

DIGITALISASI UMKM, LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN UMKM DI ERA NEW NORMAL PANDEMI COVID 19

Endah Dewi Purnamasari

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri

endahdps@uigm.ac.id

Asmawati Asharie

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri

asmawati@uigm.ac.id

Abstrak

UMKM memiliki kontribusi terhadap pembangunan perekonomian Indonesia. Salah satunya dengan adanya UMKM dapat memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sehingga mengurangi angka pengangguran di Indonesia. Namun saat pandemi covid 19 melanda Indonesia terjadi perubahan sosial ekonomi yang berdampak pada UMKM. Terjadinya perubahan kegiatan operasional UMKM yang mulanya dilakukan secara konvensional menjadi kegiatan berbasis digitalisasi. Mengingat perkembangan dunia industri saat ini tidak terlepas teknologi informasi, maka para pelaku UMKM diharapkan untuk ikut mampu memanfaatkan teknologi informasi. Para pelaku UMKM dituntut untuk meningkatkan melakukan digitalisasi dan literasi keuangan agar mampu bersaing sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Populasi pada penelitian ini adalah UMKM kuliner yang ada di kota Palembang dengan metode panarikan sampel *Purposive sampling*. Adapun kriteria dalam menentukan sampel adalah UMKM kuliner yang berada di Kelurahan Bukit lama dan memiliki omset penjualan lebih dari 3 juta per bulan. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pada 40 pelaku UMKM. Teknik analisa data dengan melakukan uji instrument, uji asumsi klasik dan uji regresi linier berganda dan uji hipotesis pada aplikasi SPSS 22. Hasil analisis menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM tidak berpengaruh terhadap terhadap kinerja keuangan dan literasi keuangan berpengaruh terhadap terhadap kinerja keuangan UMKM pada era newnormal covid 19. Dapat disimpulkan bahwa UMKM yang menjadi sampel pada penelitian ini belum banyak memanfaatkan melakukan digitalisasi dalam proses penjualan dan pelaporan keuangannya. Namun UMKM memahami bahwa pengetahuan literasi keuangan merupakan hal yang penting dalam menjaga kelangsungan usahanya. Dimana pada era new normal semua kegiatan ekonomi tidak luput dari pemanfaatan teknologi informasi.

Kata Kunci *Digitalisasi UMKM, Literasi dan Kinerja Keuangan*

I. PENDAHULUAN

UMKM merupakan kegiatan usaha produktif yang sebagian besar dikuasai oleh rumah tangga. UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja sehingga mengurangi angka

pengangguran di Indonesia. Data kementerian koperasi dan UKM di Indonesia menyebutkan UMKM per 2019 dengan unit usaha mencapai 65,4 juta, sehingga membuktikan bahwa UMKM berkontribusi 60,5% untuk PDB nasional dan berpotensi untuk lebih besar lagi (Sasongko, 2020). Pada tahun 2020 mencapai nilai 61.97% terhadap PDB atau setara Rp 8.500 Triliun (Astari & Candraningrat, 2022). UMKM yang memiliki peran baik dalam menunjang perekonomian di Indonesia tentu harus dikembangkan agar tetap bisa sejalan dengan perkembangan dunia yang telah memanfaatkan teknologi di semua kegiatan. Digitalisasi UMKM sebagai langkah akselerasi pengembangan digital di dalam UMKM dapat memperluas pasarnya dan bersaing dengan kompetitor dalam dan luar negeri. Kegiatan ini dapat memudahkan dan memperluas jangkauan yang menjadi faktor penting dalam meningkatkan produktivitas dan ketahanan usahanya dalam guncangan ekonomi seperti Masuknya pandemi covid-19 di Indonesia tentu sangat berpengaruh dalam semua sisi, tidak hanya pada kegiatan sosial namun juga mempengaruhi perekonomian. UMKM yang tidak dapat beradaptasi akan kehilangan daya saingnya (Wijoyo & Widiyanti, 2020).

Masuknya pandemi covid-19 di awal tahun 2020 menimbulkan kontraksi dan membawa perekonomian global hampir mengarah ke resesi ekonomi. Awalnya dikarenakan menurunnya konsumsi rumah tangga akibat dari pembatasan social, penurunan investasi dan penurunan perdagangan luar negeri. Salah satu sektor yang ikut berpengaruh adalah UMKM (Nainggolan, 2020). Kementerian koperasi UKM juga merilis pernyataan bahwa UMKM sudah bangkit dan sepanjang 2022 UMKM ditengah air tumbuh dengan baik. Ekonomi digital di Indonesia telah menunjukkan potensi yang besar, pada tahun 2022 transaksi niaga elektronik mencapai Rp 476.3 triliun atau meningkat 18.7% dibanding tahun lalu hanya 3,48 juta transaksi (Yusuf, 2023). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM mencatat 20,76 juta unit pada 2022 telah masuk ekosistem digital, dan telah mengalami peningkatan sebanyak 26,6% dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya 16, 4 juta UMKM, artinya sudah 32,44% dari 64 juta unit UMKM di Indonesia yang telah masuk ekosistem digital (Rizaty, 2022). Bank Indonesia sebagai system pembayaran menciptakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) pembayaran dengan QR kode dari Bank Indonesia untuk memudahkan dan memudahkan proses transaksi serta menjaga keamanannya.

