kemudahan teknologi dapat mendorong pelaku usaha untuk mengadopsi inovasi digital dalam pengelolaan usaha mereka (Monica et al., 2024).

Berdasarkan TAM, pelaku UMKM akan cenderung menggunakan *QRIS* apabila mereka merasa bahwa sistem tersebut dapat mempercepat transaksi, mempermudah pembayaran pelanggan, serta membantu pencatatan transaksi secara lebih praktis. Selain itu, kemudahan penggunaan *QRIS* juga menjadi faktor penting. Sistem pembayaran yang sederhana dan mudah digunakan akan membuat pelaku UMKM lebih tertarik untuk menggunakannya dalam aktivitas usaha sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan teknologi menjadi faktor penting dalam meningkatkan adopsi digital payment oleh UMKM (Khusaeni & Widowati, 2022).

Selain *digital payment*, TAM juga dapat digunakan untuk menjelaskan penggunaan digital marketing oleh UMKM. Pemanfaatan media sosial dalam promosi produk merupakan bentuk penerimaan teknologi digital dalam aktivitas pemasaran usaha Ramadhan et al., (2022). Pelaku UMKM akan menggunakan digital marketing apabila mereka merasa bahwa media digital mampu membantu memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan penjualan produk Sapthiarsyah & Junita (2024). Penggunaan *digital marketing* juga memberikan kemudahan bagi UMKM karena biaya promosi relatif lebih rendah dibandingkan pemasaran konvensional serta dapat dilakukan secara fleksibel. Selain itu, *digital marketing*

memungkinkan pelaku usaha untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan (Lestari et al., 2024).

Berdasarkan *Technology Acceptance Model*, penggunaan *digital payment* dan *digital marketing* dapat dipahami sebagai bentuk penerimaan teknologi oleh UMKM yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi usaha serta memperkuat daya saing bisnis Padli (2022). Semakin tinggi tingkat penerimaan teknologi oleh pelaku usaha maka semakin besar pula peluang peningkatan efektivitas kinerja keuangan UMKM Pratamansyah (2025). Oleh karena itu, TAM menjadi teori yang relevan untuk menjelaskan hubungan antara digitalisasi usaha dan kinerja keuangan dalam penelitian ini.

### **2.2.2 Literasi Keuangan**

Literasi keuangan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara efektif. Secara umum, literasi keuangan dapat diartikan sebagai tingkat pemahaman seseorang terhadap konsep-konsep keuangan serta kemampuannya dalam menggunakan pengetahuan tersebut untuk mengambil keputusan keuangan yang tepat Mitchell (2017). Literasi keuangan merupakan kombinasi antara pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap serta perilaku individu dalam mengambil keputusan keuangan yang efektif (Lestari et al., 2024).

Dalam konteks usaha, literasi keuangan memiliki peran yang sangat penting bagi pelaku UMKM karena berkaitan dengan kemampuan dalam mengelola sumber

daya keuangan usaha. Pelaku usaha yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung mampu memahami berbagai aspek pengelolaan keuangan seperti pencatatan transaksi, pengelolaan arus kas, perencanaan keuangan usaha, serta pengambilan keputusan investasi Santiara & Sinarwati (2023). Kemampuan tersebut sangat diperlukan agar usaha dapat berjalan secara berkelanjutan dan mampu menghadapi berbagai tantangan ekonomi. Literasi keuangan tidak hanya mencakup pengetahuan mengenai konsep keuangan, tetapi juga mencakup kemampuan dalam menerapkan pengetahuan tersebut dalam kehidupan sehari-hari Kasendah & Wijayangka (2019). Individu yang memiliki literasi keuangan yang baik akan mampu mengelola keuangan secara lebih bijaksana, memahami risiko keuangan, serta mampu merencanakan masa depan keuangan secara lebih baik (Fachrunnisa et al., 2024).

Literasi keuangan juga berperan dalam meningkatkan kualitas pengelolaan usaha. Pelaku usaha yang memiliki pemahaman yang baik mengenai pengelolaan keuangan akan lebih mampu memisahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha, melakukan pencatatan transaksi secara teratur, serta melakukan evaluasi terhadap kinerja keuangan usaha secara berkala Ramadhan et al., (2022). Dengan demikian, literasi keuangan dapat membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan sehingga berdampak pada peningkatan kinerja keuangan usaha. Berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja usaha. Pelaku UMKM yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi umumnya lebih mampu mengelola pendapatan dan

biaya usaha secara efisien sehingga dapat meningkatkan profitabilitas serta keberlanjutan usaha dalam jangka panjang (Abidin et al., 2025).

### **2.2.3      *Digital Payment***

*Digital payment* merupakan sistem pembayaran yang dilakukan secara elektronik dengan memanfaatkan teknologi digital untuk memfasilitasi transaksi Keuangan Zusrony et al., (2023). Sistem pembayaran digital memungkinkan transaksi dilakukan secara cepat, praktis, serta lebih efisien dibandingkan dengan metode pembayaran tunai konvensional. Di Indonesia, sistem pembayaran digital terus mengalami perkembangan seiring dengan meningkatnya digitalisasi ekonomi. Salah satu inovasi penting dalam sistem pembayaran digital adalah *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* yang dikembangkan oleh Bank Indonesia sebagai standar nasional pembayaran berbasis kode QR. *QRIS* diluncurkan pada tahun 2019 dengan tujuan untuk menyederhanakan sistem pembayaran digital serta meningkatkan efisiensi transaksi bagi masyarakat dan pelaku usaha (Bank Indonesia, 2019).

Menurut Bank Indonesia (2019) , *QRIS* merupakan standar kode QR nasional yang dapat digunakan oleh berbagai penyelenggara jasa sistem pembayaran sehingga memungkinkan transaksi dilakukan secara lebih terintegrasi. Dengan menggunakan satu kode QR, pelaku usaha dapat menerima pembayaran dari berbagai aplikasi pembayaran digital seperti *mobile banking*, dompet digital, maupun aplikasi pembayaran lainnya.

Bagi pelaku UMKM, penggunaan digital payment memberikan berbagai keuntungan dalam menjalankan aktivitas usaha. Sistem pembayaran digital dapat mempercepat proses transaksi, meningkatkan keamanan pembayaran, serta mempermudah pencatatan transaksi keuangan. Selain itu, penggunaan digital payment juga dapat meningkatkan kenyamanan konsumen dalam bertransaksi sehingga berpotensi meningkatkan jumlah pelanggan dan volume penjualan Sholihah & Nurhapsari (2023). Selain manfaat tersebut, penggunaan *digital payment* juga dapat membantu pelaku usaha dalam mengelola arus kas secara lebih transparan dan sistematis. Transaksi yang dilakukan secara digital biasanya tercatat secara otomatis dalam sistem sehingga memudahkan pelaku usaha dalam melakukan pencatatan keuangan serta evaluasi kinerja usaha. Oleh karena itu, pemanfaatan digital payment diperkirakan dapat memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan efektivitas kinerja keuangan UMKM (Maulana & Subroto, 2025).

#### **2.2.4      *Digital Marketing***

*Digital marketing* merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital dan internet untuk mempromosikan produk atau jasa kepada konsumen Sapthiarsyah & Junita (2024). *Digital marketing* memberikan peluang yang sangat besar untuk meningkatkan daya saing usaha. Melalui penggunaan media sosial pelaku UMKM dapat mempromosikan produk mereka kepada konsumen secara lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya promosi yang besar Ramadhan et al., (2022). Selain itu, digital marketing juga memungkinkan pelaku

usaha untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Penggunaan *digital marketing* juga memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam melakukan segmentasi pasar serta menargetkan konsumen secara lebih spesifik. Dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia dalam platform digital, pelaku usaha dapat menyesuaikan strategi pemasaran sesuai dengan karakteristik konsumen yang menjadi target pasar mereka (Padli, 2022).

Berbagai penelitian Ramadhan et al., (2022); Abbas et al., (2024); Pratamansyah (2025); Sapthiarsyah & Junita (2024) menunjukkan bahwa pemanfaatan *digital marketing* dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan volume penjualan. Peningkatan penjualan tersebut pada akhirnya akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan usaha serta efektivitas kinerja keuangan UMKM.

#### **2.2.5 Efektivitas Kinerja Keuangan**

Kinerja keuangan merupakan gambaran kondisi keuangan perusahaan yang dapat dianalisis melalui berbagai indikator seperti tingkat keuntungan, efisiensi operasional, serta kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangannya Ayem & Wahidah (2020). Kinerja keuangan yang baik menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien. Efektivitas kinerja keuangan dapat dilihat dari kemampuan usaha dalam meningkatkan pendapatan, mengelola biaya operasional secara efisien, serta menjaga stabilitas arus kas usaha (Anggreini et al., 2024).

Pelaku usaha yang mampu mengelola keuangan usaha secara baik akan lebih mudah mengembangkan usahanya serta meningkatkan daya saing di pasar Aflagaly et al., (2025). Efektivitas kinerja keuangan juga berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam melakukan evaluasi terhadap kinerja usaha secara berka. Melalui evaluasi tersebut, pelaku usaha dapat mengetahui kondisi keuangan usaha serta mengambil langkah-langkah strategis untuk meningkatkan kinerja usaha di masa yang akan datang Farahiyah & Haryadi (2024). Peningkatan efektivitas kinerja keuangan menjadi salah satu tujuan utama dalam pengelolaan usaha, terutama bagi pelaku UMKM yang ingin mengembangkan usahanya secara berkelanjutan di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat (Lusardi & Mitchell, 2014).

## 2.2. Telaah Penelitian Terdahulu

***Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu***

| No | Referensi                                                                                                                                      | Variabel                                                                      | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                            | Gap Penelitian                                                                               |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Analisis Pengaruh Literasi Keuangan dan <i>Digital Payment</i> Terhadap Kinerja Keuangan Pada Kalangan UMKM di Sidoarjo (Abidin et al., 2025). | X1 : Literasi Keuangan<br>X2 : <i>Digital Payment</i><br>Y : Kinerja Keuangan | Penelitian kuantitaif pada kalangan UMKM di Sidoarjo. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap kinerja keuangan | Tidak fokus pada QRIS sebagai sistem pembayaran digital dan tidak mengkaji digital marketing |

|    |                                                                                                          |                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                              |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                                                          |                                                                               | UMKM. Dari data yang sudah dianalisis menunjukkan bahwa literasi keuangan dan <i>digital payment</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Sidoarjo.                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                              |
| 2. | Pengaruh <i>e-wallet</i> dan <i>digital marketing</i> terhadap kinerja keuangan (Aflagaly et al., 2025). | X1 : <i>E-Wallet</i><br>X2 : <i>Digital Marketing</i><br>Y : Kinerja Keuangan | Penelitian kuantitatif pada UMKM di Kota Malang. Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dengan pengukuran skala likert. Sampel penelitian ini terdiri dari 60 responden dipilih menggunakan metode purposive sampling. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>e-wallet</i> , dan <i>digital marketing</i> | Tidak mengkaji literasi keuangan dan tidak fokus pada QRIS sebagai sistem pembayaran digital |

|    |                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
|    |                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                     | berpengaruh signifikan terhadap kinerja Keuangan UMKM di Kota Malang.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                |
| 3. | Pengaruh Literasi Keuangan, <i>Financial Technology</i> dan <i>Digital Marketing</i> Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Kasus pada UMKM Kecamatan Jatiyoso) (Widiastuti & Indriastuti, 2025). | X1 : Literasi Keuangan<br>X2 : <i>Financial Technology</i><br>X3 : <i>Digital Marketing</i><br>Y : Kinerja Keuangan | Penelitian kuantitatif pada UMKM Kecamatan Jatiyoso. Menggunakan data primer melalui kuesioner diadministrasikan kepada 75 pelaku UMKM yang dipilih menggunakan teknik simple random sampling. Data dianalisis menggunakan model regresi linear berganda. Dan menunjukkan hasil literasi Keuangan, <i>financial technology</i> , dan <i>digital marketing</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kecamatan Jatiyoso. | Tidak mengkaji digital payment |

|    |                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                  |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| 4. | Pengaruh <i>Financial Literacy</i> , <i>Financial Technology</i> dan <i>Digital Marketing</i> Terhadap Kinerja usaha UMKM pada Era Teknologi (Studi Kasus pada Pelaku UMKM di Kabupaten Gresik) (Farahiyah & Haryadi, 2024). | X1 : <i>Financial Literacy</i><br>X2 : <i>Financial Technology</i><br>Y : Kinerja usaha UMKM      | Penelitian kuantitatif pada UMKM di Kabupaten Gresik. Dengan teknik analisis data regresi linier berganda. Dan didapatkan hasil <i>financial literacy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha, sementara itu, <i>financial technology</i> dan <i>digital marketing</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha. | Tidak mengkaji digital marketing |
| 5. | Pengaruh Literasi Keuangan, <i>Digital Payment</i> dan Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan Terhadap Kinerja UMKM (Fachrunnisa Z.H. et al., 2024)                                                                             | X1 : Literasi Keuangan<br>X2 : <i>Digital Payment</i><br>X3 : Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan | Penelitian kuantitatif pada UMKM di Kabupaten Bantul. Sampel dihitung dengan menggunakan rumus Slovin sehingga sata penelitian minimum sebesar 100, penelitian menggunakan teknik purposive sampling. Data                                                                                                                                               | Tidak mengkaji digital marketing |

|    |                                                                                                                  |                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                  |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
|    |                                                                                                                  | Y : Kinerja<br>UMKM                                             | primer diolah menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Dan didapatkan hasil bahwa literasi keuangan dan penggunaan <i>digital payment</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Bantul. Sementara itu, kemampuan menyusun laporan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Bantul. |                                  |
| 6. | Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan <i>Digital Payment</i> terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar | X1 : Literasi Keuangan<br>X2 : Kemudahan <i>Digital Payment</i> | Penelitian deskriptif kuantitatif dengan populasi usaha percetakan, perdagangan, dan kuliner pada UMKM di kota Makassar. Data diolah menggunakan teknik analisis                                                                                                                                                                                                        | Tidak mengkaji digital marketing |

|    |                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                    |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
|    | (Rahmadani & Novalita, 2023)                                                                                                                                               | Y : Kinerja UMKM                                                                                                                                     | statistic deskriptif dan analisis statistic inferensial.<br><br>Dan didapatkan hasil bahwa secara parsial dan simultan variabel literasi keuangan dan kemudahan <i>digital payment</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di kota Makassar.                                                           |                                                                    |
| 7. | Pengaruh Media Sosial, Literasi Keuangan, <i>E-commerce</i> , <i>Digital Payment</i> , dan Orientasi Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM di Kota Mataram (Khotmi et al., 2024) | X1 : Media Sosial<br>X2 : Literasi Keuangan<br>X3 : <i>E-Commerce</i><br>X4 : <i>Digital Payment</i><br>X5 : Orientasi Wirausaha<br>Y : Kinerja UMKM | Penelitian kuantitatif pada UMKM di kota Mataram. Sampel penelitian diambil dengan proportionate stratified random sampling, menggunakan rumus slovin dengan 108 responden. Data diuji dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembayaran digital dan penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif | Model terlalu luas, tidak fokus pada efektivitas kinerja keuangan. |

|    |                                                                                                                                                                                |                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                              |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
|    |                                                                                                                                                                                |                                                                                                               | dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Sementara itu, literasi keuangan, pemanfaatan <i>e-commerce</i> , dan orientasi wirausaha tidak berdampak signifikan terhadap kinerja UMKM.                                                                                                                                                                                                                                |                                              |
| 8. | Pengaruh <i>Payment Gateway</i> , Literasi Keuangan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pada UMKM Di Kabupaten Jember (Syafilillah et al., 2025). | X1 : <i>Payment Gateway</i><br>X2 : Literasi Keuangan<br>X3 : Penggunaan Media Sosial<br>Y : Kinerja Keuangan | Penelitian kuantitatif pada UMKM Di Kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan teknik <i>simple random sampling</i> . Teknik analisa data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan SPSS 23 . Dan didapatkan hasil bahwa <i>Payment Gateway</i> , Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pada UMKM Kabupaten Jember. | Tidak mengkaji digital payment berbasis QRIS |

|    |                                                                                                                                   |                                                                |                                                                                                                                                                                                          |                                                                |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| 9. | Adopsi Pembayaran Digital melalui QRIS dan Dampaknya terhadap Kinerja Finansial UMKM Di Daerah Istimewa Yogyakarta (Utami, 2025). | X : Adopsi QRIS<br>Y : Kinerja Finansial UMKM                  | Penelitian kuantitatif pada UMKM DIY. Dengan teknik analisis regresi linier sederhana yang menunjukkan bahwa adopsi QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja finansial UMKM. | Tidak mengkombinasikan literasi keuangan dan digital marketing |
| 10 | Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025 (Bank Indonesia, 2019)                                                                 | X : QRIS<br>Y : Efisiensi transaksi dan inklusi keuangan UMKM. | QRIS dirancang untuk meningkatkan efisiensi transaksi dan inklusi keuangan UMKM.                                                                                                                         | Tidak mengkombinasikan literasi keuangan dan digital marketing |

Berdasarkan hasil literatur review terhadap berbagai penelitian terdahulu, terdapat sejumlah studi yang memiliki hasil yang konsisten dengan penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh Abidin et al., (2025) membuktikan bahwa literasi keuangan dan penggunaan digital payment memberikan pengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman pelaku usaha terhadap pengelolaan keuangan serta semakin optimal pemanfaatan sistem pembayaran digital, maka semakin baik pula kinerja keuangan usaha yang dijalankan.

