

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENGGUNAAN *E-COMMERCE* TERHADAP KINERJA UMKM

Nur Rachma Waty¹, Nurabiah²

¹Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram

Email: nurrachmawaty15@gmail.com

²Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram

Email: nurabiah@unram.ac.id

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk menguji dampak literasi keuangan dan penggunaan *e-commerce* terhadap kinerja UMKM, di sektor kuliner di Kota Mataram. Kerangka *Theory of Planned Behavior*, (TPB) mengartikan dinamika hubungan di mana literasi keuangan dianggap sebagai perwujudan dari kontrol perilaku yang di rasakan, sementara *e-commerce* dianggap sebagai sikap terhadap perilaku dan norma subjektif. Studi ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan pendekatan survei, yang meliputi penyebaran kuesioner dan menerapkan teknik sampling yakni *purposive sampling* dalam menentukan jumlah responden, sehingga terpilih 275 responden dari UMKM yang telah menggunakan *e-commerce*. Analisis data yang menggunakan PLS dan perangkat lunak SmartPLS 4. Temuan penelitian ini membuktikan bagaimana literasi keuangan dan penggunaan *e-commerce* mempengaruhi kinerja UMKM secara positif dan signifikan. Pengaruh *e-commerce* lebih besar (0.418) di bandingkan dengan literasi keuangan dengan nilai (0.332). Dari data deskriptif menunjukkan peningkatan pendapatan yang signifikan bagi sebagian besar UMKM setelah mengadopsi *e-commerce*. Model penelitian ini menjelaskan 31,9% variasi dalam kinerja UMKM (*r-square* = 0.319). Keterbatasan studi ini terletak pada penelitiannya yang hanya dilakukan pada UMKM sektor kuliner di Kota Mataram, yang menyebabkan temuannya tidak dapat digeneralisasikan pada sektor dan wilayah lainnya. Penelitian ini membuktikan dan memperkuat temuan dari beberapa penelitian sebelumnya mengenai pentingnya pengaruh dari literasi keuangan serta penggunaan *e-commerce* dalam meningkatkan kinerja.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Penggunaan E-Commerce, Kinerja UMKM, Theory of Planned Behavior

ABSTRACT

This study aims to examine the impact of financial literacy and e-commerce usage on the performance of SMSEs, in the culinary sector in Mataram City. The Theory of Planned Behavior, (TPB) framework interprets the dynamics of relationship where financial literacy is considered a manifestation of perceived behavioral control, while e-commerce is regarded as an attitude toward behavior and subjective norm. This study employs a quantitative methodology with a survey approach, which includes distributing questionnaires and applying purposive sampling technique to determine the number of respondents, resulting in 275 respondents from SMSEs that have used e-commerce. Data analysis was conducted using PLS and SmartPLS 4 software. The findings of this study demonstrate how financial literacy and e-commerce usage positively and significantly affect SME performance. The impact of e-commerce is greater (0.418) compared to financial literacy, which has a value of (0.332). descriptive data shows a significant increase in income for most SMEs after adopting e-commerce. This research model explains 31.9% of the variation in SMSE performance (r-square = 0.319). The limitation of this study lies in the fact that the research was conducted only on culinarry sector SMSEs in Mataram, which means the finding cannot be generalized to other sector and regions. Several previous studies have confirmed and strengthened the importance of financial literacy and the use of e-commerce in improving performance, which this study also supports.

Keywords: Financial Literacy, E-Commerce Usage, MSMEs Performance, Theory of Planned Behavior

I. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) adalah fondasi penting yang meningkatkan ekonomi suatu negara. UMKM memiliki pengaruh yang relatif tinggi dalam pertumbuhan perekonomian nasional maupun wilayah, berperan menjadi dasar bagi stabilitas ekonomi negara. Kontribusi UMKM terhadap penciptaan ekspor telah mencapai global, sebagai pendorong kemajuan ekonomi. Sektor UMKM mendorong kemajuan ekonomi dengan mengurangi kemiskinan, menciptakan peluang kerja, dan meningkatkan perekonomian daerah. Berdasarkan data kementerian koordinator bidang perekonomian (2023) sektor UMKM menyumbang sekitar 61% PDB, dengan 97% dari kontribusinya berfungsi sebagai sektor yang menyerap tenaga kerja dan menciptakan lapangan kerja, sehingga menjadi sumber pendapatan penting bagi masyarakat, Hamida *et al.*, (2023); Hue *et al.*, (2020), UMKM secara signifikan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dan pemerataan pendapatan (Hisnul *et al.*, 2022). Ini menandakan bahwa terdapat pengaruh yang besar dari UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Meskipun kontribusi mereka terhadap nasional cukup signifikan, UMKM lokal menghadapi hambatan terkait keberlanjutan. Data pemerintah Kota Mataram yang menunjukkan tren yang mengkhawatirkan, dengan jumlah unit UMKM turun drastis dari puncaknya sebanyak 22.473 unit pada tahun 2022 menjadi hanya 10.562 unit pada tahun 2024, sebagaimana data yang tercatat oleh Satu Data NTB (2025), dalam waktu <2 tahun penurunan hampir 50% terjadi, hal ini menunjukkan adanya masalah signifikan yang mengancam keberlanjutan dan kinerja UMKM di Kota Mataram.