UMKM menjadi perhatian karena meski masih dalam tahap pemulihan, namun diyakini mampu berkontribusi dalam stabilisasi perekonomian nasional dalam menghadapi resesi yang akan datang, dimana pemulihan ekonomi (new normal) sudah dimulai. Dengan jumlah yang mengalami peningkatan tiap tahunnya tentu juga diperhatikan apakah UMKM ini sudah naik kelas atau masih pada posisi yang sama. Mayoritas pelaku UMKM adalah berskala mikro sehingga mereka sudah merasa cukup dengan pencapaian yang ada. Diikuti juga dengan keinginan yang tidak terlalu tinggi untuk mengetahui lebih apa saja yang dapat mengembangkan kegiatan usahanya. Masifnya perubahan ekonomi revolusi 4.0 ini membawa pelaku ekonomi melakukan penyesuaian produksi dan distribusi.

Maju ke arah digitalisasi UMKM hal yang tidak mudah untuk diwujudkan, tentu ada kendala yang dilewati dari berbagai sumber. Contohnya sebelum adanya pengkondumsian produk/jasa secara langsung, sedangkan saat pandemi melanda konsumsi lebih banyak dilakukan secara online yang memanfaatkan internet (Wijoyo & Widiyanti, 2020). Fintech sebagai pemanfaatan teknologi system keuangan yang menghasilkan teknologi jasa maupun produk dan suatu model bisnis baru berdampak pada stabilitas moneter system keuangan (Pinem et al., 2021).

Kementerian Koperasi dan UMKM mencatat 20,76 juta unit pada 2022 telah masuk ekosistem digital, dan telah mengalami peningkatan sebanyak 26,6% dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya 16,4 juta UMKM, artinya sudah 32,44% dari 64 juta unit UMKM di Indonesia yang telah masuk ekosistem digital (Rizaty, 2022). Disisi lain pemerintah juga ikut mendukung UMKM dengan melakukan pendampingan UMKM dikota sekunder dan akan bekerja sama dengan pihak digital dalam mengembangkan platform digital yang cocok dan bisa digunakan UMKM. Pencapaian target UMKM untuk menjadi digital harus diikuti dengan peningkatan literasi keuangan. Pencapaian memang hal yang sangat penting namun persiapan proses adaptasi dari konvensional ke digital dalam menyikapi perubahan perlu diperhatikan ekstra. Hal ini pun menjadi momentum yang tepat dimanfaatkan untuk bertransformasi menjadi digital untuk andil dalam *marketplace* agar UMKM bisa naik kelas. Era new normal memberikan tantangan pada semua masyarakat dan pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi. Penguatan UMKM melalui strategi digital maupun pembayaran digital menjadi hal krusial dalam era baru (Bowo, 2023). Untuk itu edukasi masih menjadi hal yang perlu diutamakan dalam menunjang kegiatan ini. salah satunya dengan memberikan literasi keuangan dan ikut mulai mendigitalisasikan UMKM agar kinerja keuangan tetap berjalan baik dan akurat.

Kinerja keuangan merefleksikan efektivitas dan efisiensi manajemen dalam pemanfaatan daya yang dimiliki lalu memberikan kontribusi secara luas bagi perekonomian negara (Kamukama et al., 2017). Literasi keuangan akan meningkatkan kemampuan manajemen UMKM dalam membuat keputusan termasuk dalam rencana keuangan, aliran kas serta laporan keuangan yang reliable (candraningrat & astari 2022). Literasi keuangan sebagai hal krusial dalam pembentukan suatu keputusan keuangan pribadi maupun bisnis (pelaku UMKM) (Sabana, 2014). Penelitian (Hamidah et al., 2020) menyatakan peningkatan literasi keuangan akan meningkatkan kinerja keuangan UMKM.

Literasi keuangan dapat berpengaruh positif secara langsung dan mengurangi hambatan dalam mengembangkan inovasi teknologi dibidang keuangan. Jika dimanfaatkan dengan baik, literasi keuangan dapat berdampak pada kinerja fintech dan meningkatkan kinerja UMKM (Kamukama et al., 2017). Penelitian yang dilakukan (Fitria et al., 2021) 2.6 juta jiwa/ 31.64% penduduk sumsel sudah teliterasi dan juga telah memanfaatkan produk keuangan. Keberhasilan UMKM menjadi tolak ukur pertumbuhan ekonomi Indonesia. Salah satu faktor yang menunjukkan keberhasilan tersebut adalah kemudahan akses terhadap pembiayaan (Octavina & Rita, 2021). Berdasarkan latar belakang Adapun rumusan masalah yang harus dijawab pada penelitian ini yaitu “Apakah digitalisasi UMKM dan literasi keuangan berpengaruh dalam kinerja keuangan UMKM di era new normal pandemi covid 19”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh digitalisasi UMKM dan literasi keuangan berpengaruh dalam kinerja keuangan UMKM pada era new normal pandemic covid 19. Batasan dalam penelitian ini hanya terkait digitalisasi, literasi keuangan dan kinerja keuangan UMKM pada era new normal covid 19.

