

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN PERTUMBUHAN  
USAHA TERHADAP KINERJA KEUANGAN UMKM DI WILAYAH  
KAMPUNG MARKETER KARANGMONCOL PURBALINGGA**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
(S.E.)

Oleh:

**AFINA FARHATUN NISA**  
**NIM.2017202278**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Afina Farhatun Nisa

NIM : 2017202278

Jenjang : S-1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh literasi keuangan digital dan pertumbuhan usaha terhadap kinerja keuangan UMKM di wilayah kampung Marketer Karangmoncol Purbalingga.

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sebelumnya.

Purwokerto, 05 Oktober 2024

Saya yang menyatakan



**Afina Farhatun Nisa**  
**NIM. 2017202278**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**LEMBAR PENGESAHAN**

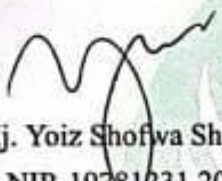
Skripsi Berjudul


**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN PERTUMBUHAN  
USAHA TERHADAP KINERJA KEUANGAN UMKM DI WILAYAH  
KAMPUNG MARKETER KARANGMONCOL PURBALINGGA**

Yang disusun oleh Saudara **AFINA FARHATUN NISA NIM 2017202278** Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin, 25 November 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Sekretaris Sidang/Penguji

  
Dr. Hj. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si.  
NIP. 19781231 200801 2 027

  
Miftaakhul Amri, S.Sy., M.H.  
NIP. 19920912 202012 1 012

Pembimbing/Penguji

  
Dr. N. Sochimia, Lc., M.Si.  
NIP. 19691009 200312 1 001

Purwokerto, 2 Desember 2024

Mengesahkan

Dekan,



## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di –

Purwokerto

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Setelah melakukan bimbingan telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Afina Farhatun Nisa NIM 2017202278 yang berjudul:

**Pengaruh literasi keuangan digital dan pertumbuhan usaha terhadap kinerja keuangan UMKM di wilayah Kampung Marketer Purbalingga.**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

Purwokerto, 11 Oktober 2024

Pembimbing,



**Dr. H. Sochim. Lc., M.Si.**

**NIP. 197310142003121002**

## MOTTO

“Orang lain tidak akan bisa faham struggle dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian success stories. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini”

-afn

“Karakter tidak dapat dikembangkan dengan mudah dan tenang. Hanya melalui pengalaman menghadapi cobaan dan penderitaan, jiwa dapat diperkuat, visi bisa dibersihkan, ambisi terbentuk, dan kesuksesan tercapai”

-Helen Keller



**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN PERTUMBUHAN  
USAHA TERHADAP KINERJA KEUANGAN UMKM DI WILAYAH  
KAMPUNG MARKETER KARANGMONCOL PURBALINGGA**

**AFINA FARHATUN NISA**  
**NIM. 2017202278**

Email: [Afinafarhatunnisa011@gmail.com](mailto:Afinafarhatunnisa011@gmail.com)

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas  
Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Literasi Keuangan digital menjadi penting seiring dengan perkembangan teknologi finansial yang mendorong pelaku UMKM untuk lebih adaptif terhadap penggunaan layanan keuangan berbasis digital. Pertumbuhan usaha juga memengaruhi peningkatan kinerja keuangan, karena UMKM yang dapat berkembang secara signifikan lebih cenderung memiliki performa finansial yang lebih baik.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada para pelaku UMKM di wilayah Kampung Marketer Purbalingga sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen (Literasi keuangan digital dan Pertumbuhan usaha) terhadap variabel dependen (Kinerja Keuangan).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi keuangan digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja keuangan UMKM di wilayah Kampung Marketer Purbalingga. Pemahaman yang baik tentang literasi keuangan digital meningkatkan sikap positif para pelaku UMKM terhadap Kinerja Keuangan. Pertumbuhan usaha juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja keuangan, di mana ketika suatu usaha bertumbuh dengan baik Kinerja keuangan pun akan meningkat.

**Kata Kunci:** Literasi keuangan digital, Pertumbuhan usaha, Kinerja keuangan, UMKM, Kampung Marketer Purbalingga

**THE INFLUENCE OF DIGITAL FINANCIAL LITERACY AND  
BUSINESS GROWTH ON THE FINANCIAL PERFORMANCE OF  
MSMEs IN THE PURBALINGGA MARKETER KAMPUNG AREA**

**AFINA FARHATUN NISA**  
**NIM. 2017202278**

Email: [Afinafarhatunnisa011@gmail.com](mailto:Afinafarhatunnisa011@gmail.com)

Sharia Banking Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, State  
Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACT**

*Digital financial literacy becomes important along with the development of financial technology which encourages MSMEs to be more adaptive to the use of digital-based financial services. Business growth also influences improved financial performance, because MSMEs that can develop significantly are more likely to have better financial performance.*

*The research method used is a quantitative method with a survey approach. Data was collected through a questionnaire distributed to 100 MSMEs in Purbalingga Marketer Village area. The data analysis technique used is multiple linear regression to test the influence of each independent variable (digital financial literacy and business growth) on the dependent variable (Financial Performance).*

*The research results show that digital financial literacy has a positive and significant influence on the financial performance of MSMEs in Purbalingga Marketer Village. A good understanding of digital financial literacy increases the positive attitude of MSME players towards Financial Performance. Business growth also has a positive and significant influence on financial performance, where when a business grows well, financial performance will also increase.*

**Keywords: Digital financial literacy, Business growth, Financial performance, MSMEs, Purbalingga Marketer Village**

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ħ	H	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	šad	<u>S</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>D</u>	de (dengan garis di bawah)
ط	Ṭa	<u>T</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	Ža	<u>Z</u>	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	'el



م	mim	M	'em
ن	nun	N	'en
و	waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

### B. Konsonan Rangkap karena syahaddah ditulis rangkap

عدّة	ditulis	'iddah
------	---------	--------

### C. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	Hikmah	جزية	Ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlukan pada kata – kata Arab yang sudah terserap dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

1. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	ditulis	Karâmah al-auliyâ'
----------------	---------	--------------------

2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t.

زكاة لغير	ditulis	Zakât al-fitr
-----------	---------	---------------

### D. Vokal pendek

َ	Fathah	ditulis	A
ِ	Kasrah	ditulis	I
ُ	Dammah	ditulis	U

### E. Vokal panjang

1.	Fathah + Alif	ditulis	A
	جاهلية	ditulis	Jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	A

	تنس	ditulis	Tansa
3.	Kasrah + ya'mati	ditulis	I
	كریم	ditulis	Karîm
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	U
	فروض	ditulis	Furûd

### F. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya'mati	ditulis	Ai
	بينكم	ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	Au
	قول	ditulis	Qaul

### G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	Ditulis	A'antum
أعدت	Ditulis	U'iddat

### H. Kata sandang alif + lam

1. bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	Al-qiyâs
--------	---------	----------

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya

السماء	Ditulis	As- samâ
--------	---------	----------

### I. Penulisan kata – kata dalam rangkaian kalimat

ذوئ الفروض	Ditulis	Žawi al-furûd
------------	---------	---------------

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahim

Puji syukur kepada kehadiran Allah S.W.T atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran serta ketekunan bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir di perkuliahan ini. Dengan segenap rendah hati karya sederhana ini penulis dedikasikan sebagai bentuk rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag Selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag., M.M. Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum,Perencanaan dan Keuangan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag. Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc.,M.Ag. Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd. Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, M.Si. Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Dr. H. Ahmad Dahlan, M.Si., Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Hastin Tri Utami, M.Si., Ak., Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

11. Dr. H. Sochimim, Lc. M.Si. Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto serta selaku Dosen Pembimbing Skripsi Penulis. Terimakasih yang sebesar-besarnya saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi serta kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa memberikan bapak kesehatan, kebahagiaan dan keberkahan rezeki.
12. Segenap Dosen dan Staff UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
13. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
14. Untuk Ayahanda tercinta, Bapak Rohmat, Ayah yang sangat berjasa dalam hidup penulis . Terimakasih atas doa, kepercayaan dan segala bentuk yang telah diberikan, sehingga penulis merasa terdukung di segala pilihan dan keputusan yang diambil oleh penulis. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan di dunia dan akhirat, karena telah menjadi figur ayah terbaik bagi penulis.
15. Untuk ibu terkasih penulis Ibu Laeli Nuraeni yang menjadi alasan utama penulis untuk dapat bertahan dalam setiap proses yang penulis jalani selama hidup di dunia ini. Sebagai wujud jawaban dan tanggung jawab atas segala kepercayaan yang telah diamanatkan kepada penulis, serta atas segala cinta dan kasih sayang, kesabaran yang tulus ikhlas membesarkan dan memberi dukungan moral dan material serta selalu melangitkan doa di setiap langkah sepanjang perjalanan hidup putri sulungnya. Semoga Allah memberikan ibu kesehatan, panjang umur dan kebahagiaan serta keberkahan di dunia dan akhirat, karena sudah dan masih menjadi ibu terbaik bagi penulis.
16. Untuk kedua nenek tersayang (Nenek Wiyati dan Nenek Jariyah ), dan segenap nenek kakek keluarga Bani Ruhwadi. Terimakasih atas pengorbanan sejak penulis kecil hingga saat ini. Terimakasih sudah menjadi sosok yang selalu semangat mendorong pendidikan dan kehidupan penulis sejak kecil. Semoga Allah senantiasa membalas semua kebaikan nenek dengan berlipat ganda.
17. Untuk Adik tercinta penulis, Felina Kauni Hayati, Manda, Alin, Aghna, Sidqi dan adek gemoy zea. Terimakasih telah memberikan banyak cinta, perhatian

dan tatapan kebanggan yang selalu kamu berikan kepada penulis. Semoga kamu jadi anak yang sholehah yang berbakti kepada kedua orang tua dan taat kepada segala perintah Allah SWT.

18. Untuk Tante dan om penulis, Lik Nina, Om Jumadi, Lik Sutri, Om Sahroni, Lik Ibnu dll yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala doa, harapan dan kepercayaan serta dukungan penuh kepada setiap keputusan yang penulis ambil. Semoga Allah senantiasa membalas semua kebaikan yang telah kalian beri dengan berlipat ganda.
19. Untuk Panggayuh Rahagya. Terima kasih telah memberikan semangat kepada penulis dan selalu ada disaat penulis membutuhkan tempat untuk bercerita, terima kasih untuk semua dukungan, motivasi yang telah diberikan kepada penulis.
20. Untuk keluarga Medayu, Renata Rahagya, Ibu Im sulastri dan Bapak Sugeng, Terimakasih atas doa, dukungan dan perhatian yang telah diberikan kepada penulis semoga Allah selalu melindungi kalian dimanapun kalian berada, dan semoga Allah menggantikan apa yang sudah kalian beri dengan berlipat ganda.
21. Teruntuk sahabat penulis (Human ambis dan Besok Jadi tak) Siti Nurjanah, Maulida Fitriyani, Annastasya Dalila Putri Berlian dan Tsania Zahrotun Nisa Terima kasih sudah kebersamaan penulis dari awal perkuliahan sampai bisa menyelesaikan skripsi ini, terimakasih atas dukungan dan bantuannya semoga kalian selalu sehat dan diberikan umur yang panjang agar bisa mengejar apa yang kalian harapkan.
22. Teman-teman MAN Purbalingga, Salsa, Fathya, Nunik terimakasih atas doa dan dukungan kalian dari Penulis MAN hingga perkuliahan selesai, semoga kalian selalu sehat dan diberikan umur yang panjang agar bisa mengejar apa yang kalian harapkan.
23. Teman- teman seperjuangan di HMJ Perbankan Syariah 2021/2022, dan 2022/2023, DEMA FEBI 2023/2024, terkhusus teman – teman BPH, Dimas, Fitri, Anggun serta rekan – rekan pengurus DEMA FEBI. Terimakasih telah memberikan kesempatan untuk menjadi bagian dari organisasi sebesar

ini, Terimakasih sudah memberikan wadah dalam proses organisasi lebih dalam.

24. Teman – teman seperjuangan Perbankan Syariah F angkatan 2020 yang telah memberikan banyak warna dalam perjalanan saya selama perkuliahan di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Terimakasih atas cerita dan kebersamaannya, sehat selalu untuk kalian.
25. Untuk diri sendiri Afina Farhatun Nisa, Terima kasih sudah mau bertahan terima kasih sudah menepikan ego dan memilih untuk bertahan dan bangkit untuk menyelesaikan semuanya dengan satu persatu meski harus tertatih-tatih dalam setiap proses perjalanannya, terima kasih karna sudah mau terus mencoba hal-hal baru. Penulis berjanji bahwa kamu akan baik-baik saja dan bahagia setelah ini.
26. Untuk semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penelitian ini terdapat keterbatasan. Untuk itu, kritik dan saran yang bersifat membangun selalu penulis harapkan. Semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat untuk penulis dan pembaca. Semoga Allah membalas segala kebaikan yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Aamiin.

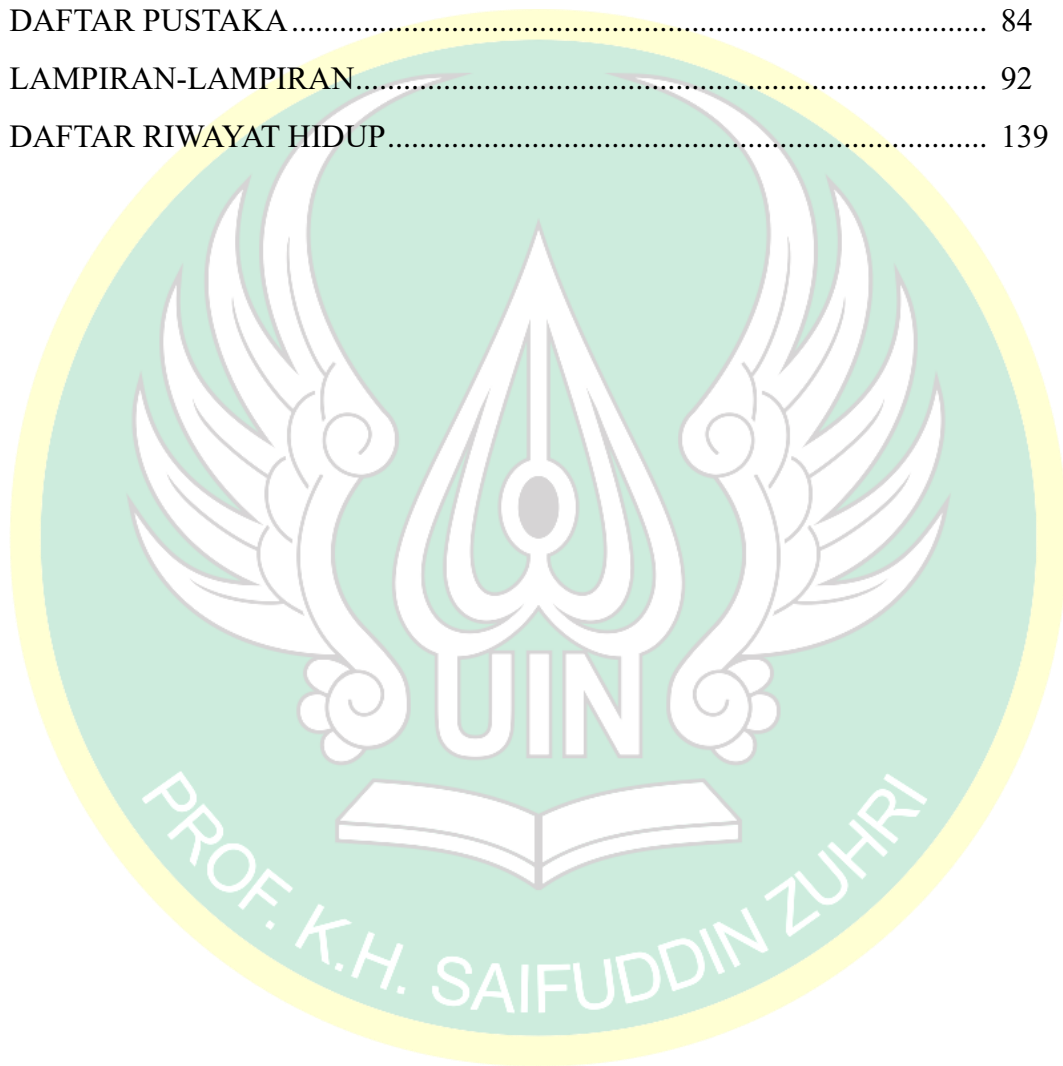
Purwokerto, 05 Oktober 2024

Afina Farhatun Nisa

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iii
MOTTO.....	iv
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
D. Sistematika Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI .....	11
A. Kajian Teori.....	11
B. Landasan Teologis.....	34
C. Kajian Pustaka .....	37
D. Kerangka Konseptual.....	41
E. Hipotesis Penelitian .....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
A. Jenis Penelitian.....	46
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	46
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	47
D. Sumber Data.....	48
E. Variabel dan Indikator Penelitian.....	48
F. Teknik Pengumpulan Data .....	51
G. Uji Instrumen Penelitian .....	52
H. Teknik Analisis Data .....	52
BAB IV PEMBAHASAN.....	56
A. Gambaran Objek Penelitian .....	56
B. Karakteristik Responden.....	63

C.	Uji Instrumen Penelitian .....	65
D.	Uji Asumsi Klasik .....	68
E.	Uji Hipotesis .....	73
F.	Pembahasan dan Hasil Penelitian .....	76
BAB V PENUTUP.....		81
A.	Kesimpulan .....	81
B.	Saran .....	82
DAFTAR PUSTAKA .....		84
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		92
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		139





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Indeks Literasi Keuangan.....	3
Tabel 1.2 Data volume transaksi non tunai .....	5
Tabel 1.3 Data Jumlah UMKM menurut kecamatan di Purbalingga.....	6
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	37
Tabel 3.1 Indikator Penelitian .....	49
Tabel 3.2 Skala likert untuk instrumen penelitian.....	51
Tabel 4.1 Nama Desa di Kecamatan Karang Moncol.....	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	64
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha.....	64
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan tahu literasi keuangan dari..	65
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas .....	66
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	68
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	69
Tabel 4.10 Uji Heteroskedastisitas.....	70
Tabel 4.11 Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
Tabel 4.12 Hasil Uji-t ( Parsial) .....	73
Tabel 4.13 Hasil Uji F (Simultan).....	75
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model original yang diusulkan oleh Fred davis (1989) .....	12
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	41
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kampung Marketer Purbalingga .....	62



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Penelitian
- Lampiran 3 Hasil Tabulasi Variabel Literasi Keuangan Digital ( $X_1$ )
- Lampiran 4 Hasil Tabulasi Variabel Pertumbuhan Usaha ( $X_2$ )
- Lampiran 5 Hasil Tabulasi Variabel Kinerja Keuangan ( $Y$ )
- Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas  $X_1$  (Literasi Keuangan Digital)
- Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas  $X_2$  (Pertumbuhan Usaha)
- Lampiran 8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas  $Y$  (Kinerja Keuangan)
- Lampiran 9 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 10 Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 13 Hasil Uji  $t$  (Parsial)
- Lampiran 14 Hasil Uji  $F$
- Lampiran 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )
- Lampiran 16 Surat Perizinan Observasi Pendahuluan
- Lampiran 17 Surat Izin Riset Pendahuluan
- Lampiran 18 Dokumentasi penyebaran angket
- Lampiran 19 Kuesioner pelaku UMKM

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan dan pembangunan ekonomi sebuah negara. Di Indonesia, UMKM merupakan salah satu komponen pendukung perekonomian negara (Octavina & Rita, 2021). Ketahanan dan pertumbuhan UMKM diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat melalui usaha mikro yang didirikan. Hal ini akan berdampak pada daya saing dan kinerja perekonomian pada tahun 2019. Tidak diragukan lagi bahwa UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Namun, jika para pelaku UMKM gagal mengatur keuangan mereka dengan baik, mereka mungkin mengalami kemajuan yang lambat atau bahkan kegagalan. Ini karena para pelaku bisnis tidak dapat memastikan berapa banyak pemasukan mereka dan berapa banyak pengeluaran mereka secara konsisten. Akibatnya, pengeluaran bisnis mungkin lebih besar daripada pemasukan.

Oleh karena itu, untuk memastikan keberlangsungan UMKM, diperlukan peningkatan kemampuan para pelaku UMKM dalam pengelolaan keuangan. Salah satu cara untuk melakukan ini adalah dengan mengajarkan para pelaku UMKM tentang manajemen keuangan yang efektif. Meskipun UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian nasional, terdapat banyak tantangan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di Indonesia (Larasati, Yuri, Sherli, dan Toni Toni, 2022). Di sisi lain, ekonomi digital terus berkembang. Digitalisasi bisnis dalam Revolusi Industri 4.0 berbeda dari perkiraan UMKM, dan dampak *Internet of Things (IoT)* pada banyak aspek kehidupan sehari-hari, terutama bisnis (Firmansyah et al., 2022). Beberapa komponen, seperti Literasi Keuangan dan Literasi Digital, memengaruhi kinerja UMKM. Bisnis yang mengelola dan melaporkan keuangannya dengan jelas dan akurat lebih berhasil.

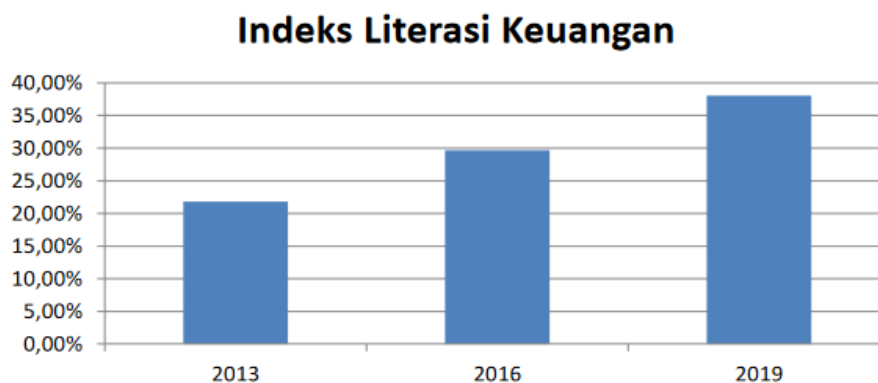
Menurut Hasibuan dan Pratiwi (2021) Literasi Keuangan memiliki definisi yang berbeda tiap orang yang berbeda. Semua orang melihat keuangan

dengan cara mereka sendiri. Ini adalah konsep yang luas yang menyatukan pemahaman tentang bagaimana kondisi ekonomi memengaruhi pandangan rumah tangga. Bagi orang lain, literasi keuangan berarti hanya tahu cara mengelola anggaran, tabungan, investasi, dan asuransi secara dasar.

Dalam penelitian yang dilakukan atas nama *National Westminster Bank* di Inggris, literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan untuk membuat penilaian berdasarkan informasi dan membuat keputusan berdasarkan informasi tentang bagaimana menggunakan dan mengelola uang. Literasi keuangan memiliki dampak yang signifikan pada tingkat kemakmuran seseorang dalam pengelolaan keuangan mereka dan kemampuan mereka untuk mempertahankan stabilitas finansial. Oleh karena itu, hal ini dapat mempengaruhi alokasi SDA ekonomi nyata sehingga kemampuan untuk tingkat pertumbuhan ekonomi jangka panjang (Widdowson & Hailwood, 2007).

Menurut (<https://www.ojk.go.id>) bahwa tingkat literasi keuangan di Indonesia terbagi menjadi empat bagian, yaitu *well literate*, *sufficient literate*, *less literate*, *not literate*. *Well literate* adalah orang yang memahami dan percaya pada lembaga keuangan, termasuk produk dan jasa keuangan, fitur, manfaat, dan resiko, hak dan kewajiban, dan juga memiliki kemampuan untuk menggunakannya dengan baik. *Sufficient literate*, yaitu yang memahami dan percaya pada lembaga jasa keuangan, produk, jasa, fitur, manfaat, dan resiko, serta hak dan kewajiban yang berkaitan dengan produk keuangan. *Less literate*, hanya mengetahui tentang lembaga keuangan, jasa keuangan, dan produk. *Not literate*, tidak memahami dan percaya pada lembaga keuangan dan produknya, dan tidak memiliki kemampuan untuk menggunakan produk dan jasa mereka.

**Tabel 1.1**  
**Indeks Literasi Keuangan**



*Sumber:* (<https://www.ojk.go.id>)

Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2019 menunjukkan indeks literasi keuangan sebesar 38,03%. Ini lebih tinggi dari hasil survei OJK pada tahun 2016, yang menunjukkan indeks literasi keuangan sebesar 29,7%, dan pada tahun 2013, yang menunjukkan indeks literasi keuangan sebesar 21,84%. Dengan demikian, literasi keuangan masyarakat telah meningkat sebesar 8,33 persen dalam waktu tiga tahun (<https://www.ojk.go.id>).

Literasi keuangan yang rendah dapat menyebabkan penipuan dan persaingan yang tidak sehat di pasar keuangan, yang menghambat intermediasi keuangan (Hidayat, 2015). Sebaliknya, peningkatan pengetahuan keuangan akan mendorong masyarakat untuk memilih dan memanfaatkan produk dan jasa keuangan yang bermanfaat bagi masyarakat (OJK, 2016). Hasil Survei Nasional Literasi Keuangan (SNLK) tahun 2013 yang diselenggarakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa masyarakat masih kurang pengetahuan tentang membuat keputusan keuangan. Fokus kebijakan OJK adalah meningkatkan literasi keuangan dan inklusi keuangan (OJK, 2016).

Memiliki keterampilan literasi keuangan memungkinkan orang untuk membuat keputusan tentang uang berdasarkan informasi dan mengurangi kemungkinan disesatkan dalam masalah keuangan. Pelaku UMKM membutuhkan literasi keuangan untuk mengelola keuangan mereka. Semakin

banyak pengetahuan tentang keuangan yang dimiliki seseorang, semakin baik mereka mengelola bisnis mereka. Pengetahuan tentang keuangan memengaruhi cara seseorang melihat keadaan keuangan, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik tentang keuangan dan mengelola bisnis mereka dengan lebih baik. Penganggaran, tabungan, pinjaman, dan investasi adalah empat hal yang paling umum tentang literasi keuangan (Remund, 2010). Namun, dimensi literasi keuangan juga mencakup memperoleh pengetahuan dan keterampilan keuangan (*acquiring financial knowledge and skills*) dan perubahan dalam perilaku keuangan (Thomas & Subhashree, 2020).

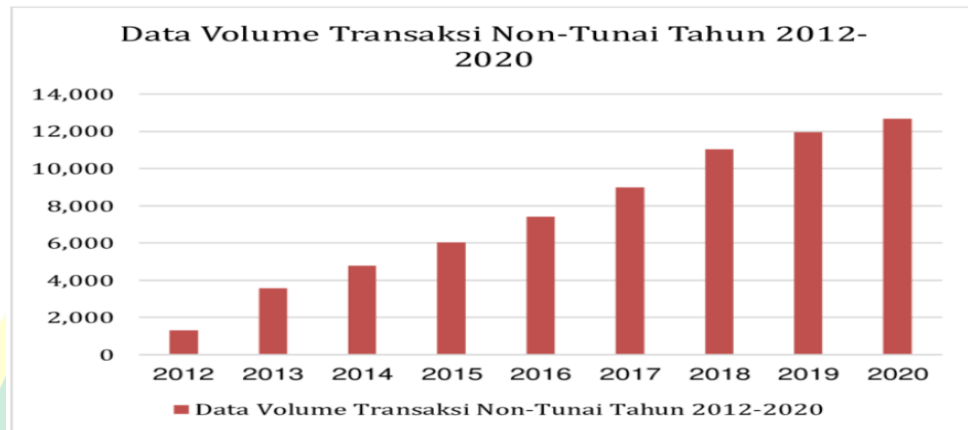
Dalam hal keterlibatan, penggunaan jasa keuangan masyarakat di kabupaten Purbalingga telah mencapai 66%, atau 66% dari 100 orang telah menggunakannya. Ini berarti bahwa 66 orang telah menggunakannya sebanyak 10%. Oleh karena itu, masyarakat pedesaan memiliki literasi keuangan yang lebih rendah daripada masyarakat perkotaan, terutama dalam hal bank syariah, menurut indeks literasi keuangan. Di desa Sangkanayu, kecamatan Mrebet, kabupaten Purbalingga, ada banyak rentenir yang menggunakan bunga hutang atau riba, serta banyak kantor bank syariah yang belum tersebar luas. Oleh karena itu, pemahaman masyarakat tentang layanan keuangan syariah sangat penting untuk mendorong pertumbuhan keuangan syariah di Indonesia (Ubaidillah & Hasanah, 2021).