Kurangnya literasi keuangan berkontribusi pada penurunan pendapatan, Effendi & Subroto, (2021) yang kemungkinan terkait dengan kapasitas wirausahawan yang kurang dalam menghadapi masalah ekonomi digital. Masalah utama yang dihadapi adalah literasi keuangan yang kurang dan penggunaan teknologi *e-commerce* yang tidak memadai. Bagi pemilik UMKM literasi keuangan berperan penting terkait bagaimana mengelola, memahami serta menilai data yang memengaruhi pengambilan keputusan keuangan demi keberlanjutan bisnis, sehingga meningkatkan kinerja UMKM dalam jangka panjang, Zairina & Pabulo, (2023); Ramadhan & Indrayeni, (2024), pemahaman yang baik terhadap literasi keuangan akan memberikan kemampuan bagi pelanggan membuat keputusan dengan lebih baik serta melakukan pengeluaran dengan tepat, (Wahyono & Hutahayan, 2021). Literasi keuangan yang baik berkaitan dengan pengambilan keputusan keuangan dengan lebih mendalam (Kusuma *et al.*, 2021).

Hal ini didukung temuan studi terdahulu dari Ramdhani *et al.*, (2022); Afifah & Triyanto, (2023); Nareswari & Winarsih, (2024); Ahmad *et al.*, (2024); Harefa & Sri, (2024); Idawati & Pratama, (2020); Arrasyidah & Syarif, (2024); Hamida *et al.*, (2023); Wismanjaya & Werastuti, (2022); At Taufiq & Pabulo, (2023); Kusuma *et al.*, (2021); Suardana & Musmini, (2020); Asisa *et al.*, (2022); Zanaria *et al.*, (2023); Margareta & Mandasari, (2025) menemukan bahwa kinerja UMKM dipengaruhi oleh literasi keuangan dan *e-commerce* secara positif dan signifikan, sedangkan dalam studi sebelumnya dari, Lubis *et al.*, (2024); Jappa Nuni *et al.*, (2024); Khotmi *et al.*, (2024); Fachrunnisa *et al.*, (2024); Mawarni *et al.*, (2023) menemukan tidak terdapat pengaruh secara signifikan dari literasi keuangan terhadap kinerja UMKM.

Tidak hanya dengan menerapkan literasi keuangan dalam mengoptimalkan kinerja tetapi juga dengan menggabungkan dengan penggunaan *e-commerce* di dalam menjalankan UMKM di Kota Mataram. Melalui penrapan teknologi informasi khususnya *e-commerce* suatu usaha dapat meluaskan target konsumen mereka yang akan mengoptimalkan kemudahan jangkauan produk, Siallagan, (2020); Ramadhan & Indrayeni, (2024). Pengembangan bisnis secara internal terkait dengan *e-commerce* dan kinerja UMKM, Reza *et al.*, (2024) menjadikan *e-commerce* sebagai unsur penting dalam memperkuat daya saing UMKM, Maya & Husda, (2024); serta mempermudah kenyamanan konsumen dalam berbelanja online (Rusdi *et al.*, 2023; Zanaria *et al.*, 2023).

Studi sebelumnya yang dilakukan oleh, Ramdhani et al., (2022); Armiani et al., (2021); Berlilana et al., (2020); Tirtayanti & Herawati, (2025); Dewi & Masdiantini, (2023); *Setiawati et al.*, (2021); Maya & Husda, (2024); Bunadi & Nurlinda, (2023); Wijaya & Widjaja, (2023); Zanaria et al., (2023); Al-Ajib & Mutmainah, (2022); (Nurbayani & Yuliati, 2024); dan (Margareta & Mandasari, 2025) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif penggunaan e-commerce terhadap kinerja. Berbanding terbalik dengan studi sebelumnya dari, (Khotmi et al., 2024); (Rusdi et al., 2023); (Banowaty, 2021); (Subagio & Saraswati, 2020); (Prasetyo & Farida, 2022); dan (Mawarni et al., 2023) menemukan *e-commerce* tidak memberikan dampak secara signifikan terhadap kinerja.

Penelitian sebelumnya mengungkapkan adanya ketidakkonsistenan dalam hasil penelitian terdahulu mengenai bagaimana kinerja di pengaruhi oleh literasi keuangan dan juga *e-commerce*, dalam menjelaskan mekanisme yang mendasari fenomena di dalam studi ini *Theory of Planned Behavior* (TPB) akan digunakan dalam menyatakan bahwa niat perilaku (*behavioral intention*) yang kuat mendorong kinerja usaha yang lebih baik, yang dipengaruhi dan terbentuk oleh sikap, norma subjektif serta kontrol perilaku yang dirasakan. Literasi keuangan dianggap sebagai bentuk dari *perceived behavioral control* atas sumberdaya keuangan, selain itu adopsi *e-commerce* merefleksikan sikap terhadap inovasi dan norma subjektif yang dipengaruhi oleh tekanan kompetitif. Pendekatan TPB menganalisis dampak langsung dan menemukan isu perilaku mendasar yang menjelaskan perbedaan statistik UMKM di Mataram. Studi ini akan menguji bagaimana kinerja UMKM di pengaruhi oleh literasi keuangan dan penggunaan *e-commerce*.

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior adalah landasan teori dasar dalam psikologi sosial yang menjelaskan bagaimana niat seseorang saat melakukan suatu perilaku di bentuk dengan 3 faktor utama: sikap terhadap perilaku (*Attitude Toward Behavior*), norma subjektif (*Subjective Norm*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived Behavioral Control*). Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB), (Ajzen, 1991). Niat ini kemudian bertindak sebagai indikator utama tindakan nyata seseorang sehingga di dalam penelitian ini akan di gunakan dalam menganalisis bagaimana kinerja UMKM dipengaruhi oleh literasi keuangan dan *e-commerce*.