II. LANDASAN TEORI

A. UMKM

UMKM makin berperan dalam pembangunan ekonomi negara, dengan memiliki peran penting bisa menekan tingkat pengangguran karena menciptakan dunia kerja yang bisa menyerap angka pengangguran (Fitria et al., 2021). Potensi UMKM yang besar sebuah peluang untuk mengembangkan pasar industry Indonesia terutama sektor rill.

B. Digitalisasi Marketing

Digital marketing salah satu integrasi teknologi pemasaran. Dikenal pada 1190 an awal dan mulai dijadikan strategi dalam dunia bisnis per 2014 (Rapitasari, 2016). Suatu perwujudan pemanfaatan teknologi dengan beberapa tahapan: Munculnya suatu teknologi yang mulai digunakan adalah teknologi yang dikenal dan disukai dalam dunia pemasaran; HR Inovasi melakukan aktivitas eksplorasi untuk meningkatkan fungsionalitas dan efisiensi dalam mencapai ruang lingkup; teknologi yang kemudian menjadi strategi utama dan diadopsi sebagai metode pemasaran standar. Dijelaskan juga oleh (Ryan, 2014), bahwa Digital marketing bukanlah sebuah konsep yang hanya berfokus pada teknologi namun juga berfokus pada sumber daya manusia, bagaimana memahami manusia, memahami teknologi hingga membangun hubungan dengan orang lain, jika dalam perusahaan disebut pelanggan, hal ini dapat meningkatkan penjualan secara signifikan.

C. Literasi Keuangan

Tingkat literasi UMKM di Indonesia berdasarkan survei literasi keuangan Indonesia (SNLKI) tahun 2019 mencapai angka 38.03% (Astari & Candraningrat, 2022). Literasi keuangan dapat meningkatkan pemahaman terkait manajemen dan bisa meminimalisir kerugian sehingga dapat meningkatkan sustaibnilitu UMKM (Ye & Kulathunga, 2019). Literasi keuangan dapat merencanakan keuangan dengan baik (Mendari & Seoiono, 2020). Literasi keuangan berkaitan dengan perilaku atau kebiasaan faktor eksternal, dengan berbagai sudut pandang berbeda 1). Jika dari sudut pandang konsumen literasi keuangan menciptakan keputusan yang baik dalam pembelian dengan mengedepankan kualitas; 2). dari sudut pandang jasa literasi keuangan memberikan informasi produk, efisiensi biaya dan pemahaman resiko; 3). sedangkan dari sudut pandang pemerintah bisa mendapatkan pemasukan pajak masyarakat secara maksimal untuk pengembangan fasilitas pelayanan public dan infrastruktur (Octavina & Rita, 2021).

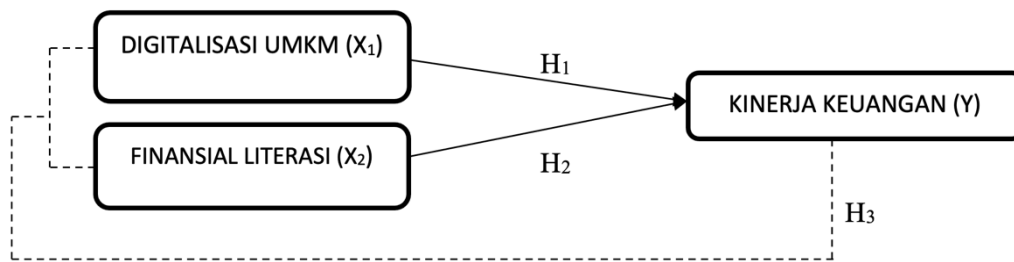
D. Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan dapat diketahui dari hasil analisis laporan keuangan/ analisis lapran keuangan. Kinerja keuangan merupakan suatu pencapaian/ prestasi yang diperlihatkan (KBBI, 2021). Menurut (Trisnantoro & agatsya dalam Jubaedah & Destiana, 2016), kinerja keuangan ialah proses yang dilakukan dan hasil yang dicapai suatu organisasi dalam memberikan jasa/ produk kepada pelanggan. kinerja keuangan bisa dinyatakan hasil yang diperoleh atas berbagai aktifitas yang dilakukan dalam sumber keuangan yang tersedia (Octavina & Rita, 2021).

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari digitalisasi UMKM dan literasi keuangan terhadap Kinerja keuangan UMKM dimasa masa new normal pandemic covid-19. Dengan kerangka pemikiran pada gambar 1 dibawah ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

B. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang merupakan data diperoleh dari sumbernya secara langsung melalui kuesioner/ angket. Sumber data berasal dari pelaku UMKM, jurnal, artikel maupun berita membahas pokok yang relevan dalam penelitian ini.