Selain literasi keuangan, digital payment atau *financial technology* (*fintech*) juga menjadi salah satu faktor pendorong kinerja UMKM (Yeboah Kwabena et al., 2019) menemukan bahwa kinerja pelaku UMKM tergantung pada penerimaan dan pembayaran yang dilakukan, sehingga mempengaruhi secara signifikan bisnis yang mereka miliki. Inovasi di bidang jasa keuangan dikenal sebagai *fintech* karena fenomena teknologi yang mempermudah transaksi keuangan, seperti pembayaran dan pinjaman dana. *Fintech* membuat transaksi keuangan lebih mudah dan lebih hemat biaya. Bank Indonesia percaya bahwa penggunaan *fintech payment* akan sangat membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk menjadi lebih

produktif dan meningkatkan penjualan mereka. Mereka percaya bahwa *fintech* ini dapat mengubah transaksi masyarakat konvensional menjadi transaksi keuangan yang berbasis teknologi (Purnamasari, 2020).

**Tabel 1.2**

**Data Volume Transaksi Non- Tunai tahun 2012-2020**



(Sumber : Bank Indonesia 2020)

Dari data diatas Bank Indonesia memperkirakan bahwa 24,7 juta orang berbelanja atau melakukan transaksi secara online. Nilai transaksi belanja online diperkirakan mencapai 156 triliun rupiah pada 2019 dan diperkirakan akan terus meningkat setiap tahunnya. Di Indonesia, tata cara pembayaran digital yang disebut *Financial Technology (FinTech)* telah memudahkan transaksi berkat tren belanja online. Menurut penelitian lain (Winarto, 2020), *FinTech* menjelaskan bagaimana berfungsinya ekosistem di mana inovasi yang menggembirakan muncul dan berdampak pada industri yang sudah mapan. Industri mapan yang dimaksud adalah sistem pembayaran tunai yang dicoba oleh bank. *Mobile payment* adalah salah satu jenis *FinTech* yang sedang populer saat ini.

Karena banyaknya orang yang tinggal di daerah yang tidak memiliki akses ke Internet atau sarana jaringan lainnya, masyarakat Indonesia masih menggunakan pembayaran tunai, meskipun pengguna pembayaran digital melalui aplikasi *FinTech* terus meningkat di negara itu. *FinTech* muncul sebagai "*buzz word*" atau *hype*, terutama di media, seolah-olah itu adalah fenomena penting yang harus diperhatikan oleh para praktisi terkait. dengan



sektor keuangan, teknologi informasi (TI), dan inovasi, seperti inkubator, modal ventura, dan malaikat (Muzdalifa, Rahma, & Novella, 2018).

**Tabel 1.3**

**Data jumlah UMKM menurut Kecamatan di Kabupaten Purbalingga**

Kecamatan	Tahun 2021	Tahun 2022	Tahun 2023
Kemangkon	3701	3797	3832
Bukateja	7558	7564	7598
Kejobong	4350	4375	4415
Pengadegan	2405	2413	2446
Kaligondang	6640	6681	6732
Purbalingga	9555	9605	9677
Kalimanah	7023	7058	7089
Padamara	4066	4091	4137
Kutasari	7402	7408	7439
Bojongsari	6799	6819	6844
Mrebet	8034	8125	8183
Bobotsari	6302	6320	6358
Karangreja	4681	4738	4793
Karangjambu	1754	1846	1882
Karanganyar	3683	3713	3745
Kertanegara	3570	3640	3664
Karangmoncol	3512	3522	3559
Rembang	6502	6532	6574
Kabupaten Purbalingga	97537	98247	98967

*Sumber: Dinas Koperasi dan UMK Kabupaten Purbalingga*

Dari data diatas Kampung Marketer kecamatan Karangmoncol Purbalingga merupakan salah satu kecamatan yang memiliki organisasi yang bergerak dalam pelatihan dan pendidikan di bidang IT untuk memberdayakan masyarakat desa yang bertempat di daerah pegunungan wilayah Karangmoncol, Purbalingga (Novi Bayu Darmawan, Webinar 2020). Menurut Eko Sulisty, *Public Relations Manager* Kampung Marketer, tujuan Kampung Marketer adalah untuk memberikan pendidikan dan pemberdayaan. Organisasi ini mencari karyawan dari warga desa untuk membantu pembisnis online memasarkan barang-barang mereka. Namun demikian selain unggul dibidang marketing Kampung Marketer juga unggul dibidang keuangan digital, dengan adanya perkembangan jaman tentunya

membuat Kampung Marketer melakukan transaksi secara online atau dengan pembayaran non tunai.

Berdasarkan hasil observasi yang diselenggarakan diawal dengan wawancara pelaku usaha UMKM di wilayah Kampung Marketer Purbalingga yang menggunakan keuangan digital/*Fintech*, dapat diketahui bahwa beberapa UMKM di Kampung Marketer Purbalingga sudah melakukan transaksi menggunakan *Fintech*. Hal ini dikarenakan *Fintech* lebih mudah dan cepat dalam membantu mereka untuk melakukan transaksi penjualan yang sedang dijalankan. Pernyataan ini sesuai dengan hasil wawancara pada observasi awal penelitian kepada salah satu pelaku UMKM yang menggunakan layanan keuangan digital *Fintech* yang berada di kawasan Kampung Marketer Karangmoncol, Purbalingga.

Hasil dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti di Kampung Marketer Purbalingga yaitu, Menurut (P,33 th Penjual Pakaian) “Dengan adanya keuangan digital memudahkan para pelaku usaha untuk melakukan transaksi tanpa harus bertemu langsung, menurut ibu P pada zaman dahulu kita harus pergi ke pasar atau pergi ke ATM untuk membayar belanjaan tapi dengan perkembangan jaman sekarang semua bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja dengan menggunakan hp, tinggal klik klik saja transaksi sudah selesai.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa melakukan transaksi melalui layanan keuangan digital lebih mudah dibanding melakukan transaksi bertemu langsung atau harus datang ke ATM dikarenakan tingkat kemudahan dalam melakukan transaksi dan juga bisa dilakukan secara online, kapan saja dan dimana saja.

Berdasarkan uraian dan fenomena lokasi yang telah dijelaskan diatas, dengan organisasi berskala besar yang biasanya bersifat birokratis, perusahaan yang fleksibel didefinisikan sebagai perusahaan yang memiliki fleksibilitas untuk merespons kondisi Kampung Marketer yang berubah dengan Keuangan Digital. Maka penulis mengambil judul penelitian **“Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Pertumbuhan Usaha Terhadap Kinerja**

**Keuangan UMKM di Wilayah Kampung Marketer Karangmoncol Purbalingga.”**. Pemilihan judul ini dengan pertimbangan bahwa tersedianya data-data sebagai objek kajian dan masih sedikit penelitian yang membahas masalah tersebut.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pengidentifikasi penelitian yang digambarkan diatas, kemudian merumuskan masalah yang dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh literasi keuangan digital terhadap kinerja keuangan UMKM di wilayah kampung marketer Purbalingga?
2. Bagaimana Pengaruh pertumbuhan usaha terhadap kinerja keuangan UMKM di wilayah kampung marketer Purbalingga?
3. Bagaimana Pengaruh literasi keuangan digital dan pertumbuhan usaha terhadap kinerja keuangan UMKM di wilayah kampung marketer Purbalingga?

## **C. Tujuan dan Manfaat penelitian**

### **1. Tujuan penelitian**

- a. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi keuangan digital terhadap kinerja keuangan UMKM di wilayah kampung marketer Purbalingga.
- b. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pertumbuhan usaha terhadap kinerja keuangan UMKM di wilayah kampung marketer Purbalingga.
- c. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi keuangan digital dan pertumbuhan usaha terhadap kinerja keuangan UMKM di wilayah kampung marketer Purbalingga.

### **2. Manfaat penelitian**

- a) Manfaat teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah riset empiris tentang Pengaruh literasi keuangan digital dan pertumbuhan usaha terhadap kinerja keuangan UMKM di Kampung Marketer Purbalingga.

b) Manfaat Praktis

Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti serta para pembaca mengenai pengaruh literasi keuangan digital terhadap UMKM. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi bagi para peneliti yang akan melakukan observasi menggunakan tema yang sama.

c) Manfaat Akademis

Dengan adanya proposal penelitian ini diharapkan dapat menambah daftar bacaan dan bahan referensi bagi mahasiswa lain.

**D. Sistematika Penelitian**

Sistematika pembahasan dibuat untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penyusunan hasil penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan sistematika pembahasan dalam penelitian skripsi ini :

Dalam Bab I, penjelasan garis besar mencakup latar belakang masalah untuk memberikan konteks, rumusan masalah untuk mengidentifikasi permasalahan yang ingin diselesaikan, tujuan penelitian untuk menentukan hasil yang diinginkan, manfaat penelitian untuk menjelaskan kontribusinya, dan sistematika pembahasan untuk memberikan panduan struktural pada pembaca. Ini membantu membentuk landasan penelitian dan memberikan pemahaman awal mengenai fokus dan arah studi yang dilakukan.

Dalam Bab II, terdapat uraian teori-teori yang menjadi dasar penelitian, kajian pustaka untuk merinci pengetahuan terdahulu yang terkait dengan topik penelitian, serta formulasi hipotesis penelitian sebagai prediksi yang akan di uji selama penelitian. Ini memberikan dasar konseptual yang kuat dan memperlihatkan konteks teoretis yang mendukung pengembangan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Dalam Bab III, penjelasan mencakup identifikasi populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data yang digunakan, variabel penelitian yang diamati, dan metode analisis data yang akan diterapkan. Ini

membrikan pandangan rinci tentang aspek metodologi penelitian, termasuk cakupan sampel, teknik pengumpulan data, serta alat dan teknik analisis yang dipilih untuk menganalisis hasil penelitian.

Dalam Bab IV, akan ditemukan gambaran umum mengenai obyek penelitian, deskripsi data yang melibatkan penjelasan karakteristik dari data yang dikumpulkan, penjelasan mengenai populasi dan sampel penelitian, serta analisis data yang dilakukan untuk menyajikan hasil penelitian. Bab ini memberikan detail terinci tentang aspek-aspek tersebut, membantu pembaca untuk memahami obyek penelitian, proses pengumpulan data, serta hasil analisis yang dihasilkan dari penelitian tersebut.

Dalam Bab V, akan disajikan penutup yang merangkum secara keseluruhan penelitian, diikuti oleh kesimpulan yang mencakup temuan kunci dan implikasinya. Selain itu, penulis akan menyajikan saran-saran yang relevanyang dapat diambil sebagai rekomendasi untuk penelitian mendatang atau tindakan praktis. Ini merupakan bagian akhir penelitian yang memberikan gambaran menyeluruh, merinci temuan dan memberikan arah bagi pembaca tentang relevansi penelitian ini serta langkah-langkah yang dapat diambil berdasarkan hasilnya.

## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Kajian teori

#### 1. Teori TAM (*Technology Acceptance Model*)

*Technology acceptance model* (TAM) merupakan teori yang mengarahkan penggunaan teknologi dalam penelitian ini.. *Technology Acceptance Model* (TAM), yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989 adalah suatu adaptasi dari *Theory Of Reasoned Action* (TRA) yang dikhususkan untuk memodelkan penerimaan pemakai (*user acceptance*) terhadap teknologi. Beberapa peneliti mengulangi model ini. TAM menggambarkan hubungan sebab-akibat antara kepercayaan (keunggulan sistem informasi dan kemudahan penggunaannya) dan perilaku, kebutuhan, dan pengguna sistem tersebut. TAM berusaha untuk menggambarkan dan mengevaluasi penerimaan pengguna terhadap sistem informasi akuntansi. TAM adalah hipotesis yang membantu menjelaskan bagaimana orang memandang kegunaan dan kemudahan di TI (Teknologi Informasi). Keinginan pengguna untuk menggunakan TI akan dipengaruhi oleh kesan mereka.

Ada lima karakteristik dalam penerimaan teknologi yaitu:

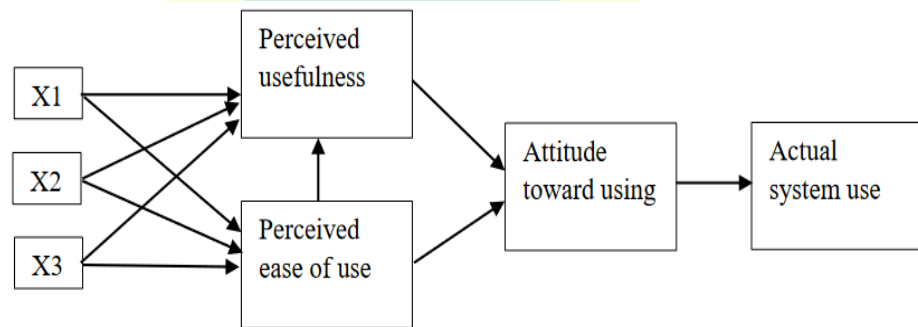
1. Keuntungan relatif/*relative advantage* (teknologi menawarkan perbaikan)
2. Kesesuaian/*compatibility* (konsisten dengan praktek sosial dan norma yang ada pada pemakai teknologi).
3. *Complexity* (kemudahan untuk menggunakan atau mempelajari teknologi)
4. *Trialability* (kesempatan untuk melakukan inovasi sebelum menggunakan teknologi itu).
5. *Observability* (keuntungan teknologi bisa dilihat secara jelas).

Empat konstruk digunakan dalam model TAM untuk menentukan tingkat penerimaan penggunaan TI: persepsi kemudahan (ditunjukkan oleh persepsi kemudahan penggunaan), persepsi kemanfaatan(ditunjuka

oleh persepsi kemanfaatan), sikap untuk menggunakan (ditunjukkan oleh persepsi penggunaan sistem sebenarnya), dan minat untuk menggunakan. Model selanjutnya akan melihat apa yang menarik karyawan rumah sakit Bandar Lampung yang bekerja dengan sistem informasi akuntansi dengan TAM yang dimodifikasi.

**Gambar 2.1**

**Model Original yang diusulkan oleh Fred Davis (1989)**



*Sumber: Jurnal sosial Ekonomi dan Humaniora (JSEH) Volume 5 Nomor 2 (Andina, 2019)*

Untuk melihat adopsi TI, teori TAM biasanya digunakan. Namun, model yang berhasil harus dapat memprediksi dan menjelaskan. Tampaknya model TAM dan indikatornya berhasil mengukur penerimaan teknologi. Akibatnya, TAM dapat menjelaskan alasan pengguna memilih untuk menggunakan sistem informasi yang digunakan. TAM membangun fondasi untuk memahami bagaimana keyakinan, sikap, dan aspirasi pengguna dipengaruhi oleh pengaruh eksternal (Nida, 2020).

## 2. Literasi Keuangan Digital

### a. Literasi Keuangan

Istilah literasi keuangan pertama kali diciptakan tahun 1787 di Amerika Serikat, ketika John Adams dalam sebuah surat yang ditunjukkan kepada Thomas Jefferson mengakui perlunya literasi keuangan untuk mengatasi kebingungan dan tekanan yang meluas dari Amerika yang telah muncul karena ketidaktahuan terhadap kredit, sirkulasi, dan sifat dari koin (Korps Keuangan, 2014).

Menurut Chen dan Volpe (1998), literasi keuangan adalah kemampuan untuk mengelola uang secara efektif sehingga Anda dapat hidup lebih baik di masa depan. Untuk meningkatkan literasi keuangan, setiap orang dapat melakukannya lebih dari hanya belajar mengelola keuangan. Menurut Kaly et al. (2008), literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan untuk memahami kondisi dan konsep keuangan serta menerapkan pengetahuan tersebut ke dalam tindakan.

Literasi keuangan ditandai dengan pesatnya pertumbuhan transaksi bisnis atau perdagangan yang menggunakan internet sebagai alat untuk berkomunikasi, bekerja sama, dan bekerja sama dengan perusahaan atau individu. Kegiatan literasi merupakan komponen penting dalam meningkatkan kompetensi dan pembangunan ekonomi. Dalam hal ini kualitas sumber daya manusia perlu ditingkatkan.

Literasi keuangan adalah aktivitas yang mencakup pengetahuan dan pemahaman tentang konsep dan risiko keuangan, keterampilan, motivasi, kepercayaan diri, dan keyakinan yang membantu pengambilan keputusan keuangan yang efektif, meningkatkan kesejahteraan keuangan individu, dan memungkinkan partisipasi dalam kehidupan ekonomi untuk meningkatkan keyakinan diri dalam mengelola keuangan (Thomas). Literasi keuangan adalah kombinasi pengetahuan, sikap, dan perilaku tentang keuangan yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang baik dan pada akhirnya mencapai kesejahteraan keuangan seseorang (Atkinson & Messy, 2012).

Literasi keuangan juga membantu meningkatkan kualitas layanan keuangan dan membantu pertumbuhan ekonomi negara (Makkulau & Astriwati, 2022). Penganggaran, tabungan, pinjaman, dan investasi adalah empat hal yang paling umum yang diketahui orang tentang keuangan (Remund, 2010). Namun, dimensi literasi keuangan mencakup memperoleh pengetahuan dan keterampilan keuangan serta modifikasi dalam perilaku keuangan (Thomas & Subhashree, 2020).



Kemampuan seseorang untuk memahami nilai tukar diukur dengan variabel literasi keuangan.

Menurut Wicaksono (2015), pengetahuan tentang produk dan keuangan serta kemampuan untuk menggunakan informasi atau masukan untuk memahami atau mengidentifikasi risiko keuangan sehingga dapat membuat dan mengambil keputusan keuangan dengan bijak.

Menurut (Carolynne dan Richard, 2000), literasi keuangan adalah kemampuan yang relevan untuk membuat keputusan dengan memahami sekuensi finansial yang ditimbulkannya. Menurut *US Financial Literacy and Education Commission*, literasi keuangan adalah kemampuan untuk membuat keputusan yang tepat dan mengambil tindakan yang efektif dalam hal keuangan saat ini dan masa depan.

Menurut *Association of Chartered Certified Accountants*, literasi keuangan mencakup pemahaman tentang konsep keuangan, pemahaman tentang cara konsep keuangan dikomunikasikan, kemampuan untuk mengelola keuangan secara pribadi maupun perusahaan, dan kemampuan untuk membuat keputusan keuangan yang tepat dalam setiap situasi (Aribawa, 2016).

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2013), literasi keuangan adalah kumpulan tindakan atau proses untuk memberikan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*), dan keterampilan (*skills*) kepada konsumen dan masyarakat umum sehingga mereka dapat mengelola keuangan dengan lebih baik.

(OECD, 2016). Menyatakan Literasi keuangan adalah semua pengetahuan, keterampilan, intuisi, dan tindakan yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang menguntungkan.

Rapih (2016) menyatakan bahwa literasi keuangan dapat digambarkan sebagai kemampuan untuk memilah kebutuhan keuangan, membahas masalah keuangan, merencanakan masa depan, dan

memahami bagaimana peristiwa di kehidupan sehari-hari memengaruhi keputusan keuangan. Keterampilan pengelolaan keuangan penting untuk mengurangi masalah keuangan, seperti kesalahan dalam merencanakan yang menyebabkan pengeluaran tidak terkendali. Menurut Gunawan, Pulungan, dan Koto (2019), membuat keputusan keuangan yang teratur dan efektif lebih mudah dengan menerapkan pengelolaan keuangan yang didasarkan pada pemahaman tentang pengelolaan keuangan dasar.

Sedangkan menurut Lusardi & Mitchell (2007) menyatakan bahwa literasi keuangan dapat didefinisikan sebagai pengetahuan yang dimiliki seseorang tentang instrumen keuangan, seperti pengetahuan tentang tabungan atau penghematan, asuransi atau asuransi, investasi, dan instrumen keuangan lainnya. Dengan kata lain, literasi keuangan dapat didefinisikan sebagai pengetahuan yang dimiliki seseorang tentang instrumen keuangan dengan tujuan mencapai kesejahteraan.

#### **b. Visi Misi Strategi Nasional Literasi Keuangan (SNLK)**

Visi, misi, dan prinsip literasi keuangan telah ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia. OJK menetapkan visi literasi keuangan Indonesia sebagai "mewujudkan masyarakat Indonesia yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi (*well literate*) sehingga masyarakat dapat memilih dan memanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan."

Adapun Misi dari strategi nasional literasi keuangan adalah:

- Melakukan edukasi di bidang keuangan kepada masyarakat Indonesia agar dapat mengelola keuangan secara cerdas.
- Meningkatkan akses informasi dan penggunaan produk jasa keuangan melalui pengembangan infrastruktur pendukung literasi keuangan (OJK.go.id).

### **c. Tujuan Manfaat Literasi Keuangan**

- **Tujuan Literasi Keuangan**

1. Meningkatkan literasi seseorang yang sebelumnya *less literate* atau *not literate* menjadi *well literate*
2. Meningkatkan jumlah pengguna yang menggunakan produk dan layanan jasa keuangan
3. Agar masyarakat umum dapat memilih produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai.
4. Masyarakat memiliki pemahaman yang benar tentang manfaat risiko.

- **Manfaat Literasi Keuangan**

1. Kemampuan untuk melakukan perencanaan keuangan yang lebih baik dan dapat memilih dan menggunakan produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan
2. Terhindar dari aktivitas investasi pada instrumen keuangan yang tidak jelas
3. Mendapatkan pemahaman mengenai manfaat dan risiko produk dan layanan jasa keuangan
4. Literasi keuangan juga memberikan manfaat yang besar bagi sektor jasa keuangan

### **d. Indikator Literasi Keuangan**

Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat literasi seseorang menurut jurnal OECD 2016, yaitu:

1. *Financial Knowledge* (Pengetahuan keuangan dasar)

Dasar pemahaman tentang konsep keuangan, kemampuan untuk menerapkan kemahiran menghitung ke situasi keuangan pelanggan, dan meyakinkan pelanggan bahwa mereka mampu mengatur masalah keuangan mereka sendiri dan dapat menanggapi dengan baik segala sesuatu yang berdampak pada kesejahteraan finansial mereka.

## 2. *Financial Behavior* (Perilaku keuangan)

Perilaku dan tindakan konsumen dapat memengaruhi kondisi keuangan dan keamanan konsumen baik sekarang maupun di masa depan. Pertanyaan yang dimasukkan untuk mengajarkan tindakan seperti mengatur anggaran, mempertimbangkan beberapa hal sebelum membeli sesuatu, menyelesaikan tagihan pada waktunya, menabung, dan meminjam uang untuk memenuhi kebutuhan.

## 3. *Financial Attitude* (Sikap keuangan)

Mereka akan membuat keputusan apa yang akan mereka lakukan berdasarkan perspektif keuangan mereka. Kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang baik dan mencapai kesejahteraan keuangan individu. Setiap pertanyaan berkonsentrasi pada kecenderungan dalam waktu yang singkat, seperti "hidup untuk hari ini" dan menghemat uang.

### **e. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Literasi Keuangan**

Menurut program for internasional student Assessment (PISA) litbang kemendikbud aspek-aspek yang terdapat pada literasi keuangan yaitu :

1. Uang dan Transaksi
2. Perencanaan dan pengelolaan keuangan
3. Risiko dan Manfaat
4. *Financial landscape*

Seperti yang dinyatakan oleh Lusardi et al., banyak faktor memengaruhi kemampuan untuk memahami literasi keuangan dalam empat dimensi, menurut Johan (2020, 47-48).

Literasi keuangan dipengaruhi 3 elemen berdasar Imawati dkk:

1. *Sosiodemografi*, sebagian besar orang percaya bahwa pria lebih memahami kemampuan kognitif dan keuangan daripada wanita.
2. Latar belakang keluarga, pengaruh kuatnya berasal dari pendidikan ibunya

3. Penggunaan, pola konsumsi dipengaruhi *circle* pertemanan

#### f. Keuangan Digital / Fintech

Teknologi keuangan adalah menggabungkan pengelolaan keuangan dengan sistem teknologi. Digunakan dalam lembaga keuangan, koperasi, perbankan, dan asuransi, fintech telah menjadi perhatian masyarakat karena menyediakan banyak fitur yang mempermudah dari sisi finansial. *Fintech* adalah istilah yang berarti "langkah inovasi dalam layanan keuangan" dan "*fintech*" adalah kombinasi dari sistem dan teknologi layanan keuangan yang memudahkan masyarakat untuk memproses transaksi keuangan melalui aplikasi keuangan (Winarto, 2020).

Menurut Seom dan Dhar (2017), teknologi finansial juga merupakan langkah inovasi dalam sektor keuangan yang terintegrasi dengan teknologi untuk menghasilkan fasilitas tanpa adanya perantara, mengubah cara perusahaan menyediakan layanan dan produk, dan dapat memberikan privasi, regulasi, dan tantangan hukum

(Ramadhani et al., 2022) mengungkapkan sebuah istilah yang digunakan oleh *World Economic Forum* adalah *fintech*, yang berarti penggunaan teknologi dan usaha inovatif di bidang keuangan. Ini adalah kemajuan dalam industri keuangan yang memanfaatkan teknologi untuk membuat metode baru seperti pinjaman, investasi, dan pembayaran elektronik.

Menurut *World Bank* (Nizar, 2017), teknologi keuangan (*FinTech*) adalah industri yang terdiri dari bisnis yang menggunakan teknologi untuk membuat sistem dan layanan keuangan lebih efisien.

Menurut *Financial Stability Board* (Nizar, 2017), *FinTech* juga didefinisikan sebagai inovasi teknologi dalam layanan keuangan yang dapat menghasilkan model bisnis, aplikasi, proses, atau produk dengan dampak material yang berkaitan dengan penyediaan layanan keuangan.

Menurut Marisa, (2020) indikator penggunaan *fintech* yaitu:

1. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan adalah keyakinan bahwa teknologi dapat mempermudah kehidupan pengguna daripada sebaliknya.

2. Efektivitas

Efektivitas adalah hasil dari penggunaan teknologi yang sesuai dengan tujuan pengguna. Dengan kata lain, *fintech* akan membantu orang menyelesaikan pekerjaan mereka.

3. Risiko

Risiko adalah ekspektasi kerugian, di mana semakin besar kemurgiannya semakin besar risiko yang dianggap ada.

### 3. Pertumbuhan Usaha

#### a. Pengertian Pertumbuhan Usaha

Pertumbuhan usaha adalah strategi untuk memberikan peluang baru dan bertahan dari krisis karena merupakan satu-satunya cara bagi organisasi dan sumber dayanya untuk bertahan (Holliday et al., 2017; Calabrese et al., 2021). Menurut Handayani (2007), keberlangsungan usaha didefinisikan sebagai keadaan atau kondisi usaha di mana metode untuk mempertahankan, mengembangkan, dan melindungi sumber daya serta memenuhi kebutuhan dalam suatu usaha (industri). Metode-metode ini berasal dari pengalaman pribadi dan orang lain serta bergantung pada kondisi ekonomi dalam dunia usaha (bisnis).

Beberapa faktor mendukung keberlangsungan suatu usaha, beberapa di antaranya menjadi penyebab kuat keberlangsungan suatu usaha. Faktor-faktor ini termasuk kompilasi rencana bisnis (*compile a business plan*), pembaharuan rencana bisnis reguler (*regular updating of business plan*), menganalisis pesaing (*regular analysis of competitor*), kemudahan memulai bisnis baru (*easy to start a new business*), dan kemampuan perhitungan atau kalkulasi resiko (*not a problem to take c Strategi* bisnis yang dikenal sebagai keberlanjutan usaha mempertimbangkan bagaimana organisasi berfungsi secara

sosial, ekonomi, dan ekologi untuk menghasilkan nilai jangka panjang (AlQershi et al., 2022).