Temuan serupa juga dikemukakan oleh Widiastuti & Indriastuti (2025) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki peranan penting dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Hal ini disebabkan karena pelaku usaha yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung mampu mengelola keuangan usaha secara lebih efektif dan terstruktur. Penelitian juga Rahmadani & Novalita (2023) mendukung hasil tersebut dengan menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan usaha, sementara penggunaan digital payment dapat membantu meningkatkan efisiensi transaksi serta memperlancar arus kas usaha.

Selanjutnya, penelitian Khotmi et al., (2024) menunjukkan bahwa pemanfaatan media social serta *digital payment* secara memberikan pengaruh positif terhadap perkembangan kinerja UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha. Penelitian Utami (2025) juga menunjukkan bahwa penggunaan *QRIS* memiliki pengaruh terhadap peningkatan kinerja finansial UMKM, yang menandakan bahwa sistem pembayaran digital dapat memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha kecil. Hal ini juga sejalan dengan kajian Bank Indonesia (2019) menyatakan bahwa implementasi *QRIS* bertujuan untuk meningkatkan efisiensi sistem pembayaran serta memperluas akses keuangan bagi pelaku UMKM.

Penelitian yang dilakukan Aflagaly et al., (2025) menunjukan bahwa pembayaran digital berupa e-wallet dan digital marketing memberikan pengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM. Hal ini didukung dengan penelitian Syafrilillah et al., (2025) yang menyatakan bahwa *payment gateway*, literasi keuangan dan penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Sementara itu

penelitian Farahiyah & Haryadi (2024) menyatakan bahwa *financial technology* dan *digital marketing* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha.

Berdasarkan berbagai hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, penggunaan *digital payment*, serta pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran produk UMKM memiliki kontribusi penting dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk melengkapi penelitian sebelumnya dengan menguji secara bersama-sama pengaruh literasi keuangan, *digital payment* berbasis *QRIS*, serta *digital marketing* terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas kinerja keuangan UMKM di era digital.

## **2.3. Hipotesis Penelitian**

### **2.3.1. Literasi Keuangan dan Efektivitas Kinerja Keuangan UMKM**

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan serta kemampuan dalam mengelola keuangan secara tepat dalam pengambilan keputusan ekonomi Mitchell (2017). Literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan mengenai keuangan, tetapi juga mencakup keterampilan dalam melakukan perencanaan keuangan, pengelolaan arus kas, pengendalian biaya, serta kemampuan dalam melakukan evaluasi terhadap kondisi keuangan usaha. Dalam konteks UMKM, literasi keuangan menjadi faktor penting karena sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi permasalahan dalam pengelolaan keuangan usaha, seperti belum melakukan pencatatan keuangan secara rutin, mencampurkan keuangan pribadi dengan keuangan

usaha, serta belum melakukan analisis terhadap laba usaha. Kondisi tersebut dapat mempengaruhi kualitas pengambilan keputusan usaha sehingga berdampak terhadap kinerja keuangan UMKM.

Berdasarkan *Knowledge Based View (KBV)*, pengetahuan merupakan salah satu sumber daya strategis yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif organisasi. Teori ini menjelaskan bahwa organisasi yang memiliki pengetahuan yang baik akan lebih mampu mengelola sumber daya secara efektif sehingga dapat meningkatkan kinerja organisasi Kambulawa et al., (2025). Dalam penelitian ini, literasi keuangan dapat dipandang sebagai bentuk *knowledge asset* yang dimiliki pelaku UMKM dalam mengelola usaha mereka. Apabila pelaku UMKM memiliki literasi keuangan yang baik, maka mereka akan lebih mampu dalam menyusun perencanaan usaha, mengelola modal kerja, mengendalikan biaya operasional, serta melakukan evaluasi terhadap keuntungan usaha. Kemampuan tersebut akan berdampak terhadap peningkatan efektivitas kinerja keuangan karena usaha dapat berjalan secara lebih terarah serta memiliki pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur Siti & Irawati (2025).

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki keterkaitan dengan kinerja UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh (Mitchell, 2017); Abidin et al., (2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja UMKM karena pelaku usaha yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung memiliki kemampuan pengelolaan usaha yang lebih baik.

Berdasarkan argumentasi tersebut maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1 : Literasi keuangan berpengaruh terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM.

### 2.3.2. *Digital Payment* dan Efektivitas Kinerja Keuangan UMKM

Perkembangan teknologi keuangan telah mendorong perubahan sistem transaksi UMKM menjadi lebih modern melalui penggunaan *digital payment*. *Digital payment* merupakan sistem pembayaran yang menggunakan teknologi elektronik untuk mempermudah proses transaksi sehingga menjadi lebih cepat, efisien, serta transparan Bank Indonesia (2019). Salah satu bentuk digital payment yang banyak digunakan UMKM adalah *QRIS* yang memungkinkan pelaku usaha menerima pembayaran dari berbagai aplikasi pembayaran digital dalam satu kode QR. Penggunaan *QRIS* memberikan kemudahan bagi UMKM karena dapat mempercepat transaksi serta membantu pencatatan transaksi secara otomatis sehingga mempermudah proses monitoring keuangan usaha. Pelaku usaha akan menggunakan digital payment apabila mereka merasa bahwa teknologi tersebut mampu membantu meningkatkan efisiensi usaha serta mempermudah transaksi dengan konsumen (Khusaeni & Widowati, 2022).

Penggunaan *digital payment* juga dapat membantu UMKM dalam meningkatkan profesionalisme usaha karena sistem transaksi menjadi lebih tertata serta terdokumentasi dengan baik. Hal ini dapat membantu pelaku usaha dalam melakukan evaluasi terhadap pendapatan usaha serta mengurangi risiko kesalahan pencatatan transaksi Rostikawati et al., (2019). Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Indah, 2024) menunjukkan adanya hubungan antara *digital payment* dengan kinerja UMKM.

Penelitian yang dilakukan oleh menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran digital mampu meningkatkan efisiensi operasional serta membantu peningkatan kinerja UMKM.

Berdasarkan argumentasi tersebut maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H2 : *Digital payment* berpengaruh terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM.

### **2.3.3. *Digital Marketing* dan Efektivitas Kinerja Keuangan UMKM**

*Digital marketing* merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan media digital seperti media social untuk mempromosikan produk kepada konsumen. Penggunaan *digital marketing* menjadi penting bagi UMKM karena dapat membantu memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan daya saing usaha di era digital Padli, (2022). Pemanfaatan digital marketing juga memungkinkan UMKM untuk melakukan promosi dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan pemasaran konvensional. Selain itu, penggunaan media sosial juga memungkinkan pelaku usaha untuk membangun komunikasi langsung dengan pelanggan sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen Abbas et al., (2024). Berdasarkan *Technology Acceptance Model (TAM)*, penggunaan *digital marketing* dipengaruhi oleh persepsi pelaku usaha mengenai manfaat teknologi tersebut terhadap peningkatan kinerja usaha mereka. Dalam hal ini, pelaku UMKM akan cenderung menggunakan *digital marketing* apabila mereka merasa bahwa media digital mampu membantu meningkatkan penjualan produk mereka.

Penelitian oleh Sapthiarsyah & Junita (2024) menunjukkan bahwa penggunaan digital marketing dapat meningkatkan penjualan UMKM serta membantu memperluas pasar usaha. Penelitian sebelumnya Paramitha et al., (2022); Lestari et al., (2024); Aflagaly et al., (2025); Setiyawan et al., (2025) lebih banyak mengkaji pengaruh *digital marketing* terhadap peningkatan penjualan atau keunggulan bersaing, sementara penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh *digital marketing* terhadap efektivitas

kinerja keuangan UMKM masih belum banyak dilakukan. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa *digital marketing* berpotensi meningkatkan pendapatan usaha melalui peningkatan penjualan sehingga dapat berdampak terhadap peningkatan efektivitas kinerja keuangan UMKM.

Berdasarkan argumentasi tersebut maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H3 : *Digital marketing* berpengaruh terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM

## 2.4. Kerangka Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini untuk memahami pengaruh literasi keuangan, *digital payment*, dan *digital marketing* terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam penelitian ini, efektivitas kinerja keuangan dipandang sebagai kemampuan usaha dalam mengelola sumber daya keuangan secara optimal sehingga mampu menghasilkan keuntungan, menjaga stabilitas usaha, serta mencapai target usaha yang telah ditetapkan Rostikawati et al., (2019). Kinerja keuangan UMKM menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu usaha karena mencerminkan kemampuan usaha dalam mengelola pendapatan, mengendalikan biaya, serta menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka panjang Santiara & Sinarwati (2023). Efektivitas kinerja keuangan tidak hanya dilihat dari besarnya laba yang diperoleh, tetapi juga dari kemampuan usaha dalam menjaga stabilitas pertumbuhan laba serta efisiensi dalam pengelolaan keuangan usaha (Khotmi et al., 2024)

Dalam penelitian ini efektivitas kinerja keuangan diduga dipengaruhi oleh beberapa faktor penting, diantaranya literasi keuangan, penggunaan digital payment, serta pemanfaatan digital marketing. Ketiga faktor tersebut sebagai aspek penting dalam mendukung kemampuan UMKM dalam beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital yang semakin pesat. Literasi keuangan merupakan kemampuan pelaku usaha dalam memahami konsep keuangan serta kemampuan dalam mengelola keuangan usaha secara efektif Mitchell (2017). Literasi keuangan yang baik akan membantu pelaku UMKM dalam membuat keputusan usaha yang

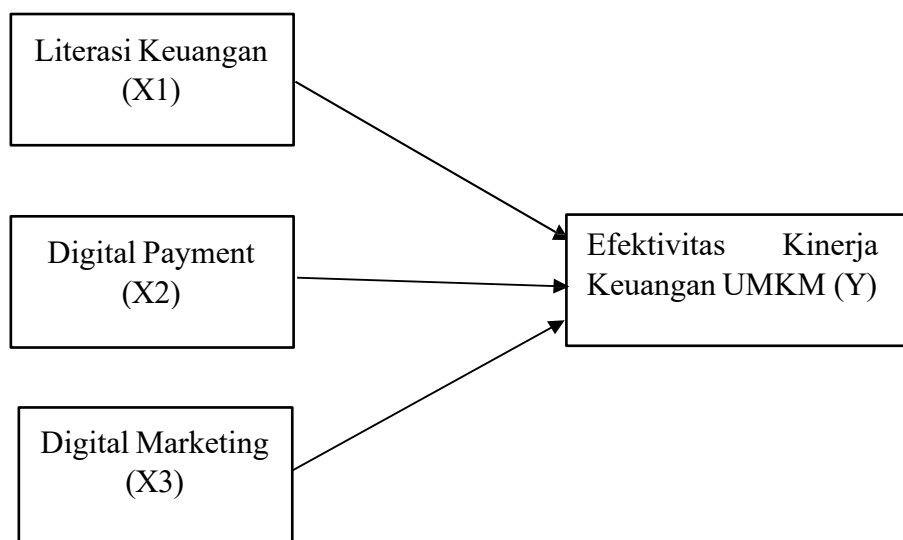
lebih rasional terutama dalam hal pengelolaan modal, pencatatan keuangan, serta evaluasi kinerja usaha.

Berdasarkan perspektif *Knowledge Based View (KBV)*, pengetahuan merupakan aset strategis yang dapat meningkatkan kinerja organisasi. Teori ini menjelaskan bahwa organisasi atau individu yang memiliki pengetahuan yang lebih baik akan memiliki kemampuan lebih dalam mengelola sumber daya yang dimiliki sehingga mampu meningkatkan kinerja usaha Kambulawa et al., (2025). Dalam konteks penelitian ini, literasi keuangan sebagai bentuk pengetahuan yang dapat membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas pengelolaan usaha mereka. Selain literasi keuangan, penggunaan digital payment juga menjadi faktor yang diduga mempengaruhi efektivitas kinerja keuangan UMKM. Digital payment merupakan sistem pembayaran berbasis teknologi yang memungkinkan transaksi dilakukan secara elektronik sehingga proses transaksi menjadi lebih cepat, efisien, serta terdokumentasi dengan baik (Zusrony et al., 2023).

Jika dilihat dari perspektif *Technology Acceptance Model (TAM)*, penggunaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi Mugo et al., (2017). Dalam penelitian ini penggunaan digital payment oleh pelaku UMKM didorong oleh manfaat yang dirasakan seperti kemudahan transaksi, efisiensi waktu, serta kemudahan dalam pencatatan transaksi usaha. Penggunaan digital payment juga dapat membantu UMKM dalam meningkatkan transparansi transaksi serta mempermudah pelaku usaha dalam melakukan monitoring terhadap pendapatan usaha mereka Utami (2025). Hal tersebut berpotensi meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan sehingga

berdampak terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM Faktor lain yang juga diduga mempengaruhi efektivitas kinerja keuangan UMKM adalah *digital marketing*. *Digital marketing* merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital seperti media sosial dan marketplace untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan penjualan usaha Pratamansyah (2025). Pemanfaatan digital marketing memungkinkan UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya promosi yang besar seperti pada pemasaran konvensional Aflagaly et al., (2025). Selain itu penggunaan media sosial juga dapat meningkatkan interaksi antara pelaku usaha dengan konsumen sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Ramadhan et al., 2022).

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut maka dapat disusun model penelitian yang menggambarkan hubungan antar variabel penelitian :



***Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran***

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan menggunakan data berbentuk angka serta dianalisis menggunakan metode statistik Sugiyono (2016). Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan, digital payment, dan digital marketing terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM. Penelitian kuantitatif juga bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya serta melihat hubungan antar variabel secara objektif dan terukur Sugiyono (2016). Selain itu, penelitian ini juga menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner yang disebarakan kepada pelaku UMKM yang menjadi responden penelitian. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan teknik analisis statistik menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS (Ghozali, 2021).

Penelitian ini bersifat explanatory research yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausalitas antar variabel melalui pengujian hipotesis Sugiyono (2016). Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui apakah literasi keuangan, penggunaan digital payment, serta pemanfaatan digital marketing memiliki pengaruh terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta.

## **3.2. Populasi dan Sampel Penelitian**

### **3.2.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2016) populasi merupakan suatu cakupan umum yang mencakup objek atau subjek dengan kualitas serta karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis dan dijadikan dasar dalam penarikan kesimpulan. Populasi juga tidak hanya terbatas pada manusia, tetapi juga mencakup berbagai objek maupun fenomena alam lainnya. Populasi juga tidak sekedar menunjukkan jumlah dari objek atau subjek yang diteliti, melainkan juga meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang melekat pada objek atau subjek tersebut.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada pada 5 kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pemilihan UMKM sebagai populasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa UMKM merupakan sektor usaha yang memiliki kontribusi penting terhadap perekonomian daerah serta telah banyak memanfaatkan teknologi digital seperti QRIS dan media sosial dalam kegiatan usaha mereka.

### **3.2.2 Sampel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2016) sampel merupakan sebagian dari keseluruhan jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Ketika ukuran populasi sangat besar dan peneliti menghadapi keterbatasan seperti biaya, tenaga, dan waktu sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi, maka pengambilan sampel dapat menjadi solusi. Hasil yang diperoleh dari analisis sampel tersebut kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan yang berlaku bagi populasi secara keseluruhan. Oleh karena itu, sampel yang dipilih harus benar-benar mencerminkan

kondisi populasi agar hasil penelitian akurat dan dapat dipercaya. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan memilih responden berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2016).

Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah UMKM yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta dan sudah aktif beroperasi minimal 1 tahun. Alasan pemilihan UMKM yang sudah aktif beroperasi minimal 1 tahun tersebut karena dianggap sudah cukup berpengalaman, sehingga kondisi usahanya lebih stabil dan data yang diperoleh bisa lebih jelas serta menggambarkan keadaan sebenarnya. Kriteria selanjutnya yaitu UMKM yang sudah menggunakan *digital payment* berbasis QRIS secara aktif dalam transaksi usaha. Alasan kriteria ini ditetapkan agar responden yang mengisi kuesioner benar-benar sesuai dengan kebutuhan penelitian, yaitu pelaku UMKM yang sudah menerapkan pembayaran digital dalam kegiatan usahanya. Selain itu, responden juga diharapkan memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan *QRIS*, sehingga mampu memahami pertanyaan yang diberikan dan memberikan jawaban yang lebih akurat, relevan, serta sesuai dengan kondisi nyata yang mereka alami. Kriteria selanjutnya yaitu UMKM yang sudah memanfaatkan *digital marketing*, seperti media sosial sebagai sarana promosi usaha. Alasan kriteria ini dipilih karena pelaku usaha yang sudah menggunakan media sosial biasanya lebih aktif dalam kegiatan pemasaran, sehingga memiliki pengalaman langsung dalam mempromosikan produknya secara digital. Dengan begitu, responden diharapkan

dapat memahami pertanyaan yang diberikan dan memberikan jawaban yang sesuai dengan praktik yang mereka lakukan sehari-hari. Kriteria yang terakhir yaitu pelaku UMKM yang bersedia menjadi responden penelitian. Alasan pemilihan kriteria ini karena kesediaan ini penting agar responden dapat mengisi kuesioner dengan sukarela, jujur, dan tanpa paksaan, sehingga data yang diperoleh lebih dapat dipercaya dan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

Pedoman pengukuran sampel pada penelitian ini yaitu menurut Hair et al., (2017), sampel dapat ditentukan sesuai dengan jumlah parameter yang diestimasi. Pedomannya adalah 5 hingga 10 kali jumlah parameter yang diestimasi. Dalam penelitian ini jumlah item indikator pertanyaan yang digunakan sebanyak 20 item untuk mengukur 4 variabel. Sehingga penentuan jumlah sampel yang digunakan sebagai berikut :

$$\text{Sampel} = n \times 5$$

$$= 20 \times 5$$

$$= 100$$

$$\text{Sampel} = n \times 10$$

$$= 20 \times 10$$

$$= 200$$

Berdasarkan perhitungan diatas, dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan batas minimal responden berjumlah 100, sedangkan batas maksimal 200. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah

100 sampel. Jumlah tersebut dianggap sudah cukup mewakili populasi yang akan diteliti karena sudah memenuhi batas minimal sampel.