C. Metode Penarikan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah UMKM kuliner yang ada di kota Palembang dengan metode panarikan sampel *Purposive sampling*. Adapun kriteria dalam menentukan sampel adalah UMKM kuliner yang berada di Kelurahan Bukit lama dan memiliki omset penjualan lebih dari 3 juta per bulan sehingga menghasilkan 40 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

D. Teknik Analisis Data

Teknik Analisa data dengan melakukan 1). Uji instrument: Uji validitas dan reabilitas, 2). Uji Koefisien Determinasi, 3). Uji asumsi klasik: uji normalitas, uji multikoneritas dan uji heteroskedastisitas, 4) Uji regresi linier berganda: Uji T dan uji F pada aplikasi SPSS 22. Adapun hipotesisnya adalah sebagai berikut:

- H₁: Digitalisasi UMKM berpengaruh terhadap kinerja keuangan di era new normal pandemic Covid-19
- H₂: Literasi Keuangan berpengaruh terhadap kinerja keuangan di era new normal pandemic Covid-19
- H₃: Digitalisasi UMKM dan Literasi Keuangan berpengaruh terhadap kinerja keuangan di era new normal pandemic Covid-19

IV. HASIL PENELITIAN

Berbagai perspektif penelitian karena pandemi covid-19 maupun epidemi telah banyak dilakukan. Pada penelitian ini dilakukan secara umum untuk mengetahui bagaimana kinerja keuangan pada masa pandemi covid-19 dan saat newnormal dengan pendekatan studi literatur dan mencari data kelapangan kepada UMKM dalam negeri khususnya di kota Palembang UMKM yang bergerak disektor kuliner. Lalu diuraikan menjadi konstruksi solutif dalam kekhawatiran tentang dampak dari adanya covid-19 dan berlanjut sampai ke newnormal. Berdasarkan permasalahan pelaku UMKM masih banyaknya UMKM yang minim digitalisasi salah satu solusi yang diberikan adalah dengan adanya literasiki mengenai kegiatan promosi mlalui digitalisasi sosial media yang memanfaatkan media online serta literasi keuangan yang memanfaatkan fintech. Tujuan lainnya selain menambah pengetahuan penelitian ini juga mengharapkan UMKM dapat menerapkan digitalisasi tersebut agar dapat tetap bertahan saat era baru covid-19. Pada

masa pandemi covid-19 survei mandiri institute untuk 2.944 UMKM menunjukkan 19.3% harus tutup karna kebijakan pencegahan covid-19 dan 47 % UMKM membatasi operasinya selama PPKM terjadi. Kementerian keuangan ikut mendorong UMKM ke pasar digital melalui pengembangan ekosistem secara infrastruktur maupun layanan digital, dengan mengansumsikan potensi ekonomi digital UMKM mencapai nilai 4.531 triliun pada tahun 2030 (Basuki, 2023). Digitalisasi UMKM ini suatu pemecahan masalah yang dihadapi UMKM untuk tetap berjalan beriringan dengan para kompetitor (Wijoyo & Widiyanti, 2020). Kemampuan internet dan digital hal mutlak yang harus dikuasi oleh pelaku usaha jika ingin bertahan ditengah persaingan (Purwana ES et al., 2017). Transformasi dari konvensional ke digital tentu banyak sekali memberikan keuntungan untuk para pelaku usaha khususnya saat pandemic covid-19 terjadi, tentu dalam hal ini semua kegiatan yang biasanya dilakukan akan jauh menjadi lebih efektif dan efisien. Dalam dunia usaha tentunya akan memudahkan interaksi antar produsen dan konsumen dan meminimalisir interaksi antara penjual dan pembeli. Sejak saat pandemic covid-19 terjadi masyarakat sudah dibiasakan untuk menjaga jarak untuk mengurangi penyebaran virus, maka pelanggan bisa melihat spesifikasi produk melalui platform yang telah disediakan dalam menunjang kegiatan usaha. Manfaat lainnya akan memudahkan dalam kegiatan promosi bahkan bisa melakukan promosi dengan jangkauan yang lebih luas lagi dengan memanfaatkan fitur teknologi (*digital marketing*) seperti media sosial/ *e-commerce*, dengan begitu akan bisa menghemat biaya promosi. Dibalik itu pelaku usaha juga bisa mencari dan mengembangkan usahanya dengan membaca perubahan pasar serta juga bisa mengetahui perkembangan kompetitor. Manfaat lainnya dengan Digitalisasi UMKM menyediakan pencatatan keuangan pada aplikasi agar arus kas mudah dimonitor. Dengan begitu tidak dipungkiri bahwa digitalisasi UMKM bisa menciptakan sebuah kenaikan omset dan membuat kinerja keuangan lebih baik yang berpengaruh kepada pendapatan jangka pendek dan arus kas yang lebih stabil