Sikap terhadap Perilaku (*Attitude toward Behavior*)

Sikap terhadap Perilaku (*Attitude toward Behavior*) yaitu tingkat di mana seseorang menilai suatu perilaku sebagai hal yang positif dengan memperkuat keyakinan diantara pemilik UMKM bahwa dengan manajemen keuangan yang baik dapat memberikan hasil yang menguntungkan. Persepsi mengenai efek yang di dihasilkan mempengaruhi sikap. Secara bersamaan, literasi keuangan akan meningkatkan *Perceived Behavioral Control* (PBC) oleh pemilik UMKM dengan memperkuat keyakinan pada diri sendiri (*self-efficacy*) dalam mengelola keuangan bisnis mereka. Jika seseorang memandang bahwa suatu tindakan memberikan keuntungan sikap mereka cenderung baik, sehingga mendorong kemauan melakukan tindakan tersebut.

Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

Norma Subjektif (*Subjective Norm*) tekanan sosial yang dirasakan individu yang disebabkan individu lain termasuk dalam tren industri dan harapan pelanggan digital, mempengaruhi keputusan mereka untuk terlibat dalam suatu perilaku. Persepsi ini juga mempengaruhi *Perceived Behavioral Control* (PBC) dalam kemudahan akses dan penggunaan teknologi *e-commerce*. Sehingga meningkatkan persepsi dalam kontrol pemilik UMKM terhadap perluasan pasar dan

operasional bisnis. Norma yang kuat akan memengaruhi niat *individu* untuk menyesuaikan diri dengan standar masyarakat.

Kontrol Perilaku yang Dirasakan (*Perceived Behavioral Control*)

Merupakan penilaian seseorang terhadap kemudahan dan kesulitan yang dialami dari tingkah laku yang terpengaruh dari pengalaman, ketersediaan sumber daya serta hambatan yang ditemui. Penelitian ini menunjukkan komitmen dari pemilik UMKM untuk mengadopsi praktik keuangan dan meningkatkan strategi *e-commerce*. Tujuan ini dipengaruhi oleh tiga determinan dari TPB sehingga nantinya terwujud sebagai perilaku nyata dalam manajemen bisnis, yang secara langsung mempengaruhi peningkatan kinerja UMKM. Semakin meningkat rasa kontrol yang dirasakan akan memberikan peningkatan dalam melakukan tingkah laku tersebut.

Perumusan Hipotesis:

Mengacu pada landasan teori di atas, maka dirumuskan hipotesis penelitian:

Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM

Literasi keuangan memberikan pengaruh dalam persepsi individu mengenai kondisi keuangan mereka, sehingga akan memberikan dampak dalam mengambil keputusan dan manajemen keuangan strategis bagi pemilik bisnis. Dengan demikian, manajemen yang lebih baik berhubungan dengan peningkatan kinerja (Nareswari & Winarsih, 2024).

Literasi Keuangan sebagaimana di pandang oleh penyedia layanan keuangan, mencakup penyediaan pengetahuan yang cukup baik terkait produk, pengetahuan terhadap risiko serta efisiensi biaya bagi pelanggan, (Wahyono & Hutahayan, 2021). Dengan mengetahui bagaimana literasi keuangan yang baik akan memudahkan pemahaman manajemen keuangan, penyusunan anggaran, strategi investasi dan pengelolaan arus kas yang efektif dalam operasional bisnis, memberdayakan UMKM dalam mengambil keputusan dengan tepay dan menurunkan risiko kebangkrutan. Kinerja UMKM bisa ditingkatkan dengan menambahkan kapasitas keuangan para pelaku usaha (Ruli et al., 2021).

Studi ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya dari, (Ramdhani et al., 2022); (Afifah & Triyanto, 2023); (Nareswari & Winarsih, 2024); (Ahmad et al., 2024); (Harefa & Sri, 2024); (Idawati & Pratama, 2020); (Arrasyidah & Syarif, 2024); (Hamida et al., 2023); (Wismanjaya & Werastuti, 2022); (Kusuma et al., 2021); (Asisa et al., 2022); (At Taufiq & Pabulo, 2023); (Suardana & Musmini, 2020); (Zanaria et al., 2023); (Margareta & Mandasari, 2025) membuktikan adanya pengaruh yang diberikan literasi keuangan secara positif dan signifikan terhadap kinerja. Dengan demikian, studi ini akan melakukan uji hipotesis sebagai berikut:

H1: Literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM

Penggunaan *e-commerce* terhadap kinerja UMKM

Pemanfaatan *e-commerce* untuk pemasaran produk termasuk barang dan jasa, menunjukkan kemajuan teknologi yang memungkinkan UMKM mengakses perdagangan internasional secara lebih mudah dan *real-time*, (Putrie & Ariani, 2024). Penggunaan *e-commerce* memberikan peluang produsen memperluas jangkauan pasar serta memfasilitasi konsumen dalam membuat keputusan yang tepat melalui kemungkinan yang ditawarkan produsen dengan bantuan komputer, (Ramdhani et al., 2022). Peningkatan penjualan melalui *e-commerce* secara signifikan meningkatkan keberhasilan usaha, (Dewi & Damayanthi, 2023). Melalui adopsi teknologi informasi, UMKM dapat meningkatkan efisiensi proses bisnis, memberikan pelayanan dan inovasi produk yang lebih baik serta memperluas jangkauan pemasaran kepada pelanggan. Penggunaan teknologi informasi

pada UMKM dapat secara nyata meningkatkan kinerja keuangan mereka (Nuraini & Prasetyo, 2023).