### **3.3. Definisi Operasional Variabel**

Menurut Sugiyono (2016) variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang menjadi fokus perhatian peneliti untuk diamati dan dianalisis dalam suatu penelitian. Variabel ini digunakan sebagai dasar dalam menarik kesimpulan dari hasil penelitian. Dalam penelitian ini, variabel dibedakan menjadi dua, yaitu variabel dependen yang dipengaruhi dan variabel independen yang memengaruhi.

#### **3.3.1 Variabel Independen**

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **1. Literasi Keuangan**

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep dasar keuangan serta mengelola keuangan secara efektif. Dalam konteks UMKM, literasi keuangan berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam melakukan pencatatan keuangan, mengelola arus kas, serta mengambil keputusan keuangan yang tepat (Mitchell, 2017).

Indikator literasi keuangan dalam penelitian ini yaitu :

1. Pemahaman mengenai pengelolaan keuangan usaha
2. Kemampuan melakukan pencatatan transaksi keuangan
3. Kemampuan merencanakan penggunaan keuangan usaha
4. Kemampuan mengambil keputusan keuangan

Sumber : (Mitchell, 2017); (Abidin et al., 2025); (Santiara & Sinarwati, 2023).

## **2. Digital Payment**

Digital payment merupakan sistem pembayaran yang dilakukan secara elektronik menggunakan teknologi digital seperti QRIS. Penggunaan digital payment memungkinkan transaksi keuangan dilakukan secara lebih cepat, efisien, dan aman (Utami, 2025).

Indikator digital payment dalam penelitian ini yaitu :

1. Kemudahan penggunaan sistem pembayaran digital
2. Kecepatan proses transaksi
3. Efisiensi operasional usaha
4. Kemudahan pencatatan transaksi keuangan

Sumber : (Utami, 2025); (Bank Indonesia, 2019); (Anggreini et al., 2024).

## **3. Digital Marketing**

*Digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan melalui media digital seperti media sosial untuk mempromosikan produk atau jasa kepada konsumen (Syafilillah et al., 2025).

Indikator digital marketing dalam penelitian ini yaitu :

1. Penggunaan media sosial untuk promosi
2. Intensitas promosi melalui media digital
3. Interaksi dengan konsumen melalui media digital
4. Perluasan jangkauan pasar melalui media online

Sumber : (Padli, 2022); (Paramitha et al., 2022); (Pratamansyah, 2025); (Rizal Ramadhan et al., 2022).

### **3.5.2 Variabel Dependen**

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **1. Efektivitas Kinerja Keuangan**

Kinerja keuangan adalah kemampuan suatu usaha dalam mengelola keuangannya dengan baik dan efisien, sehingga dapat meningkatkan pendapatan sekaligus menjaga kondisi usaha tetap stabil (Fachrunnisa et al., 2024).

Indikator efektivitas kinerja keuangan dalam penelitian ini yaitu :

1. Peningkatan penjualan usaha
2. Efisiensi biaya operasional
3. Stabilitas arus kas usaha
4. Peningkatan keuntungan usaha

Sumber : (Fachrunnisa et al., 2024); (Gama, 2025); (Rahmadani & Novalita, 2023).

### **3.4. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data**

1. Jenis Data
  - a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui proses pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti Sugiyono (2016).. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada

pelaku UMKM yang menjadi responden penelitian. Kuesioner tersebut berisi sejumlah pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian seperti literasi keuangan, penggunaan *digital payment*, pemanfaatan *digital marketing*, serta efektivitas kinerja keuangan UMKM.

Penggunaan data primer dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang relevan dari sumber utama penelitian sehingga data yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya di lapangan Sugiyono (2016). Responden diminta untuk memberikan jawaban yang sesuai dengan pengalaman dan kondisi usaha mereka sehingga informasi yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai hubungan antara variabel penelitian yang diteliti.

#### b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2016) merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui sumber yang telah tersedia, bukan dari pengumpulan data secara langsung di lapangan. Data ini umumnya berasal dari dokumen, laporan, arsip, maupun berbagai publikasi yang disusun oleh pihak lain. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari penelitian terdahulu, seperti skripsi dan jurnal yang relevan dengan permasalahan yang diteliti.

## 2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab Sugiyono (2016).. Metode kuesioner dipilih karena dianggap lebih efisien dalam mengumpulkan data dari sejumlah responden dalam waktu yang relatif singkat. Selain itu, kuesioner juga memungkinkan responden untuk memberikan jawaban secara lebih objektif karena mereka dapat menjawab pertanyaan sesuai dengan kondisi yang mereka alami dalam menjalankan usaha . Dalam penelitian ini, kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian. Setiap variabel penelitian diukur menggunakan beberapa pernyataan yang dirancang untuk menggambarkan kondisi atau persepsi responden terhadap variabel tersebut. Responden diminta untuk memberikan jawaban terhadap setiap pernyataan dengan memilih salah satu dari beberapa alternatif jawaban yang telah disediakan.

Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert 1-4, yang terdiri dari 4 poin pernyataan yaitu : 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Setuju, 4 = Sangat Setuju. Skala likert merupakan skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi atau pendapat seseorang terhadap suatu objek penelitian dan memungkinkan peneliti untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap suatu pernyataan Sugiyono (2016). Penggunaan skala likert empat poin bertujuan untuk menghindari pilihan jawaban netral sehingga responden diharapkan dapat

memberikan jawaban yang jelas terhadap setiap pernyataan yang diberikan dalam kuesioner.

### **3.6. Metode Analisis Data**

#### **3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik data penelitian yang diperoleh dari responden. Analisis ini meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), serta standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian. Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai data penelitian sehingga memudahkan peneliti dalam memahami distribusi data yang diperoleh (Ghozali, 2021).

### **3.7 Uji Kualitas Data**

#### **3.7.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen penelitian dikatakan valid apabila pertanyaan dalam kuesioner mampu menggambarkan variabel yang diteliti secara tepat. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi Pearson Product Moment. Suatu item pernyataan dikatakan valid apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  table (Ghozali, 2021).

### **3.7.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila digunakan secara berulang. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70 (Ghozali, 2021).

## **3.8 Uji Asumsi Klasik**

### **3.8.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (Ghozali, 2021).

### **3.8.2 Uji Multikolinearitas**

Uji *multikolinearitas* bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak memiliki korelasi tinggi antar variabel independen, multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka model regresi dinyatakan bebas dari *multikolinearitas* (Ghozali, 2021).

### **3.8.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Glejser atau analisis grafik scatterplot (Ghozali, 2021).

### **3.9 Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen (Ghozali, 2021).

Model regresi dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Efektivitas kinerja keuangan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$  = Koefisien regresi

X1 = Literasi keuangan

X2 = Digital payment

X3 = Digital marketing

e = Error

### **3.10 Uji Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai  $R^2$ . Semakin besar nilai  $R^2$ , maka semakin besar pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2021).

### **3.11 Uji Hipotesis**

#### **3.11.1. Uji F (Uji Kelayakan Model)**

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak untuk digunakan sebagai alat analisis Ghozali, (2021). Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikansi uji F lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dinyatakan layak (fit) untuk digunakan dalam penelitian. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka model regresi dianggap tidak layak untuk digunakan sebagai model penelitian (Ghozali, 2021).

#### **3.11.2 Uji t**

Menurut Ghozali (2021) uji t digunakan untuk menilai sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen dalam menjelaskan variabel secara individual. Pengaruh tersebut dapat diketahui dengan membandingkan nilai signifikan t dengan derajat kepercayaan ( $\alpha$ ) 0,05, jika nilai signifikan t lebih kecil dari 0,05, maka variabel independen secara individual memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Pengumpulan Data**

Penelitian ini dilakukan pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. UMKM dipilih sebagai objek penelitian karena sektor ini memiliki kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah serta berperan penting dalam menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat Arifa et al., (2025). Selain itu, perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah mendorong pelaku UMKM untuk mulai memanfaatkan berbagai inovasi teknologi dalam kegiatan usaha mereka, khususnya dalam hal sistem pembayaran digital serta strategi pemasaran berbasis digital (Pratiwi, 2024).

Pedoman pengukuran sampel pada penelitian ini yaitu menurut Hair et al., (2017), sampel dapat ditentukan sesuai dengan jumlah parameter yang diestimasi. Pedomannya adalah 5 hingga 10 kali jumlah parameter yang diestimasi. Dalam penelitian ini jumlah item indikator pertanyaan yang digunakan sebanyak 20 item untuk mengukur 4 variabel. Sehingga penentuan jumlah sampel yang digunakan sebagai berikut :

$$\text{Sampel} = n \times 5$$

$$= 20 \times 5$$

$$= 100$$

$$\text{Sampel} = n \times 10$$

$$= 20 \times 10$$

$$= 200$$

Berdasarkan perhitungan diatas, dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan batas minimal responden berjumlah 100, sedangkan batas maksimal 200. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 sampel. Jumlah tersebut dianggap sudah cukup mewakili populasi yang akan diteliti karena sudah memenuhi batas minimal sampel.

| No | Data Kuesioner          | Jumlah |
|----|-------------------------|--------|
| 1  | Kuesioner tersebar      | 130    |
| 2  | Kuesioner kembali       | 100    |
| 3  | Kuesioner tidak kembali | 30     |
| 4  | Kuesioner diolah        | 100    |

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner pada pelaku UMKM yang memenuhi kriteria penelitian. Kuesioner tersebut berisi sejumlah pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian yang diukur menggunakan skala likert 1-4. Data yang diperoleh dari kuesioner kemudian diolah menggunakan metode analisis statistic dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini.

## 4.2 Kriteria Responden

Dalam penelitian ini terdapat beberapa karakteristik yang harus dipenuhi responden untuk dapat mengisi kuesioner. Kategori responden yang menjadi objek penelitian ini dikategorikan berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan, posisi dalam usaha, lama usaha berdiri, omzet umkm per bulan, pelaku umkm yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta, umkm sudah berjalan minimal 1 tahun.

### 4.2.1 , Responden berdasarkan jenis kelamin

Data profil responden berdasarkan jenis kelamin dibedakan menjadi laki-laki dan perempuan. Berdasarkan hasil penelitian, data profil berdasarkan jenis kelamin, yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

***Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin***

| Jenis Kelamin | Jumlah Responden | Presentase |
|---------------|------------------|------------|
| Laki-laki     | 42               | 42%        |
| Perempuan     | 58               | 58%        |
| Total         | 100              | 100%       |

*Sumber : Data Primer, 2026*

Berdasarkan data yang didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden dengan tingkat persentase 100%. Terdapat 42 laki-laki dengan tingkat persentase 42% dan 58 perempuan dengan tingkat persentase 58%. Oleh karena itu, sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

#### 4.2.2. Responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir

*Tabel 4. 2 Responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir*

| Tingkat Pendidikan Terakhir | Jumlah Responden | Presentase |
|-----------------------------|------------------|------------|
| SMP                         | 3                | 3%         |
| SMA/SMK                     | 70               | 70%        |
| Diploma (D3)                | 4                | 4%         |
| Sarjana (S1)                | 22               | 22%        |
| Pascasarjana (S2)           | 1                | 1%         |
| Doktor (S3)                 | 0                |            |
| Total                       | 100              | 100%       |

*Sumber : Data Primer, 2026*

Berdasarkan data yang didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden dengan tingkat persentase 100%. Terdapat jumlah dari berbagai tingkat pendidikan terakhir pelaku UMKM yang ada di DIY yaitu dengan tingkat pendidikan terakhir SMP diperoleh 3 orang, SMA/SMK 70 orang, Diploma (D3) 4 orang, S1 22 orang, S2 1 orang dan Doktor (S3) tidak ada. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa rata-rata pelaku UMKM di DIY merupakan lulusan SMA/SMK.

#### 4.2.3 Responden berdasarkan Bidang Usaha

*Tabel 4. 3 Responden berdasarkan Bidang Usaha*

| Bidang Usaha         | Jumlah Responden | Presentase |
|----------------------|------------------|------------|
| Perdagangan          | 16               | 16%        |
| Jasa                 | 20               | 20%        |
| Kuliner              | 57               | 57%        |
| Industri Pengolahan  | 5                | 5%         |
| Pertanian/Peternakan | 2                | 2%         |
| Total                | 100              | 100%       |

*Sumber : Data Primer, 2026*

Berdasarkan data yang didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden dengan tingkat persentase 100%. Terdapat 16 UMKM pada bidang perdagangan, 20 pada bidang jasa, 57 pada bidang kuliner, 5 pada bidang industri pengolahan, 2 pada bidang pertanian/peternakan. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa rata-rata industri UMKM di DIY yaitu pada bidang kuliner.

#### 4.2.4 Responden berdasarkan Umur Usaha

*Tabel 4. 4 Responden berdasarkan Umur Usaha*

| Umur Usaha | Jumlah Responden | Presentase |
|------------|------------------|------------|
| 1-3 tahun  | 47               | 47%        |
| 4-5 tahun  | 17               | 17%        |
| 5-10 tahun | 23               | 23%        |
| >15 tahun  | 13               | 13%        |
| Total      | 100              | 100%       |

*Sumber : Data Primer, 2026*

Berdasarkan data yang didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden dengan tingkat persentase 100%. Diperoleh data umur usaha umkm 1-3 tahun berjumlah 47, umur usaha 4-5 tahun berjumlah 17, umur usaha 5-10 tahun berjumlah 23 tahun dan dengan umur lebih dari 15 tahun yaitu berjumlah 13 usaha.

#### 4.2.5 Responden berdasarkan omzet umkm per bulan

*Tabel 4. 5 Responden berdasarkan omzet umkm per bulan*

| Omzet UMKM Perbulan           | Jumlah Responden | Presentase |
|-------------------------------|------------------|------------|
| Rp 1.000.000-Rp 5.000.000     | 67               | 67%        |
| Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000  | 16               | 16%        |
| Rp 10.000.000 – Rp 15.000.000 | 7                | 7%         |
| Rp 15.000.000 – Rp 20.000.000 | 3                | 3%         |
| >20.000.000                   | 7                | 7%         |
| Total                         | 100              | 100%       |

*Sumber : Data Primer, 2026*

Berdasarkan data yang didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden dengan tingkat persentase 100%. Diperoleh data responden dengan omzet umkm per bulan dari berbagai range yaitu, dengan omzet Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000 sebanyak 67 responden, omzet Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000 sebanyak 16 responden, omzet Rp. 10.000.000 – Rp. 15.000.000 sebanyak 7 responden, omzet Rp. 15.000.000 – Rp. 20.000.000 sebanyak 3 responden dan dengan omzet > 20.000.000 sebanyak 7 responden.

#### 4.2.6 Responden berdasarkan posisi dalam usaha

*Tabel 4. 6 Responden berdasarkan posisi dalam usaha*

| Posisi dalam usaha | Jumlah Responden | Presentase |
|--------------------|------------------|------------|
| Pemilik Usaha      | 90               | 90%        |
| Manager            | 10               | 10%        |
| Total              | 100              | 100%       |

*Sumber : Data Primer, 2026*

Berdasarkan data yang didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden dengan tingkat persentase 100%. Diperoleh data posisi dalam usaha yang telah menjadi responden, yaitu dengan pemilik usaha sebanyak 90 responden, dan manager 10 responden.

#### 4.2.7 Responden berdasarkan wilayah UMKM

***Tabel 4. 7 Responden berdasarkan wilayah UMKM***

| Wilayah         | Jumlah Responden | Presentase |
|-----------------|------------------|------------|
| Sleman          | 20               | 20%        |
| Gunung Kidul    | 11               | 11%        |
| Kulon Progo     | 24               | 24%        |
| Bantul          | 23               | 23%        |
| Kota Yogyakarta | 22               | 22%        |
| Total           | 100              | 100%       |

*Sumber : Data Primer, 2026*

Berdasarkan data yang didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden dengan tingkat persentase 100%. Diperoleh data dari 5 kabupaten di DIY yaitu dengan masing-masing jumlah responden. Sleman sebanyak 20 responden, Gunung Kidul 11 responden, Kulon Progo 24 responden, Bantul 23 responden, dan Kota Yogyakarta 22 responden.