Pengembangan UMKM pada era baru sangat penting, banyak hal yang bisa dilakukan salah satunya melalui pembayaran digital dan strategi pemasaran yang bisa memperoleh keuntungan kompetitif dengan menggunakan platform media sosial serta bisa mendidik pelanggan. Bagi pelaku UMKKM pemasaran digital memiliki banyak keuntungan dan biaya yang lebih terjangkau dari pemasaran tradisional dan tidak dibatasi oleh geografis selais menetapkan target berdasarkan demografi, tempat tinggal dan gaya hidup (Bowo, 2023). Tidak hanya keuntungan kendala juga dihadapi dalam proses perubahan konvensional ke digitalisasi. Diantaranya masyarakat/ pelaku UMKM di kota Palembang ini belum semua memiliki kompetensi yang sama dalam mengaplikasikan internet didalam usahanya, khususnya para pelaku usaha kecil/ mikro. Beberapa menyuarakan bahwa para pelaku usaha cenderung tidak mau rumit. Diikuti dengan konsumen yang juga masih belum mampu dalam menggunakan internet. Selain itu belum memenuhinya infrastruktur telekomunikasi. Berdasarkan data yang dihimpun dinas koperasi UKM kota Palembang per Desember 2022 terdapat 80.903 unit usaha mikro yang ada di kota Palembang (Dinas Koperasi & UMKM, 2023). Berdasarkan hal ini pelaku UMKM maupun konsumen perlu diberikan sosialisasi tentang digitalisasi UMKM dan literasi keuangan yang cukup agar memicu percepatan revitalisasi UMKM di masa newnormal ini dituntut kreatifitas, sehingga kegiatan UMKM terus tetap bisa berjalan khususnya setelahnya new normal. Dimana perubahan perilaku untuk beraktivitas secara normal namun tetap menerapkan protokol Kesehatan, yang mencegah terjadinya penularan.

Tabel 1 Variabel dan Pengukurannya

Variable	Indikator	Sumber
Digitalisasi UMKM	Suatu usaha perubahan perilaku pelaku usaha dalam proses penjualan produk melalui pemanfaatan teknologi meliputi: <i>E-commerce</i> menjadi penghubung komunikasi antara penjual dan pembeli Tanpa ada batasan jarak (<i>online</i>)	(Jayanti & Karnowati, 2023)
	<i>E-payment</i> menjadi pendukung system pembayaran di era digital untuk mempercepat, memudahkan dan menciptakan keamanan dalam transaksi	
	Sosial media sebagai media pemanfaatan promosi	
Literasi Keuangan	Kemampuan pengetahuan keuangan yang meliputi: <i>Financial knowledge</i> , Pengetahuan dasar pengelolaan dalam keuangan	(Amin & Pamungkas, 2022)
	<i>Finansial attitude</i> , sebagai pengukuran minat dan keterikatan dalam mengetahui pengetahuan keuangan	
	Financial behavior pengelolaan keuangan sesuai <i>cash flow</i> perusahaan	
Kinerja keuangan	Media pengukuran yang subjektif menggambarkan efektifitas perusahaan dalam penggunaan asset untuk mencapai tingkat keuntungan/ pendapatan sesuai target	(Rina Destiana, 2016)

Tabel 2 Profil Responden

KETERANGAN	KATEGORI	FREKUENSI	PRESENTASI
JENIS KELAMIN	LAKI-LAKI	13	32,5%
	PEREMPUAN	27	67,5%
USIA	<30 TAHUN	12	30%
	30-45 TAHUN	23	57,5%
	>45 TAHUN	5	12,5%
PENDIDIKAN TERAKHIR	SMA/SMK	16	40%
	D3/S1/S2/S3	24	60%
	LAINNYA	0	0%
LAMA BISNIS	1-5 TAHUN	10	25%
	6-10 TAHUN	14	35%
	10-15 TAHUN	9	22,5%
	>15 TAHUN	7	17,5%
PENDAPATAN PERBULAN	<Rp 5000.000	21	52,5%
	Rp 5.000.000 sd Rp. 10.0000	15	37,5%
	>Rp 10.000.000	4	10%

PENGELUARAN PERBULAN	<Rp 5000.000	37	92,5%
	Rp 5.000.000 sd Rp. 10.0000	3	7,5%
	>Rp 10.000.000	0	0%
FINANCIAL TEKNOLOGI YANG DIGUNAKAN	OVO/ DANA	13	32,5%
	GOPAY/ SHOPEEPAY	9	22,5%
	LinkAja/SAKUKU	3	7,5%
	dll (QRIS..)	15	37,5%

Tabel ke 2 menginformasikan tentang jumlah responden yaitu sebanyak 40 sampel. Jenis kelamin pelaku UMKM masih didominasi oleh perempuan dengan tingkat persentasi 67,5%. Dengan usia produktif rata-rata 30-45 tahun. Kemudian 35% pelaku UMKM merintis usahanya direntang waktu 6 sampai 10 tahun dengan latar belakang pendidikan kebanyaan sudah menempuh Pendidikan tinggi. Pendapatan perbulan lebih dari Rp 5000.000,- pun terus meningkat seiring berkembangnya UMKM. *Financial technology* yang biasanya digunakan dalam kegiatan usaha pun masih didominasi oleh Qris sebanyak 37,5% dan dikuti oleh OVO, DANA yang sudah biasa disediakan dan digunakan.