Hasil ini sejalan dengan temuan peneliti sebelumnya dari, (Dewi & Damayanthi, 2023); (Fausiatunnisa et al., 2024); (Ramdhani et al., 2022); (Armiani et al., 2021); (Berlilana et al., 2020); (Tirtayanti & Herawati, 2025); (Dewi & Masdiantini, 2023); (Setiawati et al., 2021); (Maya & Husda, 2024); (Bunadi & Nurlinda, 2023); (Wijaya & Widjaja, 2023); (Zanaria et al., 2023); (Al-Ajib & Mutmainah, 2022); (Nurbayani & Yuliati, 2024); (Margareta & Mandasari, 2025) mengungkapkan bahwasanya penggunaan *e-commerce* mempengaruhi kinerja UMKM. Karenanya penelitian ini menguji kembali hipotesis berikut:

H2: Penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja UMKM

II. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif. Penelitian ini akan menggunakan survei dengan distribusi kuesioner dalam pengumpulan data responden. Populasi dalam penelitian meliputi para pelaku UMKM sektor kuliner di wilayah Kota Mataram, dan diperkirakan jumlah UMKM mencapai 878 unit pada tahun 2024. Metode sampling yang digunakan yakni *purposive sampling*. Sampling adalah metode penentuan sampel dengan menentukan penggunaannya dalam penelitian (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian, sampel dikumpulkan menggunakan kriteria yang di tentukan oleh penulis. Adapun kriteria responden pada penelitian yakni: 1. Usaha UMKM di sektor kuliner dan 2. Dalam melakukan penjualan responden telah menggunakan *e-commerce*. Ukuran sampel di tentukan menggunakan rumus slovin, menghasilkan 275 responden dengan *margin of error* 5%.

Adapun data didapatkan dengan mendistribusikan kuesioner secara online. Alat penelitian dalam penelitian ini akan digunakan skala likert untuk menilai. Analisis data menggunakan *Partial Least Squares* (PLS) dan menggunakan perangkat lunak SmartPLS4.0.

Tabel 1. Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Literasi keuangan (X1) (Sari et al., 2024; Fadhil et al., 2024; Wahyuni et al., 2021; Mawarni et al., 2023)	1. Persepi pengetahuan keuangan 2. Persepi perilaku keuangan 3. Persepi sikap terhadap keuangan	Likert
2	<i>E-commerce</i> (X2) (Fitroh A L., 2020; Aulia & Nurabiah, 2025)	1. Persepi pemsaran atau marketing 2. Persepi pelayanan yang di lakukan 3. Persepi kemudahan transaksi 4. Persepi kemudahan pengaksesan	Likert
3	Kinerja UMKM (Y) (Silvia et al., 2022; Inayah & Hasanah, 2024)	1. Persepi pertumbuhan penjualan 2. Persepi pertumbuhan modal 3. Persepi penambahan tenaga kerja 4. Persepi pertmbuhan pasar	Likert

Sumber: Data (2025)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden

Tabel 2. Karakteristik responden

Variabel	frekuensi	Persentase (%)
Jenis usaha		
Kuliner	275	100%
Alamat usaha		
Kecamatan Ampenan	35	13%
Kecamatan Cakranegara	53	19%
Kecamatan Mataram	43	16%
Kecamatan Sandubaya	50	18%
Kecamatan Sekarbela	38	14%
Kecamatan Selaparang	56	20%
Jumlah	275	100%
Lama usaha menggunakan e-commerce		
0-6 Bulan	8	3%
7 Bulan-1 Tahun	15	5%
>1 Tahun	252	92%
Jumlah	275	100%
Pendapatan perbulan sebelum menggunakan e-commerce		
Rp 1-3 juta	81	29%
Rp 4-6 juta	136	49%
Rp 7-9 juta	48	17%
Rp > 9 Juta	10	4%
Jumlah	275	100%
Pendapatan perbulan sesudah menggunakan e-commerce		
Rp 1-3 juta	36	13%
Rp 4-6 juta	138	50%
Rp 7-9 juta	72	26%
> 9 Juta	29	11%
Jumlah	275	100%

Sumber: Data (2025)

Berdasarkan tabel 2 karakteristik responden menunjukkan responden merupakan pelaku usaha yang semuanya berasal dari UMKM sektor kuliner dengan pengalaman menggunakan *e-commerce* >1 tahun (92%) yang mengindikasikan tingginya tingkat penggunaan *e-commerce*. Pengaruh positif dari penerapan *e-commerce* dalam UMKM terlihat dari berkurangnya jumlah usaha yang berpendapatan rendah Rp 1-3 juta/bulan dari sekitar 81 responden atau 29% sebelum menggunakan *e-commerce* menurun menjadi sebanyak 36 responden atau 13% setelah menggunakan *e-commerce*. Pendapatan Rp 4-6 juta/bulan yang di mana sebelum menggunakan *e-commerce* sebanyak 136 responden atau 49% mengalami peningkatan menjadi 138 responden atau 50% setelah menggunakan *e-commerce*.

Pada pendapatan Rp 7-9 juta/bulan sebelum menggunakan *e-commerce* juga mengalami peningkatan pendapatan yakni dari sebanyak 48 responden atau 17% menjadi sebanyak 72 responden atau 26% setelah menggunakan *e-commerce* dalam usahanya. Dan pada kisaran pendapatan >Rp 9 juta/bulan sebelum menggunakan *e-commerce* juga meningkat dari sebanyak 10 responden atau 4% menjadi sebanyak 29 responden atau 11% setelah menggunakan *e-commerce*. Berdasarkan hasil temuan ini bisa di simpulkan penggunaan *e-commerce* memiliki dampak positif peningkatan pendapatan dan meningkatkan kinerja UMKM di sektor kuliner.