#### ***4.3 Analisis Statistik Deskriptif***

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran yang detail mengenai karakteristik data penelitian yang diperoleh dari responden. Analisis ini dilakukan dengan melihat nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), serta standar deviasi dari setiap variabel independen (X) dan Variabel dependen (Y) Ghozali (2021). Variabel penelitian ini diukur menggunakan skor terendah dan skor tertinggi. Menurut Kurniawan & Syahyudda (2023) untuk dapat menemukan

kriteria penilaian responden terhadap item pertanyaan yang dilakukan dengan interval sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{4-1}{4} = 0.75$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka didapati rentang skala sebesar 0,75. Dengan demikian interval skala diklasifikasikan seperti pada tabel di bawah ini :

***Tabel 4.8 Interval Rentang Skala***

| Interval    | Kategori          |
|-------------|-------------------|
| 1,00 – 1,75 | Sangat Tidak Baik |
| 1,76 – 2,50 | Tidak Baik        |
| 2,60 – 3,25 | Baik              |
| 3,26 – 4,00 | Sangat Baik       |

Hasil statistik deskriptif variabel penelitian ini untuk diketahui rata-rata dari setiap indikator yang akan diujikan dalam penelitian, hasil tersebut dapat dilihat dari tabel berikut :

***Tabel 4.9 Statistik deskriptif X1***

| No          | Item | Skor |     |    |     |    |      |    |      | Mean  | Ket         |
|-------------|------|------|-----|----|-----|----|------|----|------|-------|-------------|
|             |      | STS  |     | TS |     | S  |      | SS |      |       |             |
|             |      | F    | %   | F  | %   | F  | %    | F  | %    |       |             |
| 1           | P1   | 0    | 0   | 4  | 4.0 | 69 | 69.0 | 27 | 27.0 | 3.23  | Baik        |
| 2           | P2   | 0    | 0   | 3  | 3.0 | 69 | 69.0 | 28 | 28.0 | 3.25  | Baik        |
| 3           | P3   | 1    | 1.0 | 6  | 6.0 | 56 | 56.0 | 37 | 37.0 | 3.29  | Sangat Baik |
| 4           | P4   | 0    | 0   | 7  | 7.0 | 50 | 50.0 | 43 | 43.0 | 3.36  | Sangat Baik |
| 5           | P5   | 0    | 0   | 5  | 5.0 | 61 | 61.0 | 34 | 34.0 | 3.29  | Sangat Baik |
| Rata - rata |      |      |     |    |     |    |      |    |      | 16.42 |             |

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2026

Pada Tabel 4.9 dapat diketahui hasil distribusi responden dapat memberikan nilai pada setiap item indikator yang menunjukkan Tingkat penilaian dari responden terhadap variabel Literasi Keuangan (X1). Indikator dengan mean paling rendah pada pernyataan 1 yaitu 3.23. Indikator dengan mean paling tinggi pada pernyataan 4 yaitu 3.36. Adapun nilai rata- rata jawaban dari seluruh pernyataan pada variabel Literasi Keuangan (X1) yaitu sebesar 16.42.

***Tabel 4.10 Statistik deskriptif X2***

| No          | Item | Skor |     |    |     |    |      |    |      | Mean  | Ket         |
|-------------|------|------|-----|----|-----|----|------|----|------|-------|-------------|
|             |      | STS  |     | TS |     | S  |      | SS |      |       |             |
|             |      | F    | %   | F  | %   | F  | %    | F  | %    |       |             |
| 1           | P1   | 1    | 1.0 | 4  | 4.0 | 47 | 47.0 | 48 | 48.0 | 3.42  | Sangat Baik |
| 2           | P2   | 1    | 1.0 | 0  | 0   | 41 | 41.0 | 58 | 58.0 | 3.56  | Sangat Baik |
| 3           | P3   | 3    | 3.0 | 6  | 6.0 | 48 | 48.0 | 43 | 43.0 | 3.31  | Sangat Baik |
| 4           | P4   | 2    | 2.0 | 3  | 3.0 | 44 | 44.0 | 51 | 51.0 | 3.44  | Sangat Baik |
| 5           | P5   | 1    | 1.0 | 3  | 3.0 | 48 | 48.0 | 48 | 48.0 | 3.43  | Sangat Baik |
| Rata - rata |      |      |     |    |     |    |      |    |      | 17.16 |             |

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2026

Pada Tabel 4.10 dapat diketahui hasil distribusi responden dapat memberikan nilai pada setiap item indikator yang menunjukkan Tingkat penilaian dari responden terhadap variabel Digital Payment (X2). Indikator dengan mean paling rendah pada pernyataan 3 yaitu 3.31. Indikator dengan mean paling tinggi pada pernyataan 2 yaitu 3.56. Adapun nilai rata- rata jawaban dari seluruh pernyataan pada variabel Digital Payment (X2) yaitu sebesar 17.16.

***Tabel 4.11 Statistik deskriptif X3***

| No          | Item | Skor |     |    |     |    |      |    |      | Mean  | Ket         |
|-------------|------|------|-----|----|-----|----|------|----|------|-------|-------------|
|             |      | STS  |     | TS |     | S  |      | SS |      |       |             |
|             |      | F    | %   | F  | %   | F  | %    | F  | %    |       |             |
| 1           | P1   | 1    | 1.0 | 2  | 2.0 | 52 | 52.0 | 45 | 45.0 | 3.41  | Sangat Baik |
| 2           | P2   | 1    | 1.0 | 1  | 1.0 | 46 | 46.0 | 52 | 52.0 | 3.49  | Sangat Baik |
| 3           | P3   | 1    | 1.0 | 3  | 3.0 | 54 | 54.0 | 42 | 42.0 | 3.37  | Sangat Baik |
| 4           | P4   | 1    | 1.0 | 3  | 3.0 | 54 | 54.0 | 42 | 42.0 | 3.37  | Sangat Baik |
| 5           | P5   | 1    | 1.0 | 9  | 9.0 | 56 | 54.0 | 34 | 34.0 | 3.23  | Baik        |
| Rata - rata |      |      |     |    |     |    |      |    |      | 16.87 |             |

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2026

Pada Tabel 4.11 dapat diketahui hasil distribusi responden dapat memberikan nilai pada setiap item indikator yang menunjukkan tingkat penilaian dari responden terhadap variabel Digital Marketing (X3). Indikator dengan mean paling rendah pada pernyataan 5 yaitu 3.23. Indikator dengan mean paling tinggi pada pernyataan 2 yaitu 3.49. Adapun nilai rata- rata jawaban dari seluruh pernyataan pada variabel Literasi Keuangan (X1) yaitu sebesar 16.87.

***Tabel 4.12 Statistik deskriptif variabel Y***

| No          | Item | Skor |     |    |      |    |      |    |      | Mean  | Ket  |
|-------------|------|------|-----|----|------|----|------|----|------|-------|------|
|             |      | STS  |     | TS |      | S  |      | SS |      |       |      |
|             |      | F    | %   | F  | %    | F  | %    | F  | %    |       |      |
| 1           | P1   | 2    | 2.0 | 10 | 10.0 | 67 | 67.0 | 21 | 21.0 | 3.07  | Baik |
| 2           | P2   | 1    | 1.0 | 8  | 8.0  | 68 | 68.0 | 23 | 23.0 | 3.13  | Baik |
| 3           | P3   | 0    | 0   | 7  | 7.0  | 65 | 65.0 | 28 | 28.0 | 3.21  | Baik |
| 4           | P4   | 0    | 0   | 6  | 6.0  | 69 | 69.0 | 25 | 25.0 | 3.19  | Baik |
| 5           | P5   | 0    | 0   | 7  | 7.0  | 68 | 68.0 | 25 | 25.0 | 3.18  | Baik |
| Rata - rata |      |      |     |    |      |    |      |    |      | 15.78 |      |

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2026

Pada Tabel 4.12 dapat diketahui hasil distribusi responden dapat memberikan nilai pada setiap item indikator yang menunjukkan tingkat penilaian dari responden terhadap variabel Efektivitas Kinerja Keuangan (Y). Indikator dengan mean paling rendah pada pernyataan 1 yaitu 3.07. Indikator dengan mean paling tinggi pada pernyataan 3 yaitu 3.21. Adapun nilai rata-rata jawaban dari seluruh pernyataan pada variabel Efektivitas Kinerja Keuangan (Y) yaitu sebesar 15.78.

## 4.4 Uji Kualitas Data

### 4.4.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2021) uji validitas data kuesioner digunakan untuk mengukur instrumen penelitian tersebut valid atau tidak. Instrumen penelitian dikatakan valid apabila setiap item pernyataan dalam kuesioner memiliki nilai korelasi yang signifikan terhadap skor total variabel yang diukur. Dalam penelitian ini, uji validitas menggunakan perangkat lunak SPSS dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. Dari responden yang telah diperoleh, maka hasil dari pengujian validitas dapat dilihat pada Tabel 4.13 sebagai berikut :

***Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas***

|                        | Indikator | $r$ hitung | $r$ tabel | Keterangan |
|------------------------|-----------|------------|-----------|------------|
| Literasi Keuangan (X1) | X1.1      | 0.812      | 0.195     | Valid      |
|                        | X1.2      | 0.698      | 0.195     | Valid      |
|                        | X1.3      | 0.794      | 0.195     | Valid      |
|                        | X1.4      | 0.780      | 0.195     | Valid      |
|                        | X1.5      | 0.757      | 0.195     | Valid      |
| Digital Payment (X2)   | X2.1      | 0.773      | 0.195     | Valid      |
|                        | X2.2      | 0.709      | 0.195     | Valid      |
|                        | X2.3      | 0.667      | 0.195     | Valid      |
|                        | X2.4      | 0.777      | 0.195     | Valid      |
|                        | X2.5      | 0.806      | 0.195     | Valid      |
|                        | X3.1      | 0.810      | 0.195     | Valid      |

|                                  |      |       |       |       |
|----------------------------------|------|-------|-------|-------|
| Digital Marketing (X3)           | X3.2 | 0.832 | 0.195 | Valid |
|                                  | X3.3 | 0.835 | 0.195 | Valid |
|                                  | X3.4 | 0.841 | 0.195 | Valid |
|                                  | X3.5 | 0.788 | 0.195 | Valid |
| Efektivitas Kinerja Keuangan (Y) | Y.1  | 0.677 | 0.195 | Valid |
|                                  | Y.2  | 0.677 | 0.195 | Valid |
|                                  | Y.3  | 0.695 | 0.195 | Valid |
|                                  | Y.4  | 0.670 | 0.195 | Valid |
|                                  | Y.5  | 0.691 | 0.195 | Valid |

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2026

Berdasarkan hasil olah data yang didapatkan pada tabel 4.13 tersebut menunjukkan hasil bahwa nilai  $r$  tabel memiliki angka sebesar 0.195 sedangkan nilai  $r$  hitung berada dalam kisaran 0.667 – 0.841. Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka instrumen dari setiap variabel tersebut dapat dinyatakan valid, dan sebaliknya. Hasil dari uji validitas data diatas menunjukkan bahwa  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0.195), maka dari itu instrumen pada setiap pertanyaan penelitian ini dinyatakan valid, artinya data tersebut dapat digunakan untuk uji data selanjutnya.

#### 4.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2021) reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila memberikan hasil pengukuran yang konsisten ketika digunakan dalam kondisi yang sama. Dengan adanya nilai *Cronbach Alpha* yang digunakan dalam penelitian ini, jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar atau sama dengan 0.70 maka instrumen pada setiap pertanyaan dinyatakan reliabel. Dari data kuesioner yang telah dikumpulkan, maka hasil dari pengujian reabilitas dapat dilihat pada tabel 4.14 sebagai berikut :

***Tabel 4.14 Hasil Uji Reabilitas***

| Variabel                         | Cronbach Alpha | Nilai Kritis | Jumlah Pertanyaan | Keterangan |
|----------------------------------|----------------|--------------|-------------------|------------|
| Literasi Keuangan (X1)           | 0.825          | 0.70         | 5                 | Reliabel   |
| Digital Payment (X2)             | 0.796          | 0.70         | 5                 | Reliabel   |
| Digital Marketing (X3)           | 0.878          | 0.70         | 5                 | Reliabel   |
| Efektivitas Kinerja Keuangan (Y) | 0.710          | 0.70         | 5                 | Reliabel   |

Sumber : Data primer Yang Diolah Tahun 2026

Berdasarkan hasil olah data tersebut menunjukkan hasil bahwa nilai Cronbach Alpha dari setiap variabel yaitu Literasi Keuangan (X1) sebesar 0.825, *Digital Payment* (X2) sebesar 0.796, *Digital Marketing* (X3) sebesar 0.878, dan Efektivitas Kinerja Keuangan (Y) sebesar 0.710. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa Cronbach Alpha > dari nilai kritis (0.70) yang berarti seluruh instrumen pada setiap pertanyaan dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel, dan data tersebut dapat digunakan untuk uji data selanjutnya.

#### **4.5 Uji Asumsi Klasik**

##### **4.5.1 Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (2021) uji normalitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi variabel residual memiliki distribusi normal atau tidak. Distribusi normal merupakan salah satu asumsi penting dalam analisis regresi karena berpengaruh terhadap ketepatan hasil pengujian statistik. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan *Kolmogrov Smirnov Test*. Kriteria pengambilan keputusan adalah apabila nilai signifikansi lebih besar dari alfa yaitu 5% atau 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya apabila nilai signifikansi lebih kecil dari alfa yaitu 5% atau 0,05 maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal. Selain menggunakan uji statistik, normalitas data juga dapat dilihat melalui grafik Normal Probability Plot (P-plot). Apabila titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal maka data dinyatakan berdistribusi normal.

Berikut merupakan tabel hasil uji normalitas :

***Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas Data  
One Sample Kolmogrov-Smirnov Test***

|                            |  | Unstandardized<br>Residual |
|----------------------------|--|----------------------------|
| Asymp. Sig. (2-<br>tailed) |  | .200 <sup>c,d</sup>        |

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2026

Berdasarkan hasil olah data menggunakan metode *Kolmogrov-Smirnov* maka diperoleh hasil uji normalitas yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200, nilai signifikansi tersebut yang lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal, dan data tersebut dapat digunakan untuk uji data selanjutnya.

#### 4.5.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2021) uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang kuat antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi yang tinggi antar variabel independen karena dapat menyebabkan bias dalam estimasi koefisien regresi. Menurut Ghozali (2021), uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Nilai toleransi yang rendah menunjukkan adanya korelasi tinggi antar variabel independen. Apabila nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Sebaliknya jika nilai tolerance kurang dari 0,10 atau nilai VIF lebih dari 10 maka terjadi multikolinearitas. Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut :

***Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas***

| Variabel               | Nilai Tolerance | VIF   | Keterangan                      |
|------------------------|-----------------|-------|---------------------------------|
| Literasi Keuangan (X1) | 0.763           | 1.331 | Tidak Terjadi Multikolinearitas |
| Digital Payment (X2)   | 0.760           | 1.315 | Tidak Terjadi Multikolinearitas |
| Digital Marketing (X3) | 0.996           | 1.004 | Tidak Terjadi Multikolinearitas |

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2026

Berdasarkan uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* dan *VID* dari setiap variabel yaitu variabel Literasi Keuangan (X1) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0.763 dan nilai VIF sebesar 1.331. Kemudian, variabel *Digital Payment* (X2) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0.760 dan nilai VIF sebesar 1.315, dan variabel *Digital Marketing* (X3) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0.996 dan nilai VIF sebesar 1.004. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi, artinya tidak ada korelasi antara variabel independen yang diuji.