Tabel 3 Hasil Validitas

No	Kategori	rhitung	rtabel	Keterangan
1	Digitalisasi UMKM (X1)			
	Bagian P1	0,617	0,468	valid
	Bagian P2	0,810	0,468	valid
	Bagian P3	0,623	0,468	valid
	Bagian P4	0,746	0,468	valid
	Bagian P5	0,584	0,468	valid
	Bagian P6	0,809	0,468	valid
	Bagian P7	0,617	0,468	valid
	P8	0,592	0,468	valid
2	LiterasiKeuangan (X2)			
	Bagian P9	0,653	0,468	valid
	Bagian P10	0,672	0,468	valid
	Bagian P11	0,734	0,468	valid
	Bagian P12	0,795	0,468	valid
	Bagian P13	0,782	0,468	valid
	Bagian P14	0,615	0,468	valid
	Bagian P15	0,767	0,468	valid
3	Kinerja Keuangan (Y)			
	Bagian P16	0,653	0,468	valid
	Bagian P17	0,734	0,468	valid
	Bagian P18	0,672	0,468	valid

Tabel 3 menunjukkan semua item pertanyaan untuk digitalisasi UMKM, literasi keuangan dan kinerja keuangan dinyatakan valid, bisa dilihat bahwa r hitung lebih besar dari rtabel. Berdasarkan hasil penelitian dalam mengerjakan kuesioner, hasil akhir menunjukkan bahwa pelaku UMKM memahami pentingnya melakukan digitalisasi untuk pengelolaan, keuangan dan pemasaran, walaupun para pelaku usaha juga menyatakan belum sepenuhnya memahami dalam proses penerapannya. Sikap positif pelaku UMKM dalam dukungan positif dari lingkungan dan adanya keinginan menghadapi tantangan dalam meningkatkan literasi keuangan secara langsung bisa memicu kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan fintech dengan sendirinya guna meningkatkan kinerja keuangannya. Pelaku UMKM yang memiliki literasi keuangan serta memanfaatkan fintech di dalamnya dapat lebih mudah memahami perubahan positif pada kinerja keuangannya.

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,948	18

Jika nilai koefisien lebih dari 0.60 disimpulkan bahwa instrument penelitian *reliabel*/handal dengan jawaban seseorang dari pertanyaan-pertanyaan tersebut konsistensi atau stabil. Ditunjukkan pada table 4 dari hasil SPSS bahwa semua item pertanyaan memiliki Cronbach alpha dengan nilai 0,948 > 0,60 maka seluruh indicator digitalisasi umkm, literasi keuangan dan variabel kinerja keuangan baik.

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,947 ^a	,898	,892	,50370

Berdasarkan nilai koefisien *R square* sebesar 0,898/ 89,8%, artinya besarnya variabel digitalisasi UMKM terhadap kinerja keuangan UMKM sebesar 0,898/ 89,8%.

Tabel 6 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>	40
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i> ,0000000
	<i>Std. Deviation</i> ,49061459
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i> ,123
	<i>Positive</i> ,095
	<i>Negative</i> -,123
<i>Test Statistic</i>	,123
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	,127 ^c

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan uji normalitas nilai signifikan sebesar 0,127 artinya > dari 0,05 sehingga bisa dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 7 Uji Multikoneritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Digitalisasi UMKM	.362	2.766	Bebas
Literasi Keuangan	.362	2.766	Bebas

Tabel 7 menginformasikan bahwa variabel digitalisasi UMKM literasi keuangan dan kinerja keuangan masing masing memiliki nilai tolerance $0.362 > 0.10$ dan nilai vif $2,766 < 10.00$ artinya bebas dari multikolonearitas.

Tabel 8 Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sign	Keterangan
Digitalisasi UMKM	.715	Bebas
Literasi Keuangan	.606	Bebas

Nilai sign masing-masing variabel menunjukkan $0,715$ dan $0,606 > 0,05$ artinya tidak terjado heterokedastisitas pada model regresi sehingga dikatakan layak dipakai untuk memprediksi kinerja keuangan berdasarkan masukan variabel digitalisasi umkm dan literasi keuangan.

Tabel 9 Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,130	,796		,163	,871
	Digitalisasi UMKM(X1)	-,001	,035	-,003	-,033	,974
	Literasi Keuangan(X2)	,417	,038	,950	10,851	,000

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan(Y)

Tabel 9 memperlihatkan nilai sign $0.974 > 0,05$ pada digitalisasi umkm artinya tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UMKM secara parsial. Variabel literasi keuangan $0,00 < 0,05$ artinya memiliki pengaruh signifikan positif terhadap literasi keuangan secara parsial.

Tabel 10 Uji f

Model		Sum Of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	82,213	2	41,106	162,018	,000 ^b
	Residual	9,387	37	,254		
	Total	91,600	39			

A. Dependent Variable: Kinerja Keuangan (Y)
 B. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan (X2), Digitalisasi UMKM(X1)

Nilai sign $0,00 < 0,05$ maka disimpulkan digitalisasi UMKM dan Literasi keuangan mampu memberikan pengaruh terhadap kinerja keuangan di era newnormal pandemi covid-19 secara simultan.