Tabel 3. Statistik Deskriptif

	Mean	Observed min	Observed max	Standard deviation
X1.1	4.080	1.000	5.000	0.939
X1.2	4.142	2.000	5.000	0.877
X1.3	4.142	1.000	5.000	0.864
X1.4	4.164	1.000	5.000	0.861
X1.5	4.120	1.000	5.000	0.924
X1.6	4.116	1.000	5.000	0.883
X1.7	4.113	1.000	5.000	0.921
X1.8	4.207	2.000	5.000	0.864
X1.9	4.156	2.000	5.000	0.866
X2.1	4.098	1.000	5.000	0.973
X2.2	4.095	2.000	5.000	0.898
X2.3	4.149	1.000	5.000	0.912
X2.4	4.116	1.000	5.000	0.919
X2.5	4.069	1.000	5.000	0.918
X2.6	4.055	1.000	5.000	0.915
X2.7	4.062	1.000	5.000	0.942
X2.8	4.135	1.000	5.000	0.946
Y.1	3.989	1.000	5.000	0.932
Y.2	4.018	1.000	5.000	0.924
Y.3	4.018	1.000	5.000	0.955
Y.4	4.029	1.000	5.000	0.918
Y.5	4.055	1.000	5.000	0.923
Y.6	3.931	1.000	5.000	0.941

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS4, 2025

Dari tabel 3 ditemukan nilai rata-rata (*mean*) dari keseluruhan indikator terdapat pada skala 4 untuk literasi keuangan (X1). Hasil ini menyatakan mayoritas responden setuju bahwa keterampilan dalam perencanaan, pencatatan dan pengelolaan keuangan diterapkan secara efektif dalam bisnis mereka. Setiap komponen pernyataan literasi keuangan memiliki deviasi standar antara 0,861 hingga 0,939. Data terkonsentrasi di sekitar *mean* dan penyimpangan dari titik tengah lebih kecil ketika nilai rata-rata (*mean*) lebih besar daripada deviasi standar untuk semua indikator. Untuk mengukur variabel ini digunakan 9 butir pernyataan dengan penilaian skala likert 5 poin yang menunjukkan nilai 5 (sangat setuju) dan nilai 1 (sangat tidak setuju). Pada sebagian besar indikator memiliki nilai maximal 5 dan nilai minimal 1.

Variabel penggunaan *e-commerce* (X2) mengungkapkan nilai rata-rata dari responden ada di skala 4. Hal ni membuktikan sebagian besar responden menyatakan penerapan serta pemanfaatan *e-commerce* dapat mempermudah operasional bisnis mereka. Standar deviasi pada variabel ini memiliki rentang nilai antara 0,898 hingga 0,973. Variabel X1 sebelumnya membuktikan nilai

mean yang melebihi nilai dari standar deviasi menandakan distribusi dataa dengan variasi yang minimal dan normalitas. Untuk mengukur variabel ini 8 butir pernyataan digunakan dengan skala likert 5 poin yang menunjukkan nilai 5 (sngat setuju) dan nilai 1 (sngat tidak setuju), nilai *maximal* berada pada angka 5 dan terendahnya berada pada angka 1 atau angka 2 di beberapa area.

Selanjutnya variabel kinerja UMKM (Y) mengungkapkan jawaban rata-rata responden di angka 3,931 sampai 4,055. Secara keseluruhan, responden menyatakan bahwa usaha mereka mengalami peningkatan di beberapa bidang seperti pendapatan, penjualan, peningkatan aset dan kepuasan dari pelanggan. Dalam variabel (Y) ini memiliki standar deviasi 0,918 sampai 0,955. Untuk mengukur variabel ini 6 butir pernyataan digunakan dengan skala likert 5 poin yang menunjukkan nilai 5 (sangat setuju) dan nilai 1 (sangat tidak setuju), skor *maximal* observasi berada pada angka 5 dan terendahnya berada pada angka 1.

Hasil dari rincian statistik deskriptif di atas menunjukkan bahwasanya *mean* lebih tinggi nilainya dari pada nilai standar deviasi untuk semua indikator pada ketiga variabel. Hal ini menunjukkan bahwa ada tingkat penyebaran atau penyimpangan data yang kecil dari nilai tengah. Kondisi ini dapat dianggap bahwa nilai mean representatif yang mewakili seluruh data responden, pengukuran ini menunjukkan tidak terdapat bias yang signifikan dalam jawaban responden dan *mean* lebih besar dibandingkan nilai standar deviasi yang di mana membuktikan adanya distribusi normal serta konsisten. Sebaliknya, jika nilai standar deviasi lebih tinggi dibandingkan nilai rata-rata membuktikan bahwa penyebaran data tidak normal atau terdapat interpretasi yang bias.

Hasil Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Indicator Reliability (Outer Loading)

Jika nilai *outer loading* tinggi maka artinya dalam konstruk tersebut banyak memiliki kesamaan. Dalam *outer loading* nilai minimumnya 0,7 (Hair et al., 2022).

Tabel 4. Outer Loading

	Kinerja Umkm (Y)	Literasi Keuangan (X1)	Penggunaan E-commerce (X2)	Keterangan
X1.1		0.765		Valid
X1.2		0.752		Valid
X1.3		0.742		Valid
X1.4		0.719		Valid
X1.5		0.759		Valid
X1.6		0.747		Valid
X1.7		0.779		Valid
X1.8		0.719		Vaid
X1.9		0.765		Valid
X2.1			0.740	Valid
X2.2			0.713	Valid
X2.3			0.735	Valid
X2.4			0.776	Valid
X2.5			0.777	Valid
X2.6			0.762	Valid
X2.7			0.769	Valid
X2.8			0.761	Valid

Y.1	0.774			Valid
Y.2	0.737			Valid
Y.3	0.781			Valid
Y.4	0.715			Valid
Y.5	0.719			Valid
Y.6	0.782			Valid

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS4, 2025

Hasil dari uji validitas yang ditunjukkan pada tabel 4 menunjukkan nilai *outer loading* dari semua pertanyaan dari setiap indikator memiliki nilai ≥ 0.70 . Oleh karenanya, paada penelitian ini semua indikatornya telah memenuhi kriteria. Hal ini menunjukkan, semua indikator dalam penelitian ini telah memenuhi semua kriteria.