#### **4.5.3 Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Ghozali (2021) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan variance residual dalam model regresi. Model regresi yang baik yaitu memiliki variance residual yang konstan atau disebut homoskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode Glejser dan metode Park. Uji ini dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Untuk pengambilan keputusan yaitu, apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut :

***Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Metode Glejser***

| Variabel               | Sig   | Keterangan                        |
|------------------------|-------|-----------------------------------|
| Literasi Keuangan (X1) | 0.970 | Tidak terjadi heteroskedastisitas |
| Digital Payment (X2)   | 0.549 | Tidak terjadi heteroskedastisitas |
| Digital Marketing (X3) | 0.001 | Terjadi heteroskedastisitas       |

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2026

Berdasarkan tabel 4.17 menunjukkan bahwa nilai hasil bahwa variabel Literasi Keuangan (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0.970, kemudian variabel *Digital Payment* (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0.549, dan variabel *Digital Marketing* memiliki nilai signifikansi 0.001. Nilai signifikansi variabel X1 dan X2 lebih besar dari 0,05, yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas, sedangkan variabel *Digital Marketing* (X3) memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, hal tersebut menunjukkan bahwa pada model regresi awal masih terdapat gejala heteroskedastisitas sehingga diperlukan pengujian lanjutan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

***Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Metode Park***

| Variabel                  | Sig   | Keterangan                           |
|---------------------------|-------|--------------------------------------|
| Literasi Keuangan<br>(X1) | 0.826 | Tidak terjadi<br>heteroskedastisitas |
| Digital Payment<br>(X2)   | 0.439 | Tidak terjadi<br>heteroskedastisitas |
| Digital Marketing<br>(X3) | 0.332 | Tidak Terjadi<br>heteroskedastisitas |

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2026

Berdasarkan tabel 4.18 setelah dilakukan transformasi menggunakan metode Park dengan meregresikan LN\_RES terhadap variabel independen, maka diperoleh nilai signifikansi untuk variabel Literasi Keuangan (x1) sebesar 0.826, kemudian variabel *Digital Payment* (X2) sebesar 0.439 dan variabel *Digital Marketing* (X3) sebesar 0.332. Seluruh nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

#### 4.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menerapkan analisis data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hal ini dipilih karena penelitian ini melibatkan lebih dari satu variabel independen yang akan diuji pengaruhnya terhadap variabel dependen. Dari data kuesioner yang dikumpulkan, terdapat hasil dari pengujian regresi linear berganda yang dapat dilihat pada tabel 4.19 sebagai berikut :

***Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda***  
***Coefficients<sup>a</sup>***

| Model |                           | <i>Unstandardized Coefficients</i> |            | <i>Standardized Coefficients</i> | t      | Sig  |
|-------|---------------------------|------------------------------------|------------|----------------------------------|--------|------|
|       |                           | B                                  | Std. Error | Beta                             |        |      |
| 1     | (Constant)                | 1.013                              | .090       |                                  | 11.318 | .000 |
|       | Literasi Keuangan (LN_X1) | .409                               | .034       | .428                             | 11.868 | .000 |
|       | Digital Payment (LN_X2)   | .195                               | .027       | .257                             | 7.123  | .000 |

|  |                           |      |      |      |        |      |
|--|---------------------------|------|------|------|--------|------|
|  | Digital Marketing (LN_X3) | .016 | .001 | .712 | 22.544 | .000 |
|--|---------------------------|------|------|------|--------|------|

a. Dependent Variable : Efektivitas Kinerja Keuangan (LN\_Y)

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2026

Berdasarkan tabel 4.19 hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa nilai constant sebesar 1.013. Variabel literasi keuangan (X1) memiliki nilai *constant* sebesar 0.409, kemudian variabel *Digital Payment* (X2) memiliki nilai *constant* sebesar 0.195, dan variabel *Digital Marketing* (X3) memiliki nilai *constant* sebesar 0.16. Adapun hasil dari analisa regresi linear berganda diperoleh persamaan sebagai berikut ini :

$$\text{LN\_Y} = 1,013 + 0,409\text{X1} + 0,195\text{X2} + 0,016\text{X3}$$

Dengan menggunakan rumus analisis regresi linier berganda diatas, maka didapatkan penjelasan sebagai berikut :

1. Pada variabel literasi keuangan menunjukkan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,409. Nilai positif tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki hubungan searah dengan efektivitas kinerja keuangan UMKM. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki pelaku UMKM, maka akan semakin meningkat pula efektivitas kinerja keuangan usahanya.
2. Pada variabel *digital payment* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,195 dengan arah positif. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan digital payment memberikan kontribusi terhadap

peningkatan efektivitas kinerja keuangan UMKM. Artinya, semakin optimal penggunaan sistem pembayaran digital dalam transaksi usaha, maka kinerja keuangan UMKM juga cenderung mengalami peningkatan.

3. Pada variabel *digital marketing* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,016 dengan arah hubungan positif. Hal ini menunjukkan bahwa digital marketing juga berkontribusi terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM, meskipun pengaruhnya relatif lebih kecil dibandingkan variabel lainnya. Dengan kata lain, semakin baik pemanfaatan digital marketing yang dilakukan oleh pelaku UMKM, maka efektivitas kinerja keuangan juga akan mengalami peningkatan, walaupun tidak sebesar pengaruh literasi keuangan dan digital payment.

## 4.7 Uji Hipotesis

### 4.7.1 Uji F (Uji Kelayakan Model)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah model regresi layak atau tidak untuk digunakan. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.20 sebagai berikut :

***Tabel 4.20 Hasil Uji F (Uji Kelayakan Model)***

**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig               |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1     | Regression | 1.516          | 3  | .505        | 303.565 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | .160           | 96 | .002        |         |                   |
|       | Total      | 1.676          | 99 |             |         |                   |

a. Dependent Variable: LN\_Y

b. Predictors: (Constant), LN\_X3, LN\_X1, LN\_X2

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2026

Berdasarkan hasil pengujian uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 303,565 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut berada di bawah tingkat signifikansi penelitian yaitu 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

#### 4.7.2 Uji t

Menurut Ghozali (2021) uji t digunakan untuk menilai sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Penentuan kesimpulan dalam uji parsial didasarkan jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 atau nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen, Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 atau t hitung lebih kecil dari t tabel, maka variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.21 Sebagai berikut :

***Tabel 4.21 Hasil Uji Parsial (t)***

| <b>Variabel</b>               | <b>Nilai Constant</b> | <b>t hitung</b> | <b>t tabel</b> | <b>Sig</b> | <b><math>\alpha</math></b> | <b>Ket</b>  |
|-------------------------------|-----------------------|-----------------|----------------|------------|----------------------------|-------------|
| <b>Literasi Keuangan (X1)</b> | 0.409                 | 11.868          | 1.984          | 0.000      | 0.05                       | H1 Didukung |
| <b>Digital Payment (X2)</b>   | 0.195                 | 7.123           | 1.984          | 0.000      | 0.05                       | H1 Didukung |
| <b>Digital Marketing (X3)</b> | 0.016                 | 22.544          | 1.984          | 0.000      | 0.05                       | H1 Didukung |

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2026

Dari tabel 4.21 tersebut, terdapat penjelasan sebagai berikut :

1. Pada variabel literasi keuangan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0.000 dan nilai hitung sebesar 11.806. Maka diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi  $(0.000) < 0.05$  dan  $t$  hitung  $(11.806) > t$  tabel  $(1.984)$ . Artinya,  $H_0$  tidak didukung dan  $H_1$  didukung sehingga variabel literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM.
2. Pada variabel *digital payment* mempunyai nilai signifikansi sebesar 0.000 dan nilai hitung sebesar 7.123. Maka diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi  $(0.000) < 0.05$  dan  $t$  hitung  $(7.123) > t$  tabel  $(1.984)$ . Artinya,  $H_0$  tidak didukung dan  $H_1$  didukung sehingga variabel *digital payment* berpengaruh positif signifikan terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM.
3. Pada variabel *digital marketing* mempunyai nilai signifikansi sebesar 0.000 dan nilai hitung sebesar 22.544. Maka diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi  $(0.000) < 0.05$  dan  $t$  hitung  $(22.544) > t$  tabel  $(1.984)$ . Artinya,  $H_0$  tidak didukung dan  $H_1$  didukung sehingga variabel *digital marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM.

#### 4.7.3 Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2021) Uji Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai  $R^2$ . Semakin besar nilai  $R^2$ , maka semakin besar pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini, nilai koefisien determinasi menunjukkan tingkat kekuatan model regresi dalam menjelaskan hubungan antara variabel Literasi Keuangan, Digital Payment, dan Digital Marketing terhadap Efektivitas Kinerja Keuangan UMKM. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4. 22 Sebagai berikut :

***Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi***

**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .951 <sup>a</sup> | .905     | .902              | .04080                     |

a. Predictors: (Constant), LN X3, LN X1, LN X2

b. Dependent Variable: LN\_Y

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2026

Berdasarkan tabel 4.22 hasil pengujian koefisien determinasi yang ditunjukkan pada tabel Model Summary, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,902 atau 90,2% menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen

dalam model, kemampuan variabel Literasi Keuangan, *Digital Payment*, dan *Digital Marketing* dalam menjelaskan Efektivitas Kinerja Keuangan masih tergolong sangat tinggi. Nilai Adjusted R Square ini penting digunakan karena memberikan gambaran yang lebih akurat dibandingkan R Square terutama dalam model yang memiliki lebih dari satu variabel independen.

Tingginya nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa faktor transformasi digital dan kemampuan pengelolaan keuangan memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Hal ini mengindikasikan bahwa UMKM yang memiliki kemampuan literasi keuangan yang baik serta mampu memanfaatkan teknologi digital dalam transaksi dan pemasaran memiliki peluang yang lebih besar untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan usaha mereka.

## **4.8 Pembahasan**

### **4.8.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Efektivitas Kinerja Keuangan UMKM**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, diketahui bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan pelaku UMKM maka semakin baik pula kemampuan mereka dalam mengelola keuangan usaha. Literasi keuangan berkaitan dengan kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan serta mengaplikasikannya dalam pengambilan keputusan keuangan usaha Mitchell (2017), Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan

yang mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan keuangan (Qalby, 2023).

Pelaku UMKM yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu melakukan pengelolaan keuangan usaha secara lebih sistematis seperti melakukan pencatatan transaksi, menyusun perencanaan keuangan, mengontrol biaya operasional, serta melakukan evaluasi terhadap keuntungan usaha mustapa & mahmood, (2016). Kemampuan tersebut sangat penting karena pengelolaan keuangan yang baik akan membantu pelaku usaha dalam menjaga stabilitas usaha serta meningkatkan efektivitas kinerja keuangan. Hal ini sejalan dengan pendapat Rostikawati et al., (2019) yang menyatakan bahwa pengelolaan keuangan yang baik menjadi salah satu indikator penting dalam menilai kinerja suatu usaha.

Selain itu, literasi keuangan juga membantu pelaku UMKM dalam memahami pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha agar kondisi keuangan usaha dapat diketahui secara lebih akurat (Rahmadani & Novalita (2023). Dengan adanya pengelolaan keuangan yang baik, pelaku usaha dapat lebih mudah dalam mengambil keputusan strategis terkait pengembangan usaha. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan merupakan salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan efektivitas kinerja keuangan UMKM.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mitchell (2017); (usardi & Mitchell (2014); Abidin et al., (2025) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan

UMKM. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki pemahaman keuangan yang baik akan lebih mampu dalam mengambil keputusan keuangan yang tepat sehingga berdampak pada peningkatan kinerja usaha.

#### **4.8.2 Pengaruh *Digital Payment* terhadap Efektivitas Kinerja Keuangan UMKM**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa digital payment dengan menggunakan *QRIS* berpengaruh terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM. Digital payment merupakan sistem pembayaran elektronik yang memanfaatkan teknologi digital untuk mempermudah transaksi usaha Zusrony et al., (2023). Perkembangan sistem pembayaran digital saat ini salah satunya yaitu dengan penggunaan *QRIS* memberikan banyak kemudahan bagi pelaku UMKM dalam menjalankan aktivitas bisnis, khususnya dalam meningkatkan efisiensi transaksi. Menurut Prayoga et al., (2025), digital payment merupakan bagian dari transformasi sistem pembayaran yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi ekonomi serta mendorong inklusi keuangan masyarakat.

Penggunaan *digital payment* membantu pelaku UMKM dalam mempercepat proses transaksi serta mengurangi risiko kesalahan dalam transaksi tunai . Transaksi digital juga tercatat secara otomatis sehingga memudahkan pelaku usaha dalam melakukan pencatatan laporan Keuangan Sholihah & Nurhapsari (2023). Hal ini akan membantu UMKM dalam memantau perkembangan usaha serta melakukan evaluasi terhadap kinerja keuangan usaha. Pemanfaatan teknologi

digital dalam aktivitas bisnis dapat meningkatkan efisiensi operasional serta membantu meningkatkan nilai tambah bagi pelanggan (Pangkalpinang, 2024).

Selain itu, penggunaan *digital payment* juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen karena memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Kemudahan tersebut dapat meningkatkan minat beli konsumen yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan UMKM Maulana & Subroto (2025). Dengan meningkatnya penjualan, maka kinerja keuangan UMKM juga akan meningkat. Oleh karena itu, penggunaan *digital payment* menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan efektivitas kinerja keuangan UMKM.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Khusaeni & Widowati (2022); Zusrony et al., (2023); Monica et al., (2024); Utami (2025) ; Kusumawati & Kartikasari (2025) yang menyatakan bahwa digital payment mampu meningkatkan efisiensi usaha serta mempercepat perputaran kas UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital mampu meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan usaha. Kemudahan penggunaan digital payment dengan menggunakan QRIS berpengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM karena sistem pembayaran digital mampu meningkatkan kecepatan transaksi serta meningkatkan pendapatan usaha Utami (2025). Secara kebijakan, penerapan QRIS juga didukung oleh program dari Bank Indonesia. Sistem Pembayaran Indonesia yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi transaksi serta mendorong inklusi keuangan UMKM melalui digitalisasi sistem pembayaran. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan QRIS memang dirancang untuk meningkatkan kinerja usaha terutama dari sisi efisiensi transaksi (Bank Indonesia, 2019).

#### **4.8.3 Pengaruh *Digital Marketing* terhadap Efektivitas Kinerja Keuangan UMKM**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa *digital marketing* berpengaruh terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM. *Digital marketing* merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan media digital untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan penjualan produk Padli (2022). Menurut Pratamansyah (2025) pemasaran digital merupakan salah satu strategi pemasaran modern yang memanfaatkan teknologi internet untuk menjangkau konsumen lebih luas dan efektif.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *digital marketing* melalui media sosial mampu membantu UMKM dalam meningkatkan penjualan karena jangkauan pemasaran menjadi lebih luas dibandingkan pemasaran konvensional. *Digital marketing* juga memungkinkan UMKM untuk melakukan promosi dengan biaya yang relatif lebih rendah namun memiliki dampak yang besar terhadap peningkatan penjualan Setiyawan et al., (2025). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ramadhan et al., (2022); Khotmi et al., (2024); Sapthiarsyah & Junita (2024); Aflagaly et al., (2025); Syafrilillah et al., (2025) yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM karena mampu meningkatkan promosi produk serta memperluas pasar usaha. Pemanfaatan teknologi digital termasuk *digital marketing* mampu meningkatkan kinerja UMKM karena membantu meningkatkan volume penjualan serta memperkuat hubungan dengan pelanggan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, *digital payment* dan *digital marketing* terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Literasi Keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. *Digital Payment* berpengaruh positif signifikan terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. *Digital Marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta.

#### **5.2 Implikasi Penelitian**

##### **5.2.1 Implikasi Praktis**

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi pelaku UMKM bahwa peningkatan efektivitas kinerja keuangan tidak hanya bergantung pada peningkatan penjualan saja, tetapi juga pada kemampuan dalam mengelola keuangan usaha dan memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki kemampuan literasi keuangan yang baik cenderung memiliki sistem pencatatan keuangan yang lebih tertata, mampu memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta mampu melakukan evaluasi kinerja usaha secara berkala. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu meningkatkan kemampuan literasi

keuangan melalui pelatihan, seminar, maupun edukasi keuangan yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun lembaga terkait.

Penggunaan *QRIS* sebagai sistem pembayaran digital juga terbukti membantu meningkatkan efisiensi transaksi usaha, mengurangi risiko kesalahan pencatatan transaksi tunai, serta meningkatkan kenyamanan konsumen dalam melakukan pembayaran. Hal ini menunjukkan bahwa adopsi sistem pembayaran digital merupakan salah satu strategi penting dalam meningkatkan profesionalisme pengelolaan usaha UMKM. Dalam hal *digital marketing*, penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dapat membantu UMKM dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan brand awareness, serta meningkatkan volume penjualan. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu meningkatkan kemampuan dalam memanfaatkan platform digital seperti Instagram, WhatsApp Business, dan TikTok sebagai media pemasaran yang efektif dan efisien.

## **5.2. Implikasi Kebijakan**

Penelitian ini juga memberikan implikasi bagi pemerintah dan lembaga terkait seperti dinas koperasi dan UMKM bahwa program pemberdayaan UMKM sebaiknya tidak hanya berfokus pada bantuan modal usaha, tetapi juga perlu diarahkan pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia UMKM terutama dalam bidang literasi keuangan dan pemanfaatan teknologi digital. Program edukasi mengenai penggunaan *QRIS*, pelatihan *digital marketing*, serta pelatihan pengelolaan keuangan usaha menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya

saing UMKM di era digital. Dengan demikian, UMKM tidak hanya mampu bertahan tetapi juga mampu berkembang secara berkelanjutan.

### **5.3 Keterbatasan**

Pada penelitian ini terdapat keterbatasan yang dihadapi peneliti. Berikut ini adalah batasan – batasan tersebut :

1. Lokasi UMKM dalam penelitian ini masih terbatas, yaitu hanya di 5 Kabupaten Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner online melalui *google form*, memungkinkan ada responden yang mengisi kuesioner dengan jawaban yang tidak konsisten.
3. Sampel pada penelitian ini yaitu 100 responden, dengan menggunakan menggunakan pedoman penentuan sampel (Hair et al., 2017).