Berdasarkan analisis koefisiensi regresi variabel X1 (Digitalisasi UMKM) menghasilkan angka 0,001 berarti setiap kenaikan 1% digitalisasi umkm, kinerja keuangan meningkat 0,001%. Berdasarkan uji t, nilai yang ditemukan adalah 2,026 x 0,033 lebih kecil dari t tabel artinya digitalisasi umkm tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan secara signifikan. Penelitian yang dilakukan (Lovita et al., 2022) menyarankan agar pelaku UMKM memanfaatkan juga digitalisasi dalam aplikasi buku kas dan pencatatan bisnis serta mendaftarkan bisnisnya di *google my business* agar dapat bertahan di era new normal. Penelitian lainnya yang dilakukan (Yuwana, 2020), menyebutkan beberapa keuntungan yang didapatkan dari digitalisasi UMKM diantaranya adalah pemasaran secara digital memiliki *Return of Investment* (ROI) lebih baik dibandingkan pemasaran internasional.

Jika melihat variabel X2 (literasi keuangan) menghasilkan angka 0,417 berarti setiap kenaikan 1% literasi keuangan, kinerja keuangan meningkat 0,001%. Berdasarkan uji t, nilai yang ditemukan adalah t hitung 10,851 lebih besar dari t table 2,026 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan H2 diterima artinya literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja keuangan secara signifikan. Relevan dengan penelitian yang dilakukan (Putri et al., 2022) bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan pengusaha muda. Penelitian lainnya yang dilakukan penelitian yang dilakukan (Aida & Nurbayani, 2022) literasi keuangan sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha akibat pandemic covid 19, new normal seperti saat ini agar implementasi ecommerce dalam keberlanjutan usaha bisa ditingkatkan serta dipertahankan. (Astari & Candraningrat, 2022), literasi keuangan mampu memperkuat pengaruh fintech terhadap kinerja keuangan yang didukung teori *planned behavior* dan inovasi keuangan, semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki maka semakin optimal pemanfaatan fintech guna dalam meningkatkan kinerja keuangannya. (Djaddang et al., 2021) menunjukkan hasil penelitian berdasarkan kuesioner yang menunjukkan minat pelaku UMKM dalam memperbaiki system pelaporan keuangan berbasis digital android cukup besar.

V. KESIMPULAN

Hasil analisis uji hipotesis Uji T memperlihatkan nilai sign $0,974 > 0,05$ pada digitalisasi umkm artinya tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UMKM secara parsial. Variabel literasi keuangan $0,00 < 0,05$ artinya memiliki pengaruh signifikan positif terhadap literasi keuangan secara parsial. Digitalisasi UMKM tidak berpengaruh terhadap terhadap kinerja keuangan artinya belum banyak UMKM memanfaatkan digitalisasi dalam proses penjualan dan pelaporan keuangannya. Akan tetapi UMKM memahami bahwa pengetahuan literasi keuangan merupakan hal yang penting dalam menjaga kelangsungan usahanya. Dimana pada era new normal semua kegiatan ekonomi tidak luput dari pemanfaatan teknologi informasi.

Platform dan teknologi digital dapat membantu UMKM menjangkau pasar lebih besar dan kompetitif. Diharapkan para pelaku usaha untuk terus meningkatkan pengetahuan dan kemampuannya agar bisa memanfaatkan serta menggunakan digitalisasi dalam kegiatan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aida, N., & Nurbayani. (2022). Peran Implementasi E-Commerce dan Literasi Keuangan Terhadap Keberlangsungan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Era New Normal Pandemi Covid-19 di Kota Makassar Abstrak. *Jurnal of*

Management & Business, 5(1), 100–110.