Cronbach’s Alpha, Composite Reliability, & AVE

Alpha cronbach mengukur inter-korelasi indikator dalam suatu konstruk, sedangkan reliabilitas komposit menilai varian pada bobot luar dari variabel indikator. Baik alpha cronbach maupun reliabilitas komposit harus memiliki nilai lebih dari 0,7 (Hair *et al.*, 2022).

Tabel 5. Cronbach’s alpha, Composite Reliability & AVE

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_a)</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
Kinerja Umkm (Y)	0.846	0.848	0.886	0.565
Literasi Keuangan (X1)	0.903	0.907	0.920	0.562
Penggunaan E-commerce (X2)	0.892	0.894	0.914	0.569

Sumber: Data di olah dengan SmartPLS4, 2025

Hasil pengujian pada tabel 5 menunjukkan dimana semua variabel laten memenuhi kriteria dalam pengujian reliabilitas. Hasil ini di dasari nilai alpha cronbach dan reliabilitas komposit emua variabel laten bernilai >0.7 . Dengan demikian, seluuruh variabel laten dinyatakan reliabel setelah seluruh kriteria pengukuran terpenuhi. Selanjutnya, suatu konstruk yang mampu dalam mengukur masing-masing indikatornyaa disebut validitas konvergen. Selanjutnya, dalam penilaian validitas kovergen dapat menggunakan AVE. Hair *et al.*, (2022), menyatakan jika nilai *AVE* lebih dari 0,5 menunjukkan konstruk di atas dapat menjelaskan lebih tinggi dari 50% varians setiap indikator.

Karena skor AVE lebih tinggi dari 0.50 maka, semua konstruk memenuhi validitas konvergen. Literasi keuangan 0.562, penggunaan *e-commerce* 0.569 dan kinerja UMKM memiliki nilai 0.565. hal ini membuktikan pada setiap konstruk mampu menjelaskan lebih dari setengan varians indikatornya sehingga blok pengukuran dinilai memadai untuk analisis struktural.

Discriminant Validity

Uji validitas diskriminan mampu mengevaluasi seberapa jauh konstruk memiliki perbedaan dengan konstruk lain dalam menangkap berbagai fenomena. Para peneliti biasanya mnegggunakan

beberapa uji *discriminan validity*, termasuk *fornell-larcker criterion*, *cross loading*, dan *heterotrait monotrait rasion* (HTMT), (Hair *et al.*, 2022).

Kriteria *fornell-larcker criterion* merupakan faktor pertama yang harus dipertimbangkan saat mengevaluasi *discriminant validity*. Dari tabel 5 di atas, akar kuadrat dari AVE suatu konstruk (varaibel laten) harus lebih tinggi dari korelasi maksimumnya dengan seluruh konstruk atau komponen laten lainnya di dalam model untuk bisa lulus uji ini.

Fornell-Lacker Criterion

Tabel 6. Fornell-lacker criterion

	Kinerja Umkm (Y)	Literasi Keuangan (X1)	Penggunaan E-commerce (X2)
Kinerja Umkm (Y)	0.752		
Literasi Keuangan (X1)	0.383	0.750	
Penggunaan E-commerce (X2)	0.458	0.122	0.754

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS4, 2025

Data tabel 6, menunjukkan nilai akar kuadrat AVE pada setiap konstruk telah mencapai nilai yang lebih besar dari korelasi konstruk lain. Dimana angka tersebut telah memenuhi *fornell-larcker criterion*.

Selanjutnya kriteria yang perlu di perhatikan yakni nilai dari *cross loading*. Berdasarkan kriteria ini, *outer loading* dari suatu konstruk pada konstruk terkait harus lebih tinggi dibandingkan *cross loading* pada konstruk lain. Nilai *loading factor* ditunjukkan pada tabel 7 dibawah ini.

Tabel 7. Cross loading

	Kinerja Umkm (Y)	Literasi Keuangan (X1)	Penggunaan E-commerce (X2)
X1.1	0.277	0.765	0.051
X1.2	0.282	0.752	0.116
X1.3	0.258	0.742	0.106
X1.4	0.321	0.719	0.122
X1.5	0.240	0.759	0.054
X1.6	0.354	0.747	0.126
X1.7	0.282	0.779	0.114
X1.8	0.228	0.719	0.040
X1.9	0.298	0.765	0.066
X2.1	0.332	0.124	0.740
X2.2	0.276	0.064	0.713
X2.3	0.376	0.069	0.735
X2.4	0.381	0.100	0.776
X2.5	0.363	0.144	0.777
X2.6	0.363	0.076	0.762
X2.7	0.322	0.074	0.769
X2.8	0.332	0.076	0.761
Y.1	0.774	0.288	0.362
Y.2	0.737	0.321	0.310
Y.3	0.781	0.259	0.394
Y.4	0.715	0.269	0.262

Y.5	0.719	0.280	0.385
Y.6	0.782	0.309	0.338

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4, 2025

Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT)

Kriteria lainnya yang penting untuk di perhatikan dalam *discriminant validity* yakni *heterotrait monotrait ratio* (HTMT) yang mewakili nilai rata-rata dari seluruh hubungan di antara indikator lintas konstruk. Menurut (Hair *et al.*, 2022), nilai tertinggi korelasi HTMT adalah 0,9. Nilai korelasi HTMT lebih dari 0,9 menunjukkan kurangnya validitas diskriminan.