### **5.4 Saran**

#### **5.4.1 Bagi Peneliti Selanjutnya**

Berdasarkan keterbatasan dalam penelitian ini, peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan wilayah penelitian, tidak hanya terbatas pada lima kabupaten/kota di Daerah Istimewa Yogyakarta, tetapi juga dapat mencakup wilayah yang lebih luas baik di tingkat provinsi lain maupun nasional. Dengan cakupan wilayah yang lebih luas, hasil penelitian yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai kondisi UMKM. Selain itu, pada

metode pengumpulan data, peneliti selanjutnya diharapkan tidak hanya mengandalkan penyebaran kuesioner secara online, tetapi juga dapat mengkombinasikannya dengan metode lain seperti wawancara langsung atau observasi lapangan, agar bisa meningkatkan kualitas data penelitian serta meminimalisir kemungkinan adanya jawaban responden yang kurang konsisten. Mengenai jumlah sampel penelitian, peneliti selanjutnya juga disarankan untuk menambah jumlah sampel agar hasil penelitian memiliki tingkat akurasi yang lebih tinggi serta mampu merepresentasikan populasi secara lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. M. Z., Hardinata, R. F., Priwahyudi, M. A., & Larassaty<sup>4</sup>, A. L. (2025). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan dan Digital Payment Terhadap Kinerja Keuangan pada Kalangan UMKM di Sidoarjo. *Journal of Sustainable Social and Economics*, 1(1), 2025.
- Aflagaly, D., Kusumowati, D., & Listyowati, L. (2025). Pengaruh e-wallet dan digital marketing terhadap kinerja keuangan UMKM. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Perpajakan (Bijak)*, 7(1), 36–43.
- Anggreini, M., Maulida, A., & Prima Sari, P. (2024). Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan (Studi Kasus UMKM Kuliner Kota Yogyakarta). *Journal of Economics, Bussiness and Management Issues*, 2(1), 55–69.
- Arief, I., Hasan, A., Putri, N. T., & Rahman, H. (2023). *International Journal On Informatics Visualization. Literature Reviews of RBV and KBV Theories Reimagined: A Technological Approach Using Text Analysis and Po.* 7(December), 2532–2542.
- Arifa, I., Ahmad Choiri, Wahyu Wibowo, Aminuddin, A., & Nur Azizah Panggabean. (2025). Peran UMKM dalam Meningkatkan Perekonomian Nasional. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(4), 5376–5385.
- Ayem, S., & Wahidah, U. (2020). JEMMA ( Jurnal of Economic , Management , and Accounting ) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan UMKM Di Kota Yogyakarta. *JEMMA (Jurnal of Economic, Management, and Accounting)*, 4(1), 1–9.
- Ayu Nursasi, Nanda Hanifah, Rifani Tri Handani, & Sarpini Sarpini. (2024). Implementasi Kebijakan Integrasi Ekonomi Dan Dampaknya Terhadap Pengembangan Umkm Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(12), 429–440.
- Bank Indonesia. (2019). Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025. *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025*, 1–81.
- Diah Ayu Susanti, Zuliyat, & Khoirotun Nida Laili. (2023). Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Akuntansi, Modal Usaha, Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Kinerja Umkm Di Kabupaten Demak. *Jurnal Akuntansi Edukasi Nusantara*, 1(1), 23–29.
- Erina Kambulawa, Tri Siwi Nugrahani, Sulkhanul Umam, & Tias Budi Lestari. (2025). Pengaruh Penerapan Strategi Bisnis dan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kota Yogyakarta. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Manajemen Kewirausahaan Dan Bisnis*, 2(2), 232–241.

- Fachrunnisa Z.H., Windarti N.P., & Sari P.R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment dan Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Fairness*, 1–13.
- Farahiyah, Q., & Haryadi, B. (2024). Pengaruh Financial Literacy, Financial Technology dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Usaha UMKM pada Era Teknologi. *Journal of Culture Accounting and Auditing*, 3(2), 1.
- Gama, et al. (2025). *JUIMA : Jurnal Ilmu Manajemen Pengaruh Penerapan Fintech Payment Gateway dan Financial Literacy Terhadap Kinerja Keuangan. JUIMA : Jurnal Ilmu Manajemen*. 15(2), 222–237.
- Ghozali, H, I. (2021). Bab 2 Pengenalan Program Spss Aplikasi Statistik Dekriptif Dan Crosstabs. In *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 26.
- Hair, F, J., William, Rolph, J., B. B., & Babin. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).
- 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.
- Ibnu Abbas, F., Dewi Mulyani, I., Syaifulloh, M., Studi Akuntansi, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Literasi Keuangan, dan Inklusi Keuangan terhadap Peningkatan Kinerja UMKM (Studi Kasus pada UMKM Mitra Mandiri Brebes) The Influence of Digital Marketing, Financial Literacy, and Financial Inclusion on Improving MSME Performanc. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 2(3), 85–104.
- Indah Lestari Rahmadani, & Novalita. (2023). Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan Dan Kemudahan Digital Payment Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Bandar Lampung. *HUMAN: Journal of Social Humanities and Science*, 1(1), 66–78.
- Jimly Sabda Maulana, & Waspodo Tjipto Subroto. (2025). Peran QRIS terhadap Pendapatan UMKM di Era Digital: Studi SWK Ketintang Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 4044–4055.
- Kasendah, B. S., & Wijayangka, C. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Literasi Keuanagn UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 153–160.
- Khotmi, H., Hikmah, H., Fauzi, A. K., & Astini, Y. (2024). Pengaruh Media Sosial, Literasi Keuangan, E-commerce, Digital Payment, dan Orientasi Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM di Kota Mataram.
- Khusaeni, M., & Widowati, N. (2022). Adoption of QRIS Digital Payments in SMEs Based on the Technology Acceptance Model. *..Journal of Development Economic and Social Studies*, 01(2), 325–347.

- Kurniawan, W. B., & Syahyudda, B. (2023). Tingkat Kepuasan Tamu Terhadap Kualitas Pelayanan Room Attendant Di Ck Tanjungpinang Hotel & Convention Centre. *Jurnal Ekonomi, Sosial & ...*, 10, 54–60.
- Kusumawati, E. D., & Kartikasari, D. (2025). Optimalisasi Kinerja Keuangan Usaha Kuliner Melalui Implementasi QRIS. *Owner*, 9(1), 399–410.
- Lestari, T., Yulianto, A., Ikhwan, S., & Wahana, A. N. D. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Marketing, dan Sertifikasi Halal terhadap Peningkatan Kinerja UMKM (Studi Kasus pada UMKM Mitra Mandiri Brebes). *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 2(3), 56–74.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- Marangunić, N., & Granić, A. (2015). Technology acceptance model: a literature review from 1986 to 2013. *Universal Access in the Information Society*, 14(1), 81–95.
- Masrom, M. (2007). Technology acceptance model and E-learning. *12th International Conference on Education, May*, 21–24.
- Melin Vaira Haswan, & Halimatusyadiah, H. (2025). Kemampuan Mengelola Risiko pada UKM: Pengaruh Pengetahuan Akuntansi dan Literasi Keuangan. *AKUA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 523–534.
- Mitchell, L. &. (2017). *Pentingnya Literasi Keuangan bagi Ekonomi: Teori dan Bukti*. 52(1), 5–44.
- Monica, L., Maulida, A., & Sari, P. P. (2024). Pengetahuan Sistem Pembayaran Teknologi Digital Dalam Kinerja Keuangan Umkm. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(04), 1355–1366.
- Mugo, D., Njagi, K., Chemwei, B., & Motanya, J. (2017). The Technology Acceptance Model (TAM) and its Application to the Utilization of Mobile Learning Technologies. *British Journal of Mathematics & Computer Science*, 20(4), 1–8.
- mustapa & mahmood. (2016). *Pengaruh Manajemen Pengetahuan Terhadap Kinerja*. 18, 252–260.
- Natasia, S. R., Wiranti, Y. T., & Parastika, A. (2021). Acceptance analysis of NUADU as e-learning platform using the Technology Acceptance Model (TAM) approach. *Procedia Computer Science*, 197(2021), 512–520.
- Nuraeni Yuni Siti, & Irawati, D. (2025). Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen. *Charli Ones Chintya, Putri Intan Permata Sari Dkk.*, 7(2), 152–164.
- Nursasi, A., Hanifah, N., Handani, R. T., & Sarpini, S. (2024). Implementasi kebijakan integrasi ekonomi dan dampaknya terhadap pengembangan umkm

- di indonesia. *Jurnal ilmiah ekonomi dan manajemen*, 2(12), 429-440.
- Padli. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha Mikro. *Jurnal Hipotesa*, 16(2), 21–35.
- Pangkalpinang, D. I. K. (2024). *Pengaruh Pembayaran Digital Dan Literasi Keuangan*. 2(1), 58–69.
- Paramitha, M. P., Mustofiyah, N., Rieuwpassa, D. O., & Anissa, R. (2022). Prosiding National Seminar on Accounting , Finance , Peran Digital Marketing Sebagai Langkah Peningkatan Kinerja UMKM di Era Revolusi Industri 4 . 0. *Prosiding National Seminar on Accounting*, 2(2), 133–147.
- Pratamansyah, S. R. (2025). *Jurnal Maneksi ( Management Ekonomi Dan Akuntansi ) Dampak Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM*. 14(3), 1375–1386.
- Prayoga, M. S. D., Syifa Aristawati, Agustin, P. N., Agustin, F. D., & Asitah, N. (2025). Transformasi Pembayaran Digital di Era Ekonomi Digital: Analisis Efisiensi dan Dampaknya terhadap UMKM. *Nusantara Entrepreneurship and Management Review*, 3(1), 29–38.
- Qalby, H. Q. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Technology. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 531–540.
- Rizal Ramadhan, Nurleli, & Andhika Anandya. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Riset Akuntansi*, 12(1), 107–114.
- Rostikawati, R., Pirmaningsih, L., Wijaya, U., & Surabaya, K. (2019). Pengaruh Kemampuan Menyusun Laporan. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 01(2), 1–21.
- Santiara, I. M., & Sinarwati, N. K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Umkm Di Kecamatan Tejakula. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(2), 349.
- Sapthiarsyah, M. F., & Junita, D. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pemasaran Digital Terhadap Kinerja Umkm. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 21(2), 330–337.
- Setiyawan, A., Erikawati, C., Mumtaz, L., & Susilowati, E. (2025). Optimalisasi digital marketing bagi UMKM: Pelatihan digital marketing dan strategi konten di sosial media. *Penamas: Journal of Community Service*, 5(3), 387–394.
- Sholihah, E., & Nurhapsari, R. (2023). Percepatan Implementasi Digital Payment Pada UMKM: Intensi Pengguna QRIS Berdasarkan Technology Acceptance Model. *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 12(1), 1–12.

- Soelaiman, L., & Utami, A. R. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Media Sosial Instagram Dan Dampaknya Terhadap Kinerja Umkm. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 124.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta. In *Bandung: Alfabeta*.
- Syafrilillah, I. I., Sari, M. I., & Supeni, R. E. (2025). Pengaruh Payment Gateway , Literasi Keuangan Dan Pengguna Media Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Umkm Di Kabupaten Jember The Influence Of Payment Gateways , Financial Literacy And Social Media Users On The Financial Performance Of Compani. *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*, 15(01), 9–21.
- Utami, N. (2025). Adopsi Pembayaran Digital melalui QRIS dan Dampaknya terhadap Kinerja Finansial UMKM. *Jurnal Transaksi (Atma Jaya)*, 9(2), 1–13.
- Yoseptin T. Pratiwi, I. N. S. (2024). *Inovasi Membentuk UMKM & Koperasi Masa Depan*.
- Zusrony et al. (2023). Analisis perceived usefulness, perceived ease of use dan perceived risk terhadap minat penggunaan pembayaran digital QRIS pada pelaku UMKM. *Analisis Perceived Usefulness, Perceive Ease of Use Dan Perceived Risk Terhadap Minat Penggunaan Pembayaran Digital Quick Response Indonesia Standard (QRIS) Pada Pelaku UMKM*, 16(1), 200–206.

## **LAMPIRAN**

### **Lampiran 1 Kuesioner Penelitian**

#### **Kuesioner Penelitian**

Assalamualikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i Responden Penelitian

Dengan hormat.

Perkenalkan, saya Luthfi Ainur Radiksa (22312270) Mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian Tugas Akhir (Skripsi) dengan judul “PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *DIGITAL PAYMENT* DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP EFEKTIVITAS KINERJA KEUANGAN UMKM DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Literasi Keuangan, *Digital Payment*, dan *Digital Marketing* terhadap Efektivitas Kinerja Keuangan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta.

#### **Identitas Responden**

**Nama Usaha :**

**Jenis Usaha :**

- ☐ Kuliner
- ☐ Perdagangan
- ☐ Penyedia Jasa
- ☐ Produksi
- ☐ Pertanian/Peternakan
- ☐ Lainnya

**Umur Usaha :**

- ☐ 1-3 Tahun
- ☐ 4-5 Tahun
- ☐ 5-10 Tahun
- ☐ Lebih dari 15 Tahun

**Omzet UMKM Perbulan :**

- ☐ < 1.000.000 – 5.000.000
- ☐ Rp. 5.000.0000 – Rp. 10.000.000
- ☐ Rp 10.000.000 – Rp. 15.000.000
- ☐ > Rp 20.000.000

**Posisi dalam usaha :**

- ☐ Pemilik usaha
- ☐ Manager

**Alamat Usaha :**

- ☐ Kab. Sleman
- ☐ Kab. Gunung Kidul
- ☐ Kab. Kulon Progo
- ☐ Kab. Bantul
- ☐ Kota Yogyakarta

**Jenis Kelamin :**

- ☐ Perempuan
- ☐ Laki - Laki

**Pendidikan Terakhir :**

- ☐ SMP
- ☐ SMA/SMK
- ☐ Diploma (D3)
- ☐ Sarjana (S1)
- ☐ Master (S2)
- ☐ Doktor (S3)

Apakah usaha anda menggunakan QRIS untuk transaksi pembayaran dari customer

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Apakah usaha anda menggunakan digital marketing melalui media sosial (tiktok, instagram, whatsapp dll) untuk penjualan produk

- Ya
- Tidak

**Petunjuk Pengisian Kuesioner :**

Kuesioner ini menggunakan skala likert 1-4, silahkan pilih jawaban pada kolom yang tersedia sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu/Saudara/i yang sebenarnya. Tidak ada jawaban benar atau salah, semua jawaban diterima sesuai dengan persepsi Bapak/Ibu/Saudara/i.

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Setuju (S)
- 4 = Sangat Setuju (SS)

**LITERASI KEUANGAN (X1)**

| No | Pernyataan                                                                                          | STS | TS | S | SS |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|---|----|
| 1  | Saya mampu dan memahami cara membuat laporan keuangan usaha                                         |     |    |   |    |
| 2  | Saya memahami cara menghitung harga pokok penjualan, laba, rugi dan pengelolaan arus kas usaha saya |     |    |   |    |
| 3  | Saya rutin melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran usaha                                     |     |    |   |    |
| 4  | Saya memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha                                              |     |    |   |    |
| 5  | Saya menggunakan informasi keuangan untuk mengambil keputusan usaha                                 |     |    |   |    |

Sumber : (Mitchell, 2017); (Abidin et al., 2025); (Santiara & Sinarwati, 2023).

***DIGITAL PAYMENT (QRIS) (X2)***

| No | Pernyataan                                                                                                | STS | TS | S | SS |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|---|----|
| 1  | Saya tidak mengalami kesulitan saat menerima pembayaran melalui QRIS                                      |     |    |   |    |
| 2  | QRIS membantu mempercepat pelayanan kepada pelanggan                                                      |     |    |   |    |
| 3  | Risiko kehilangan uang lebih kecil saat menggunakan QRIS                                                  |     |    |   |    |
| 4  | Penggunaan QRIS memudahkan pencatatan transaksi usaha dan mengurangi kesalahan pencatatan transaksi usaha |     |    |   |    |
| 5  | Riwayat transaksi QRIS membantu saya memantau keuangan usaha                                              |     |    |   |    |

Sumber : (Utami, 2025); (Bank Indonesia, 2019); (Anggreini et al., 2024).

***DIGITAL MARKETING (X3)***

| No | Pernyataan                                                                                                                          | STS | TS | S | SS |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|---|----|
| 1  | Saya menggunakan media sosial (tiktok, instagram, whatsapp dll) untuk mempromosikan produk                                          |     |    |   |    |
| 2  | Media sosial membantu memperluas jangkauan pasar dan lebih memperbanyak customer                                                    |     |    |   |    |
| 3  | Informasi produk usaha saya menjadi lebih mudah dikenali dan ditemukan oleh customer dengan penggunaan promosi melalui media sosial |     |    |   |    |
| 4  | Promosi digital membantu meningkatkan penjualan dan pendapatan usaha                                                                |     |    |   |    |
| 5  | Promosi melalui media sosial lebih efektif dibandingkan promosi secara offline.                                                     |     |    |   |    |

Sumber : (Padli, 2022); (Paramitha et al., 2022); (Pratamansyah, 2025); (Rizal

Ramadhan et al., 2022).