- Amin, S. R. D., & Pamungkas, H. P. (2022). Pengaruh Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Sub Sektor Usaha Mikro Di Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(3), 377–385. <https://doi.org/10.31846/jae.v10i3.480>
- Astari, N. P. R. P., & Candraningrat, I. R. (2022). Pengaruh Fintech Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Strategik Dan Simulasi Bisnis*, 3(1), 68–81. <https://doi.org/10.25077/mssb.3.1.68-81.2022>
- Basuki, Bayu Prasetya. 2023. UMKM Goes Digital. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kanwil/ntt/id/data-publikasi/artikel/2886-umkm-goes-digital.html>. Diakses 15 Oktober 2023.
- Bowo, F. A. (2023). Penguatan Umkm Melalui Pembayaran Digital: Strategi Digital Marketing Dalam Era Baru. *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif*, 22(2), 135–140.
- Dinas Koperasi dan UKM Kota Palembang. 2023. Dinas Koperasi dan UKM Kota Palembang Gelar Bimtek Branding & Packaging untuk Meningkatkan Kemajuan UMKM di Kota Palembang. <https://diskopukm.palembang.go.id/berita/dinas-koperasi-dan-ukm-kota-palembang-gelar-bimtek-branding-and-packaging-untuk-meningkatkan-kemajuan-umkm-di-kota-palembang>. Diakses 15 Oktober 2023.
- Djaddang, S., S, S., Syam, M. A., Susilawati, S., & P, N. (2021). Study Action Research: Literasi Akuntansi UMKM Berbasis ETAP dan Android Pada Era Covid-19 Normal Baru. *Abdi Implementasi Pancasila: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 7–16. <https://doi.org/10.35814/abdi.v1i1.2054>
- Fitria, I., Soejono, F., & Tyra, M. J. (2021). Literasi keuangan, sikap keuangan dan perilaku keuangan dan kinerja UMKM. *Business and Banking*, 11(1), 1–15.
- Hamidah, N., Prihatni, R., & Ulupui, I. (2020). The Effect Of Financial Literacy, Fintech (Financial Technology) and Intellectual Capital On The Performance Of MSMEs In Depok City, West Java. *Journal of Sosial Science*, 1(4), 152–158. <https://doi.org/10.46799/jsss.v1i4.53>
- Jayanti, E., & Karnowati, N. B. (2023). Digitalisasi Umkm Dan Literasi Keuangan Untuk Keberlanjutan Umkm Di Kabupaten Cilacap. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 31(1), 51–64. <https://doi.org/10.32477/jkb.v31i1.504>
- Jubaedah, S., & Destiana, R. (2016). Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Cirebon Sebelum dan Sesudah Mendapatkan Pembiayaan Syariah. *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi*, 2(2), 93–103. <https://doi.org/10.25134/jrka.v2i2.458>

- Kamukama, N., Kyomuhangi, D. S., Akisimire, R., & Orobia, L. A. (2017). Competitive advantage: Mediator of managerial competence and financial performance of commercial banks in Uganda. *African Journal of Economic and Management Studies*, 8(2), 221–234. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-10-2016-0142>
- Lovita, E., Ardheta, P. A., Prabantoro, G., Sunarsih, U., Dahlifah, D., Mustika, M., Nafisah, S., & Nasution, N. (2022). Digitalisasi UKM: Solusi Menjalankan Bisnis di Era Normal Baru Covid-19. *PROGRESIF: Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan*, 2(1), 49–54. <https://doi.org/10.36406/progresif.v2i1.552>
- Mendari, A. S., & Seoiono, F. (2020). The Relationship between Basic and Advanced Financial Literacy Index and Lecturer Financial Planning. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 11(2), 207–215. <https://doi.org/10.15294/jdm.v11i2.23022>
- Nainggolan, Edward UP. 2020. UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>. Diakses 15 Oktober 2023.
- Octavina, L. A., & Rita, M. R. (2021). Digitalisasi umkm, literasi keuangan, dan kinerja keuangan : Studi pada masa pandemi Covid-19. *STIE Perbanas Press 2021*, 11, 73–92. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2552>
- Pinem, D., Pusporini, & Masnuna. (2021). Digitalisasi Manajemen Pada Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) di Depok Jawa Barat. *Jurnal IKRAITH-Abdimas*, 5(1), 172–183.
- Purwana ES, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. 1(1), 1–17.
- Putri, R. E., Goso, G., Hamid, R. S., & Ukkas, I. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology dan Inklusi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan Pengusaha Muda. *Owner Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1664–1676. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.790>
- Rapitasari, D. (2016). Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Application. *Jurnal Cakrawala*, 10(September), 8–31.
- Rina Destiana, S. J. (2016). Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Cirebon Sebelum dan Sesudah Mendapatkan Pembiayaan Syariah. *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi*, 2(2), 93–103. <https://doi.org/10.25134/jrka.v2i2.458>
- Ryan, D. (2014). *Understanding Digital Marketing*.
- Rizaty, Monavia Ayu. 2022. 0,76 Juta UMKM di Indonesia Masuk Ekosistem Digital

pada 2022. <https://dataindonesia.id/ekonomi/detail/2076-juta-umkm-di-indonesia-masuk-ekosistem-digital-pada-2022>. Diakses 15 Oktober 2023.

Sabana, B. M. (2014). Entrepreneur Financial Literacy, Financial Access, Transaction Costs and Performance of Micro Enterprises in Nairobi City County, Kenya. *International Journal of Research in Management, Economics and Commerce*, 231.

Wijoyo, H., & Widiyanti. (2020). Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Era Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Kahuripan*.

Ye, J., & Kulathunga, K. M. M. C. B. (2019). How does financial literacy promote sustainability in SMEs? A developing country perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 11(10), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su11102990>

Yusuf. 2023. Pemerintah Dorong Peningkatan Digitalisasi UMKM dan Usaha Kreatif. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/47841/pemerintah-dorong-peningkatan-digitalisasi-umkm-dan-usaha-kreatif/0/berita>. Diakses 15 Oktober 2023.

Yuwana, S. I. P. (2020). *Strategi Revitalisasi UMKM Menggunakan Teknologi Digital di Tengah Pandemi Covid-19*. 2(1), 47–59.