Tabel 8. HTMT

	Kinerja Umkm (Y)	Literasi Keuangan (X1)	Penggunaan E-commerce (X2)
Kinerja Umkm (Y)			
Literasi Keuangan (X1)	0.431		
Penggunaan E-commerce (X2)	0.519	0.131	

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS4, 2025

Dari tabel 8 tidak ditemukan nilai korelasi pada HTMT yang melebihi 0,9. Dari nilai-nilai ini sudah mencukupi kriteria HTMT serta uji diskriminan validitas telah terpenuhi.

Di tahap ini masing-masing konstruk telah memenuhi setiap kriteria yang dibutuhkan untuk menguji validitas diskriminan, maka didapatkan kesimpulan yakni, pada setiap konstruk secara empiris memiliki perbedaan dengan konstruk lain, serta dapat memahami fenomena yang tidak di wakili konstruk lainnya dalam model. Dengan demikian, masing-masing indikator dalam menguji validitas diskriminan telah memenuhi kriteria.

Hasil Evaluasi Inner Model (*structural Model Assesment*)

Penilaian berikutnya yang digunakan dalam mengukr apakah suatu model akan dinyatakan valid serta reliabel yakni *structural model assesment* disebut juga sebagai evaluasi *inner model*. Hair *et al.*, (2022), menyatakan dalam evaluasi *inner model* menggunakan beberapa pengujian, antara lain kolinearitas, signifikansi dan relevansi hubungan model menggunakan *model explanatory power* dan *model's predictive power* yang akan di bahas berikut ini.

Assess The Structural Model For Collinearity Issues (VIF)

Kolinearitas merujuk pada keadaan dua atau lebih variabel prediktor (independen) pada suatu model mempunyai hubungan linear yang kuat, menjelaskan tingkat korelasi yang besar di antara mereka. Nilai VIF dapat digunakan dalam menguji kolinearitas. Apabila nilai VIF kurang dari 5, maka model dianggap valid dan bisa dilakukan analisis selanjutnya. Pada tabel 9 bisa di lihat hasil dari pengujian nilai VIF.

Tabel 9. VIF

	VIF
Literasi Keuangan (X1) -> Kinerja Umkm (Y)	1.015
Penggunaan E-commerce (X2) -> Kinerja Umkm (Y)	1.015

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4, 2025

Pada tabel 9 menunjukkan bahwasanya nilai VIF antara variabel penelitian telah memenuhi batas pengujian, yaitu <5. Evaluasi model internal, diperoleh bahwa secara keseluruhan sudah memadai.

Nilai R-Square

Semakin besar nilai *r-square*, maka semakin baik pula prediksi model dari penelitian yang diajukan. Hasil dari analisis pengujian terhadap nilai *r-square* terdapat pada tabel 10 berikut ini:

Tabel 10. R-Square

	R-square	R-square adjusted
Kinerja Umkm (Y)	0.319	0.314

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS4, 2025

Pada tabel 10 menunjukkan bahwa nilai *r-square* untuk kinerja UMKM yakni 0.319 sedangkan nilai *adjusted r-square* adalah 0.314. Oleh karena itu, tiga puluh satu koma tujuh persen variasi dalam kinerja UMKM disebabkan oleh literasi keuangan dan penggunaan *e-commerce*. Sementara yang lainnya di pengaruhi dari faktor-faktor *external* diluar model. Kedekatan nilai dari *r-square* dan *adjusted r-square* menunjukkan stabilitas model tersebut.

Path coefficient dan nilai t

Nilai dari koefisien jalur yang mendekati skor 1 menandakan adanya hubungan positif, sedangkan nilai yang mendekati 0 menandakan lemahnya hubungan pada struktur model. Berikutnya, nilai t yang membuktikan signifikansi hubungan antar variabel di tingkat kesalahan tertentu. Pada penelitian ini menetapkan tingkat signifikansi kesalahan sebesar 5%, yang mengidentifikasi bahwa nilai t harus melebihi 1,96 (Hair *et al.*, 2022). Di bawah ini adalah nilai koefisien jalur dan nilai t yang disajikan dalam tabel 11.

Tabel 11. Nilai path coefficient dan t value

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Keterangan
Literasi Keuangan (X1) -> Kinerja Umkm (Y)	0.332	0.337	0.064	5.164	0.000	H1 diterima
Penggunaan E-commerce (X2) -> Kinerja Umkm (Y)	0.418	0.422	0.064	6.565	0.000	H2 diterima

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS4, 2025

Dalam tabel 11 menunjukkan dari kedua jalur utama menunjukkan signifikansi dan konsistensi dengan teori. Literasi keuangan berdampak positif terhadap kinerja UMKM, nilai koefisien 0.332, nilai t sebesar 5.164, dan *p-value* 0.000. Semakin besar tingkat literasi keuangan dan semakin luas adopsi *e-commerce*, semakin baik kinerja UMKM.

Nilai Effect Size

Evaluasi *effect size* dengan menganalisis nilai *f²* dalam menentukan besarnya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam suatu model.

Tabel 12. Nilai Effect Size

	Kinerja Umkm (Y)
Kinerja Umkm (Y)	
Literasi Keuangan (X1)	0.159
Penggunaan E-commerce (X2)	0.253

Sumber: Data di olah dengan SmartPLS 4, 2025

Pada tabel 12 menjelaskan *e-commerce* berdampak lebih signifikan terhadap kinerja UMKM, dengan nilai *effect size* 0.253 termasuk golongan sedang, sementara literasi keuangan dengan nilai *effect size* 0.159 tergolong kecil hingga sedang. Dengan pola ini, dapat menunjukkan penggunaan *e-commerce* memiliki dampak lebih tinggi dibandingkan literasi keuangan.