### EFEKTIVITAS KINERJA KEUANGAN (Y)

| No | Pernyataan                                                                                                   | STS | TS | S | SS |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|---|----|
| 1  | Pendapatan usaha saya mengalami peningkatan selama satu tahun terakhir.                                      |     |    |   |    |
| 2  | Saya dapat memenuhi kewajiban usaha (utang, gaji, sewa dll) dengan tepat waktu                               |     |    |   |    |
| 3  | Arus kas usaha saya berjalan dengan lancar tanpa mengalami kekurangan dana secara signifikan.                |     |    |   |    |
| 4  | Target penjualan usaha saya umumnya dapat tercapai.                                                          |     |    |   |    |
| 5  | Saya dapat mengendalikan biaya operasional usaha dan mampu mengevaluasi kinerja keuangan usaha dengan mudah. |     |    |   |    |

Sumber : (Fachrunnisa et al., 2024); (Gama, 2025); (Rahmadani & Novalita, 2023).

### Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner

#### Literasi Keuangan (X1)

| No Responden | Literasi Keuangan |      |      |      |      |
|--------------|-------------------|------|------|------|------|
|              | X1.1              | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 |
| 1            | 3                 | 3    | 3    | 2    | 3    |
| 2            | 3                 | 3    | 3    | 3    | 3    |
| 3            | 3                 | 3    | 3    | 3    | 3    |
| 4            | 3                 | 3    | 3    | 3    | 3    |
| 5            | 4                 | 4    | 4    | 4    | 4    |
| 6            | 3                 | 3    | 3    | 4    | 3    |
| 7            | 3                 | 3    | 3    | 3    | 3    |
| 8            | 2                 | 2    | 2    | 3    | 3    |
| 9            | 3                 | 3    | 4    | 3    | 3    |
| 10           | 3                 | 3    | 4    | 4    | 4    |
| 11           | 2                 | 3    | 1    | 2    | 2    |
| 12           | 3                 | 3    | 3    | 3    | 3    |
| 13           | 4                 | 4    | 4    | 4    | 4    |
| 14           | 4                 | 4    | 4    | 4    | 4    |
| 15           | 3                 | 3    | 4    | 3    | 3    |
| 16           | 4                 | 4    | 4    | 4    | 4    |
| 17           | 3                 | 3    | 3    | 3    | 3    |
| 18           | 3                 | 3    | 3    | 3    | 3    |
| 19           | 3                 | 3    | 3    | 3    | 3    |

|    |   |   |   |   |   |
|----|---|---|---|---|---|
| 20 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 21 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 22 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| 23 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| 24 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 25 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 26 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 27 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 28 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 29 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 30 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 31 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 32 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 33 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 35 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 36 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 38 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| 39 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 42 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 43 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 44 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 45 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 46 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 47 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 48 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 49 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 50 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 51 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 52 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 53 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 54 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 55 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 |
| 56 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 57 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 58 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 59 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 60 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 61 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |

|     |   |   |   |   |   |
|-----|---|---|---|---|---|
| 62  | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 63  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 64  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 65  | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 66  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 67  | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 68  | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 69  | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 |
| 70  | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 71  | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 72  | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 73  | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 74  | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 75  | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 76  | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 77  | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 78  | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 |
| 79  | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 |
| 80  | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 81  | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| 82  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 83  | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 84  | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 85  | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 86  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 87  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 88  | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 89  | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 90  | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 91  | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 92  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 93  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 94  | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 95  | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 96  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 97  | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 98  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 99  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 100 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |

***Digital Payment (X2)***

| No<br>Responden | <i>Digital Payment (QRIS)</i> |      |      |      |      | Total<br>X2 |
|-----------------|-------------------------------|------|------|------|------|-------------|
|                 | X2.1                          | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 |             |
| 1               | 3                             | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 2               | 3                             | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 3               | 4                             | 3    | 2    | 4    | 4    | 17          |
| 4               | 3                             | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 5               | 4                             | 4    | 4    | 4    | 4    | 20          |
| 6               | 3                             | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 7               | 4                             | 4    | 3    | 4    | 4    | 19          |
| 8               | 4                             | 4    | 3    | 4    | 4    | 19          |
| 9               | 3                             | 4    | 3    | 4    | 4    | 18          |
| 10              | 3                             | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 11              | 3                             | 4    | 3    | 4    | 4    | 18          |
| 12              | 3                             | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 13              | 4                             | 4    | 3    | 3    | 3    | 17          |
| 14              | 4                             | 4    | 4    | 3    | 4    | 19          |
| 15              | 4                             | 4    | 3    | 4    | 4    | 19          |
| 16              | 4                             | 4    | 4    | 4    | 4    | 20          |
| 17              | 3                             | 3    | 2    | 3    | 3    | 14          |
| 18              | 3                             | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 19              | 3                             | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 20              | 4                             | 4    | 4    | 4    | 4    | 20          |
| 21              | 3                             | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 22              | 3                             | 4    | 3    | 3    | 3    | 16          |
| 23              | 4                             | 4    | 4    | 4    | 4    | 20          |
| 24              | 4                             | 4    | 4    | 4    | 4    | 20          |
| 25              | 3                             | 3    | 4    | 4    | 4    | 18          |
| 26              | 4                             | 4    | 4    | 4    | 4    | 20          |
| 27              | 4                             | 4    | 4    | 4    | 4    | 20          |
| 28              | 3                             | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 29              | 3                             | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 30              | 3                             | 4    | 2    | 3    | 3    | 15          |
| 31              | 3                             | 4    | 4    | 4    | 4    | 19          |
| 32              | 4                             | 3    | 4    | 3    | 4    | 18          |
| 33              | 3                             | 3    | 2    | 3    | 3    | 14          |
| 34              | 4                             | 4    | 4    | 4    | 4    | 20          |
| 35              | 3                             | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 36              | 4                             | 4    | 3    | 4    | 4    | 19          |
| 37              | 4                             | 4    | 3    | 4    | 4    | 19          |
| 38              | 4                             | 4    | 1    | 4    | 4    | 17          |

|    |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 39 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5  |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 41 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 17 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 43 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 45 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 46 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 47 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 48 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 49 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 17 |
| 50 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 51 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 17 |
| 52 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 18 |
| 53 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| 54 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 55 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 12 |
| 56 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 |
| 57 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| 58 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 59 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 16 |
| 60 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 61 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 63 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 16 |
| 64 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 65 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 17 |
| 66 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 17 |
| 67 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 69 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 70 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 71 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 15 |
| 72 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 73 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 74 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 18 |
| 75 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 76 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 77 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 78 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 79 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 16 |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 |

|     |   |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|---|----|
| 81  | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 82  | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 83  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 84  | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 85  | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 13 |
| 86  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 87  | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 88  | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 89  | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 90  | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 91  | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 92  | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 93  | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 94  | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 95  | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 17 |
| 96  | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 97  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 98  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 99  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 100 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |

***Digital Marketing (X3)***

| No<br>Responden | <i>Digital Marketing</i> |      |      |      |      | Total<br>X3 |
|-----------------|--------------------------|------|------|------|------|-------------|
|                 | X3.1                     | X3.2 | X3.3 | X3.4 | X3.5 |             |
| 1               | 3                        | 3    | 3    | 3    | 2    | 14          |
| 2               | 3                        | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 3               | 4                        | 4    | 4    | 4    | 4    | 20          |
| 4               | 3                        | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 5               | 4                        | 4    | 4    | 4    | 3    | 19          |
| 6               | 3                        | 4    | 4    | 3    | 3    | 17          |
| 7               | 4                        | 3    | 4    | 4    | 4    | 19          |
| 8               | 2                        | 3    | 3    | 3    | 3    | 14          |
| 9               | 4                        | 4    | 3    | 3    | 3    | 17          |
| 10              | 3                        | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 11              | 3                        | 2    | 2    | 2    | 2    | 11          |
| 12              | 3                        | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 13              | 3                        | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 14              | 4                        | 4    | 4    | 3    | 4    | 19          |
| 15              | 4                        | 4    | 4    | 4    | 4    | 20          |
| 16              | 4                        | 4    | 3    | 4    | 3    | 18          |
| 17              | 3                        | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 18              | 3                        | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 19              | 3                        | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 20              | 3                        | 4    | 4    | 3    | 3    | 17          |
| 21              | 3                        | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 22              | 2                        | 3    | 3    | 3    | 3    | 14          |
| 23              | 3                        | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 24              | 4                        | 4    | 4    | 4    | 4    | 20          |
| 25              | 3                        | 4    | 4    | 3    | 4    | 18          |
| 26              | 4                        | 4    | 4    | 3    | 4    | 19          |
| 27              | 3                        | 4    | 4    | 3    | 4    | 18          |
| 28              | 3                        | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 29              | 3                        | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 30              | 3                        | 4    | 3    | 3    | 4    | 17          |
| 31              | 3                        | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 32              | 3                        | 4    | 4    | 4    | 4    | 19          |
| 33              | 3                        | 3    | 3    | 3    | 2    | 14          |
| 34              | 4                        | 4    | 4    | 4    | 4    | 20          |
| 35              | 3                        | 3    | 2    | 3    | 3    | 14          |
| 36              | 4                        | 4    | 4    | 4    | 4    | 20          |
| 37              | 4                        | 4    | 4    | 4    | 4    | 20          |
| 38              | 3                        | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |

|    |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 39 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5  |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 43 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 45 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 46 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 47 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 48 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 49 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 50 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 51 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 52 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 53 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 54 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 17 |
| 55 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 56 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| 57 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 17 |
| 58 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 59 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 60 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 17 |
| 61 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 64 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 65 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 |
| 66 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 68 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 17 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 70 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 71 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 72 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 17 |
| 73 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 74 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 13 |
| 75 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 76 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 77 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 18 |
| 78 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 |
| 79 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 15 |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |

|     |   |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|---|----|
| 81  | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 82  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 83  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 84  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 85  | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 17 |
| 86  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 87  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 88  | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 89  | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 90  | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 16 |
| 91  | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 15 |
| 92  | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 93  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 94  | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 |
| 95  | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 96  | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 17 |
| 97  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 98  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 99  | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 17 |
| 100 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |

### Efektivitas Kinerja Keuangan (Y)

| No<br>Responden | Efektivitas Kinerja Keuangan |     |     |     |     | Total<br>Y |
|-----------------|------------------------------|-----|-----|-----|-----|------------|
|                 | Y.1                          | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 |            |
| 1               | 3                            | 3   | 3   | 3   | 3   | 15         |
| 2               | 3                            | 3   | 3   | 3   | 3   | 15         |
| 3               | 3                            | 3   | 3   | 3   | 3   | 15         |
| 4               | 3                            | 3   | 3   | 3   | 3   | 15         |
| 5               | 3                            | 3   | 3   | 3   | 3   | 15         |
| 6               | 3                            | 3   | 3   | 3   | 3   | 15         |
| 7               | 3                            | 3   | 3   | 4   | 3   | 16         |
| 8               | 3                            | 3   | 3   | 3   | 3   | 15         |
| 9               | 3                            | 3   | 3   | 3   | 3   | 15         |
| 10              | 3                            | 3   | 3   | 3   | 3   | 15         |
| 11              | 3                            | 3   | 2   | 2   | 2   | 12         |
| 12              | 3                            | 3   | 3   | 3   | 3   | 15         |
| 13              | 3                            | 3   | 3   | 3   | 3   | 15         |
| 14              | 3                            | 4   | 4   | 4   | 4   | 19         |
| 15              | 3                            | 3   | 3   | 3   | 3   | 15         |
| 16              | 3                            | 4   | 3   | 3   | 3   | 16         |
| 17              | 3                            | 3   | 3   | 3   | 3   | 15         |
| 18              | 3                            | 3   | 3   | 3   | 3   | 15         |
| 19              | 3                            | 3   | 3   | 3   | 3   | 15         |
| 20              | 3                            | 3   | 3   | 3   | 3   | 15         |
| 21              | 3                            | 3   | 3   | 3   | 3   | 15         |
| 22              | 3                            | 3   | 3   | 4   | 3   | 16         |
| 23              | 2                            | 2   | 4   | 3   | 2   | 13         |
| 24              | 4                            | 4   | 4   | 4   | 4   | 20         |
| 25              | 4                            | 3   | 4   | 4   | 3   | 18         |
| 26              | 3                            | 4   | 3   | 4   | 4   | 18         |
| 27              | 3                            | 3   | 3   | 3   | 3   | 15         |
| 28              | 3                            | 3   | 3   | 3   | 3   | 15         |
| 29              | 3                            | 3   | 3   | 3   | 3   | 15         |
| 30              | 3                            | 3   | 3   | 3   | 4   | 16         |
| 31              | 3                            | 3   | 3   | 3   | 3   | 15         |
| 32              | 3                            | 4   | 3   | 3   | 3   | 16         |
| 33              | 3                            | 3   | 3   | 3   | 3   | 15         |
| 34              | 4                            | 4   | 4   | 4   | 4   | 20         |
| 35              | 3                            | 3   | 3   | 3   | 3   | 15         |
| 36              | 4                            | 4   | 2   | 3   | 4   | 17         |
| 37              | 4                            | 4   | 4   | 3   | 4   | 19         |
| 38              | 2                            | 2   | 3   | 2   | 3   | 12         |

|    |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 39 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 9  |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 41 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 42 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 43 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 16 |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 45 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 46 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 47 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 10 |
| 48 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 49 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 50 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 17 |
| 51 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 16 |
| 52 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 53 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 54 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 55 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 56 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 57 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 58 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 |
| 59 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 60 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 61 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 62 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 |
| 63 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 16 |
| 64 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 65 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 67 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 16 |
| 68 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 69 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 70 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 71 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 15 |
| 72 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 16 |
| 73 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| 74 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 11 |
| 75 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 76 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 15 |
| 77 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 15 |
| 78 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 15 |
| 79 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 16 |
| 80 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |

|     |   |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|---|----|
| 81  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 82  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 83  | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 84  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 85  | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 15 |
| 86  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 87  | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 15 |
| 88  | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| 89  | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 17 |
| 90  | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| 91  | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 16 |
| 92  | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 93  | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 94  | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 |
| 95  | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 17 |
| 96  | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 16 |
| 97  | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 |
| 98  | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 99  | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 11 |
| 100 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 |

### Lampiran 3 Uji Statistik Deskriptif

|                              | Descriptive Statistics |         |         |       |                |
|------------------------------|------------------------|---------|---------|-------|----------------|
|                              | N                      | Minimum | Maximum | Mean  | Std. Deviation |
| Literasi Keuangan            | 100                    | 10      | 20      | 16.42 | 2.156          |
| Digital Payment (QRIS)       | 100                    | 5       | 20      | 17.16 | 2.356          |
| Digital Marketing            | 100                    | 5       | 20      | 16.87 | 2.469          |
| Efektivitas Kinerja Keuangan | 100                    | 9       | 20      | 15.78 | 1.926          |
| Valid N (listwise)           | 100                    |         |         |       |                |

## Literasi Keuangan (X1)

### X1.1

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2     | 4         | 4.0     | 4.0           | 4.0                |
|       | 3     | 69        | 69.0    | 69.0          | 73.0               |
|       | 4     | 27        | 27.0    | 27.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

### X1.2

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2     | 3         | 3.0     | 3.0           | 3.0                |
|       | 3     | 69        | 69.0    | 69.0          | 72.0               |
|       | 4     | 28        | 28.0    | 28.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

### X1.3

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 1     | 1         | 1.0     | 1.0           | 1.0                |
|       | 2     | 6         | 6.0     | 6.0           | 7.0                |
|       | 3     | 56        | 56.0    | 56.0          | 63.0               |
|       | 4     | 37        | 37.0    | 37.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

### X1.4

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2     | 7         | 7.0     | 7.0           | 7.0                |
|       | 3     | 50        | 50.0    | 50.0          | 57.0               |
|       | 4     | 43        | 43.0    | 43.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**X1.5**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2     | 5         | 5.0     | 5.0           | 5.0                |
|       | 3     | 61        | 61.0    | 61.0          | 66.0               |
|       | 4     | 34        | 34.0    | 34.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**Digital Payment (X2)****X2.1**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 1     | 1         | 1.0     | 1.0           | 1.0                |
|       | 2     | 4         | 4.0     | 4.0           | 5.0                |
|       | 3     | 47        | 47.0    | 47.0          | 52.0               |
|       | 4     | 48        | 48.0    | 48.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**X2.2**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 1     | 1         | 1.0     | 1.0           | 1.0                |
|       | 3     | 41        | 41.0    | 41.0          | 42.0               |
|       | 4     | 58        | 58.0    | 58.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**X2.3**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 1     | 3         | 3.0     | 3.0           | 3.0                |
|       | 2     | 6         | 6.0     | 6.0           | 9.0                |
|       | 3     | 48        | 48.0    | 48.0          | 57.0               |
|       | 4     | 43        | 43.0    | 43.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**X2.4**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 1     | 2         | 2.0     | 2.0           | 2.0                |
|       | 2     | 3         | 3.0     | 3.0           | 5.0                |
|       | 3     | 44        | 44.0    | 44.0          | 49.0               |
|       | 4     | 51        | 51.0    | 51.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**X2.5**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 1     | 1         | 1.0     | 1.0           | 1.0                |
|       | 2     | 3         | 3.0     | 3.0           | 4.0                |
|       | 3     | 48        | 48.0    | 48.0          | 52.0               |
|       | 4     | 48        | 48.0    | 48.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**Digital Marketing (X3)****X3.1**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 1     | 1         | 1.0     | 1.0           | 1.0                |
|       | 2     | 2         | 2.0     | 2.0           | 3.0                |
|       | 3     | 52        | 52.0    | 52.0          | 55.0               |
|       | 4     | 45        | 45.0    | 45.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**X3.2**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 1     | 1         | 1.0     | 1.0           | 1.0                |
|       | 2     | 1         | 1.0     | 1.0           | 2.0                |
|       | 3     | 46        | 46.0    | 46.0          | 48.0               |
|       | 4     | 52        | 52.0    | 52.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**X3.3**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 1     | 1         | 1.0     | 1.0           | 1.0                |
|       | 2     | 3         | 3.0     | 3.0           | 4.0                |
|       | 3     | 54        | 54.0    | 54.0          | 58.0               |
|       | 4     | 42        | 42.0    | 42.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**X3.4**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 1     | 1         | 1.0     | 1.0           | 1.0                |
|       | 2     | 3         | 3.0     | 3.0           | 4.0                |
|       | 3     | 54        | 54.0    | 54.0          | 58.0               |
|       | 4     | 42        | 42.0    | 42.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**X3.5**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 1     | 1         | 1.0     | 1.0           | 1.0                |
|       | 2     | 9         | 9.0     | 9.0           | 10.0               |
|       | 3     | 56        | 56.0    | 56.0          | 66.0               |
|       | 4     | 34        | 34.0    | 34.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