Kasmir (2012) menyatakan bahwa rasio pertumbuhan dan pertambahan adalah rasio yang dapat menjelaskan dan mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk mempertahankan posisi ekonominya di tengah sektor usahanya dan pertumbuhan ekonomi yang sedang berkembang. Pertumbuhan usaha dapat digunakan sebagai alat untuk mengetahui keberhasilan suatu perusahaan dan merupakan dasar untuk melihat apakah suatu perusahaan dapat melakukan proses bisnisnya dengan baik dan sejauh mana kemampuan produktivitas suatu perusahaan. Pertumbuhan usaha juga dapat dilihat dari kemampuan suatu perusahaan untuk meningkatkan ukurannya.

Menurut Sirec dan Mocnik (2010), pertumbuhan aset, pertumbuhan karyawan, dan penjualan adalah komponen pertumbuhan. Wirausahawan mengukur pertumbuhan melalui penjualan bisnis mereka. Oleh karena itu, pertumbuhan penjualan dianggap sebagai bagian yang sangat penting dari pertumbuhan yang diharapkan .

Menurut Morgan et al. (2009), mengukur kinerja pertumbuhan bisnis dapat dilakukan secara objektif dan subjektif dengan menggunakan indikator yang terkait dengan bisnis, seperti peningkatan kepuasan konsumen, peningkatan pendapatan penjualan, dan peningkatan keuntungan, yang memungkinkan perusahaan untuk mencapai tujuan keuangan yang diinginkan. Pengukuran pertumbuhan bisnis harus dilakukan dengan mempertimbangkan pertumbuhan aset perusahaan secara relatif, karena peningkatan aset dapat memberikan wirausaha kesempatan untuk mendapatkan pembiayaan eksternal yang dapat digunakan untuk mempercepat pertumbuhan bisnis mereka.

### **b. 3 Perspektif pertumbuhan usaha menurut Wickham (1998)**

Menurut Wickham (1998) dalam Eke & Raath (2013) bahwa ada tiga cara yang saling bergantung untuk melihat pertumbuhan usaha:

pertumbuhan keuangan, pertumbuhan strategis, pertumbuhan struktural, dan pertumbuhan organisasi. Namun, dalam penelitian ini, yang digunakan hanya pertumbuhan usaha, pertumbuhan strategis, dan pertumbuhan struktural.

### 1. Pertumbuhan Keuangan

Menurut Wickham (2006), pertumbuhan keuangan adalah pertumbuhan usaha suatu perusahaan. Hal ini penting karena terkait dengan peningkatan penjualan, biaya, dan investasi yang diperlukan untuk mencapai penjualan dan keuntungan. Ini juga terkait dengan aset perusahaan. Perubahan dalam total aset, modal, pengembalian modal, dan profitabilitas dapat digunakan untuk mengukur pertumbuhan keuangan.

### 2. Pertumbuhan Strategis

Perubahan dalam cara suatu organisasi berinteraksi dengan lingkungannya sebagai keseluruhan strategis yang terintegrasi akan dikaitkan dengan pertumbuhan strategis. terutama berkaitan dengan bagaimana bisnis meningkatkan kemampuan mereka untuk mengeksploitasi pasar. Ini berkaitan dengan kesempatan bagi perusahaan untuk memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan mengeksploitasi dan memperoleh aset, baik yang berwujud maupun tidak berwujud, menurut Wickham (2006).

Cara untuk mengukur pertumbuhan strategis adalah melalui perubahan berikut:

- 1) volume produksi dan/atau penjualan;
- 2) biaya penjualan dan/atau produksi; dan
- 3) basis pelanggan yang berubah.

### 3. Pertumbuhan Struktural

Cara suatu perusahaan mengatur sistem internalnya berhubungan dengan pertumbuhan struktural. Ini terutama berlaku untuk peran dan tanggung jawab manajer, laporan hubungan,



hubungan komunikasi, dan sistem pengendalian sumber daya (Wickham, 2006).

Perubahan struktural dapat diukur melalui:

- 1) Perubahan Jumlah karyawan
- 2) Perubahan ukuran dan/ atau lokasi tempat usaha

### **c. Faktor-faktor pertumbuhan usaha**

Menurut David Bang, ada banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan berwirausaha. Menurutnya, faktor kemajuan atau keberhasilan usaha tidak hanya diukur dari seberapa keras pengusaha bekerja, tetapi juga dari seberapa cerdas pengusaha merencanakan dan mewujudkan strategi mereka.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan usaha adalah sebagai berikut:

#### **1. Faktor Peluang**

Peluang usaha adalah rangkaian yang kuat antara kemampuan wirausaha, usaha, dan pasar. Beberapa hal mencakup peluang usaha, seperti kondisi transportasi, kondisi pesaing, lokasi bisnis, dan kondisi masyarakat di sekitar bisnis. Karena itu, adanya peluang usaha yang baik dan sesuai dengan rangkaian kemampuan antara wirausaha dan pasar akan mempermudah pertumbuhan bisnis.

#### **2. Faktor Sumber Daya Manusia (SDM)**

Sumber daya manusia adalah komponen yang sangat penting dan tidak dapat dipisahkan dari sebuah organisasi, baik itu institusi maupun perusahaan. Sumber daya manusia juga sangat penting untuk perkembangan perusahaan. Indikator usaha berkembang apabila jumlah karyawan perusahaan meningkat sejak awal berdirinya, memiliki karyawan yang berkualitas, handal, dan bertanggung jawab, dan sumber daya manusia bekerja sesuai dengan perencanaan dan target yang dibutuhkan.

Berdasarkan hal tersebut, sumber daya manusia dapat mempengaruhi perkembangan bisnis. Dengan kata lain, sumber

daya manusia adalah semua sumber daya manusia yang dapat digunakan untuk berkembang. Oleh karena itu, peran sumber daya manusia sangat penting bagi perkembangan bisnis.

### 3. Faktor Laporan Keuangan dan Administrasi

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan bisnis adalah laporan keuangan dan administrasi yang baik. Wirausaha dapat secara akurat dan sistematis menentukan kebijakan perusahaan melalui laporan ini. Laporan keuangan dan administrasi yang meragukan dianggap sebagai hambatan utama bagi pertumbuhan bisnis. Ini karena laporan keuangan dan administrasi berfungsi sebagai referensi utama bagi calon investor atau pemilik sumber dana saat memberikan pinjaman atau modal usaha.

### 4. Faktor Organisasi

Organisasi adalah kelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Oleh karena itu, untuk maju dan berkembang dalam menjalankan suatu kegiatan usaha yang dikelola oleh beberapa orang, harus ada pembagian tugas yang jelas yang diatur dalam struktur organisasi.

### 5. Faktor perencanaan

Perencanaan adalah suatu proses menentukan tujuan yang ingin dicapai di masa depan dan menetapkan standar untuk mempermudah mencapainya.

### 6. Faktor pengelolaan usaha

Pengelolaan merupakan komponen penting dalam pertumbuhan bisnis, dan tujuan dari pengelolaan adalah untuk menghasilkan produk yang baik. Pengelolaan usaha adalah mengurus dan mengatur kegiatan usaha yang dijalankan untuk mencapai suatu tujuan.

Dalam mengelola pertumbuhan usaha, ada indikator penting yang dibutuhkan oleh wirausaha yaitu:

- a. *Quality* : produk, operasional, dan layanan harus berkualitas tinggi.
- b. *Time* : waktu penyelesaian produk, waktu pekerjaan, dan waktu perbaikan juga penting.
- c. *Cost* : biaya, kualitas tinggi belum tentu menghasilkan mutu yang baik.

#### 7. Faktor Pemasaran dan Penjualan

Untuk mempertahankan kelangsungan hidup, pertumbuhan, dan keuntungan, salah satu tindakan penting yang dilakukan oleh pengusaha adalah pemasaran. Berhasil tidaknya mencapai tujuan bergantung pada keahlian dan kemampuan pemasaran. Karena inti dari sebuah bisnis adalah pelayanan dan melayani, apapun bentuk bisnisnya, struktur bisnisnya, dan fokus bisnisnya harus berfokus pada usaha yang berorientasi pada pelayanan. Ini karena barang atau jasa yang dibuat akan diserahkan kepada konsumen, sedangkan yang dilakukan produsen adalah pelayanan.

#### d. Indikator untuk mengukur tingkat pertumbuhan usaha

Menurut (Mohammad Soleh, 2008) Bertambahnya pendapatan, tenaga kerja, dan jumlah pelanggan yang menggunakan produknya adalah semua indikator pertumbuhan usaha. (Hadjimanolis, 2000) juga menyebutkan beberapa indikator untuk melihat dan mengukur pertumbuhan bisnis, terutama untuk bisnis kecil; ini termasuk peningkatan karyawan, keuntungan, dan pengembalian aset.

Dari beberapa penjelasan di atas, disimpulkan bahwa bertambahnya pendapatan adalah indikator dari tingkat pertumbuhan usaha yang digunakan pada penelitian ini. Keputusan ini diambil dari pendapat (Inggarwati dan Kaudin, 2010), yang menyatakan bahwa peningkatan pendapatan, pertumbuhan karyawan, dan indikator keuangan seperti peningkatan laba, nilai aset, return on assets, dan return on investment adalah semua cara untuk mengukur tingkat pertumbuhan usaha.

## **4. Kinerja Keuangan**

### **a. Pengertian Kinerja Keuangan**

Kinerja keuangan adalah suatu gambaran tentang tingkat pencapaian pelaksanaan kegiatan, program, atau kebijaksanaan dalam mewujudkan sasaran, visi, misi, dan fungsi yang telah ditetapkan oleh sebuah organisasi. Kinerja keuangan adalah upaya perusahaan untuk mengevaluasi seberapa efektif dan efisien operasinya selama periode waktu tertentu (Kurniawan and Riduwan, 2016). Untuk melihat dan menganalisis sebuah organisasi, Anda dapat menggunakan teori kontigensi.

Kinerja keuangan adalah pemeriksaan atau analisis seberapa baik perusahaan menerapkan strategi keuangannya dengan mengikuti pedoman implementasi keuangan. Kinerja ini juga merupakan hasil evaluasi dari pekerjaan yang telah diselesaikan, dan hasilnya akan dibandingkan dengan standar yang telah ditetapkan. Penilaian atau pengukuran rutin diperlukan untuk setiap pekerjaan yang telah diselesaikan (Hutabarat, 2020: 2-3).

Perusahaan melakukan usaha formal yang disebut kinerja perusahaan untuk mengevaluasi seberapa efektif dan efisien aktivitasnya selama periode waktu tertentu. (Sucipto, 2003) mengatakan bahwa kinerja keuangan adalah kemampuan suatu organisasi atau perusahaan untuk menghasilkan laba, dan IAI (2007) mengatakan bahwa kinerja keuangan adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mengelola dan mengawasi sumber daya yang dimilikinya.

Callahan (2007) menyatakan bahwa kinerja keuangan adalah hasil yang dicapai oleh suatu perusahaan, yang ditunjukkan dalam bentuk nilai uang dan biasanya diungkapkan dalam laporan keuangan perusahaan. Pendapatan dan laba adalah dua contoh ukuran kinerja keuangan perusahaan, dan pernyataan Callahan ini didukung oleh

website-nya, yang menyatakan bahwa istilah kinerja perusahaan yang sering digunakan menunjukkan hasil operasi perusahaan selama periode tertentu dan biasanya dapat diperoleh dari laporan keuangan perusahaan, baik dari neraca, laba rugi, maupun arus kas.

Menurut paradigma teori kontingensi, penyesuaian karakteristik organisasi, termasuk strukturnya, dan yang mencerminkannya, menyebabkan efektivitas organisasi (Burns Stalker 1961; Lawrence and L. Orsch 1967; Pennings 1992; Woodward 1965). Perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*implementation*), pengendalian (*controlling*), dan pengawasan (*monitoring*) sumber daya keuangan organisasi untuk mencapai tujuan organisasi juga termasuk dalam domain manajemen keuangan (Sochimim, 2017).

Menurut Suratno dkk. (2006), kinerja lingkungan perusahaan adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (hijau). Kementerian Lingkungan Hidup melakukan penilaian kinerja lingkungan melalui peringkat PROPER, dan tujuan dari penilaian ini adalah untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam pelestarian lingkungan.

Kinerja keuangan adalah gambaran dari keberhasilan perusahaan. Ini dapat digambarkan sebagai hasil dari berbagai tindakan. Kinerja keuangan dapat didefinisikan sebagai analisis yang dilakukan untuk menilai sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan pelaksanaan keuangan dengan benar dan tepat (Fahmi, 2012:2).

Menurut Rudianto (2013:189), kinerja keuangan adalah prestasi atau hasil yang telah dicapai oleh manajemen perusahaan dalam menjalankan fungsinya dan mengelola asetnya secara efektif selama periode waktu tertentu. Kinerja keuangan sangat penting bagi

perusahaan untuk mengetahui dan mengevaluasi tingkat keberhasilannya berdasarkan aktivitas keuangan yang telah dilakukan.

Menurut Mulyadi (2007:2), kinerja keuangan adalah penentuan secara teratur seberapa efektif operasi suatu organisasi dan stafnya berdasarkan sasaran, standar, dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya.

Menurut Wiratna (2017:71), kinerja keuangan dihasilkan dari evaluasi pekerjaan yang telah dilakukan dan perbandingan hasil dengan kriteria yang telah ditetapkan. Setiap pekerjaan harus dievaluasi dan diukur secara berkala.

#### **b. Tujuan Kinerja Keuangan**

Berdasarkan pendapat dari Munawir (2002), pengukuran pada kinerja keuangan mencakup berbagai tujuan (Fauzi & Nugroho, 2020) Diantaranya yaitu :

- 1) Untuk menilai likuiditas bisnis, atau kemampuan bisnis untuk memenuhi kewajiban keuangan yang jatuh tempo.
- 2) Menentukan tingkat profitabilitas, yang menunjukkan kemampuan bisnis untuk menghasilkan keuntungan dari waktu ke waktu.
- 3) Menentukan tingkat solvabilitas bisnis, yang menunjukkan kemampuan bisnis untuk memenuhi kewajiban keuangan yang terlikuidasi, baik kewajiban jangka pendek maupun panjang.
- 4) Untuk mengukur tingkat stabilitas, yang menunjukkan kemampuan bisnis untuk menjalankan operasinya secara stabil dan diukur dari kemampuannya untuk melakukan pembayaran angsuran secara berkala kepada pemegang saham tanpa menemui kendala.

Sesuai dengan uraian di atas, kinerja keuangan bertujuan untuk mengetahui kondisi keuangan perusahaan dari segi tingkat, solvabilitas, likuiditas, dan bisnis, serta kemampuan perusahaan untuk mengelola asetnya dengan cara yang efektif untuk menghasilkan pendapatan.

### **c. Manfaat Kinerja Keuangan**

Sangat penting untuk memahami manfaat dan kegunaan penilaian kinerja keuangan karena hasilnya dapat memengaruhi perilaku pengambilan keputusan bisnis. Oleh karena itu, manajemen bisnis harus melakukan perubahan besar pada kondisi mereka, termasuk jenis alat pengukuran penilaian kinerja yang akan digunakan dan tujuan pemantauan kinerja keuangan.

Berikut ini adalah beberapa keunggulan dan aplikasi pengukuran kinerja keuangan (Irianto, dkk, 2020: 34-36):

- 1) Digunakan untuk menentukan keuntungan dan kerugian keuangan bisnis. diukur melalui pengukuran kinerja keuangan, yang memungkinkan investor memeriksa kesehatan finansial dan hasil operasional perusahaan saat ini dan sebelumnya. Dengan demikian, investor dapat menggunakannya sebagai referensi.
- 2) Digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi dan efektivitas kegiatan bisnis untuk memprediksi peningkatan laba di masa depan. Kapasitas bisnis untuk memenuhi kewajiban jangka pendek diukur dengan rasio *Debt to Asset*, *Total Asset Turnover*, *Current Ratio*, dan *Return on Asset*.
- 3) Digunakan untuk memperkirakan penderitaan keuangan dan kebangkrutan. Penderitaan keuangan terjadi sebelum kebangkrutan karena dianggap sebagai upaya untuk mencegah kebangkrutan dengan mengetahuinya sejak awal.
- 4) Digunakan untuk mengukur pencapaian perusahaan selama periode waktu tertentu untuk menentukan tingkat keberhasilan perusahaan.

### **d. Tahapan Analisis Kinerja Keuangan**

Kinerja keuangan pada suatu perusahaan dapat dianalisis dengan beberapa langkah (Hutabarat, 2020: 5-6), antara lain:

- 1) Melakukan review atau penelitian data laporan keuangan  
Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa laporan keuangan disusun sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum.

- 2) Melakukan perhitungan Saat melakukan perhitungan, metode perhitungan dapat disesuaikan dengan masalah dan situasi yang ada sehingga menghasilkan kesimpulan yang sesuai dengan analisis yang diinginkan.
- 3) Melihat perbandingan hasil yang diselesaikan  
Setelah hasil perhitungan diterima, dilakukan perban. Untuk melakukan perbandingan ini, dua metode berikut ini biasanya digunakan:
  - a) Analisis rangkaian waktu, yang membandingkan data dari waktu ke waktu atau lintas periode untuk menampilkan grafik.
  - b) *Approach cross-sectional*, yang membandingkan hasil perhitungan rasio suatu perusahaan dengan perusahaan lain yang sebanding dalam waktu yang bersamaan.Situasi perusahaan dianggap baik, sangat baik, sedang atau normal, atau tidak baik atau sangat buruk, tergantung pada hasil dari kedua metode tersebut.
- 4) Menafsirkan berbagai masalah yang muncul.
- 5) Menemukan dan menyelesaikan setiap masalah (resolusi).

## 5. UMKM

### a. Pengertian UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) didefinisikan sebagai usaha yang menghasilkan barang dan jasa dengan bahan baku utama dan bergantung pada penggunaan sumber daya alam, keterampilan tradisional, dan karya seni lokal, menurut Halim (2020:18). Salah satu karakteristik UMKM adalah bahan baku yang mudah diperoleh, penggunaan teknologi sederhana yang memungkinkan pengalihan teknologi, tenaga kerja padat atau menyerap tenaga kerja yang cukup banyak, dan peluang pasar yang luas. Sebagian besar produknya terserap di pasar lokal atau domestik dan tidak tertutup kemungkinan diekspor, meskipun beberapa komoditi tertentu memiliki karakteristik yang terkait dengan ekspor.



UMKM berkembang pesat dan menunjukkan hasil positif, tetapi mereka menghadapi banyak masalah dalam menjalankan usahanya. Menurut penelitian, faktor terbesar yang menyebabkan kegagalan bisnis pada UKM adalah perencanaan yang buruk (20,5%), manajemen yang buruk (13,5%), kurangnya pembiayaan (16,5%), dan pengalaman manajer yang kurang (8%). Selain itu, faktor terbesar yang menyebabkan kegagalan bisnis pada UKM adalah pencatatan yang buruk, serta penyerapan teknologi yang kurang dan pajak yang tinggi (24,5%). (Utami, 2018)

Usaha mikro yang didefinisikan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian 10 atau lebih dari perusahaan.

Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil berkisar antara 5 dan 19 karyawan, sedangkan usaha menengah 13 berkisar antara 20 dan 99 karyawan.

Menurut (Alimudin et al. 2019) Usaha mikro kecil menengah didefinisikan sebagai usaha yang memiliki modal awal yang kecil dan jumlah tenaga kerja yang sedikit (terbatas), nilai modal atau tenaga kerja, menurut definisi yang diberikan oleh pemerintah atau lembaga lain untuk tujuan tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha kecil dan menengah (UMKM) adalah usaha dengan modal awal yang rendah dan tenaga kerja yang terbatas. Namun, UMKM terus berusaha mempertahankan kepuasan pelanggan.

Menurut (Soerjono et al, 2021) usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh individu atau badan usaha yang tidak merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan, dan tidak

dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.

Menurut Samudra dan Suman (2019), UMKM memiliki produktivitas yang lebih tinggi. Perkiraan efektivitas adalah perkiraan kedua, dan melibatkan karakteristik peningkatan efektivitas dan pengembangan performa TAP NO. VI/MPR-RI/1998. Perkiraan efektivitas adalah perkiraan kedua, dan melibatkan bahwa karakteristik peningkatan efektivitas dan pengembangan performa (UMKM) harus diberi kewenangan yang lebih besar untuk menjadi bagian penting dari perekonomian rasional. Selain itu, UU No. 9 tahun 1999 menetapkan definisi UMKM, dan UU No. 20 Pasal 1 meningkatkan produktivitas.

Efektivitas dianggap sebagai perkiraan kedua, dan mencakup fitur yang meningkatkan efektivitas dan pengembangan performa sebagai berikut:

1. Usaha mikro memiliki produktivitas yang lebih tinggi. Perkiraan efektivitas adalah perkiraan kedua, dan mencakup fitur yang meningkatkan efektivitas dan pengembangan performa.
2. Usaha kecil memiliki produktivitas yang lebih tinggi. Perkiraan efektivitas adalah perkiraan kedua, dan mencakup fitur yang meningkatkan efektivitas dan pengembangan performa.
3. Usaha menengah menghasilkan produktivitas yang lebih tinggi. Perkiraan efektivitas adalah perkiraan kedua, yang mencakup peningkatan efektivitas dan pengembangan performa yang signifikan. Usaha menengah menghasilkan produktivitas yang lebih tinggi. Perkiraan efektivitas adalah perkiraan kedua, yang mencakup peningkatan efektivitas dan pengembangan performa yang signifikan.

UU No 20 Tahun 2008 (UU No.8 Tahun 2008, 2008) menentukan definisi dan karakteristik UKM di Indonesia. Menurut

UU, usaha mikro adalah bisnis yang didirikan dan dijalankan oleh individu atau badan usaha, dengan jumlah penjualan tahunan paling tinggi Rp50.000.000 dan kekayaan bersih paling tinggi Rp300.000.000. Kekayaan bersihnya lebih dari Rp50.000.000 hingga Rp300.000.000, dan penjualan tahunan antara Rp300.000.000 dan Rp2.500.000.000.

Usaha menengah sama dengan usaha kecil, tetapi usaha menengah memiliki penjualan dan kekayaan bersih yang lebih besar. Penjualan tahunan mereka berkisar antara 250.000.000 dan 10.000.000.000, dan kekayaan bersih mereka berkisar antara 500.000.000 dan 10.000.000.000,00 (Febriantoro, 2018).

Sedangkan, Badan Pusat Statistik menyatakan bahwa karakteristik UKM dapat dilihat dari jumlah karyawannya. Misalnya, bisnis mikro mempekerjakan lebih dari lima orang, termasuk anggota keluarga yang tidak digaji. Pada saat yang sama, perusahaan kecil memiliki jumlah pekerja antara 5 dan 19 orang, sedangkan perusahaan menengah memiliki jumlah pekerja lebih besar, berkisar antara 19 dan 99 orang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perusahaan memiliki lebih banyak karyawan dalam kategori yang lebih tinggi (S. Putri, 2020).

#### **b. Klasifikasi UMKM**

Di bawah ini adalah klasifikasi UMKM dari sudut pandang pertumbuhannya:

1. *Livelihood Activities* (kegiatan mata pencaharian), merupakan usaha kecil menengah yang digunakan sebagai cara untuk mencari nafkah, dalam sektor informal. Pedagang kaki lima adalah contohnya.
2. *Micro Enterprise* (usaha mikro), merupakan usaha kecil menengah yang memiliki ciri-ciri pengrajin tetapi kurang kewirausahaan.

3. *Small Dynamic Enterprise* (perusahaan kecil yang dinamis), merupakan bisnis kecil menengah yang memiliki semangat kewirausahaan dan memiliki kemampuan untuk menerima kontrak subkontrak serta melakukan ekspor-import.
4. *Fast Moving Enterprise* (perusahaan yang bergerak cepat), merupakan usaha skala menengah dengan jiwa kewirausahaan yang akan berkembang menjadi usaha besar.

**c. Karakteristik khusus UMKM di Indonesia**

Karakteristik khusus UMKM di Indonesia menurut (Astuti, 2019) adalah:

1. Memiliki jumlah yang banyak karena berperan penting dalam perekonomian.
2. Memanfaatkan teknologi tepat guna daripada teknologi modern karena menyesuaikan kondisi, lokasi, modal, dan SDM.
3. Mengedepankan UMKM dalam bidang pertanian karena merupakan sumber daya alam terbesar.
4. Mengembangkan usaha bertahap, sedikit demi sedikit, namun signifikan.
5. Modal utama UMKM diperoleh dari uang pribadi, invest kerabat, dan pinjaman.

**d. Peran dan fungsi UMKM**

Fungsi dan peran UMKM sangat besar dalam kegiatan ekonomi masyarakat. Fungsi dan peran itu meliputi :

1. Penyediaan barang dan jasa
2. Penyerapan tenaga kerja
3. Pemerataan pendapatan
4. Sebagai nilai tambah bagi produk daerah
5. Peningkatan taraf hidup masyarakat

## B. Landasan Teologis

### 1. Literasi Keuangan Digital dalam Perspektif Ekonomi Islam

Pada dasarnya, literasi keuangan memerlukan upaya dari banyak pihak. Ini termasuk pemerintah, penyedia jasa keuangan, perguruan tinggi, dan lembaga pendidikan lainnya. Untuk meningkatkan literasi keuangan di Indonesia, penting bagi setiap orang untuk terus membaca, belajar, dan mendapatkan informasi yang jelas sebelum membuat keputusan tentang pengelolaan keuangan. Hal ini sesuai dengan apa firman Allah Swt dalam Al Qur'an Surat Al-Alaq 1-5:

اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ , خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ , اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ , الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ , عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ

Artinya: “(1) Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu yang telah menciptakan, (2) Dialah yang menciptakan manusia dari segumpal darah (3) Bacalah dan Tuhanmulah Yang Maha Pemurah (4) yang mengajar (manusia) dengan perantaran kalam (5) Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya.”

Usaha untuk meningkatkan pengetahuan keuangan masyarakat, yang pada awalnya terdiri dari individu yang cukup mahir dalam keuangan, menjadi mahir dalam keuangan syariah. Hal ini sejalan dengan maqashid (tujuan) yang dapat dicapai oleh pengelolaan keuangan, yaitu agar individu dan seluruh masyarakat dapat memilih produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhannya, memahami dengan benar manfaat dan risikonya, memahami hak dan kewajibannya, dan percaya bahwa produk dan layanan keuangan yang mereka pilih dapat meningkatkan kesejahteraan mereka secara syariah (Rurkinantia, 2021).

Selain itu, literasi keuangan sangat penting, pendapatan harus diatur sesuai dengan syariat Islam agar terhindar dari transaksi atau kegiatan haram. Karena mayoritas penduduknya beragama Islam, Indonesia seharusnya sangat memahami keuangan Syariah. Mahasiswa

Universitas Islam Negeri juga seharusnya sangat memahami keuangan Syariah. Seseorang yang memiliki pemahaman yang baik tentang keuangan dan menggunakannya dengan benar dapat menunjukkan sikap cerdas dalam mengelola dan mengatur uang mereka.

## 2. Pertumbuhan Usaha dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam kajian ekonomi islam, persoalan pertumbuhan usaha telah menjadi perhatian para ahli dalam wacana pemikiran ekonomi islam klasik. Pembahasan ini diantaranya berangkat dari firman Allah SWT surat Hud ayat 61 ayang berbunyi :

وَالِى تَمُودَ أَخَاهُمْ صَالِحًا قَالَ يَاقَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُم مِّنْ إِلَهِ غَيْرُهُ ۗ هُوَ أَنشَأَكُمْ مِّنَ الْأَرْضِ  
وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا فَاسْتَغْفِرُوهُ ثُمَّ تُوبُوا إِلَيْهِ إِنَّ رَبِّي قَرِيبٌ مُّحِيبٌ ﴿٦١﴾

Artinya: *Kepada (kaum) Samud (kami utus) saudara mereka, Saleh. Dia berkata, “Wahai kaumku, sembahlah Allah! Sekali-kali tidak ada tuhan bagimu selain Dia. Dia telah menciptakanmu dari bumi (tanah) dan menjadikanmu pemakmurnya. Oleh karena itu, mohonlah ampunan kepada-Nya, kemudian bertobatlah kepada-Nya. Sesungguhnya Tuhanku sangat dekat lagi Maha Memperkenankan (do’a hamba-Nya).”*

Dalam Islam, pertumbuhan usaha dipandang sebagai perkembangan terus-menerus dari faktor produksi yang dapat memberikan kontribusi kepada kesejahteraan manusia. Dengan demikian, pertumbuhan yang dialami oleh faktor produksi tidak dianggap sebagai pertumbuhan ekonomi jika produksi tersebut memasukkan produk yang telah terbukti memiliki dampak negatif dan berbahaya bagi manusia.