## Efektivitas Kinerja Keuangan (Y)

### Y.1

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 1     | 2         | 2.0     | 2.0           | 2.0                |
|       | 2     | 10        | 10.0    | 10.0          | 12.0               |
|       | 3     | 67        | 67.0    | 67.0          | 79.0               |
|       | 4     | 21        | 21.0    | 21.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

### Y.2

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 1     | 1         | 1.0     | 1.0           | 1.0                |
|       | 2     | 8         | 8.0     | 8.0           | 9.0                |
|       | 3     | 68        | 68.0    | 68.0          | 77.0               |
|       | 4     | 23        | 23.0    | 23.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

### Y.3

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2     | 7         | 7.0     | 7.0           | 7.0                |
|       | 3     | 65        | 65.0    | 65.0          | 72.0               |
|       | 4     | 28        | 28.0    | 28.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

### Y.4

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2     | 6         | 6.0     | 6.0           | 6.0                |
|       | 3     | 69        | 69.0    | 69.0          | 75.0               |
|       | 4     | 25        | 25.0    | 25.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

### Y.5

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2     | 7         | 7.0     | 7.0           | 7.0                |
|       | 3     | 68        | 68.0    | 68.0          | 75.0               |
|       | 4     | 25        | 25.0    | 25.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

### Descriptive Statistics

|                              | N   | Minimum | Maximum | Mean  | Std. Deviation |
|------------------------------|-----|---------|---------|-------|----------------|
| X1.1                         | 100 | 2       | 4       | 3.23  | .510           |
| X1.2                         | 100 | 2       | 4       | 3.25  | .500           |
| X1.3                         | 100 | 1       | 4       | 3.29  | .624           |
| X1.4                         | 100 | 2       | 4       | 3.36  | .612           |
| X1.5                         | 100 | 2       | 4       | 3.29  | .556           |
| Literasi Keuangan            | 100 | 10      | 20      | 16.42 | 2.156          |
| X2.1                         | 100 | 1       | 4       | 3.42  | .622           |
| X2.2                         | 100 | 1       | 4       | 3.56  | .556           |
| X2.3                         | 100 | 1       | 4       | 3.31  | .720           |
| X2.4                         | 100 | 1       | 4       | 3.44  | .656           |
| X2.5                         | 100 | 1       | 4       | 3.43  | .607           |
| Digital Payment (QRIS)       | 100 | 5       | 20      | 17.16 | 2.356          |
| X3.1                         | 100 | 1       | 4       | 3.41  | .588           |
| X3.2                         | 100 | 1       | 4       | 3.49  | .577           |
| X3.3                         | 100 | 1       | 4       | 3.37  | .597           |
| X3.4                         | 100 | 1       | 4       | 3.37  | .597           |
| X3.5                         | 100 | 1       | 4       | 3.23  | .649           |
| Digital Marketing            | 100 | 5       | 20      | 16.87 | 2.469          |
| Y.1                          | 100 | 1       | 4       | 3.07  | .624           |
| Y.2                          | 100 | 1       | 4       | 3.13  | .580           |
| Y.3                          | 100 | 2       | 4       | 3.21  | .556           |
| Y.4                          | 100 | 2       | 4       | 3.19  | .526           |
| Y.5                          | 100 | 2       | 4       | 3.18  | .539           |
| Efektivitas Kinerja Keuangan | 100 | 9       | 20      | 15.78 | 1.926          |
| Valid N (listwise)           | 100 |         |         |       |                |

## Lampiran 4 Uji Kualitas Data

### Uji Validitas

|                   |                     | Correlations |        |        |        |        | Literasi<br>Keuangan |
|-------------------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|----------------------|
|                   |                     | X1.1         | X1.2   | X1.3   | X1.4   | X1.5   |                      |
| X1.1              | Pearson Correlation | 1            | .565** | .518** | .509** | .582** | .812**               |
|                   | Sig. (2-tailed)     |              | .000   | .000   | .000   | .000   | .000                 |
|                   | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                  |
| X1.2              | Pearson Correlation | .565**       | 1      | .445** | .396** | .354** | .698**               |
|                   | Sig. (2-tailed)     | .000         |        | .000   | .000   | .000   | .000                 |
|                   | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                  |
| X1.3              | Pearson Correlation | .518**       | .445** | 1      | .544** | .483** | .794**               |
|                   | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   |        | .000   | .000   | .000                 |
|                   | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                  |
| X1.4              | Pearson Correlation | .509**       | .396** | .544** | 1      | .492** | .780**               |
|                   | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   |        | .000   | .000                 |
|                   | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                  |
| X1.5              | Pearson Correlation | .582**       | .354** | .483** | .492** | 1      | .757**               |
|                   | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   | .000   |        | .000                 |
|                   | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                  |
| Literasi Keuangan | Pearson Correlation | .812**       | .698** | .794** | .780** | .757** | 1                    |
|                   | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   | .000   | .000   |                      |
|                   | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                  |

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

|                        |                     | Correlations |        |        |        |        | Digital Payment (QRIS) |
|------------------------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|------------------------|
|                        |                     | X2.1         | X2.2   | X2.3   | X2.4   | X2.5   |                        |
| X2.1                   | Pearson Correlation | 1            | .481** | .315** | .532** | .586** | .773*                  |
|                        | Sig. (2-tailed)     |              | .000   | .001   | .000   | .000   | .000                   |
|                        | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                    |
| X2.2                   | Pearson Correlation | .481**       | 1      | .344** | .425** | .476** | .709*                  |
|                        | Sig. (2-tailed)     | .000         |        | .000   | .000   | .000   | .000                   |
|                        | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                    |
| X2.3                   | Pearson Correlation | .315**       | .344** | 1      | .349** | .385** | .667*                  |
|                        | Sig. (2-tailed)     | .001         | .000   |        | .000   | .000   | .000                   |
|                        | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                    |
| X2.4                   | Pearson Correlation | .532**       | .425** | .349** | 1      | .585** | .777*                  |
|                        | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   |        | .000   | .000                   |
|                        | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                    |
| X2.5                   | Pearson Correlation | .586**       | .476** | .385** | .585** | 1      | .806*                  |
|                        | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   | .000   |        | .000                   |
|                        | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                    |
| Digital Payment (QRIS) | Pearson Correlation | .773**       | .709** | .667** | .777** | .806** | 1                      |
|                        | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   | .000   | .000   |                        |
|                        | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                    |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

|                      |                     | Correlations |        |        |        |        | Digital<br>Marketing |
|----------------------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|----------------------|
|                      |                     | X3.1         | X3.2   | X3.3   | X3.4   | X3.5   |                      |
| X3.1                 | Pearson Correlation | 1            | .593** | .600** | .657** | .492** | .810**               |
|                      | Sig. (2-tailed)     |              | .000   | .000   | .000   | .000   | .000                 |
|                      | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                  |
| X3.2                 | Pearson Correlation | .593**       | 1      | .670** | .582** | .586** | .832**               |
|                      | Sig. (2-tailed)     | .000         |        | .000   | .000   | .000   | .000                 |
|                      | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                  |
| X3.3                 | Pearson Correlation | .600**       | .670** | 1      | .632** | .534** | .835**               |
|                      | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   |        | .000   | .000   | .000                 |
|                      | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                  |
| X3.4                 | Pearson Correlation | .657**       | .582** | .632** | 1      | .586** | .841**               |
|                      | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   |        | .000   | .000                 |
|                      | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                  |
| X3.5                 | Pearson Correlation | .492**       | .586** | .534** | .586** | 1      | .788**               |
|                      | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   | .000   |        | .000                 |
|                      | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                  |
| Digital<br>Marketing | Pearson Correlation | .810**       | .832** | .835** | .841** | .788** | 1                    |
|                      | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   | .000   | .000   |                      |
|                      | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                  |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

|                                 |                     | Correlations |        |        |        |        | Efektivitas<br>Kinerja<br>Keuangan |
|---------------------------------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|------------------------------------|
|                                 |                     | Y.1          | Y.2    | Y.3    | Y.4    | Y.5    |                                    |
| Y.1                             | Pearson Correlation | 1            | .365** | .307** | .267** | .293** | .677*                              |
|                                 | Sig. (2-tailed)     |              | .000   | .002   | .007   | .003   | .00                                |
|                                 | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 10                                 |
| Y.2                             | Pearson Correlation | .365**       | 1      | .322** | .249*  | .344** | .677*                              |
|                                 | Sig. (2-tailed)     | .000         |        | .001   | .012   | .000   | .00                                |
|                                 | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 10                                 |
| Y.3                             | Pearson Correlation | .307**       | .322** | 1      | .415** | .345** | .695*                              |
|                                 | Sig. (2-tailed)     | .002         | .001   |        | .000   | .000   | .00                                |
|                                 | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 10                                 |
| Y.4                             | Pearson Correlation | .267**       | .249*  | .415** | 1      | .413** | .670*                              |
|                                 | Sig. (2-tailed)     | .007         | .012   | .000   |        | .000   | .00                                |
|                                 | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 10                                 |
| Y.5                             | Pearson Correlation | .293**       | .344** | .345** | .413** | 1      | .691*                              |
|                                 | Sig. (2-tailed)     | .003         | .000   | .000   | .000   |        | .00                                |
|                                 | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 10                                 |
| Efektivitas Kinerja<br>Keuangan | Pearson Correlation | .677**       | .677** | .695** | .670** | .691** |                                    |
|                                 | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   | .000   | .000   |                                    |
|                                 | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 10                                 |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Uji Reliabilitas

### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .825             | 5          |

### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .796             | 5          |

### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .878             | 5          |

### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .710             | 5          |

## Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                 |                | Unstandardized Residual |
|---------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                               |                | 100                     |
| Normal Parameters <sup>ab</sup> | Mean           | .0000000                |
|                                 | Std. Deviation | .04017704               |
| Most Extreme Differences        | Absolute       | .072                    |
|                                 | Positive       | .050                    |
|                                 | Negative       | -.072                   |
| Test Statistic                  |                | .072                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)          |                | .200 <sup>c,d</sup>     |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

### Uji Multikolinearitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant) | 1.013                       | .090       |                           | 11.318 | .000 |                         |       |
|       | LN_X1      | .409                        | .034       | .428                      | 11.868 | .000 | .763                    | 1.311 |
|       | LN_X2      | .195                        | .027       | .257                      | 7.123  | .000 | .760                    | 1.315 |
|       | LN_X3      | .016                        | .001       | .712                      | 22.544 | .000 | .996                    | 1.004 |

a. Dependent Variable: LN\_Y

### Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Metode Glejser

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant) | .009                        | .054       |                           | .161   | .872 |
|       | LN_X1      | -.001                       | .021       | -.004                     | -.037  | .970 |
|       | LN_X2      | .010                        | .017       | .066                      | .601   | .549 |
|       | LN_X3      | -.002                       | .000       | -.334                     | -3.466 | .001 |

a. Dependent Variable: ABS\_RES

### Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Metode Park

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant) | -12.756                     | 5.366      |                           | -2.377 | .019 |
|       | LN_X1      | .456                        | 2.066      | .026                      | .221   | .826 |
|       | LN_X2      | 1.279                       | 1.645      | .090                      | .777   | .439 |
|       | LN_X3      | -.043                       | .044       | -.099                     | -.976  | .332 |

a. Dependent Variable: LN\_RES

## Lampiran 6 Uji Regresi Linear Berganda

|       |            | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |        |      |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |        |      |
| Model |            | B                           | Std. Error | Beta                      | t      | Sig. |
| 1     | (Constant) | 1.013                       | .090       |                           | 11.318 | .000 |
|       | LN_X1      | .409                        | .034       | .428                      | 11.868 | .000 |
|       | LN_X2      | .195                        | .027       | .257                      | 7.123  | .000 |
|       | LN_X3      | .016                        | .001       | .712                      | 22.544 | .000 |

a. Dependent Variable: LN\_Y

## Lampiran 7 Uji Hipotesis

### Uji F

|   |            | ANOVA <sup>a</sup> |    |             |         |                   |
|---|------------|--------------------|----|-------------|---------|-------------------|
|   |            | Sum of Squares     | df | Mean Square | F       | Sig.              |
| 1 | Regression | 1.516              | 3  | .505        | 303.565 | .000 <sup>b</sup> |
|   | Residual   | .160               | 96 | .002        |         |                   |
|   | Total      | 1.676              | 99 |             |         |                   |

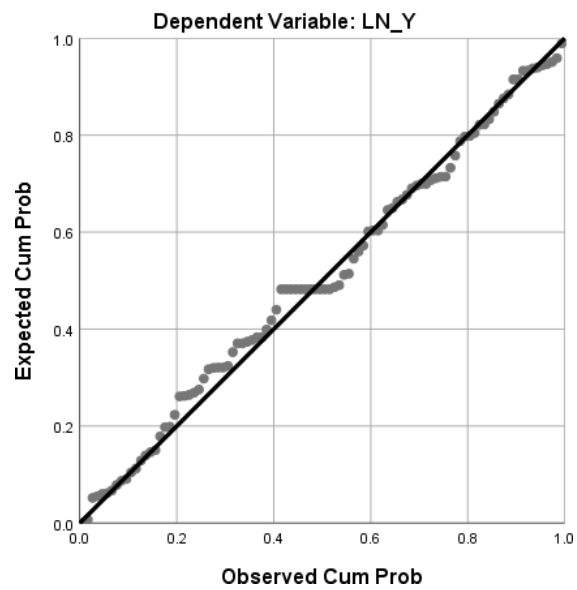
a. Dependent Variable: LN\_Y

### Uji t

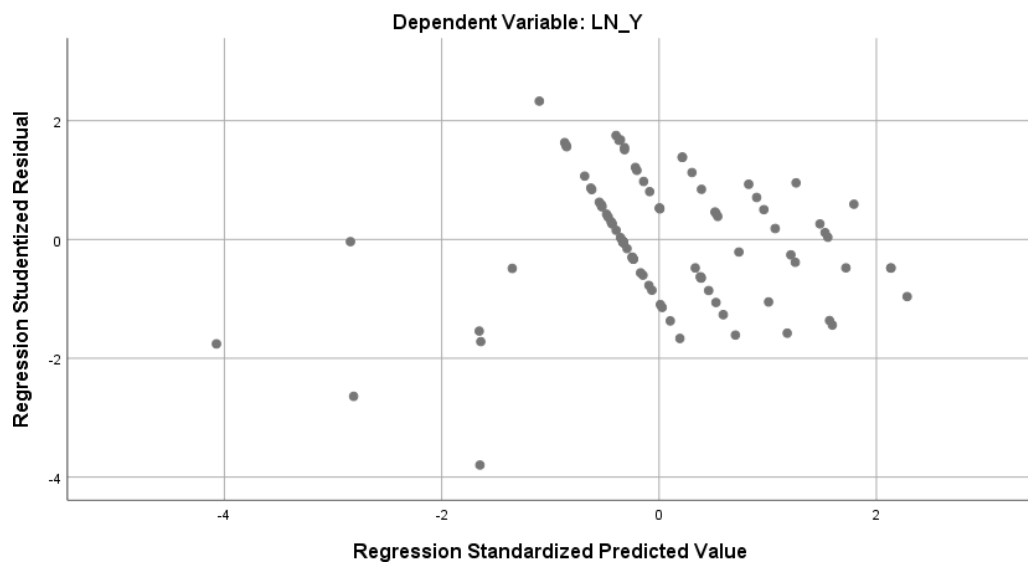
|   |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |        |      |
|---|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|   |            | B                           | Std. Error | Beta                      | t      | Sig. |
| 1 | (Constant) | 1.013                       | .090       |                           | 11.318 | .000 |
|   | LN_X1      | .409                        | .034       | .428                      | 11.868 | .000 |
|   | LN_X2      | .195                        | .027       | .257                      | 7.123  | .000 |
|   | LN_X3      | .016                        | .001       | .712                      | 22.544 | .000 |

a. Dependent Variable: LN\_Y

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



### Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                          | .951 <sup>a</sup> | .905     | .902              | .04080                     |

a. Predictors: (Constant), LN\_X3, LN\_X1, LN\_X2

b. Dependent Variable: LN\_Y