Selain itu, pertumbuhan usaha adalah aktivitas produksi yang luas yang terkait erat dengan keadilan distribusi. Sisi yang lebih luas dari pertumbuhan dan kemajuan aspek materil dan spiritual manusia termasuk dalam pertumbuhan. Dengan kata lain, pendekatan ini mencakup semua aspek kehidupan manusia, termasuk hukum, sosial,

politik, dan budaya. Dengan cara ini, pertumbuhan usaha bertujuan untuk meningkatkan prinsip keadilan sosial, kesamaan, Hak Asasi Manusia (HAM), dan martabat manusia. Oleh karena itu, perspektif Islam tentang pertumbuhan usaha memiliki berbagai dimensi, yang mencakup elemen kuantitatif dan kualitatif. Tujuannya bukan hanya kesejahteraan duniawi tetapi juga kesejahteraan akhirat, karena menurut Islam keduanya saling terkait.

### 3. Kinerja Keuangan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Selain dari ayat suci Al-qur'an terdapat pula landasan teologis terkait dengan kinerja keuangan dari Hadits riwayat Ath-Thabrani dalam Al-Mu'jam Al-Ausath No.897 dan Imam Al-Baihaqi dalam Syu'abul Iman No.5312 yang berisikan untuk menyempurnakan atau melakukan suatu pekerjaan secara profesional dan maksimal (sempurna). Hadits tersebut berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتَقِنَ

*Artinya: “Sesungguhnya Allah Ta’ala suka apabila salah seorang dari kalian melakukan suatu pekerjaan dia melakukan pekerjaan tersebut dengan sebaik mungkin (Kurniawan & Prasetya,2021)”*

Telah dijelaskan pula dalam Al-Qur'an terkait penilaian kinerja yang harus diperhatikan, terdapat pada QS. At-Taubah ayat 105 yang berbunyi:

وَقُلْ اْعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

*Artinya: “Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada Allah Yang Maha Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberikan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan” (105) (Agama Departemen RI,2010)*

Ayat ini mengisyaratkan bahwa kinerja harus dipertimbangkan untuk hari esok sebagai penilaian tindakan (evaluasi) dari kegiatan yang telah dilakukan, menurut M. Quraish Shihab (2002). Menurut ayat 105 Al-At-Taubah, Allah SWT menyuruh kita bekerja, dan Dia pasti akan membalas apa yang kita lakukan. Salah satu aspek terpenting dari ayat ini adalah penegasan Allah SWT bahwa niat atau motivasi untuk bekerja harus benar; jika tidak, Allah SWT akan memberi azab. Namun, jika motivasinya benar, Allah SWT akan memberikan balasan yang lebih baik daripada yang kita lakukan (Hidayat & Wijaya, 2017: 55-56).

### C. Kajian Pustaka

Penelitian terdahulu yang relevan berarti hasil penelitian sebelumnya tentang masalah yang akan diteliti. Peneliti mengungkapkan dan menunjukkan dengan jelas bahwa masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini tidak pernah diteliti sebelumnya atau berbeda dengan penelitian sebelumnya. Setelah menelaah beberapa penelitian, peneliti menemukan sejumlah hasil-hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama dan Judul Penelitian	Pembahasan Dan Hasil	Perbedaan & Persamaan
1.	Jurnal Dinamika vol. 3 No. 1 Aulia et al., (2022). “Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan Digital Payment terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar”	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kemudahan pembayaran digital memiliki efek positif dan signifikan terhadap kinerja usaha kecil dan menengah (UMKM) di kota Makassar. Memahami bagaimana mengelola keuangan adalah bagian penting dari menjalankan sebuah bisnis. Hal ini dimaksudkan agar bisnis	<u>Perbedaan:</u> Pada penelitian terdahulu menambahkan “kemudahan digital payment” sebagai variabel independen sedangkan penelitian ini hanya fokus pada literasi keuangan. <u>Persamaan:</u> Fokus penelitian yg berfokus pada Kinerja keuangan, menjadikan UMKM sebagai objek utama penelitian.



		<p>kecil dan menengah dapat memahami dan mengelola keuangan mereka dengan bijak. Pengendalian keuangan yang salah oleh pemilik bisnis akan berdampak pada bisnis mereka baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Setiap pemilik bisnis berharap bisnis mereka berjalan dengan baik. Salah satu ciri khas usaha kecil yang ada di kota Makassar adalah penggunaan media sosial dan pembayaran elektronik untuk memasarkan produk usahanya.</p>	
2.	<p>Accounting vol. 7 No. 1 Candraningrat et al., (2021) “<i>The Role Of Financial Technology On Development of MSMEs</i>”</p>	<p>Hasil studi tentang pengaruh teknologi keuangan terhadap pertumbuhan permodalan UMKM di sektor tenun Kota Denpasar menunjukkan bahwa teknologi ini membantu pertumbuhan permodalan UMKM. Salah satu faktor yang mendorong pertumbuhan permodalan UMKM di Kota Denpasar adalah peningkatan akses UMKM terhadap teknologi finansial, yang akan menawarkan layanan dan bantuan dalam memilih produk bagi pelaku usaha teknologi keuangan tela.</p>	<p><u>Perbedaan:</u> Penelitian terdahulu mencakup berbagai aspek UMKM seperti Pertumbuhan bisnis, inovasi produk, dan akses kepasar sedangkan penelitian ini mengkhususkan pertumbuhan usaha dan Literasi Keuangan sebagai variabel dependen utama <u>Persamaan:</u> Sama-sama fokus pada aspek teknologi keuangan yang berkaitan dengan pengembangan umkm, menjadikan UMKM sebagai objek utama penelitian</p>
3.	<p>Numeracy Vol. 7 No. 1</p>	<p>Pemilik usaha kecil bertanggung jawab atas</p>	<p><u>Perbedaan:</u> Pada penelitian terdahulu fofus literasi</p>

	<p>AdvDahmen &amp; Rodríguez, (2014) “<i>Financial Literacy and the succes of small businesses: An Observation from a small business development center</i>”</p>	<p>keberhasilan perekonomian dan usaha kecil di Amerika Serikat. Studi kasus memungkinkan generalisasi ke seluruh populasi karena merupakan studi mendalam tentang satu atau lebih contoh fenomena dalam dunia nyata (Gall et al. 2007), tetapi studi ini dengan jelas menunjukkan bahwa pemilik usaha kecil harus memperoleh literasi keuangan, termasuk rasio keuangan, yang akan membantu mereka memahami laporan keuangan mereka. Menurut Berman et al. (2008), literasi keuangan harus menjadi bagian dari budaya bisnis (Vacher 2014). Tentu saja, topik umum tentang hubungan antara usaha kecil yang bermasalah secara finansial dan usaha kecil yang tidak memadai literasi keuangan adalah subjek yang menarik untuk penelitian lebih lanjut</p>	<p>keuangan secara umum seperti manajemen keuangan dasar, pengelolaan hutang, investasi sedangkan penelitian ini hanya fokus pada keuangan digital (Kesadaran dalam penggunaan produk layanan keuangan digital). <u>Persamaan:</u> Sama-sama menekankan pentingnya literasi keuangan dalam mendukung kesuksesan UMKM, Objek utama sama-sama ke UMKM</p>
4.	<p>Jurnal Mirai Management Vol. 7 No. 2 Yuningsih et al., (2022). “Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Technology</p>	<p>Pelaku usaha, terutama usaha kecil dan menengah (UMKM), perlu memahami teknologi keuangan dan keuangan untuk bertahan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan mengumpulkan data</p>	<p><u>Perbedaan:</u> Pada penelitian terdahulu menambahkan “Financial Technology” sebagai variabel independen sedangkan penelitian ini hanya fokus pada literasi keuangan. <u>Persamaan:</u> Fokus penelitian yg berfokus pada literasi keuangan, menjadikan</p>

	terhadap keberlangsungan usaha pelaku UMKM”	melalui metode survei. Responden penelitian adalah 346 usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Sukabumi, yang dipilih dari 53.980 UMKM yang ada. Data dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan teknologi finansial secara bersamaan berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha pelaku UMKM. Dengan kata lain, untuk menjaga keberlangsungan usahanya di era digital saat ini, pelaku usaha di sektor UMKM harus memiliki literasi keuangan dan teknologi finansial. Kata kunci: literasi keuangan, teknologi keuangan, keberlangsungan usaha.	UMKM sebagai objek utama penelitian.
5.	Jurnal Bisnis Net Vol.6 No.1 Huda et al., (2023) “Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Kinerja UMKM Kota Bima”	Hasil menunjukkan bahwa pelaku UMKM harus meningkatkan literasi keuangan dan digital, karena literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM Kota Bima, sedangkan literasi digital berpengaruh signifikan. Penemuan ini menunjukkan bahwa keduanya merupakan komponen penting yang	<u>Perbedaan:</u> Pada penelitian terdahulu fokus pada kinerja UMKM secara umum, sedangkan penelitian ini mengkaji pertumbuhan usaha dan kinerja keuangan secara spesifik. <u>Persamaan:</u> Fokus penelitian yg berfokus pada literasi keuangan, menjadikan UMKM sebagai objek utama penelitian.

		dapat meningkatkan kinerja UMKM.	
--	--	----------------------------------	--

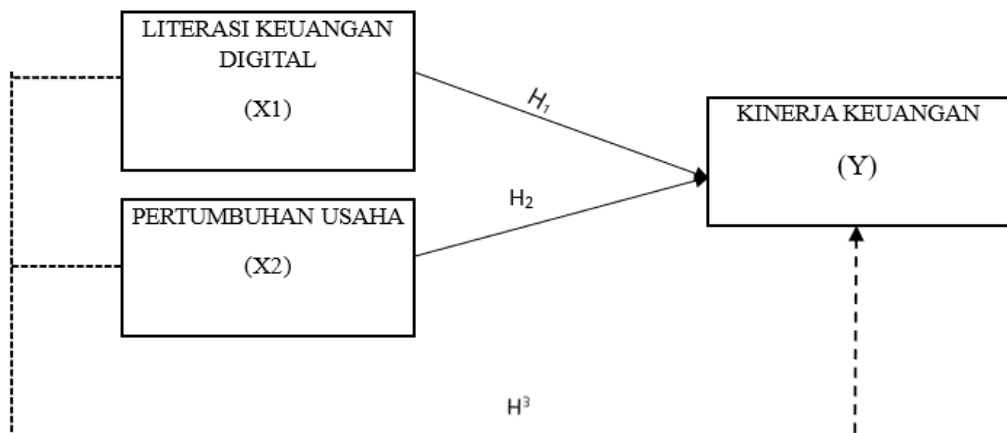
Sumber: Diolah Peneliti

#### D. Kerangka Konseptual

Kerangka berpikir didalam penelitian perlu disajikan apabila didalam penelitian tersebut berkenaan dua variabel atau lebih. Ditinjau dari jenis hubungan variabel, yakni hubungan antara sebab atau akibat yakni variabel yang mengubah variabel lainnya.

Kerangka pemikiran akan memberikan manfaat berupa persepsi yang sama antara penelii serta pembaca terhadap jalur pemikiran peneliti, pada rangka membentuk hipotesis risetnya secara logis (Sugiyono, 2019). Sesuai uraian teori yang dijelaskan tentang Literasi keuangan digital, Pertumbuhan usaha dan Kinerja keuangan maka dapat dirumuskan kerangka berpikirnya seperti tampak pada gambar dibawah ini.

**Gambar 2.2**  
**Kerangka Konseptual**



Keterangan:

- : Parsial
- ..... : Simultan

Sumber: Diolah peneliti

## **E. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara yang terlampir pada rumusan masalah penelitian. Karena jawaban atau pernyataannya masih bersifat sementara atau dapat berubah, atau belum valid maka diperlukan pengujian secara bukti melalui pengumpulan data. Maka dari itu, peneliti membuat hipotesis sebagai berikut:

### **1. Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Kinerja Keuangan UMKM di wilayah Kampung Marketer Karangmoncol Purbalingga**

Pemahaman terhadap Literasi Keuangan Digital mutlak harus dimiliki oleh pelaku usaha. Pemerintah melalui OJK meluncurkan roadmap yang berfokus pada strategi regulasi dan pengawasan iklim usaha untuk mendorong kemajuan keuangan digital. Kebijakan yang sangat efektif adalah layanan keuangan digital yang memberikan kesempatan dan daya dorong indikator dan faktor inklusi keuangan bagi pelaku bisnis dan masyarakat. Untuk menjadi baik dalam pengelolaan bisnis mereka, pelaku usaha mikro perlu mempelajari keuangan digital.

Hamidah et al. (2020) menunjukkan bahwa literasi keuangan berdampak positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Lema et al. (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan memengaruhi UMKM secara langsung maupun tak langsung dengan mengurangi hambatan keuangan yang berkaitan dengan pengembangan inovasi teknologi. Susan (2020) menyatakan bahwa literasi keuangan meningkatkan akses keuangan dan pertumbuhan UMKM, yang berdampak pada peningkatan kinerja keuangan. Rasio laba kotor yang diperoleh UMKM berkorelasi positif dengan tingkat literasi keuangan pengusaha UMKM (Anshika et al., 2021).

Menurut Survei Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) tahun 2019, tingkat literasi keuangan UMKM di Indonesia adalah 38,03%. Sementara itu, tingkat literasi keuangan di Provinsi Bali adalah 38,06%, dengan tingkat inklusi keuangan sebesar 76,19%. Ada perbedaan antara data ini, yang menunjukkan rendahnya pemahaman

masyarakat tentang keuangan (OJK.go.id). Literasi keuangan akan membantu manajemen UMKM membuat keputusan yang lebih baik tentang hal-hal seperti rencana keuangan, manajemen aliran kas, dan laporan keuangan yang akurat. Selain itu, akan meningkatkan pemahaman mereka tentang praktik manajemen dan meminimalkan kerugian (Ye & Kulathunga, 2019). Pemilik UMKM harus memiliki literasi keuangan sebelum membuat keputusan keuangan, baik pribadi maupun bisnis (Sabana & Gathungu, 2018).

**H<sub>1</sub>: Literasi Keuangan Digital berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan UMKM di wilayah kampung Marketer Karangmoncol Purbalingga.**

## **2. Pengaruh Pertumbuhan Usaha terhadap Kinerja Keuangan UMKM di wilayah Kampung Marketer Karangmoncol Purbalingga**

Dalam menjalankan UMKM, diperlukan kemampuan manajemen yang dapat menentukan keberhasilan dalam mencapai kemajuan. Oktaviani (2019) menyatakan bahwa karakter kewirausahaan yang lemah dan peran manajemen yang tidak ideal dalam mengelola usaha di lingkungan bisnis yang cepat berubah adalah penyebab inerja dan produktifitas UMKM yang rendah. Ketika UMKM memiliki kemampuan manajemen yang lebih baik, mereka akan lebih mampu mengembangkan inovasi untuk membantu pertumbuhan dan pertumbuhan bisnis mereka. Sangat penting bagi pemilik usaha UMKM untuk memiliki strategi yang tepat karena mengembangkan bisnis memerlukan kemampuan untuk mengidentifikasi peluang dan musuh dalam lingkungan bisnis. Pencapaian target kinerja perusahaan yang baik akan dipengaruhi oleh penentuan inovasi yang sesuai dengan pangsa pasar.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Narsa dkk. (2012), ditemukan bahwa sistem akuntansi yang tidak memadai dan pencatatan keuangan yang buruk adalah faktor utama yang menyebabkan UMKM

bangkrut dengan cepat. Ini karena akuntansi mencakup mencatat, mengklasifikasi, dan menginterpretasikan data keuangan UMKM, yang pada gilirannya menunjukkan status keuangan mereka.

Studi yang dilakukan oleh Bongomin et al. (2017) menemukan hubungan yang positif dan signifikan antara pertumbuhan UMKM di Uganda dan kinerja keuangan. Menekankan betapa pentingnya bagi pemilik untuk memiliki kinerja keuangan yang baik saat membuat keputusan. Dari uraian di atas, hipotesis dapat ditarik bahwa pertumbuhan UMKM dipengaruhi oleh kinerja keuangan.

**H<sub>2</sub>: Pertumbuhan Usaha berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan UMKM di wilayah Kampung Marketer Karangmoncol Purbalingga.**

### **3. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Literasi Keuangan dan Pertumbuhan Usaha pada UMKM di wilayah Kampung Marketer Karangmoncol Purbalingga.**

Salah satu strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan kinerja yang baik adalah meningkatkan pengetahuan pelaku usaha UMKM tentang pengelolaan keuangan dan literasi keuangan. Ada korelasi antara pengembangan usaha UMKM dan literasi keuangan, dan ada korelasi yang berkorelasi dengan peningkatan pemahaman seseorang tentang cara menentukan jasa keuangan dalam kinerja UMKM itu sendiri.

Hasil survei yang dilakukan oleh OJK menunjukkan bahwa literasi keuangan di provinsi Jawa Timur pada tahun 2016 menduduki peringkat ke-6, dengan indeks sebesar 35,6%, lebih tinggi daripada rata-rata nasional. Malang memiliki indeks sebesar 33,9% berdasarkan wilayah (OJK, 2017). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat kurang memahami keuangan, yang mengakibatkan banyak orang yang tertipu oleh investasi bodoh.

Selain dilihat dari pengetahuan tentang literasi keuangan digital usaha juga perlu dilihat dari perkembangan usaha tersebut apakah ada kemajuan atau bahkan mengalami penurunan. Menurut Wickham (2006), pertumbuhan keuangan adalah pertumbuhan usaha suatu perusahaan. Hal ini penting karena terkait dengan peningkatan penjualan, biaya, dan investasi yang diperlukan untuk mencapai penjualan dan keuntungan. Ini juga terkait dengan aset perusahaan. Perubahan dalam total aset, modal, pengembalian modal, dan profitabilitas dapat digunakan untuk mengukur pertumbuhan keuangan.

**H<sub>3</sub>: Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap Literasi Keuangan dan Pertumbuhan Usaha pada UMKM di wilayah Kampung Marketer Karangmoncol Purbalingga.**





## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif. Studi yang menggunakan angka (skor, nilai, peringkat, atau frekuensi) dimulai dengan pengumpulan data, penafsiran data, dan visualisasi hasilnya. Pendekatan penelitian kuantitatif ini dimulai dengan menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang ada, menggunakan teknik statistika, dan menguji hipotesis. (Abdullah, 2015)

Penelitian Kuantitatif menurut Sugiyono (2019), adalah suatu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, sebagai metode ilmiah atau *scientific* karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, serta sistematis. Data yang digunakan ialah data primer dan sekunder.

Data primer diperoleh melalui penyebaran kuisisioner. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui dokumentasi, wawancara, buku, jurnal atau referensi lain. Penelitian ini dirangkai menggunakan variabel Literasi Keuangan Digital ( $X_1$ ), Pertumbuhan Usaha ( $X_2$ ) sebagai variabel independen, kemudian Kinerja Keuangan ( $Y$ ) sebagai variabel dependen.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini adalah pusat usaha di bidang marketing, terletak di Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga. Alasan penilihan lokasi tersebut karena relevan terhadap permasalahan yang telah dikaji dan memiliki ketersediaan serta informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Juni 2024 – Oktober 2024.

### C. Populasi dan Sampel Penelitian

#### a) Populasi

Populasi adalah suatu area yang terdiri dari objek ataupun subjek yang mempunyai sifat dan karakter tertentu sesuai dengan ketentuan yang dibuat oleh peneliti yang kemudian akan ditarik sebuah kesimpulan (Heryana, 2017). Populasi dari penelitian ini adalah Pengusaha / UMKM dengan jumlah populasi 107 umkm di desa Taman sari Kampung Marketer Karang moncol, Purbalingga.

#### b) Sampel

Dalam suatu penelitian, sample terdiri dari berbagai populasi. Untuk digunakan dalam penelitian, sampel juga terdiri dari individu terpilih dari populasi. Untuk membuat kesimpulan yang dapat diterapkan pada populasi, sampel biasanya digunakan. Untuk melakukan penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik *sampling purposive*, yang berarti sampel akan diambil berdasarkan beberapa kriteria dan pertimbangan.

Dikarenakan tidak diketahuinya jumlah populasi dalam penelitian ini, maka untuk menentukan jumlah sampel nya dengan menggunakan rumus Wibisono (Ruhamak & Syai'dah, 2018)

$$n = \left[ \frac{Z_{\alpha/2} \cdot \delta}{\varepsilon} \right]^2$$

Keterangan

n = Jumlah Sampel

$Z_{\alpha/2}$  = Nilai table z (nilai yang diperoleh dari table normal atas tingkat keyakinan dengan persentase kepercayaan 95% sebesar = 1,96

$\sigma$  = Standar deviasi populasi (25% atau 0,25, angka ini merupakan ketentuan baku).

e = Tingkat kesalahan penarikan sampel (margin eror penelitian ini sebesar 5%

Dengan Rumus tersebut, maka perhitungannya adalah sebagai berikut

$$n = \left[ \frac{Z_{\alpha/2} \cdot \delta}{\varepsilon} \right]^2 = \left[ \frac{(1,96)(0,25)}{0,05} \right]^2 = 96,04$$

maka berdasarkan perhitungan rumus Wibisono ini yang diperoleh adalah sebesar  $96,04 = 100$ . Dari hasil yang di peroleh maka peneliti membutuhkan sekurang-kurangnya sampel sebanyak 100 orang.

#### **D. Sumber Data**

Sumber data yang dimaksudkan agar mendapatkan data penelitian yang baik dan valid. Maka dari itu peneliti menggunakan :

##### a) Data Primer

Data Primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner (Rahmadi, 2018). Data primer penelitian ini di peroleh secara langsung dengan menggunakan observasi pendahuluan, dan juga penyebaran kuisisioner atau angket kepada para pelaku UMKM di wilayah Kampung Marketer Purbalingga.

##### b) Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu responden penelitian. Dalam penelitian ini responden penelitiannya adalah UMKM yang melakukan transaksi menggunakan Keuangan digital / *Fintech* sebagai *crosscheck* dari informasi yang diberikan oleh responden penelitian.

#### **E. Variabel dan Indikator Penelitian**

##### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Nasution, 2017). Pada penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu Literasi keuangan digital, Pertumbuhan usaha dan Kinerja Keuangan. Variabel

tersebut dibagi menjadi variabel independent/ bebas, dan variabel dependent/ terikat.

a) Variabel bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas yaitu variabel yang berperan memberi pengaruh kepada variabel lain, ditemukan umpamanya variabel *independent* sangat besar pengaruhnya terhadap variabel dependent itu (Nasution, 2017). Variabel ini dilambangkan dengan (X), variabel bebas dalam penelitian ini adalah Literasi keuangan digital (X<sub>1</sub>), dan Pertumbuhan Usaha (X<sub>2</sub>).

b) Variabel terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat yaitu variabel yang dijadikan sebagai faktor yang dipengaruhi oleh sebuah atau sejumlah variabel lain (Nasution, 2017). Variabel terikat pada penelitian ini dilambangkan dengan Y. Berikut variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kinerja Keuangan (Y).

2. Indikator Penelitian

**Tabel 3.1**  
**Indikator Penelitian**

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Literasi Keuangan Digital (X <sub>1</sub> )	Literasi keuangan adalah kombinasi pengetahuan, sikap, dan perilaku tentang keuangan yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang baik dan pada akhirnya mencapai kesejahteraan keuangan seseorang	1. Pengetahuan tentang keuangan digital 2. Kemampuan penggunaan produk aplikasi keuangan digital 3. Pemahaman tentang keamanan keuangan digital 4. Akses informasi keuangan digital (Huston, 2010)

		(Atkinson & Messy, 2012).	
2.	Pertumbuhan Usaha (X <sub>2</sub> )	Pertumbuhan usaha adalah strategi untuk memberikan peluang baru dan bertahan dari krisis karena merupakan satu-satunya cara bagi organisasi dan sumber dayanya untuk bertahan (Holliday et al., 2017; Calabrese et al., 2021).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pertumbuhan Keuangan</li> <li>2. Pertumbuhan Strategis</li> <li>3. Pertumbuhan Struktural (Wichkam, 1998)</li> </ol>
3.	Kinerja Keuangan (Y)	Kinerja keuangan adalah upaya perusahaan untuk mengevaluasi seberapa efektif dan efisien operasinya selama periode waktu tertentu (Kurniawan and Riduwan, 2016).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merencanakan Keuangan</li> <li>2. Permodalan, Investasi, dan Pertumbuhan</li> <li>3. Pengendalian</li> <li>4. Hubungan dengan pasar modal (Kasmir, 2010)</li> </ol>

*Sumber: diolah peneliti*

## F. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan Kuesioner dan Wawancara.

### 1. Kuesioner

Dalam penelitian ini, Untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini, jawaban dari kuesioner digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel-variabel tersebut berhubungan satu sama lain. Kuesioner adalah seperangkat pertanyaan yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi secara langsung dari orang-orang yang disurvei melalui wawancara langsung atau formulir online. Nilai skor digunakan untuk menunjukkan informasi yang dikumpulkan dari kuesioner atau survei. Setiap poin tanggapan survei diberi skor pada *skala likert*. Sugiyono (2011) menyatakan bahwa *skala likert* digunakan untuk menilai perspektif, sikap, dan persepsi individu atau kelompok tentang fenomena sosial. Sejumlah indikator terdiri dari variabel yang diukur. Pertanyaan instrumen dibuat berdasarkan indikator-indikator tersebut. Tabel 3.2 berikut menunjukkan nilai bobot yang diberikan kepada setiap item instrumen, seperti yang ditunjukkan:

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert untuk Instrumen Penelitian**

No	Pernyataan	Nilai Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	1
2.	Setuju (S)	2
3.	Cukup setuju (CS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	5

### 2. Wawancara

Wawancara merupakan aktivitas tanya jawab antara narasumber dan penanya. Dengan adanya wawancara ini diharapkan mendapatkan data dari narasumber dalam bentuk opini, emosi, perasaan, atau yang lainnya yang selaras dengan narasumber tersebut. Target dari wawancara ini

sendiri ialah UMKM yang menggunakan keuangan digital dalam melakukan transaksi pembayaran.

## **G. Uji Instrumen Penelitian**

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk menentukan apakah sebuah kuesioner benar atau tidak. Uji validitas juga digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana pertanyaan dalam kuesioner benar, yang digunakan untuk menentukan metrik yang diukur.

Dalam penilaian uji validitas, beberapa kriteria ditunjukkan:

- a. Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (dengan taraf signifikansi 0,05), maka data dinyatakan Valid
- b. Apabila  $r$  hitung  $<$  tabel (dengan taraf signifikansi 0,05), maka data dinyatakan tidak valid (Sugeng, 2014).

### **2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan seberapa andal, akurat, ketelitian, dan konsisten indikator kuesioner. Dengan kata lain, sebuah penelitian dikatakan baik apabila valid dan juga dapat diandalkan apabila menghasilkan nilai keakuratan selama periode waktu yang berbeda. Untuk menguji reliabilitas, pendekatan konsistensi internal menggunakan formula *Alpha Cronbach* sebagai alat ukur. Ini dipilih karena hasilnya lebih cermat dan dapat dianggap sebagai alat yang handal. Menurut kriteria angket atau kuesioner Sugiono, *Alpha Cronbach* dapat diterima jika lebih dari ( $>$ ) 0,6 (Widodo et al., 2023).

## **H. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan instrumen dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan instrumen dari seluruh responden, menyajikan data tiap instrumen yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

## 1. Uji Asumsi Klasik

### a) Uji Normalitas

Salah satu syarat pengujian parametrik, uji normalitas digunakan oleh peneliti untuk menentukan apakah distribusi data normal atau tidak. Menurut bagian Kolmogrov-Smirnov, jika angka sig. lebih  $\geq$  dari 0,05, maka data distribusi normal, dan jika angka sig. kurang  $\leq$  dari 0,05, maka data distribusi tidak normal. (Widodo et al., 2023).

### b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat hubungan antara masing-masing variabel dan menentukan apakah ada kolerasi antar variabel bebas dalam model regresi. Uji multikolinieritas menunjukkan tidak adanya multikolinieritas jika nilai VIF  $< 10$  atau nilai *Tolerance*  $> 0,01$ . Jika nilai VIF  $> 10$  atau nilai *Tolerance*  $< 0,01$ , maka terjadi multikolinieritas.

### c) Uji Heteroskedastisitas

Digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari nilai residual pada suatu periode pengamatan ke pengamatan lainnya. Kriteria pada pengujian ini ialah apabila nilai Signifikansi  $> 0,05$  berarti tidak terdapat gejala Heteroskedastisitas, Sebaliknya, apabila nilai Signifikansi  $< 0,05$  yang berarti terdapat gejala Heteroskedastisitas. (Widodo et al., 2023).

## 2. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda melihat satu variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) bersama dengan variabel dependen ada atau tidaknya pengaruh. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat ada atau tidaknya pengaruh. Terdapat 2 variabel independen (bebas) pada Penelitian ini yaitu Literasi Keuangan Digital ( $X_1$ ), Pertumbuhan Usaha UMKM ( $X_2$ ), Kemudian ada variabel dependen (terikat) yaitu Kinerja Keuangan UMKM ( $Y$ ). Setiap variabel independen memiliki pengaruh akan hubungan positif atau negatif



untuk memprediksi nilai variabel dependen, jika nilai variabel independen meningkat atau menurun.

### 3. Uji Hipotesis

#### 1. Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen terhadap variasi variabel dependen. Ini disebut uji parsial atau uji signifikansi, dan dilakukan dengan menggunakan setiap koefisien regresi untuk menentukan apakah ada atau tidak pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

Berikut ada beberapa hipotesis atau dugaan sementara pada penelitian ini:

- a. Ha<sub>1</sub>: Pengetahuan Literasi Keuangan Digital berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan UMKM di wilayah Kampung Marketer Purbalingga.
- b. Ha<sub>2</sub>: Pertumbuhan Usaha berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan UMKM di wilayah Kampung Marketer Purbalingga.
- c. Ha<sub>3</sub>: Kinerja Keuangan berpengaruh positif terhadap Literasi Keuangan Digital dan Pertumbuhan Usaha pada UMKM di wilayah Kampung Marketer Purbalingga.

Selain itu, ada kriteria uji t dua arah yaitu:

- 1) Ho diterima atau Ha ditolak apabila :  $-t_{table} \leq t_{hitung} \leq t_{table}$  atau nilai sig  $> 0,05$ .
  - 2) Ho ditolak atau Ha diterima apabila :  $t_{hitung} > t_{table}$  atau  $t_{hitung} < -t_{table}$  atau nilai sig  $\leq 0,05$ . (Nuryadi et al., 2017).
- #### 2. Uji Signifikan Simultan (F test)

Pada dasarnya, uji F dilakukan untuk menentukan apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempengaruhi masing-masing variabel terikat atau hubungan antara semua variabel bebas dan variabel terikat. Untuk mengetahui kesimpulan, lihat kolom makna tabel Anova; jika probabilitas  $< 0,05$ , maka Ho ditolak (Nuryadi dkk., 2017).

### 3. Uji *Adjusted R Square*

Uji *Adjusted R Square* merupakan determinasi yang sudah disesuaikan dengan skala variasi, jumlah variable, dan sampel. Koefisien determinasi yang telah disesuaikan, juga dikenal sebagai koefisien determinasi yang telah disesuaikan, dapat digunakan untuk mengurangi bias yang terjadi sehingga dapat mempengaruhi apakah nilai yang telah disesuaikan meningkat atau menurun sebagai akibat dari penambahan variabel baru. Nilai koefisien determinasi harus berkisar antara  $0 \leq R^2 \leq 1$ , dan nilai koefisien determinasi yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel sependent. Untuk menghitung Uji *Adjusted R Square* maka memakai rumus seperti berikut :

$$\text{Adj } R^2 = R^2 - \frac{(1-R^2)}{N-P-1}$$

Keterangan :

$R^2$  : Koefisien Determinasi

N : Ukuran Sampel

P : Jumlah Variabel yang diambil

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variable terikatnya (dependen). Oleh karena itu, logis bahwa semakin besar koefisien determinasi, semakin banyak kemampuan variabel independen untuk menjelaskan perubahan variable dependen. (Widodo et al., 2023)

## **BAB IV PEMBAHASAN**

### **A. Gambaran Objek Penelitian**

#### **1. Sejarah berdirinya Kampung Marketer**

Novi Bayu Darmawan, atau Novi, mendirikan Kampung Marketer di Desa Tamansari, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga, pada tanggal 27 Agustus 2017. Sejak kuliah di Jakarta, Novi Bayu menekuni IT, terutama keterampilan digital marketing. Dia juga mulai membangun bisnis online sejak saat itu. Novi Bayu adalah alumni dari Sekolah Tinggi Akuntansi Negara (STAN), sebuah perguruan tinggi yang menjamin anak didiknya menjadi PNS di Kementerian Keuangan dengan fasilitas pendidikan "bintang lima", termasuk biaya kuliah gratis dan uang saku untuk kursus. Setelah lulus, dia segera dipekerjakan di Kementerian Keuangan dan bekerja di sana selama 3,5 tahun.

Berawal dari pembisnis online yang meminta Novi Bayu untuk mencari costumer service. Di sisi lain, desa menghadapi banyak masalah, termasuk pengangguran, banyak pemuda yang merantau, kurangnya lapangan kerja, kurangnya pengusaha muda, dan kurangnya kemampuan dan keterampilan warganya. Oleh karena itu, Novi Bayu berpikir untuk mendirikan Kampung Marketer untuk membangun desa. Dengan waktu, kemampuan dan minat Novi Bayu di bidang digital marketing mulai berkembang pesat. Bahkan sangat disupport oleh atasannya, Novi Bayu memutuskan untuk mengundurkan diri dengan terhormat. Ketika dia kembali ke desa, dia bersedia membayar ganti rugi kurang lebih Rp 45 juta untuk melepaskan diri dari dinas. Hal ini sudah melalui perjalanan panjang dan menimbang-nimbang tindakan yang akan beliau ambil di masa depan.

Novi Bayu ingin memiliki waktu yang lebih bebas, lebih dekat dengan keluarga, menikmati hamparan bumi yang indah di desa, dan

membangun dan memberdayakan warga di sekitar kampung halamannya setelah menjadi non-PNS. Beliau ingin menggunakan kemampuan yang dimilikinya untuk membantu lebih banyak orang. Selain itu, dengan kemampuan dan dorongan besarnya, dia berusaha untuk mengurangi pengangguran sebanyak mungkin.

Setelah meninggalkan pekerjaannya di Jakarta, Novi Bayu kembali ke desa dan mengajar orang-orang di Kabupaten Purbalingga di bidang pendidikan IT, terutama pendidikan berbasis internet. Dengan program pendidikan ini, dia ingin mampu memberdayakan masyarakat Kecamatan Karangmoncol sekaligus meningkatkan pendapatan dan mengurangi laju urbanisasi. Mimpi itu semakin terwujud, bukan hanya retorika tanpa tindakan gila. Walaupun dia tinggal di desa di lereng bukit yang jauh dari keramaian, dia ingin membuktikan bahwa teknologi dapat berkembang dengan cepat dan memberi dampak besar pada banyak orang. Dia memulai dan memimpin program yang dia gagas yang disebut Kampung Marketer (Fianingsih, 2020).

## **2. Letak Kampung Marketer**

Dengan populasi 57.665 orang, Kecamatan Karangmoncol memiliki 6.028 ha, atau 7,75% dari wilayah Kabupaten Purbalingga. Kecamatan terluas kedua adalah Karangmoncol. Terdapat 11 desa di Kecamatan Karangmoncol: Baleraksa, Grantung, Karangsari, Kramat, Pekiringan, Pepedan, Rajawana, Sirau, Tajug, Tamansari, dan Tunjungmuli. Kampung Marketer memiliki 18 cabang di 5 desa di wilayah Karangmoncol: Tunjungmuli, Tamansari, Rajawana, Kramat, dan Tajug. Kantor pusat Kampung Marketer terletak di Tamansari (Fianingsih, 2020).

## **3. Visi, Misi dan Tujuan Kampung Marketer**

Berbicara tentang visi dan misi mereka, Kampung Marketer memiliki visi "*Mewujudkan Masyarakat Karangmoncol yang Melek IT untuk Meningkatkan Pendapatan dan Membangun Desa melalui Teknologi*". Untuk mencapai visi ini, mereka memiliki misi berikut :

- a. Mengembangkan program pendidikan IT berbasis marketing online untuk masyarakat Karangmoncol.
- b. Untuk membentuk masyarakat Karangmoncol yang terampil di bidang IT yang berbasis marketing online, lakukan pelatihan dan pendidikan Melek IT.
- c. Untuk meningkatkan pendapatan secara berkelanjutan, komunitas IT Karangmoncol yang sudah terkenal dengan internet marketing dapat berkolaborasi dengan mitra.

Kampung Marketer mengajar orang melek IT dengan mengadakan seminar dan diklat di desa-desa untuk mewujudkan visi dan misi mereka. Seminar tersebut menampilkan video dasar tentang marketing online dan menyediakan modul dengan materi pelatihan. Diklat tersebut dilakukan dalam waktu satu minggu. Kemudian dilakukan pendampingan terhadap karyawan baru dan bergabungnya kampung marketer dengan bos partner—pemilik bisnis online—untuk memberdayakan karyawan yang ada di kampung marketer dan membantu masyarakat Karangmoncol meningkatkan pendapatan bos partner tersebut (Fianingsih, 2020).

Tujuan yang ingin dicapai/Goal Kampung Marketer adalah :

- a. Mengurangi pengangguran dan mensejahterakan warga desa.
- b. Mengurangi laju urbanisasi dari desa ke kota
- c. Mendidik dan melatih pemuda desa dengan *Skill* IT yang dibutuhkan di era revolusi industri 4.0
- d. Menciptakan *entrepreneur*/pengusaha muda mandiri di desa

(sumber : Novi Bayu Darmawan pada webinar “*Mengenal social enterprice dan studi Kaus Kampung Marketer*” April 2020)

#### **4. Manfaat Kampung Marketer**

Adanya Kampung marketer memberikan manfaat setidaknya kepada 3 bagian, seperti dijelaskan dalam Proposal Krenova Update yang ditulis oleh Novi Bayu Darmawan, sebagai berikut:

Dengan kemampuan saya di bidang IT, khususnya dalam hal marketing online, program inovasi ini akan bermanfaat bagi 48 warga desa yang terdidik. Selain itu, program ini juga sesuai dengan kebutuhan masyarakat kota, khususnya pebisnis di Indonesia, di era teknologi modern yang membutuhkan SDM yang terampil di bidang IT untuk kebermanfaatan bisnis mereka.

Dengan adanya program inovasi di bidang pendidikan melek IT di desa, setidaknya tiga komponen utama mendapatkan manfaat dibawah ini :

1. Masyarakat yang dididik dan diberdayakan

- a. Meningkatkan kemampuan IT, terutama dalam bidang pemasaran online.
- b. Mengurangi laju urbanisasi untuk menghentikan aktivitas merantau pemuda yang berpindah dari desa ke kota.
- c. Meningkatkan kemandirian dan taraf ekonomi warga desa dengan keterampilan IT.

2. Masyarakat sekitar dan luar

- a. Dengan hadirnya pusat pemberdayaan Kampung Marketer di desa-desa, pedagang dan warung sangat menguntungkan.
- b. Orang-orang mendapatkan penghasilan tambahan dari rumah-rumah yang tidak digunakan yang disewakan untuk program inovasi Kampung Marketer.
- c. Mudah bagi siswa SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) untuk mengadakan kegiatan PKL (Pelatihan Kerja Lapangan).
- d. Pemerintah dan lembaga pendidikan formal memilih narasumber dan guru dari Kampung Marketer untuk berbagi pengetahuan.

3. Masyarakat Kota

- a. Terbantu dengan sumbangan kebermanfaatan sumber daya manusia desa yang sudah dididik untuk membantu pertumbuhan bisnis kota go online.
- b. Tidak perlu khawatir tentang sewa kantor, penilaian kinerja sumber daya manusia digital marketing, dan UMR (Upah Minimum

Regional) sumber daya manusia kota yang tinggi berkat dukungan sumber daya manusia desa inovasi *Marketer Village*.

## 5. Struktur Organisasi Kampung Marketer

Kampung Marketer didirikan dan dipimpin oleh Novi Bayu Darmawan, dengan Nedyo Utomo sebagai *internal auditor* dan beberapa tim manajemen yang terdiri dari berbagai divisi, termasuk:

### a. Bidang Pertumbuhan

Bidang pertumbuhan adalah fokus untuk tujuan masa depan Kampung Marketer. Beberapa tugasnya termasuk membuat konten, mencari bos partner untuk sumber daya manusia, dan melakukan promosi di luar negeri. Di bawah manajemen bidang pertumbuhan terdiri dari :

- 1) Kepala Bidang Pertumbuhan : Didi Setiadi
- 2) *Programmer (Web Developer)* : Hartanto
- 3) Staf Pertumbuhan (*staf Growth*) : Nur Ira Rohanah
- 4) Kominfo : Eko Sutrisno
- 5) *Public Relation* : Eko Sulistyono

### b. Bidang Pendidikan

Karena belum semua karyawan yang terdaftar memahami digital marketing, bidang pendidikan berkonsentrasi pada mengajar karyawan yang sudah terdaftar. Untuk pendidikan CS dan advertiser, diperlukan waktu  $\pm$  1 minggu. Tim pendidikan terdiri dari:

- 1) Kepala Bidang Pendidikan : Nurul Rokhim
- 2) Pengajar Diklat CS : Ikhtiar Rahayu
- 3) Pengajar *Advertiser* (Penjual) : Sahfriyanto
- 4) Pengembang Kurikulum *Onboarding* : Sulaiman
- 5) Pengajar Diklat Pemanapan Penjual : Nurul Khafidin

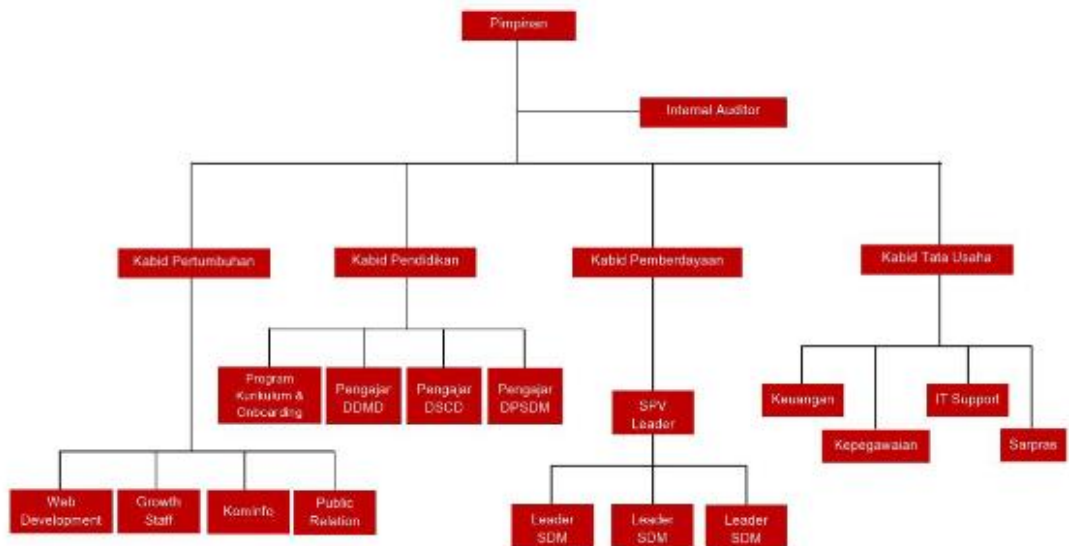
### c. Bidang Pemberdayaan

Untuk menghubungkan sumber daya manusia dengan bos partner, bidang pemberdayaan bertanggung jawab. Beberapa bagian dalam bidang pemberdayaan adalah sebagai berikut:

- 1) Kepala Bidang Pemberdayaan : Hendrik Kurniawan
  - 2) *Supervisor Leader* : Unggul Iman Setiadi
  - 3) *Leader advertiser* :
    - a) Alif Bagus Panuntun
    - b) Ari Nursiam
    - c) Soiman
    - d) Wildan Ardiansyah
  - 4) *Leader Non Advertiser* :
    - a) Widya Adhi Setiawan
    - b) Nikmatul Khasanah
    - c) Widi Ari Lukiyanto
    - d) Ninda Astri Nurhayani
    - e) I Made Oka Bimantara
    - f) Siti Ngarofa
    - g) Ridho Dafitri
    - h) Sofi Mila Ningrum
    - i) Iwan Santoso
    - j) Inna Fitriana Setyaningsih
    - k) Setiani Ida Yustika.
- d. Bidang Tata Usaha (TU)
- Bidang Tata Usaha mencakup keuangan, dukungan IT, kepegawaian, dan Sarana Prasarana (Sarpras) Usaha. Tim di bidang Tata Usaha terdiri dari:
- 1) Kepala Bidang Tata Usaha : Akhfa Irawan
  - 2) Keuangan : Desi Setiowati
  - 3) *IT Support* : Herlambang Aji
  - 4) Kepegawaian : Dian Ayu Antika
  - 5) Sarana Prasarana : Aan Riskianto



**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi Kampung Marketer Purbalingga**



*(Sumber: Novi Bayu Darmawan dalam materi briefing SDM baru Kampung Marketer)*

### 6. Kantor Kampung Marketer

Kampung Marketer tersebar di beberapa desa di Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga. Adapun desa di Kecamatan Karangmoncol dinyatakan dalam tabel berikut :

**Tabel 4.1**  
**Nama Desa di Kecamatan Karangmoncol**

No	Nama Desa	Kecamatan
1	Karangsari	Karangmoncol
2	Pepedan	Karangmoncol
3	Pekiringan	Karangmoncol
4	Grantung	Karangmoncol
5	Rajawana	Karangmoncol
6	Tajug	Karangmoncol
7	Tamansari	Karangmoncol
8	Baleraksa	Karangmoncol

9	Tunjungmuli	Karangmoncol
10	Kramat	Karangmoncol
11	Sirau	Karangmoncol

(Sumber : Kecamatan Karangmoncol dalam angka 2019)

## 7. Kondisi dengan adanya Kampung Marketer Purbalingga

Dari hasil peneliti melakukan penelitian pada UMKM di desa tamansari kampung marketer karangmoncol Purbalingga, dengan adanya kampung marketer masyarakat merasa senang karna masyarakat bisa mengurangi jumlah pengangguran. Yang semula masyarakat kurang memahami terkait penggunaan teknologi dengan adanya kampung marketer membantu masyarakat dalam bidang IT, selain itu untuk pelatihan umkm di kampung marketer terbuka untuk umum sehingga masyarakat diluar kecamatan karangmoncol purbalingga bisa mendapatkan ilmu pengetahuan disana.

### B. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini jumlah responden yang digunakan yaitu berjumlah 100 responden dan diperoleh setelah dilakukan penyebaran kuisisioner kepada para pelaku UMKM di wilayah Kampung Marketer Purbalingga. Karakteristik responden bertujuan untuk menguraikan deskripsi identitas dari responden yang telah diperoleh dari data diri yang terdapat pada bagian identitas responden. Maka dari itu, untuk memperjelas karakteristik responden dibawah ini akan disajikan tabel yang berisikan terkait data responden:

#### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	59	59%
2.	Perempuan	41	41%
Total		100	100

Sumber: Diolah Peneliti

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 59 orang dengan presentase 59% sedangkan responden perempuan sebanyak 41 orang dengan presentase 41%. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini adalah laki-laki.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berikut ini merupakan karakteristik responden berdasarkan usia:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah	Presentase
1.	19 s/d 25 tahun	59	59%
2.	26 s/d 35 tahun	32	32%
3.	26 s/d 50 tshun	9	9%
Total		100	100%

*Sumber: Diolah peneliti*

Dari tabel 4.4 di atas berdasarkan usia diketahui responden dengan usia 19 s/d 25 tahun lebih besar dibandingkan dengan responden usia lainnya. Dengan 59 responden usia 19 s/d 25 dengan presentase 59%, 32 responden usia 26 s/d 35 tahun dengan presentase sebesar 32%, dan 9 responden usia 36 s/d 50 tahun dengan presentase sebesar 9%.

## 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Berikut ini merupakan karakteristik responden berdasarkan Jenis Usaha:

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik responden berdasarkan jenis usaha**

No.	Usaha	Jumlah	Presentase
1.	Usaha Mikro	3	3%
2.	Startup UMKM	61	61%
3.	Usaha Kecil	15	15%
4.	Usaha Menengah	21	21%
Total		100	100%

*Sumber: Diolah peneliti*

Dari tabel 4.6 di atas berdasarkan jenis usaha diketahui responden Pengusaha jenis Startup UMKM lebih besar dibandingkan dengan

responden pekerjaan lainnya. Dengan 61 Responden usaha Startup dengan presentase 61%, 15% responden usaha kecil dengan presentase 15%, 21 responden usaha menengah sebesar 21%, dan 3 responden usaha mikro sebesar 3%

#### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan mengenai Literasi Keuangan Digital

Berikut ini merupakan karakteristik responden berdasarkan pengetahuan mengenai Literasi Keuangan Digital dari siapa:

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan tau Literasi Keuangan Digital dari siapa**

No	Mengetahui Literasi Keuangan Digital dari mana	Jumlah	Presentase
1	Keluarga	8	8%
2	Media Sosial	32	32%
3	Internet	37	37%
4	Teman	8	8%
5	Brosur	11	11%
6	Lainnya	4	4%
		100	100%

*Sumber: Diolah peneliti*

Dari tabel 4.7 di atas berdasarkan ketahuan mengenai keuangan digital diketahui responden dengan mengetahui dari internet lebih besar dibandingkan dengan responden lainnya. Dengan 37 responden internet dengan presentase 37%, 32 responden mengetahui dari media sosial dengan presentase 32%, 11 responden brosur dengan presentase 11%, 8 responden mengetahui dari keluarga dan teman dengan presentase 8%, dan 4 responden lain-lain dengan presentase 4%

### C. Uji Instrumen Penelitian

#### 1) Uji Validitas

Hasil dari suatu penelitian dianggap valid apabila terdapat hal yang sama antara data yang dihimpun dengan data yang sebenarnya dari subjek penelitian. Instrumen yang valid berarti pengukuran yang digunakan untuk mendapatkan data (pengukuran) ialah valid. Uji validitas instrumen

dilakukan dengan menggunakan perhitungan rumus *pearson product moment*.

Untuk pengecekan keabsahan data yang akan diuji jika nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel. Untuk mengetahui tabel  $r$  digunakan rumus mencari derajat bebas atau degree of freedom yang dapat dilihat dari jumlah responden di kurangi 2 ( $df + n - 2$ ). Diketahui  $n$  dalam penelitian ini berjumlah 100 sampel, maka besarnya  $df = 100 - 2$  yaitu 98 dengan alpha 0,05. Jadi  $r$  tabel yang diperoleh adalah 0,196. Untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut valid atau tidak, maka perlu membandingkan tabel  $r$  dengan  $r$  hitung. Jika  $r$  hitung  $> r$  tabel maka angket dapat dikatakan valid dan sebaliknya. Hasil Uji Validitas pada tabel adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
<b>Literasi Keuangan Digital (X<sub>1</sub>)</b>	X <sub>1.1</sub>	0,734	0,196	Valid
	X <sub>1.2</sub>	0,777	0,196	Valid
	X <sub>1.3</sub>	0,897	0,196	Valid
	X <sub>1.4</sub>	0,853	0,196	Valid
	X <sub>1.5</sub>	0,686	0,196	Valid
	X <sub>1.6</sub>	0,338	0,196	Valid
	X <sub>1.7</sub>	0,426	0,196	Valid
	X <sub>1.8</sub>	0,524	0,196	Valid
<b>Pertumbuhan Usaha (X<sub>2</sub>)</b>	X <sub>2.1</sub>	0,592	0,196	Valid
	X <sub>2.2</sub>	0,703	0,196	Valid

	X2.3	0,556	0,196	Valid
	X2.4	0,647	0,196	Valid
	X2.5	0,602	0,196	Valid
	X2.6	0,537	0,196	Valid
<b>Kinerja Keuangan (Y)</b>	Y1	0,664	0,196	Valid
	Y2	0,659	0,196	Valid
	Y3	0,717	0,196	Valid
	Y4	0,741	0,196	Valid
	Y5	0,741	0,196	Valid
	Y6	0,795	0,196	Valid
	Y7	0,752	0,196	Valid
	Y8	0,282	0,196	Valid

*Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 22, 2024*

Berdasarkan tabel di atas, diketahui hasil perhitungan uji validitas pada variabel literasi keuangan digital, pertumbuhan usaha dan kinerja keuangan dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan tersebut memiliki nilai  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel. Artinya, semua pertanyaan tersebut dinyatakan valid dan data digunakan sebagai alat ukur untuk penelitian.

## 2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur. Apabila suatu alat ukur digunakan sebanyak dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil diperoleh relatif konsisten, maka alat tersebut reliabel. Untuk mengetahui reliabilitas kuesioner dilakukan pengujian menggunakan rumus Alpha Cronbach. Guna menentukan reliabel atau tidak, maka ditentukan melalui kriteria uji reliabilitas yaitu:

- a) Jika nilai Cronbach Alpha  $> 0,6$  maka item variabel tersebut dinyatakan reliabel.
- b) Jika nilai Cronbach Alpha  $< 0,6$  maka item variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Batas	keterangan
Literasi Keuangan Digital ( $X_1$ )	0,848	0,60	Reliabel
Pertumbuhan Usaha ( $X_2$ )	0,650	0,60	Reliabel
Kinerja Keuangan (Y)	0,833	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 22, 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh dari perhitungan masing-masing variabel memiliki nilai lebih dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan digital, pertumbuhan usaha dan kinerja keuangan dinyatakan reliabel atau dapat diandalkan dan layak digunakan untuk penelitian.

#### D. Uji Asumsi Klasik

##### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu jenis uji statistik guna mengetahui apakah suatu sampel berdistribusi normal. Verifikasi normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Konsep dasar uji normal Kolmogorov-Smirnov adalah untuk membandingkan distribusi data (data yang di uji normalitasnya) dengan distribusi normal. Penerapan uji KolmogorovSmirnov didasarkan pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Apabila tingkat taraf signifikansi lebih besar dari 0,05 tidak ada perbedaan yang signifikansi atau data berdistribusi normal. Sedangkan apabila taraf disignifikansi kurang dari 0,05 berarti data yang akan di uji berbeda dengan data normal standar, artinya data tersebut tidak normal.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.32807666
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.092
	Negative	-.086
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.335 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

*Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 22, 2024*

Pada perhitungan uji normalitas menunjukkan bahwa hasil dari nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih dari nilai of significance atau  $\alpha$  sebesar 0, lebih besar dari 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

**2) Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bermaksud menguji ada tidaknya hubungan antara variabel independen dari model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki hubungan antara variabel bebas. Suatu item data dapat dikatakan bebas dari segala multikolinieritas apabila nilai tolerance lebih besar dari 0,10 (tolerance > 0,10) dan VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10 VIF < 10).

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	21.387	4.443		4.814	.000		
	Literasi Keuangan Digital	.268	.121	.216	2.213	.029	.993	1.007
	Pertumbuhan Usaha	.194	.108	.176	1.804	.074	.993	1.007

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan



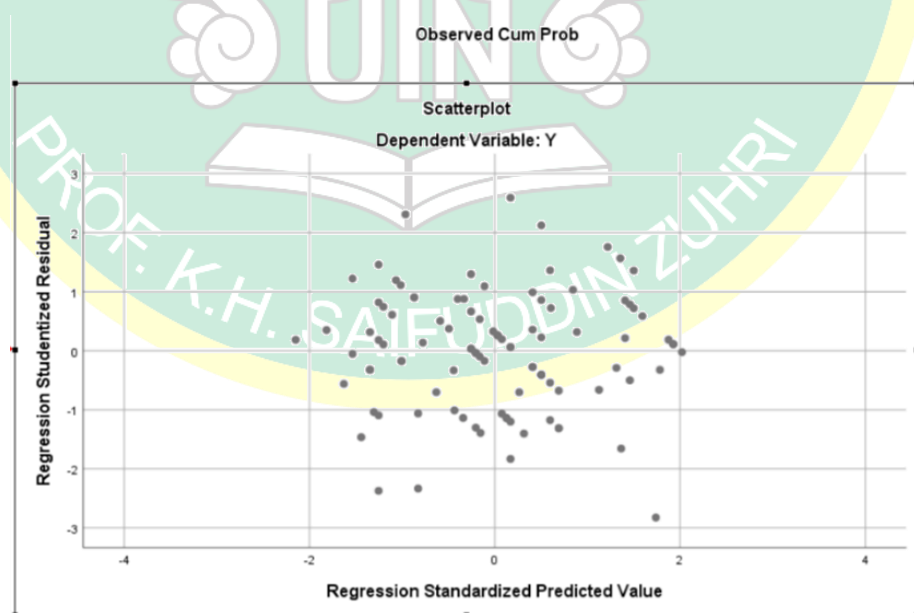
Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 22, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.7 hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa nilai VIF dari variabel dimana lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance dari ketiga variabel tersebut lebih besar dari 0,10. Sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel bebas.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat dalam model regresi apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah homokedastisitas atau tidak heteroskedastisitas, untuk memenuhi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y$  prediksi –  $Y$  sesungguhnya) yang telah distandarisi. Berikut ini adalah grafik pola penyebaran titik (scatterplot) dari hasil uji heteroskedastisitas.

**Tabel 4.10**  
**Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 22, 2024

Berdasarkan pada grafik diatas dapat diketahui bahwa titik-titik berada diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan titik tidak terdapat suaru pola yang jelas pada penyebaran titik-titik tersebut. Maka dari itu dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak adanya gejala heteroskedastisitas pada model persamaan regresi tersebut dan regresi layak dipakai untuk memprediksi penerimaan pada kinerja keuangan berdasarkan masukan variabel literasi keuangan digital dan pertumbuhan usaha.

#### 4) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk menguji pengaruh dari variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Dalam penelitian yang akan dilakukan dengan uji analisis regresi linier berganda mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah ditemukan pengaruh antara variabel Literasi Keuangan Digital ( $X_1$ ), dan Pertumbuhan Usaha ( $X_2$ ), terhadap Kinerja Keuangan ( $Y$ ). Persamaan dari regresi linier berganda yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

$Y$  = Kinerja Keuangan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien Regresi Literasi Keuangan Digital

$\beta_2$  = Koefisien Pertumbuhan Usaha

$X_1$  = Literasi Keuangan Digital

$X_2$  = Pertumbuhan Usaha

$e$  = *Standard Error*

**Tabel 4.11**  
**Analisis Regresi Linear Berganda**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.387	4.443		4.814	.000
	Literasi Keuangan Digital	.268	.121	.216	2.213	.029
	Pertumbuhan Usaha	.194	.108	.176	1.804	.074

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

*Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 22, 2024*

Berdasarkan tabel hasil Analisis Regresi Linier Berganda, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

$$Y = 21.387 + 0,268X_1 + 0.194X_2 + e$$

a)  $a = 21.387$

Nilai Konstan dari persamaan regresi pada penelitian adalah 21.387 yang berarti jika nilai variabel literasi keuangan digital dan pertumbuhan usaha, dianggap tetap atau konstan, maka nilai kinerja keuangan pada UMKM wilayah Kampung Marketer Purbalingga adalah sebesar 21.387.

b)  $b_1 = 0,268$

Nilai koefisien regresi variabel literasi keuangan digital ( $X_1$ ) bernilai positif sebesar 0,268. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi literasi keuangan digital maka tingkat satu kesatuan dengan pertumbuhan usaha dianggap konstan, maka akan meningkatkan kinerja keuangan UMKM wilayah Kampung Marketer Purbalingga adalah sebesar 0,268.

c)  $b_2 = 0,194$

Nilai koefisien regresi variabel pertumbuhan usaha ( $X_2$ ) bernilai positif sebesar 0,194. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi pertumbuhan usaha maka tingkat satu satuan dengan literasi keuangan digital dianggap konstan, maka akan meningkatkan kinerja keuangan UMKM di wilayah Kampung Marketer Purbalingga adalah sebesar 0,194.

## E. Uji Hipotesis

### 1) Uji-t (Parsial)

Uji-t (Parsial) merupakan alat analisis regresi yang berguna untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan pada taraf signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Penolakan atau penerimaan hipotesis dilakukan dengan kriteria apabila taraf signifikansi  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Apabila signifikansi  $< 0,05$  maka hipotesis tidak dapat ditolak (koefisien regresi signifikan).

$$\begin{aligned} T\text{-tabel} &= \alpha/2 ; (n-k-1) \\ &= 0,05/2 ; (100-2-1) \\ &= 0,025 ; 97 \\ &= 1,98472 \end{aligned}$$

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji-t (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	23.530	3.394		6.932	.000
LITERASI KEUANGAN DIGITAL	1.739	.675	.251	2.577	.001
PERTUMBUHAN USAHA	.171	.108	.155	4.588	.005

a. Dependent Variable: KINERJA KEUANGAN

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 22, 2024

Hasil Uji Hipotesis (Uji t) untuk nilai konstanta sebesar 23,530 menyatakan bahwa jika variabel  $X_1$  (literasi keuangan digital), dan variabel  $X_2$  (pertumbuhan usaha) dianggap sama dengan 0, maka variabel Y (kinerja keuangan) tidak berubah yaitu sebesar +23,530 atau sama seperti nilai sebelumnya.

- 1) Hasil Uji Hipotesis (Uji t) untuk variabel literasi keuangan digital diperoleh t-hitung sebesar 2,577 dengan signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Dari hasil tersebut dapat diketahui  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Variabel  $X_1$  mempunyai t-hitung yakni 2,577 dengan t-tabel 1,98472. Jadi t hitung lebih besar dari  $> t$  tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel  $X_1$  (literasi keuangan digital) secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel Y (kinerja keuangan). Hal ini menunjukkan bahwa  $H_1$  diterima, artinya variabel literasi keuangan digital berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM wilayah Kampung Marketer Purbalingga.
- 2) Hasil Uji Hipotesis (Uji t) untuk variabel pertumbuhan usaha diperoleh t-hitung sebesar 4,588 dengan signifikansi  $0,005 < 0,05$ . Dari hasil tersebut dapat diketahui  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Variabel  $X_1$  mempunyai t-hitung yakni 4,588 dengan t-tabel 1,98472. Jadi t hitung lebih besar dari  $> t$  tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel  $X_1$  (literasi keuangan digital) secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel Y (kinerja keuangan). Hal ini menunjukkan bahwa  $H_1$  diterima, artinya variabel pertumbuhan usaha berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM wilayah Kampung Marketer Purbalingga.

## 2) Uji F (Simultan)

Uji f dilakukan untuk mengetahui signifikansi hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jika taraf signifikansi  $< 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa secara bersama-sama variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Namun jika nilai signifikansinya  $> 0,05$  berarti variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

$$F_{\text{tabel}} = (\text{jumlah variabel} - 1)$$

$$F_{\text{tabel}} = (k ; n - k - 1)$$

$$F_{\text{tabel}} = (2 ; 100 - 2 - 1)$$

$$F_{\text{tabel}} = (2 : 97)$$

$$F_{\text{tabel}} = 3,09$$

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji F (Simultan)**

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

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	118.558	2	59.279	5.334	.006 <sup>b</sup>
Residual	1078.082	97	11.114		
Total	1196.640	99			

a. Dependent Variable: KINERJA KEUANGAN

b. Predictors: (Constant), PERTUMBUHAN USAHA, LITERASI KEUANGAN DIGITAL

*Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 22, 2024*

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai F-hitung  $>$  F-tabel yaitu  $5,334 > 3,09$  dan nilai probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu  $0,006 < 0,05$ . Hal ini dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima, yang artinya variabel literasi keuangan digital ( $X_1$ ) dan pertumbuhan usaha ( $X_2$ ), secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan (Y).

### 3) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan alat ukur yang digunakan untuk menghitung seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai Koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati angka 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.789 <sup>a</sup>	.784	.765	3.36221

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Usaha, Literasi Keuangan Digital

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 22, 2024

Dari hasil perhitungan data dapat diketahui bahwa nilai *adjusted R Square* sebesar 0,765 atau 76,5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan digital dan Pertumbuhan usaha dapat mempengaruhi Kinerja Keuangan sebesar 76,5%. Sedangkan sisanya sebesar 23,5% dipengaruhi oleh variabel atau faktor-faktor lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini. Semakin kecil nilai koefisien determinasi (*R Square*), maka artinya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin lemah, sebaliknya jika nilai *R Square* semakin mendekati 1 maka pengaruh tersebut semakin kuat. Hal ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan digital dan pertumbuhan usaha, memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM Kampung Marketer Purbalingga.

#### **F. Pembahasan dan Hasil Penelitian**

##### **1) Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Kinerja Keuangan UMKM di wilayah Kampung Marketer Karangmoncol Purbalingga.**

Temuan pada hasil perhitungan regresi linier yang sudah dilakukan pada variabel independen dan pada tabel uji t (parsial) menunjukkan bahwa hasil dari  $t_{hitung}$  variabel literasi keuangan digital ( $X_1$ ) terhadap kinerja keuangan ( $Y$ ) sebesar 2,577 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2,577 > 1,98472$ ) dan menghasilkan tingkat signifikansi yaitu 0,001 lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ). Hal tersebut membuktikan bahwa literasi keuangan digital memiliki pengaruh positif dan signifikan

kinerja keuangan UMKM di wilayah Kampung Marketer Purbalingga. Dengan demikian hipotesis pertama (**H<sub>1</sub>**) literasi keuangan digital secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di wilayah Kampung Marketer Purbalingga **diterima** sedangkan hipotesis 0 ditolak.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, teori TAM (*Technology Acceptance Model*) menyatakan bahwa sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerjanya dan Sejahtera mana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut mudah digunakan tanpa usaha yang berlebihan. Oleh karena itu Semakin baik pemahaman seseorang tentang manfaat teknologi keuangan digital (seperti efisiensi, kemudahan akses, dan keamanan), semakin besar kemungkinan mereka untuk menerima dan menggunakan teknologi tersebut dan Semakin mudah mereka menggunakan aplikasi atau layanan keuangan digital karena literasi yang memadai, semakin besar pula minat mereka untuk terus menggunakannya.

Literasi keuangan digital berperan penting terhadap kinerja keuangan karena kemampuan seseorang dalam memahami dan menggunakan alat keuangan digital dapat meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan, pengambilan keputusan, dan pengelolaan risiko. Dengan literasi keuangan digital yang baik, individu/para pengusaha dapat mengelola keuangan dengan baik, Pada generasi muda Umkm di desa tamansari kampung marketer karangmoncol purbalingga sudah menerapkan literasi keuangan digital dengan baik sehingga dapat membuat para pengusaha disana mengelola usahanya dengan baik .Hal ini menunjukkan pada akhirnya literasi keuangan digital berdampak positif pada kinerja keuangan, seperti peningkatan profitabilitas, penghematan biaya, dan pengelolaan aset yang lebih optimal para pengusaha/ Umkm di desa tamansari kampung marketer karangmoncol Purbalingga.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aulia et al., 2022) penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan



bahwa pengaruh pemahaman literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM. Didukung juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yuningsih et al., 2022) penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberlangsungan usaha pelaku UMKM.

## 2) Pengaruh Pertumbuhan Usaha terhadap Kinerja Keuangan UMKM di wilayah Kampung Marketer Karangmoncol Purbalingga.

Temuan pada hasil perhitungan regresi linier berganda yang sudah dilakukan pada variabel independen dan pada tabel uji t (parsial) menunjukkan bahwa hasil dari  $t_{hitung}$  variabel pertumbuhan usaha ( $X_2$ ) terhadap kinerja keuangan ( $Y$ ) sebesar 4,588 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $4,588 > 1,98472$ ) dan menghasilkan tingkat signifikansi yaitu 0,001 lebih kecil dari 0,05 ( $0,005 < 0,05$ ). Hal tersebut membuktikan bahwa pertumbuhan usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan kinerja keuangan UMKM di wilayah Kampung Marketer Purbalingga. Dengan demikian hipotesis pertama ( $H_1$ ) pertumbuhan usaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di wilayah Kampung Marketer Purbalingga **diterima** sedangkan hipotesis 0 ditolak.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa salah satu faktor dari teori TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah bagaimana adopsi teknologi dapat mendorong perkembangan bisnis melalui peningkatan efisiensi, penurunan biaya operasional, dan optimalisasi peluang bisnis. Jika pelaku usaha melihat teknologi sebagai alat yang bermanfaat untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan daya saing, mereka akan lebih cenderung mengadopsinya, yang berkontribusi pada pertumbuhan usaha dan teknologi yang mudah digunakan memungkinkan pelaku usaha lebih cepat mengintegrasikan inovasi digital ke dalam operasional bisnis mereka, sehingga mempercepat ekspansi dan peningkatan kinerja.

Hubungan pertumbuhan usaha dengan kinerja keuangan saling berkaitan erat. Ketika suatu usaha tumbuh, biasanya terjadi peningkatan

pendapatan, kapasitas operasional, dan jangkauan pasar. Pertumbuhan ini, jika dikelola dengan baik, akan berdampak positif pada kinerja keuangan, seperti peningkatan profitabilitas, arus kas yang lebih baik, dan nilai perusahaan yang lebih tinggi. Sebaliknya, kinerja keuangan yang baik memberikan dasar yang kuat untuk investasi, ekspansi, dan inovasi, yang pada gilirannya mendorong pertumbuhan usaha lebih lanjut. Singkatnya, pertumbuhan usaha yang berkelanjutan dan kinerja keuangan yang sehat saling mendukung satu sama lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian (Pundius et al., 2023) penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan bahwa pertumbuhan usaha berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Didukung juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Halim Abdul, 2020) penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan bahwa pertumbuhan usaha mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi.

### **3) Literasi Keuangan Digital dan Pertumbuhan Usaha secara simultan berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan UMKM di wilayah Kampung Marketer Karangmoncol Purbalingga.**

Dari hasil pengujian hipotesis nilai  $F_{hitung}$  diperoleh sebesar 5,334 dan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,09 dengan nilai signifikansi nya sebesar 0,006. Karena nilai signifikansi di bawah 0,05 ( $0,006 < 0,05$ ) dan nilai  $F_{hitung}$  lebih besar daripada nilai  $F_{tabel}$  ( $5,334 > 3,09$ ), maka hipotesis yang menyatakan literasi keuangan digital dan pertumbuhan usaha berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap kinerja keuangan UMKM di wilayah Kampung Marketer Purbalingga” dinyatakan **diterima**.

Berdasarkan koefisien R sebesar 0,789 (78,9%) yang berarti variabel bebas yaitu literasi keuangan digital dan pertumbuhan usaha memiliki hubungan yang kuat dengan variabel terikat yaitu kinerja keuangan. Selanjutnya, diketahui bahwa nilai R Square pada penelitian ini diperoleh nilai Adjusted 2 sebesar 0,765 (76,5%) yang berarti bahwa besarnya

pengaruh variabel literasi keuangan digital dan pertumbuhan usaha terhadap kinerja keuangan UMKM di wilayah Kampung Marketer Purbalingga 76,5% sedangkan sisanya sebesar 23,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari variabel yang diteliti.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian (Huda et al., 2023) penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan bahwa pengaruh literasi keuangan dan literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Didukung juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yuningsih et al., 2022) penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan bahwa Literasi Keuangan dan *Financial Technology* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberlangsungan usaha pelaku UMKM.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data pembahasan pada Bab IV maka kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Literasi Keuangan digital ( $X_1$ ) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan ( $Y$ ) UMKM di Kampung Marketer Purbalingga. Berdasarkan hasil perhitungan yang didapatkan dari nilai  $t$ -hitung  $>$   $t$ -tabel yaitu  $2,577 > 1,98472$  dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  serta nilai koefisien regresi sebesar  $0,268$ . Artinya hal tersebut membuktikan bahwa literasi keuangan digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di wilayah Kampung Marketer Purbalingga. Hal ini menunjukkan bahwa  **$H_1$  diterima.**
2. Variabel Pertumbuhan Usaha ( $X_2$ ) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan ( $Y$ ) UMKM di Kampung Marketer Purbalingga. Berdasarkan hasil perhitungan yang didapatkan dari nilai  $t$ -hitung  $>$   $t$ -tabel yaitu  $4,588 > 1,98472$  dan nilai signifikansi  $0,005 < 0,05$ . Artinya hal tersebut membuktikan bahwa pertumbuhan usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di wilayah Kampung Marketer Purbalingga. Hal ini menunjukkan bahwa  **$H_1$  diterima.**
3. Variabel Literasi keuangan digital ( $X_1$ ), Pertumbuhan Usaha ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kampung Marketer Purbalingga, Berdasarkan hasil perhitungan yang didapatkan dari nilai  $F$ hitung diperoleh sebesar  $5,334$  dan nilai  $F$  tabel sebesar  $3,09$  dengan nilai signifikansinya sebesar  $0,006$ . Karena nilai signifikansinya dibawah  $0,05$  ( $0,006 < 0,05$ ) dan hasil koefisien  $R$  sebesar  $0,789$  ( $78,9\%$ ) yang berarti bahwa variabel bebas yaitu Literasi Keuangan Digital dan Pertumbuhan Usaha memiliki hubungan yang kuat dengan variabel terikat yaitu Kinerja Keuangan. Selanjutnya diketahui nilai

Adjusted R Square sebesar 0,765 (76,5%) yang berarti bahwa besarnya Pengaruh Variabel Literasi Keuangan digital dan Perumbuhan usaha terhadap Kinerja Keuangan UMKM Kampung Marketer Purbalingga 76,5%, sedangkan sisanya sebesar 23,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari variabel yang diteliti. Hal ini berarti semakin UMKM di wilayah Kampung Marketer Purbalingga dalam pengetahuan literasi keuangan digital, dan pertumbuhan usaha maka akan meningkatkan minat berinvestasi. Hal ini menunjukkan bahwa **H<sub>3</sub> diterima**.

Dapat disimpulkan dari hasil analisis data dan pembahasan di atas, menunjukkan bahwa dalam penelitian ada 3 tahap pengujian. Pertama, uji instrument penelitian yang meliputi uji validitas dan reliabilitas. Kedua, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Ketiga, uji analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis. Hasil uji parsial menyatakan variabel Literasi Keuangan digital dan Pertumbuhan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM di wilayah Kampung Marketer Purbalingga. Hasil uji simultan menyatakan bahwa variabel Literasi Keuangan Digital dan Pertumbuhan Usaha secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM di wilayah Kampung Marketer Purbalingga.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Para pelaku UMKM disarankan untuk terus meningkatkan pengetahuan mengenai Kinerja Keuangan secara berkala, hal ini penting untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dan memastikan bahwa pertumbuhan usaha berjalan sejalan dengan target keuangan
2. Untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti bagaimana perbedaan gender (misalnya antara pemilik UMKM laki-laki dan perempuan) dalam hal literasi keuangan digital dan pengaruhnya terhadap kinerja keuangan. Ini

dapat memberikan wawasan tambahan terkait kesetaraan dalam akses dan penggunaan teknologi digital di sektor UMKM.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S., & Sutanto, T. E. (2015). *Statistika tanpa stres*. TransMedia.
- Alfian, A. (2023). *Pengaruh strategi pemasaran, modal usaha, lokasi usaha dan perilaku pelaku usaha terhadap keberhasilan usaha mikro kecil menengah (UMKM)(Studi Pada UMKM Bidang Kuliner di Kecamatan Kemayoran Jakarta Pusat)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Alimudin, A., Falani, A. Z., Mudjanarko, S. W., & Limantara, A. D. (2019). Analisis Pengaruh Penerapan Perspektif Balanced Scorecard Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM. *EkoNiKa Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 4(1), 1-17.
- Arianti, B. F. (2022). Literasi Keuangan (Teori dan Implementasinya).
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1-13.
- 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.
- Astuti, F. P., Anisykurlillah, I., & Murtini, H. (2014). Pengaruh kinerja lingkungan dan kepemilikan asing terhadap kinerja keuangan. *Accounting Analysis Journal*, 3(4).
- Atkinson, A., & Messy, F. A. (2012). Measuring financial literacy: Results of the OECD/International Network on Financial Education (INFE) pilot study.
- Aulia, P., Asisa, W., Dalianti, N., & Handa, Y. R. (2022). Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan Digital Payment Terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar. *Jurnal Dinamika*, 3(1), 23-50.
- Azhari, F. P. (2022). *Pengaruh Inklusi Keuangan, Financial Technology, Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Di Kota Surabaya* (Doctoral dissertation, Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya).
- Bonang, D. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perencanaan Keuangan Keluarga di Kota Mataram. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 155-165.

- Candraningrat, I., Abundanti, N., Mujiati, N., & Erlangga, R. (2021). The role of financial technology on development of MSMEs. *Accounting*, 7(1), 225-230.
- Caroline, C. C., & Hastuti, T. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori Tam. *KEUNIS*, 9(2), 160-172.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial services review*, 7(2), 107-128.
- Competencies, A. F. L. (2016). OECD/INFE International Survey. *Retrieved from <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/oecd-infe-survey-adult-financial-literacy-competencies.htm>*.
- Dahmen, P., & Rodríguez, E. (2014). Financial literacy and the success of small businesses: An observation from a small business development center. *Numeracy*, 7(1), 3.
- Darmawan, A., Sepriani, A., Bagis, F., & Rahmawati, D. V. (2021). Pengaruh Faktor Demografi, Locus Of Control, Literasi Keuangan, dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 10(2), 170-180.
- Dayanti, F. K., Susyanti, J., & Abs, M. K. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Keuangan Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku Usaha UMKM Fashion Di Kabupaten Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(13).
- di Kota Langsa, S., & Irwan, S. (2018). Abdul, Halim.,(2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju STIE Muhammadiyah, Mamuju. Vol. 1 No. 2, Juli 2020 Amin DA, Dwi. S.,(2017). Pengembangan UMKM berbasis industri kreatif di Kota Malang, Jurnal eEconomica, Vol. 1 No 2, April 2020. *Universitas*, 2(1)
- Djauhar, A., & Nurlela, N. (2022). Analisis Kinerja Keuangan Alokasi Dana Desa. *Sultra Journal Of Economic And Business*, 3(1), 8-19.
- Erni Seran, Y. U. L. I. A. N. A. (2022). *Pengaruh jaringan usaha dan pengembangan produk terhadap pertumbuhan usaha kerajinan tenun dengan peran e-commerce sebagai variabel intervening* (Doctoral dissertation, STIE MALANGKUCECWARA).



- Fahmi, I. (2012). Analisis kinerja keuangan: panduan bagi akademisi, manajer, dan investor untuk menilai dan menganalisis bisnis dari aspek keuangan.
- FIKA, P. (2021). Peranan kampung marketer dalam meningkatkan kemandirian ekonomi warga desa tunjungmuli kecamatan karangmoncol kabupaten purbalingga (Doctoral dissertation, IAIN PURWOKERTO).
- Fildzah, A. N., & Mayangsari, I. D. (2018). Analisis strategi promosi pada UMKM social enterprise (Studi kasus Pascorner Cafe and Gallery). *Jurnal komunikasi*, 12(2), 101-112.
- Francis Hutabarat, M. B. A. (2021). *Analisis kinerja keuangan perusahaan*. Desanta Publisher.
- H. Saadiah. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Literasi Keuangan, Dan Motivasi Investasi Pada Reksadana Syariah.
- Hamid, R. S. (2023). Peran Literasi Keuangan dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7(2), 1635-1645.
- Hapsari, P. P., Hakim, A., & Noor, I. (2014). Pengaruh pertumbuhan usaha kecil menengah (UKM) terhadap pertumbuhan ekonomi daerah (studi di pemerintah kota batu). *Wacana Journal of Social and Humanity Studies*, 17(2), 88-96.
- Hartina, H., Goso, G., & Palatte, M. H. (2023). analisis dampak literasi keuangan dan pengelolaan keuangan terhadap kinerja keuangan umkm. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 644-650.
- Hasibuan, R. R., & Pratiwi, A. R. (2021). Antecedent Repurchase Intention Aplikasi Shopee Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Di Kabupaten Banyumas. *Tirtayasa Ekonomika*, 16(2), 253-265.
- Hasnah, M. M. (2022). *Analisis kinerja keuangan pt. Bank kb bukopin syariah sebelum dan selama masa pandemi covid-19 dengan menggunakan metode du pont system* (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri).
- Heryana, N. (2017). Penerapan knowledge management system berbasis content management di smkn 1 pakisjaya. *Incomtech*, 6(1), 67-73.
- Hidajat, T. (2016). *Literasi keuangan*. Stie Bank Bpd Jateng.
- Hidayat, R., & Wijaya, C. (2017). Ayat-ayat alquran tentang manajemen pendidikan islam.
- Hilmawati, M. R. N., & Kusumaningtiyas, R. (2021). Inklusi keuangan dan literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan sektor usaha

- mikro kecil menengah. *Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 10(1), 135-152.
- Huda, N., Pratiwi, A., & Munandar, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Kinerja Umkm Kota Bima. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 216-224.
- Inggarwati, K., & Kaudin, A. (2010). Persepsi Etis Pelaku Akuntansi Terhadap Praktik Manajemen Laba Berdasarkan Profesi Akuntansi dan Jender. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Tahun*, 3, 1-16.
- 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.
- Kasenda, B. S., & Wijayangka, C. (2019). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM. *Almana: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 153-160.
- Kasmir, S. (2012). Alternatives to capitalism and working-class struggle: A comment on Alice Bryer's "the politics of the social economy". *Dialectical Anthropology*, 36, 59-61.
- Kau, M. A. S., Yusuf, N., & Wuryandini, A. R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Pengelolaan Keuangan Umkm (Studi Pada Usaha Mikro Foodcourt Limboto). *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 651-659.
- Kau, M. A. S., Yusuf, N., & Wuryandini, A. R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Pengelolaan Keuangan Umkm (Studi Pada Usaha Mikro Foodcourt Limboto). *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 651-659.
- Kusuma, I. N. P. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Inklusi Keuangan melalui Financial Technology pada UMKM di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(5), 247-252.
- Laily, N. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku mahasiswa dalam mengelola keuangan. *Journal of Accounting and Business Education*, 1(4), 92558.
- Ligthelm, A. A. (2010). Entrepreneurship and small business sustainability. *Southern African Business Review*, 14(3).
- Lubis, E. F. M., & Nurhayati, N. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Technology Terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 5(2), 178-187.

- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2007). Baby boomer retirement security: The roles of planning, financial literacy, and housing wealth. *Journal of monetary Economics*, 54(1), 205-224.
- Maghfiroh, L., & Biduri, S. (2022). Adopsi E-commerce memediasi hubungan kesiapan teknologi, lingkungan eksternal dan literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM. *E-jurnal Akuntansi*, 32(8), 2118-2131.
- Marey, D. R. E., & Purwanto, E. (2020). Model Konseptual Minat Penggunaan E-Wallet: Technology Acceptance Model (TAM). *Technology Adoption: A Conceptual Framework*, 31-50.
- Marisa, O. (2020). Persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas, dan risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan financial technology. *Jurnal Administrasi Kantor*, 8(2), 139-152.
- Mason, C. L. J., & Wilson, R. M. S. (2000). Conceptualising financial literacy. *Occasional paper*, 7.
- Mezaluna, A. R., & Wibowo, E. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology, Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Keuangan UMKM Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 2(4), 167-179.
- Morgan, N. A., Slotegraaf, R. J., & Vorhies, D. W. (2009). Linking marketing capabilities with profit growth. *International Journal of Research in Marketing*, 26(4), 284-293.
- Mulyanti, D., & Nurhayati, A. (2022). Penerapan Literasi Keuangan Dan Penggunaan Financial Technology Untuk Menilai Kinerja Keuangan Umkm Di Jawa Barat. *Ekono Insentif*, 16(2), 63-81.
- Muttaqin, R. (2018). Pertumbuhan Ekonomi dalam Perspektif Islam Economic Growth in Islamic Perspective. *Ekonomika (Yogyakarta: BPFE, 1984)*, 213, 219.
- Napitupulu, J. H., Ellyawati, N., & Astuti, R. F. (2021). Pengaruh literasi keuangan dan sikap keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Kota Samarinda. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 9(3), 138-144.
- Naufal, M. I., & Purwanto, E. (2022). Dampak literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlanjutan UMKM (studi kasus industri F&B Kecamatan Sumpalsari Jember). *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(2), 209-215.
- Nida, A. C. V. (2020). Pengaruh Penerimaan Sistem Informasi Akuntansi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam) Rumah

- Sakit Bandar.... S. AK, *Ekonomi Bisnis, IBI Darmajaya, Bandar Lampung*.
- Nizar, M. A. (2017). Teknologi keuangan (Fintech): Konsep dan implementasinya di Indonesia.
- Octaviani, S., & Andari, A. (2023). Pengelolaan Keuangan Sesuai Standar Akuntansi Bagi Pelaku Usaha Home Industry “Kripik Cipuk” Di Desa Kadubeureum Kabupaten Serang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains dan Teknologi*, 2(2), 154-163.
- Octavina, L. A., & Rita, M. R. (2021). Digitalisasi umkm, literasi keuangan, dan kinerja keuangan: Studi pada masa pandemi Covid-19. *Perbanas Journal of Business and Banking*, 11(1), 73-92.
- Putra, B. L., Rifqi, A. A., & Al Masyhuri, S. (2023). Rendahnya literasi keuangan terhadap keinginan melakukan pinjaman online (studi kasus mahasiswa program studi manajemen universitas muhammadiyah surabaya). *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(6), 2184-2189.
- Putri, A. S., Munir, A., & Abdullah, S. (2022). Analysis of the gender wage gap in Maluku Province using Blinder-Oaxaca decomposition. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8(4), 625-633.
- Rachmawaty, D. R. (2022). Pengaruh kebijakan pemerintah daerah terhadap pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) berbasis industri kreatif menurut perspektif ekonomi islam (*Studi pada UMKM di Kecamatan Pringsewu, Kabupaten Pringsewu*) (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Rahmadi, R. (2011). Pengantar metodologi penelitian.
- Rani, G. M., & Desiyanti, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Digital Payment Terhadap Kinerja UMKM Makanan & Minuman di Kota Padang. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 5(02), 161-174.
- Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of consumer affairs*, 44(2), 276-295.
- Riskiyah, W. N. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Payment Gateway dan Inklusi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kabupaten Sumbawa. *Journal of Nusantara Economic Science*, 1(4), 188-199.
- Ristiana, N., & Widyastuti, E. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Minat Mahasiswa dalam Penggunaan Layanan E-Banking. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(1), 425-444.

- Rochaniah, Y., & Sari, R. C. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Penghasilan, Dan Gender Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 9(6), 1-20.
- Rudianto, E., & Rudianto, E. (2013). Akuntansi Manajemen Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis. *Jakarta: Erlangga*.
- Rumbianingrum, W., & Wijayangka, C. (2018). Pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan UMKM. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 156-164.
- Rurkinantia, A. (2021). Peranan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Journal of Islamic Studies and Humanities*, 6(2), 89-96.
- Sabilla, S. O., & Wijayangka, C. (2019). Pengaruh literasi keuangan terhadap pertumbuhan usaha pada UMKM. *Almana: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 145-152.
- Safitri, N., Permadi, I., & Fathussyaadah, E. (2022). Literasi Keuangan Digital, Keberlanjutan Usaha Industri Kecil Dan Menengah Serta Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Keuangan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1203-1214.
- Samudra, A. L. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kredit UMKM Serta Dampaknya Terhadap Kemiskinan di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(1).
- Sanistasya, P. A., Rahardjo, K., & Iqbal, M. (2019). Pengaruh literasi keuangan dan inklusi keuangan terhadap kinerja usaha kecil di Kalimantan Timur. *Jurnal Economia*, 15(1), 48-59.
- Sari, B. P., Rimban, D., Marselino, B., Sandy, C. A., & Hairum, R. R. (2022). Determinasi Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan Usaha UMKM. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6(3), 2840-2849.
- Sochim, S. (2016). Manajemen keuangan masjid berbasis pemberdayaan ekonomi umat. *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 119-150.
- Thomas, B., & Subhashree, P. (2020). Factors that influence the financial literacy among engineering students. *Procedia Computer Science*, 172, 480-487.
- Trianto, A. (2018). Analisis laporan keuangan sebagai alat untuk menilai kinerja keuangan perusahaan pada PT. Bukit Asam (Persero) Tbk Tanjung Enim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(3), 1-10.
- Ubaidillah, U., & Hasanah, M. N. (2021). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Syariah Masyarakat Sangkanayu Mrebet Kabupaten Purbalingga. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 188-201.

- Utami, H. T. (2018). Pengaruh Pengetahuan Pemilik, Skala Usaha, dan Umur Usaha terhadap Keberhasilan Kinerja Usaha dengan Penggunaan Informasi Akuntansi sebagai Variabel Moderasi (Survei pada Pemilik Usaha UKM Makanan Khas di Kabupaten Banyumas). *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1), 23-48.
- Wahyuni, S. P. (2024). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Pada Industri RPM Konveksi Dusun Trikaton Desa Totokaton Kecamatan Pungur Kabupaten Lampung Tengah* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Wenda, P., Tatimu, V., & Sambul, S. A. (2023). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Desa Wenam Kecamatan Pirime Kabupaten Lani Jaya Papua. *Productivity*, 4(4), 471-477.
- Wenam Kecamatan Pirime Kabupaten Lani Jaya Papua. *Productivity*, 4(4), 471-477.
- Wijaya, A., & Linawati, N. (2015). Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. *Finesta*, 3(1), 46-51.
- Winarto, W. W. A. (2020). Peran fintech dalam usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 3(1), 61-73.
- Yuningsih, Y. Y., Raspati, G., & Riyanto, A. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan financial technology terhadap keberlangsungan usaha pelaku UMKM. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 531-540.
- <https://www.ojk.go.id>



*Lampiran I*

*Assalamualaikum wr wb*

Perkenalkan saya Afina Farhatun Nisa Mahasiswa S1 Program Studi Perbankan Syariah dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto, saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir (Skripsi) guna memenuhi gelar sarjana mengenai “Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Pertumbuhan Usaha Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Di Kampung Marketer Purbalingga”.

Adapun Kriteria Responden yaitu:

1. Memiliki Usaha
2. Mempunyai usaha di Kampung Marketer Purbalingga
3. Termasuk dalam kriteria pengelola pengusaha (UMKM)

Adapun tujuan dari penelitian ini semata-mata digunakan untuk kepentingan Akademis, sehingga semua data responden yang terkait akan dijaga kerahasiaannya dan tidak akan disebarluaskan tanpa persetujuan dari yang bersangkutan.

Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatian dan kerjasama saudara/I yang telah meluangkan waktu mengisi kuisisioner ini saya ucapkan terima kasih.

Jazakumullah Khairan Katsiran.

Wassalamu’alaikum Warahmatullohi Wabarokatuh.

Purwokerto, 03 Agustus 2024

Hormat Saya



**AFINA FARHATUN NISA**  
**NIM. 2017202278**



### IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
3. Usia
  - a. 19 s/d 25 tahun
  - b. 26 s/d 35 tahun
  - c. 36 s/d 50 tahun
4. Pengusaha / UMKM
  - a. Perdagangan
  - b. Produksi
  - c. Pengusaha Jasa
5. Apakah Saudara/I mempunyai usaha ?
  - a. Ya
  - b. Tidak
6. Apakah Usaha Saudara/I berada di Kampung Marketer Purbalingga?
  - a. Ya
  - b. Tidak
7. Darimana Saudara/I mengetahui Aplikasi atau platform keuangan digital?
  - a. Keluarga
  - b. Teman
  - c. Internet
  - d. Sosial Media
  - e. Brosur
  - f. Lainnya

### PETUNJUK PENGISIAN & PERNYATAAN

8. Isilah identitas secara lengkap
9. Memiliki usaha
10. Usaha/UMKM berada di Kampung Marketer Purbalingga
11. Sebelum mengisi kuisioner, bacalah terlebih dahulu setiap butir pernyataan dengan seksama dan teliti.
12. Silahkan pilih salah satu yang menurut saudara/I paling sesuai dengan keadaan yang anda alami dengan memberikan tanda centang (√) pada kolom pilihan jawaban yang telah disediakan.
13. Perhatikan salah satu jawaban saudara/I jangan sampai ada yang terlewat.
14. Keterangan jawaban berikut:

SS	= Sangat Setuju	diberi skor 1
S	= Setuju	diberi skor 2
CS	= Cukup sekali	diberi skor 3
TS	= Tidak Setuju	diberi skor 4
STS	= Sangat Tidak Setuju	diberi skor 5

### KUISIONER

#### 1. Pengetahuan Literasi Keuangan Digital (X<sub>1</sub>)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
1.	Menurut saya dengan pengetahuan keuangan digital yang memadai saya dapat terhindar dari segala bentuk penipuan uang.					
2.	Sebelum saya menggunakan aplikasi keuangan digital, saya harus mengerti konsep dari keuangan digital.					
3.	Saya mengetahui apa saja produk dari aplikasi keuangan digital.					
4.	Saya mampu menggunakan aplikasi keuangan digital untuk melakukan berbagai transaksi seperti transfer uang, pembayaran tagihan, dan pengecekan saldo					

5.	Sebelum menggunakan aplikasi keuangan digital, saya harus memahami apa saja langkah-langkah keamanan yang perlu diambil saat melakukan transaksi digital.					
6.	Saya memahami dan mampu menggunakan fitur keamanan yang disediakan oleh aplikasi keuangan digital seperti autentikasi dua faktir dan notifikasi transaksi.					
7.	Saya merasa mudah mengakses dan memahami laporan bulanan serta riwayat transaksi yang disediakan oleh aplikasi keuangan digital					
8.	Saya merasa puas dengan kecepatan dan akurasi informasi yang diberikan secara realtime oleh aplikasi keuangan digital.					

## 2. Pertumbuhan Usaha (X<sub>2</sub>)

NO	PERNYATAAN					
1.	Saya memiliki rencana keuangan jangka panjang secara periodik yang jelas untuk mencapai tujuan keuangan saya.					

2.	Saya memiliki kebiasaan menabung secara rutin dan mengelola pengeluaran saya dengan baik untuk mendukung pertumbuhan keuangan saya.					
3.	Menurut saya usaha harus memiliki rencana pertumbuhan jangka panjang yang jelas dan terukur untuk mencapai tujuan strategis.					
4.	Pengelolaan sumber daya manusia dan finansial yang efektif berkontribusi pada pencapaian pertumbuhan strategis usaha					
5.	Menurut saya struktur organisasi harus disesuaikan secara efektif agar mendukung pertumbuhan usaha yang pesat					
6.	Investasi dalam infrastruktur dan teknologi baru telah memperkuat struktur perusahaan untuk menangani pertumbuhan yang meningkat					

### 3. Kinerja Keuangan (Y)

NO	PERNYATAN					
1.	Saya merasa bahwa perencanaan anggaran bulanan yang dilakukan pada usaha kami cukup efektif untuk mengelola keuangan					
2.	Menurut saya usaha yang memiliki rencana keuangan jangka panjang yang jelas dapat mendukung tujuan pertumbuhan usaha					
3.	Usaha kami secara rutin melakukan investasi untuk mendukung pertumbuhan usaha dan meningkatkan kapasitas produksi.					
4.	Usaha yang saya jalankan memiliki akses yang baik terhadap berbagai sumber permodalan untuk mendukung proyek investasi dan ekspansi.					
5.	Sistem pengendalian internal yang diterapkan pada usaha kami efektif dalam mencegah kesalahan dan penyelewengan keuangan					

6.	Secara teratur memantau dan mengevaluasi kinerja keuangan untuk memastikan pencapaian target yang telah ditetapkan	
7.	Perusahaan kami menyediakan informasi keuangan yang transparan dan akurat kepada pemegang saham.	
8.	Kami meliki strategi komunikasi yang baik dengan investor untuk menjaga hubungan yang positif dan memberikan pembaruan tentang kinerja perusahaan	



### Lampiran 2 Data Penelitian

NO	Jenis Kelamin	Usia	Usaha	Apakah saudara/I memiliki usaha?	Apakah usaha saudara/I berada di Kampung Marketer Purbalingga?	Apakah saudara/I menggunakan aplikasi keuangan digital dalam mengelola keuangan?	Darimana saudara/I mengetahui Aplikasi keuangan digital?
1	Laki-laki	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Tidak	Teman
2	Laki-laki	36 s/d 50 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Keluarga
3	Perempuan	26 s/d 35 tahun	Usaha kecil	Ya	Ya	Ya	Internet
4	Perempuan	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Brosur
5	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Usaha kecil	Ya	Ya	Ya	Media sosial
6	Laki-laki	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Teman
7	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial
8	Perempuan	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet

9	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Usaha kecil	Ya	Ya	Ya	Internet
10	Perempuan	36 s/d 50 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Tidak	Media sosial
11	Laki-laki	36 s/d 50 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Tidak	Keluarga
12	Perempuan	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Tidak	Brosur
13	Perempuan	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Pegawai Bank
14	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Brosur
15	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Usaha kecil	Ya	Ya	Ya	Internet
16	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Usaha kecil	Ya	Ya	Ya	Internet
17	Laki-laki	26 s/d 35 tahun	Usaha Mikro	Ya	Ya	Ya	Keluarga
18	Laki-laki	26 s/d 35 tahun	Usaha Mikro	Ya	Ya	Ya	Keluarga



19	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Teman
20	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
21	Laki-laki	19 s/d	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet

		25 tahun					
22	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial
23	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Usaha kecil	Ya	Ya	Ya	Internet
24	Laki-laki	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
25	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Teman
26	Laki-laki	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Tidak	Teman
27	Laki-laki	36 s/d 50 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Tidak	Media sosial
28	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Usaha kecil	Ya	Ya	Ya	Internet

29	Perempuan	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Tidak	Keluarga
30	Laki-laki	36 s/d 50 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Teman
31	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
32	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
33	Laki-laki	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
34	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
35	Laki-laki	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
36	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
37	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Brosur
38	Perempuan	36 s/d 50 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet

39	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Usaha kecil	Ya	Ya	Ya	Brosur
40	Laki-laki	36 s/d 50 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Brosur
41	Laki-laki	36 s/d 50 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
42	Laki-laki	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Brosur
43	Laki-laki	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Brosur
44	Laki-laki	26 s/d	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Keluarga
		35 tahun					
45	Laki-laki	26 s/d 35 tahun	Usaha Mikro	Ya	Ya	Ya	Teman
46	Laki-laki	36 s/d 50 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
47	Laki-laki	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Pegawai Bank
48	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Usaha kecil	Ya	Ya	Ya	Internet

49	Perempuan	26 s/d 35 tahun	Usaha kecil	Ya	Ya	Ya	Internet
50	Perempuan	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
51	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial
52	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial
53	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
54	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Brosur
55	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Keluarga
56	Laki-laki	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
57	Laki-laki	36 s/d 50 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
58	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet

59	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
60	Perempuan	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial
61	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Brosur
62	Laki-laki	19 s/d 25 tahun		Ya	Ya	Ya	Internet
63	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
64	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Usaha kecil	Ya	Ya	Ya	Media sosial
65	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Usaha kecil	Ya	Ya	Ya	Media sosial
66	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Brosur
67	Laki-laki	19 s/d	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Pegawai Bank

		25 tahun					
68	Perempuan	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet

69	Laki-laki	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
70	Perempuan	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
71	Perempuan	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial
72	Perempuan	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
73	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
74	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial
75	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
76	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial
77	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
78	Laki-laki	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial

79	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial
80	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
81	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Internet
82	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial
83	Laki-laki	26 s/d 35 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial
84	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial
85	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial
86	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial
87	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial
88	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial

89	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial
90	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial
91	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial
92	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial
93	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial
94	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial
95	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial
96	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Usaha kecil	Ya	Ya	Ya	Media sosial
97	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Usaha kecil	Ya	Ya	Ya	Media sosial
98	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial



99	Perempuan	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial
100	Laki-laki	19 s/d 25 tahun	Startup UMKM	Ya	Ya	Ya	Media sosial



**Lampiran 3 Hasil Tabulasi Variabel Literasi Keuangan Digital (X<sub>1</sub>)**

No Responden	X1 (Literasi Keuangan Digital)								TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	5	4	5	5	4	5	4	4	36
2	4	4	3	4	4	4	5	4	32
3	4	5	4	4	4	5	4	4	33
4	4	5	4	4	4	3	4	4	33
5	4	5	5	5	5	4	4	5	37
6	4	4	4	4	3	4	4	3	30
7	2	5	3	4	3	4	4	4	29
8	4	3	4	4	4	4	4	4	31
9	4	5	4	4	4	4	4	4	33
10	2	4	3	3	4	4	3	4	27
11	4	5	5	5	4	5	4	4	36
12	4	3	4	4	4	5	4	4	31
13	4	4	3	4	4	5	4	4	32
14	4	5	4	4	3	4	5	4	33
15	4	4	5	5	5	4	4	5	36
16	4	4	4	4	3	4	4	3	30
17	2	4	3	4	3	4	4	4	28
18	4	4	3	4	5	4	4	4	32
19	4	4	5	4	4	5	4	4	32
20	2	5	3	3	4	4	3	4	28
21	4	4	5	5	4	5	4	4	35
22	5	4	5	4	4	4	4	4	32
23	4	5	4	4	4	4	3	5	32
24	4	5	4	4	4	4	4	4	33
25	4	5	5	5	5	4	4	5	37
26	4	5	4	4	3	4	4	3	31
27	2	5	3	4	3	4	4	4	29
28	4	5	4	4	4	4	4	4	33
29	4	3	4	4	4	4	4	4	31
30	2	5	3	3	4	4	3	4	28
31	4	4	5	5	4	5	4	4	35
32	4	5	5	5	5	4	4	5	37
33	4	5	4	4	3	4	4	3	31
34	2	5	3	4	3	4	4	4	29
35	4	5	5	5	5	4	4	5	37
36	4	5	4	4	3	4	4	3	31

37	2	4	3	4	3	4	4	4	28
38	4	5	4	4	4	4	4	4	33
39	4	5	4	4	4	4	4	4	33
40	2	5	3	3	4	4	3	4	28
41	4	5	5	5	4	5	4	4	36
42	4	5	4	4	3	4	4	3	31
43	2	5	3	4	3	4	4	4	29
44	4	5	4	4	4	4	5	4	33
45	4	4	5	5	5	4	4	5	36
46	4	5	4	4	3	4	4	3	31
47	2	3	3	4	3	4	4	4	27
48	4	5	4	4	4	4	4	4	33
49	4	5	4	4	4	4	4	4	33
50	2	5	3	3	4	4	3	4	28
51	4	4	5	5	4	5	4	4	35
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	4	3	4	4	4	5	4	4	32
54	2	5	3	3	4	4	3	4	28
55	4	3	5	5	5	4	4	5	35
56	4	4	4	4	3	4	4	3	30
57	2	4	3	4	3	4	4	4	28
58	4	5	4	4	4	4	4	4	33
59	4	5	4	4	4	4	4	4	33
60	2	5	3	3	4	4	3	4	28
61	4	5	5	5	4	5	4	4	36
62	4	5	4	4	4	4	4	4	33
63	4	3	4	4	4	4	4	4	31
64	4	3	4	4	4	4	4	4	31
65	4	4	5	5	5	4	4	5	36
66	4	4	4	4	3	4	4	3	30
67	2	4	3	4	3	4	4	4	28
68	4	3	4	4	4	4	4	4	31
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32
70	2	5	3	3	4	4	3	4	28
71	4	5	5	5	4	5	4	4	36
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
73	4	5	4	4	4	4	4	4	33

74	4	4	4	4	4	4	4	4	32
75	4	5	5	5	5	4	4	5	37
76	4	4	4	4	3	4	4	3	30
77	2	4	3	4	3	4	4	4	28
78	4	4	4	4	4	4	4	4	32

79	4	5	4	4	4	4	4	4	33
80	2	5	3	3	4	4	3	4	28
81	4	5	5	5	4	5	4	4	36
82	4	5	4	4	4	4	4	4	33
83	4	4	4	4	4	4	4	4	32
84	4	5	4	4	4	4	4	4	33
85	4	4	5	5	4	4	4	5	36
86	4	4	4	4	3	4	4	3	30
87	2	5	3	4	3	4	4	4	29
88	4	5	4	4	4	4	4	4	33
89	4	5	4	4	4	4	4	4	33
90	2	5	3	3	4	4	3	4	28
91	4	5	5	5	4	5	4	4	36
92	4	4	4	4	4	4	4	4	32
93	4	5	4	4	4	4	4	4	33
94	4	5	4	4	4	4	4	4	33
95	4	5	5	5	5	4	4	5	37
96	4	4	4	4	3	4	4	3	30
97	2	5	3	4	3	4	4	4	29
98	4	5	4	4	4	4	4	4	33
99	4	4	4	4	4	4	4	4	32
100	4	5	5	5	5	4	4	5	37

**Lampiran 4 Hasil Tabulasi Variabel Pertumbuhan Usaha (X<sub>2</sub>)**

No Responden	X2 (Pertumbuhan Usaha)						TOTAL
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	4	4	4	3	4	4	23
2	4	5	4	3	4	5	25
3	4	5	4	4	3	5	25
4	4	5	4	3	4	5	25
5	4	4	4	4	3	2	21
6	4	4	4	4	3	2	21
7	4	5	4	3	4	5	25
8	4	4	4	4	4	5	25
9	5	5	3	4	5	5	27
10	5	5	3	4	5	5	27
11	4	5	3	3	4	3	22
12	4	5	4	3	4	4	24
13	4	4	3	5	5	5	26
14	3	2	2	2	4	5	18
15	4	4	4	4	4	4	24
16	3	4	3	3	4	4	21
17	3	4	4	4	4	4	23
18	3	4	4	4	4	4	23
19	4	3	3	3	3	5	21
20	4	4	4	3	3	4	22
21	3	4	3	3	3	3	19
22	3	5	3	3	4	4	22
23	2	4	4	3	4	4	21
24	5	5	1	4	4	5	24
25	4	3	1	4	4	5	21
26	4	5	2	4	4	5	24
27	5	4	3	5	4	4	25
28	4	5	4	4	4	4	25
29	5	2	4	4	3	4	22
30	3	3	3	3	3	3	18
31	1	1	1	1	2	3	9
32	5	3	4	4	3	5	24
33	4	2	4	4	3	3	20
34	5	4	4	2	4	4	23
35	4	2	4	2	4	4	20

36	4	4	4	4	5	3	24
37	5	5	5	4	3	4	26

38	4	5	3	5	4	3	24
39	4	3	3	3	3	4	20
40	4	2	4	4	3	4	21
41	4	2	4	4	3	4	21
42	3	3	3	3	2	2	16
43	4	2	4	4	3	4	21
44	4	3	2	5	4	3	21
45	4	4	4	3	1	2	18
46	3	3	3	1	2	4	16
47	4	3	3	4	3	1	18
48	4	3	4	5	4	4	24
49	2	1	1	2	4	5	15
50	4	3	2	4	4	3	20
51	5	3	4	4	5	1	22
52	4	3	4	3	5	2	21
53	4	3	4	3	5	2	21
54	5	4	4	3	4	4	24
55	5	5	5	5	3	4	27
56	4	4	4	4	2	2	20
57	3	5	3	4	3	3	21
58	3	2	2	2	4	3	16
59	4	3	4	2	4	4	21
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	5	5	4	3	4	25
62	5	5	5	4	4	4	27
63	4	4	4	4	4	4	24
64	4	5	4	4	5	5	27
65	3	5	4	4	4	5	25
66	3	4	4	4	3	4	22
67	3	5	4	3	4	5	24
68	4	4	4	5	4	4	25
69	4	4	4	4	4	5	25
70	3	3	4	5	4	4	23
71	4	4	4	4	4	4	24
72	4	4	3	3	5	5	24

73	4	4	4	4	3	4	23
74	3	5	3	4	4	3	22
75	3	5	4	5	4	5	26
76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	3	3	4	5	23
78	4	4	4	4	4	5	25
79	3	5	4	5	4	5	26
80	4	3	4	4	4	5	24
81	5	5	4	5	5	5	29
82	4	4	4	4	4	4	24
83	4	4	4	4	4	4	24
84	4	5	4	4	4	5	26
85	4	4	5	4	5	4	26
86	4	5	3	4	5	5	26
87	4	4	4	3	3	3	21
88	4	4	5	4	4	4	25
89	4	5	4	4	4	4	25
90	4	3	4	4	4	5	24
91	5	4	5	4	5	5	28
92	4	4	4	5	4	4	25
93	4	4	4	4	4	5	25
94	4	5	3	4	5	5	26
95	4	4	5	4	5	4	26
96	4	4	3	4	5	5	25
97	4	5	4	3	3	3	22
98	4	4	5	4	5	5	27
99	4	4	4	4	4	5	25
100	4	5	5	4	5	4	27

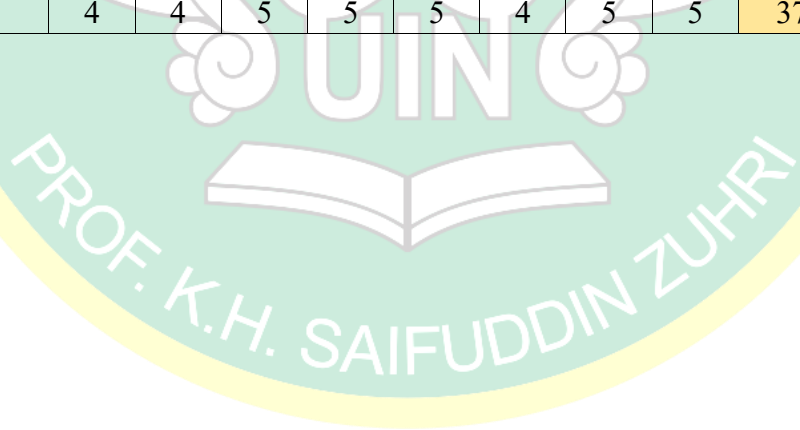
**Lampiran 5 Hasil Tabulasi Variabel Kinerja Keuangan (Y)**

No Responden	Y (Kinerja Keuangan)								TOTAL
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	
1	4	4	5	5	4	4	4	5	35
2	4	5	5	5	5	4	5	4	37
3	4	5	4	4	3	4	5	4	33
4	4	5	5	5	4	5	5	4	37
5	4	5	5	5	5	4	4	5	37
6	4	5	4	4	3	4	4	4	32
7	2	4	3	4	3	4	5	4	29
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	4	3	4	4	4	4	5	4	32
10	2	4	3	3	4	4	5	3	28
11	4	5	5	5	4	5	5	5	38
12	5	4	4	4	4	4	5	4	34
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	4	4	4	4	4	4	2	4	30
15	4	5	5	5	5	4	4	5	37
16	5	4	4	4	3	4	4	4	32
17	2	4	4	4	3	4	4	4	29
18	4	5	4	4	4	4	4	4	33
19	5	4	4	4	4	4	3	4	32
20	2	4	3	3	4	4	4	3	27
21	4	3	5	5	4	5	4	5	35
22	3	4	4	4	4	4	5	4	32
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	4	5	4	4	4	4	5	4	34
25	4	4	5	5	5	4	3	5	35
26	4	4	4	4	3	4	5	4	32
27	2	3	3	4	3	4	4	4	27
28	5	5	4	4	4	4	5	4	35
29	4	5	4	4	4	4	2	4	31
30	5	4	3	3	4	4	3	3	29
31	4	4	5	5	4	5	1	5	33
32	4	4	4	4	4	4	3	5	32
33	5	3	4	4	4	4	2	4	30
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	4	3	5	5	5	4	2	5	33
36	5	4	4	4	3	4	4	4	32
37	5	4	3	4	3	4	5	4	32



38	5	5	4	4	4	4	5	4	35
39	5	5	4	4	4	4	3	4	33
40	5	5	3	3	4	4	2	3	29
41	4	4	5	5	4	5	2	5	34
42	3	4	4	4	4	4	3	4	30
43	4	4	4	4	4	4	2	4	30
44	4	4	4	4	4	4	3	4	31
45	5	3	5	5	5	4	4	5	36
46	4	4	4	4	3	4	3	4	30
47	2	4	4	4	3	4	3	4	28
48	4	5	5	4	4	4	3	4	33
49	5	3	3	5	5	4	1	4	30
50	2	4	4	4	4	4	3	3	28
51	4	5	5	4	4	5	3	5	35
52	3	4	4	4	4	4	3	4	30
53	5	3	3	5	5	4	3	4	32
54	4	4	4	4	3	4	4	3	30
55	4	5	5	5	5	4	5	5	38
56	5	5	5	4	3	4	4	4	34
57	3	4	4	4	3	4	5	4	31
58	4	4	4	4	4	4	2	4	30
59	4	4	4	4	4	4	3	4	31
60	5	5	3	3	4	4	4	3	31
61	4	4	5	5	4	5	5	5	37
62	4	4	4	4	4	4	5	4	33
63	4	5	4	4	4	4	4	4	33
64	4	4	4	4	4	4	5	4	33
65	5	4	5	5	5	4	5	5	38
66	5	3	4	4	3	4	4	4	31
67	5	4	3	4	3	4	5	4	32
68	4	5	4	4	4	4	4	4	33
69	5	4	3	4	3	4	4	4	31
70	5	4	3	3	4	4	3	3	29
71	4	4	5	5	4	5	4	5	36
72	3	4	4	4	4	4	4	4	31
73	5	4	3	4	3	4	4	4	31
74	4	5	4	4	4	4	5	4	34
75	4	4	5	5	5	4	5	5	37
76	5	4	4	4	3	4	4	4	32
77	4	4	3	4	3	4	4	4	30

78	5	4	4	4	4	4	4	4	33
79	4	3	4	4	4	4	5	4	32
80	2	4	3	3	4	4	3	3	26
81	4	4	5	5	4	5	5	5	37
82	5	4	4	4	4	4	4	4	33
83	4	5	4	4	4	4	4	4	33
84	4	4	4	4	4	4	5	4	33
85	5	4	5	5	5	4	4	5	37
86	5	4	4	4	3	4	5	4	33
87	5	4	3	4	3	4	4	4	31
88	5	4	4	4	4	4	4	4	33
89	4	5	4	4	4	4	5	4	34
90	4	4	3	3	4	4	3	3	28
91	4	4	5	5	4	5	4	5	36
92	4	4	3	3	4	4	4	4	30
93	4	5	4	4	4	4	4	4	33
94	4	5	5	5	4	4	5	4	36
95	5	4	5	5	5	4	4	5	37
96	4	5	4	4	3	4	4	4	32
97	4	4	3	4	3	4	5	4	31
98	4	4	4	4	4	4	4	4	32
99	5	4	4	4	4	4	4	4	33
100	4	4	5	5	5	4	5	5	37



**Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas X<sub>1</sub> (Literasi Keuangan Digital)**

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.523**	.766**	.554**	.369**	.216*	.535**	.010	.734**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.031	.000	.922	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.523**	1	.720**	.878**	.370**	.358**	.534**	.375**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.766**	.720**	1	.830**	.541**	.387**	.349**	.343**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.554**	.878**	.830**	1	.402**	.402**	.542**	.430**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.369**	.370**	.541**	.402**	1	.074	-.089	.798**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.463	.380	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.216*	.358**	.387**	.402**	.074	1	.082	-.007	.338**
	Sig. (2-tailed)	.031	.000	.000	.000	.463		.419	.941	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.535**	.534**	.349**	.542**	-.089	.082	1	-.050	.426**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.380	.419		.619	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.010	.375**	.343**	.430**	.798**	-.007	-.050	1	.524**
	Sig. (2-tailed)	.922	.000	.000	.000	.000	.941	.619		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.734**	.777**	.897**	.853**	.686**	.338**	.426**	.524**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.848	8

### Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas X<sub>2</sub> (Pertumbuhan Usaha)

**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.263**	.352**	.378**	.240*	.091	.592**
	Sig. (2-tailed)		.008	.000	.000	.016	.370	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.263**	1	.311**	.356**	.273**	.249*	.703**
	Sig. (2-tailed)	.008		.002	.000	.006	.012	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.352**	.311**	1	.300**	.080	.004	.556**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.002	.430	.969	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.378**	.356**	.300**	1	.260**	.115	.647**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002		.009	.255	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.240*	.273**	.080	.260**	1	.376**	.602**
	Sig. (2-tailed)	.016	.006	.430	.009		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.091	.249*	.004	.115	.376**	1	.537**
	Sig. (2-tailed)	.370	.012	.969	.255	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.592**	.703**	.556**	.647**	.602**	.537**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.650	6

### Lampiran 8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Y (Kinerja Keuangan)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.502**	.414**	.281**	.364**	.464**	.450**	.062	.664**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.005	.000	.000	.000	.542	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.502**	1	.320**	.387**	.400**	.498**	.346**	.059	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.000	.000	.561	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.414**	.320**	1	.553**	.445**	.464**	.548**	.114	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000	.000	.000	.259	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.281**	.387**	.553**	1	.446**	.657**	.509**	.121	.741**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000		.000	.000	.000	.232	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.364**	.400**	.445**	.446**	1	.551**	.542**	.179	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.075	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.464**	.498**	.464**	.657**	.551**	1	.486**	.075	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.459	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7	Pearson Correlation	.450**	.346**	.548**	.509**	.542**	.486**	1	.106	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.295	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.8	Pearson Correlation	.062	.059	.114	.121	.179	.075	.106	1	.282**
	Sig. (2-tailed)	.542	.561	.259	.232	.075	.459	.295		.005
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.664**	.659**	.717**	.741**	.741**	.795**	.752**	.282**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.005	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	8

## Lampiran 9 Hasil Uji Normalitas

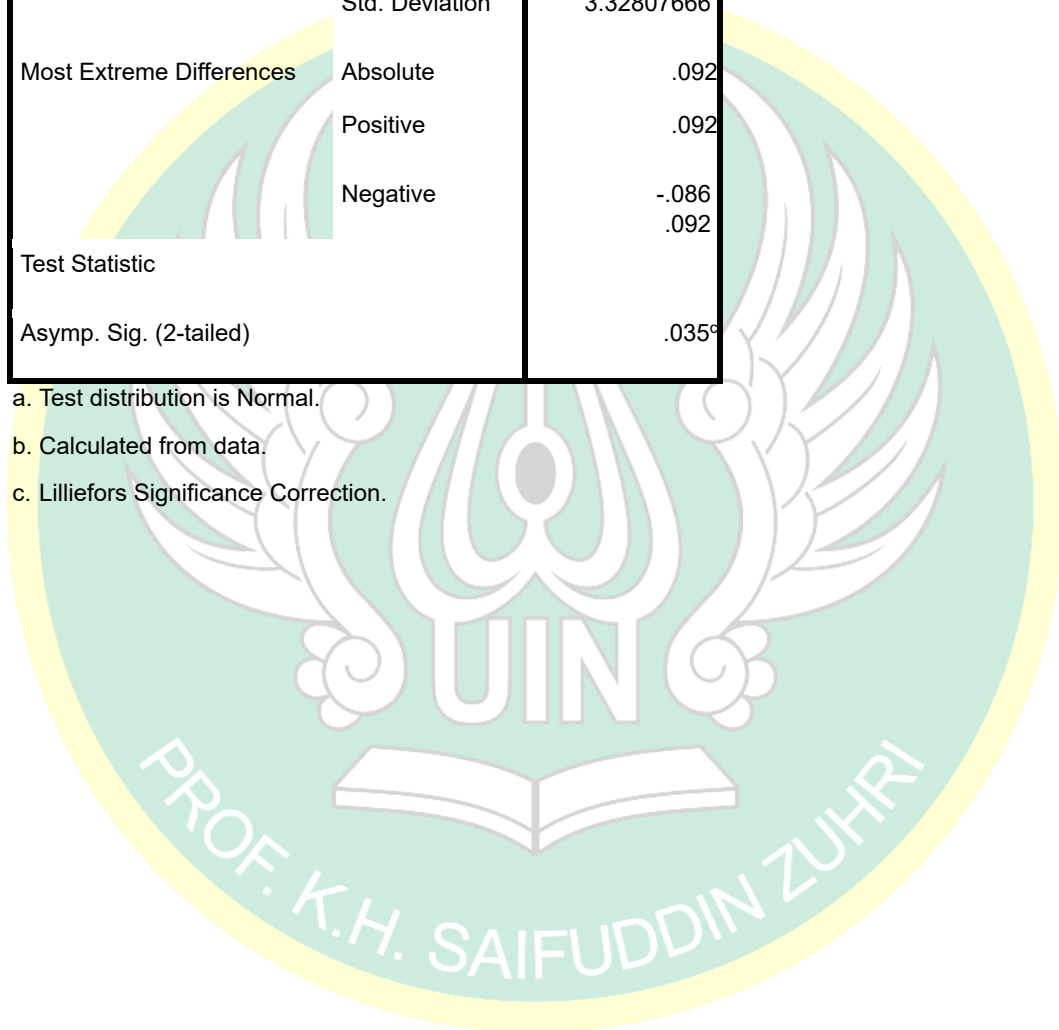
### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>		
	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.32807666
Most Extreme Differences		
	Absolute	.092
	Positive	.092
	Negative	-.086
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.035 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



## Lampiran 10 Hasil Uji Multikolinearitas

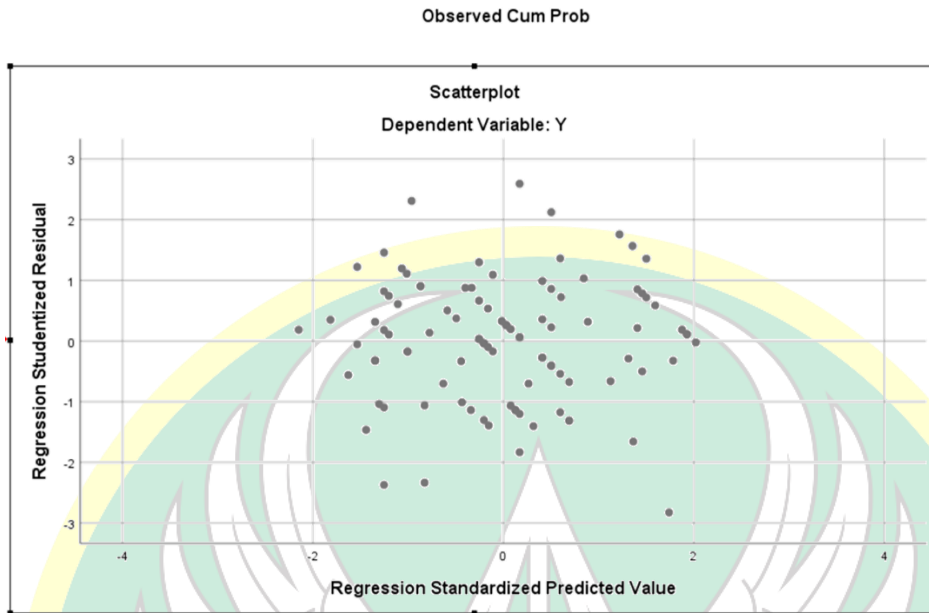
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	21.387	4.443		4.814	.000		
	Literasi Keuangan Digital	.268	.121	.216	2.213	.029	.993	1.007
	Pertumbuhan Usaha	.194	.108	.176	1.804	.074	.993	1.007

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan



## Lampiran 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas



UIN  
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI



## Lampiran 12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.387	4.443		4.814	.000
	Literasi Keuangan Digital	.268	.121	.216	2.213	.029
	Pertumbuhan Usaha	.194	.108	.176	1.804	.074

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

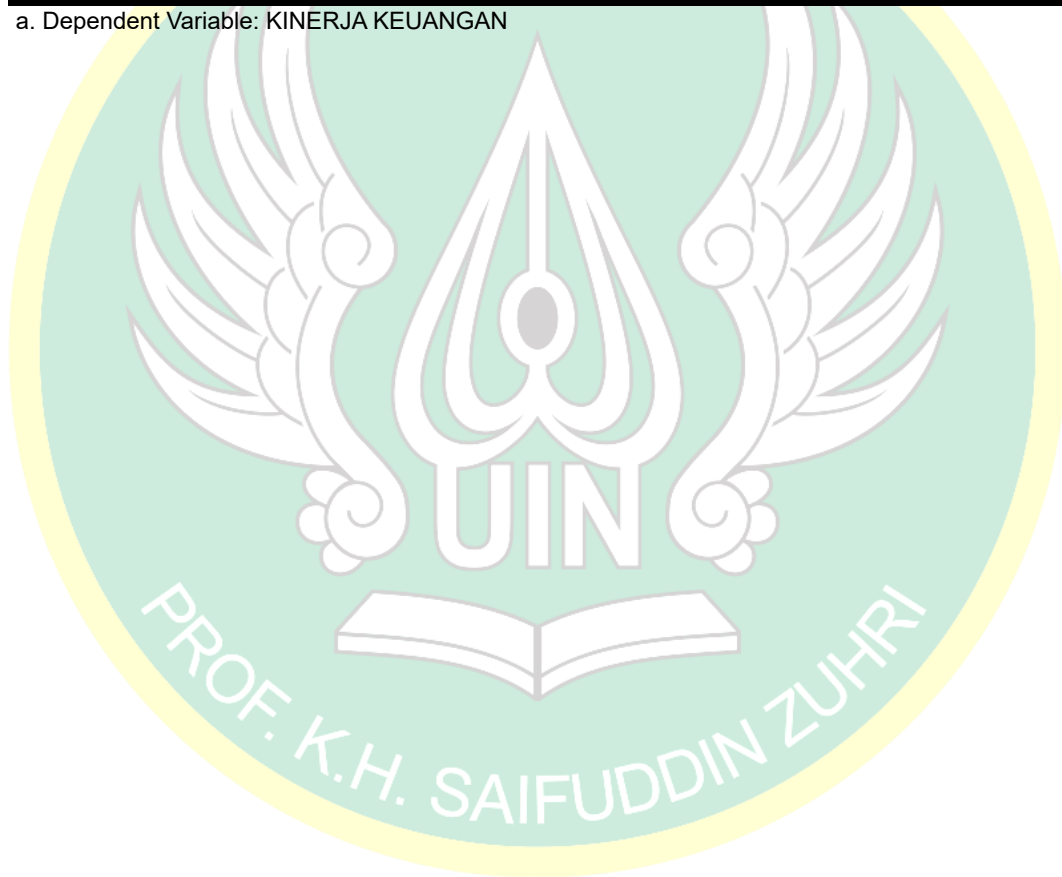


### Lampiran 13 Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.530	3.394		6.932	.000
	LITERASI KEUANGAN DIGITAL	1.739	.675	.251	2.577	.001
	PERTUMBUHAN USAHA	.171	.108	.155	4.588	.005

a. Dependent Variable: KINERJA KEUANGAN



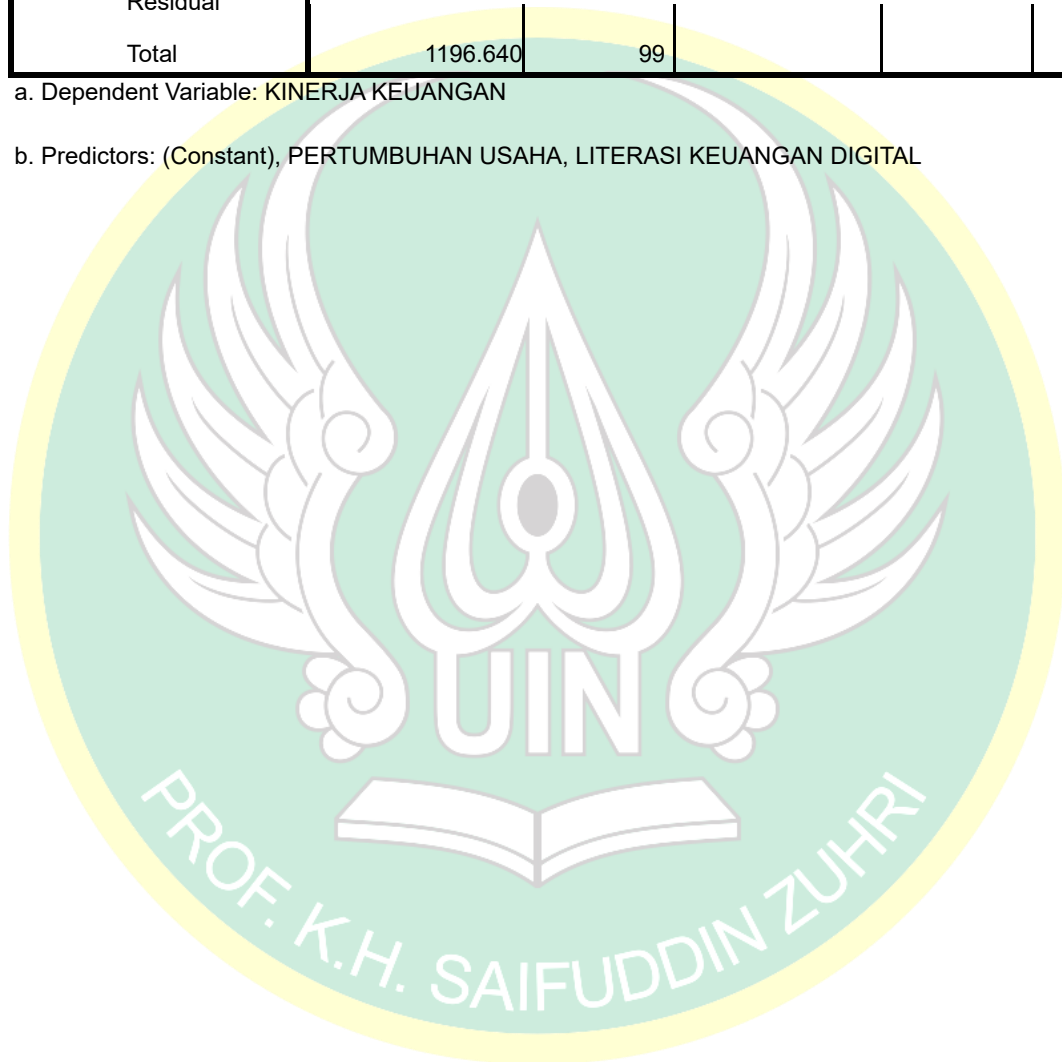
## Lampiran 14 Hasil Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1					
Regression	118.558	2	59.279	5.334	.006 <sup>b</sup>
Residual	1078.082	97	11.114		
Total	1196.640	99			

a. Dependent Variable: KINERJA KEUANGAN

b. Predictors: (Constant), PERTUMBUHAN USAHA, LITERASI KEUANGAN DIGITAL



### Lampiran 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.789 <sup>a</sup>	.784	.765	3.36221

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Usaha, Literasi Keuangan Digital



## Lampiran 16 Surat Perizinan Observasi Pendahuluan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsaiu.ac.id

Nomor : 1403/Un.19/WD.I.FEBI/PP.009/8/2024 6 Agustus 2024  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Observasi Pendahuluan

Kepada Yth.  
Bapak/Ibu Pimpinan KAMPUNG MARKETER PURBALINGGA  
Di  
PURBALINGGA

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, yang berjudul PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN PERTUMBUHAN USAHA TERHADAP KINERJA KEUANGAN UMKM DI KAMPUNG MARKETER PURBALINGGA.

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin Observasi Pendahuluan kepada mahasiswa/i kami atas nama:

Nama : AFINA FARHATUN NISA  
NIM : 2017202278  
Prodi / Semester : S-1 Perbankan Syariah / IX

Adapun Observasi Pendahuluan tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

Objek Penelitian : CEO Kampung marketer  
Tempat Penelitian : KAMPUNG MARKETER PURBALINGGA  
Waktu Penelitian : 7 Agustus 2024 s/d 10 Agustus 2024  
Metode Penelitian : Wawancara

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wa'alaikumsalam Wr. Wb.*



a.n. Dekan,  
Wakil Dekan I,

*[Signature]*  
Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.

## Lampiran 17 Izin Riset Individual



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 1465/Un.19/WD.I.FEBI/PP.009/8/2024 23 Agustus 2024  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Riset Individual

Kepada Yth.  
Bapak/Ibu Pimpinan UMKM KAMPUNG MARKETER PURBALINGGA  
Di  
PURBALINGGA

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, yang berjudul PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN PERTUMBUHAN USAHA TERHADAP KINERJA KEUANGAN UMKM DI KAMPUNG MARKETER PURBALINGGA.

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin Riset Individual kepada mahasiswa/i kami atas nama:

Nama : AFINA FARHATUN NISA  
NIM : 2017202278  
Prodi / Semester : S-1 Perbankan Syariah / IX

Adapun Riset Individual tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

Objek Penelitian : UMKM  
Tempat Penelitian : UMKM KAMPUNG MARKETER PURBALINGGA  
Waktu Penelitian : 26 Agustus 2024 s/d 7 September 2024  
Metode Penelitian : Wawancara

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wa'alaikumsalam Wr. Wb.*



a.n. Dekan,  
Wakil Dekan I,

Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.

**Lampiran 18 Dokumentasi Riset & Penyebaran Angket Kuesioner**







## Lampiran 19 Kuesioner pelaku UMKM

### IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama : Siti Mubharom
2. Jenis Kelamin
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
3. Usia
  - a. 19 s/d 25 tahun
  - b. 26 s/d 35 tahun
  - c. 36 s/d 50 tahun
4. Pengusaha / UMKM
  - a. Usaha Mikro
  - b. Startup UMKM
  - c. Usaha kecil
  - d. Usaha menengah
5. Apakah Saudara/I mempunyai usaha?
  - a. Ya
  - b. Tidak
6. Apakah Saudara/I berada di Wilayah Kampung Marketer Purbalingga?
  - a. Ya
  - b. Tidak
7. Darimana Saudara/I mengetahui Aplikasi atau platform keuangan digital?
  - a. Keluarga
  - b. Teman
  - c. Internet
  - d. Sosial Media
  - e. Browsur
  - f. Lainnya

### PETUNJUK PENGISIAN & PERNYATAAN

8. Isilah identitas secara lengkap
9. Mengetahui tentang
10. Berminat atau
11. Sebelum mengisi kuisisioner, bacalah terlebih dahulu setiap butir pernyataan dengan seksama dan teliti.
12. Silahkan pilih salah satu yang menurut saudara/I paling sesuai dengan keadaan yang anda alami dengan memberikan tanda centang (✓) pada kolom pilihan jawaban yang telah disediakan.
13. Perhatikan salah satu jawaban saudara/I jangan sampai ada yang terlewat.

## KUISIONER

### 1. Pengetahuan Literasi Keuangan Digital (X<sub>1</sub>)

NO	PERNYATAN	STS	TS	CS	S	SS
1.	Menurut saya dengan pengetahuan keuangan digital yang memadai saya dapat terhindar dari segala bentuk penipuan uang.				✓	
2.	Sebelum saya menggunakan aplikasi keuangan digital, saya harus mengerti konsep dari keuangan digital.	✓				
3.	Saya mengetahui apa saja produk dari aplikasi keuangan digital.			✓		
4.	Saya mampu menggunakan aplikasi keuangan digital untuk melakukan berbagai transaksi seperti transfer uang, pembayaran tagihan, dan pengecekan saldo			✓		
5.	Sebelum menggunakan aplikasi keuangan digital, saya harus memahami apa saja langkah-langkah keamanan yang perlu diambil saat melakukan transaksi digital.		✓			
6.	Saya memahami dan mampu menggunakan fitur keamanan yang		✓			

	disediakan oleh aplikasi keuangan digital seperti autentikasi dua faktir dan notifikasi transaksi.					
7.	Saya merasa mudah mengakses dan memahami laporan bulanan serta riwayat transaksi yang disediakan oleh aplikasi keuangan digital			✓		
8.	Saya merasa puas dengan kecepatan dan akurasi informasi yang diberikan secara real-time oleh aplikasi keuangan digital.		✓			

## 2. Pertumbuhan Usaha (X<sub>2</sub>)

NO	PERNYATAN					
1.	Saya memiliki rencana keuangan jangka panjang secara periodik yang jelas untuk mencapai tujuan keuangan saya.			✓		
2.	Saya memiliki kebiasaan menabung secara rutin dan mengelola pengeluaran saya dengan baik untuk mendukung pertumbuhan keuangan saya.			✓		
3.	Menurut saya usaha harus memiliki rencana pertumbuhan jangka panjang yang jelas dan terukur untuk mencapai tujuan strategis.		✓			
4.	Pengelolaan sumber daya manusia dan finansial yang efektif berkontribusi pada	✓				

	pencapaian pertumbuhan strategis usaha					
5.	Menurut saya struktur organisasi harus disesuaikan secara efektif agar mendukung pertumbuhan usaha yang pesat		✓			
6.	Investasi dalam infrastruktur dan teknologi baru telah memperkuat struktur perusahaan untuk menangani pertumbuhan yang meningkat		✓			

### 3. Kinerja Keuangan (Y)

NO	PERNYATAN					
1.	Saya merasa bahwa perencanaan anggaran bulanan yang dilakukan pada usaha kami cukup efektif untuk mengelola keuangan	✓				
2.	Menurut saya usaha yang memiliki rencana keuangan jangka panjang yang jelas dapat mendukung tujuan pertumbuhan usaha		✓			
3.	Usaha kami secara rutin melakukan investasi untuk mendukung pertumbuhan usaha dan meningkatkan kapasitas produksi.			✓		
4.	Usaha yang saya jalankan memiliki akses yang baik terhadap berbagai sumber permodalan untuk			✓		

	mendukung proyek investasi dan ekspansi.					
5.	Sistem pengendalian internal yang diterapkan pada usaha kami efektif dalam mencegah kesalahan dan penyelewengan keuangan		✓			
6.	Secara teratur memantau dan mengevaluasi kinerja keuangan untuk memastikan pencapaian target yang telah ditetapkan		✓			
7.	Perusahaan kami menyediakan informasi keuangan yang transparan dan akurat kepada pemegang saham.			✓		
8.	Kami memiliki strategi komunikasi yang baik dengan investor untuk menjaga hubungan yang positif dan memberikan pembaruan tentang kinerja perusahaan			✓		

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Afina Farhatun Nisa
2. NIM : 2017202278
3. Tempat, Tanggal lahir : Purbalingga, 23 Mei 2002
4. Alamat Rumah : Desa Sokawera, Padamara Purbalingga
5. Nama Ayah : Rohmat
6. Nama Ibu : Laeli Nuraeni

### B. Riwayat Pendidikan

1. MI Ma'arif NU Sokawera : 2008-2014
2. MTs Aisyah Bandung : 2014-2017
3. MAN Purbalingga : 2017-2020
4. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto : 2020-2024

### C. Pengalaman Organisasi

1. PMII (Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia)
2. HMJPS (Himpunan Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah) 2021/2022, dan 2022/2023
3. DEMA FEBI ( Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam ) 2023/2024

Purwokerto, 5 Oktober 2024

Saya yang menyatakan,



**Afina Farhatun Nisa**

**NIM. 2017202278**