PEMBAHASAN

Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Dalam tabel 11 menyatakan nilai dari *path coefficient* sebesar 0.332 dan *p-value* 0.000, lebih rendah dari nilai 0.05 dan nilai *t-statistic* 5.164 (positif). Hasil ini membuktikan variabel literasi keuangan memberikan dampak secara positif terhadap kinerja UMKM sehingga (H1) diterima dan (H0) ditolak. Menunjukkan semakin baik tingkat pemahaman literasi keuangan memberikan keterampilan serta pengetahuan yang harus dimiliki, dengan memiliki pemahaman dan kemampuan literasi keuangan yang baik yang memberikan pengaruh penting, dalam merencanakan bisnis, manajemen keuangan serta pengambilan keputusan investasi. Mayoritas responden memiliki pemahaman dengan baik terkait perencanaan, pencatatan, serta pengelolaan keuangan, dibuktikan dengan *mean* variabel literasi keuangan yang berkisar antara 4,080 sampai 4,207. Dan standar deviasi yang rendah dengan nilai 0,861 hingga 0,939 menunjukkan konsistensi jawaban dari responden yang konsisten sehingga menunjukkan konstruk literasi keuangan yang masih valid. Sekitar 92% peserta UMKM telah memanfaatkan *e-commerce* selama >1 tahun karena kemampuan literasi keuangan mereka. Hal ini membuktikan peningkatan dalam literasi keuangan membutuhkan adaptasi terhadap *e-commerce* dan keinginan yang kuat untuk belajar.

Studi ini didukung hasil temuan dari penelitian, (Ramdhani et al., 2022); (Afifah & Triyanto, 2023); (Nareswari & Winarsih, 2024); (Ahmad et al., 2024); (Harefa & Sri, 2024); (Idawati & Pratama, 2020); (Arrasyidah & Syarif, 2024); (Hamida et al., 2023); (Wismanjaya & Werastuti, 2022); (Kusuma et al., 2021); (Asisa et al., 2022); (At Fauziq & Pabulo, 2023); (Suardana & Musmini, 2020); (Zanaria et al., 2023); (Margareta & Mandasari, 2025) yang semuanya membuktikan pengaruh yang positif dari literasi keuangan terhadap kinerja UMKM. Literasi keuangan didalam *theory of planned behavior* (TPB) sebagai bentuk *perceived behavior control* yang memberikan keyakinan kepada pelaku UMKM dalam pengelolaan keuangan yang baik sehingga memberikan pengaruh pada peningkatan kinerja usaha. Variabel literasi keuangan berpengaruh penting dalam mengelola keuangan secara efektif.

Penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM

Tabel 11 menunjukkan nilai dari *path coefficient* 0.418 serta *p-value* sebesar 0.000 lebih rendah dari 0.05 dan nilai *t-statistic* 6.565. Hal ini menunjukkan *e-commerce* memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (H2) diterima dan (H0) ditolak. Peningkatan dalam kinerja UMKM dipengaruhi oleh penerapan *e-commerce* menggambarkan pentingnya *platform digital* dalam memperluas akses pangsa pasar, mempercepat transaksi serta peningkatan dalam efisiensi operasional. Nilai rata-rata penggunaan *e-commerce* berkisar antara 4,055 hingga 4,149, menunjukkan bahwa UMKM telah menerapkan dan memanfaatkan *e-commerce* secara efektif dalam melakukan pemasaran, pelayanan dan transaksi usahanya.

Dalam tabel 2 menguatkan temuan ini, menunjukkan bahwa 92% usaha telah memanfaatkan *e-commerce* selama >1 tahun, sehingga meningkatkan kinerja UMKM setelah penerapan *e-commerce*. Sebelum mengadopsi *e-commerce* pendapatan bulanan UMKM yang awalnya berkisar Rp 1-3 juta per bulannya di antara dari 81 responden atau 29% menurun menjadi 36 responden atau 13% setelah penerapan *e-commerce* yang menandakan peningkatan kinerja dan dampak positif terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM dari rendah ke tinggi. Untuk UMKM

dengan pendapatan bulanan Rp 4-6 juta, jumlah responden meningkat dari 136 responden atau 49% mengalami peningkatan menjadi sebanyak 138 responden atau 50% setelah menggunakan *e-commerce*.

Selain itu, jumlah responden dengan pendapatan Rp 7-9 juta per bulan sebelum menggunakan *e-commerce* mengalami peningkatan dari 48 responden atau 17% menjadi 72 responden atau 26% setelah menggunakan *e-commerce*. Selain itu, jumlah responden dengan pendapatan Rp >9 juta/bulan sebelum menggunakan *e-commerce* juga mengalami kenaikan dari 10 responden atau 4% menjadi 29 responden atau 11% setelah menggunakan *e-commerce*. Data tersebut menunjukkan penggunaan *e-commerce* memberikan peningkatan pendapatan serta meningkatkan kinerja usaha.

Statistik yang disebutkan di atas membuktikan penggunaan *e-commerce* berkontribusi baik dalam meningkatkan pendapatan maupun perluasan pangsa pasar. Skor penilaian rata-rata untuk variabel *e-commerce* adalah 4, menunjukkan bahwa responden merasakan manfaat dalam pemasaran, layanan, kemudahan transaksi dan aksesibilitas setelah menggunakan *e-commerce*. Nilai *effect size* (f^2) sebesar 0,253 menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-commerce* meningkatkan kinerja UMKM. Hasil studi ini sejalan dengan perkembangan ekonomi digital di Indonesia, khususnya pasca pandemi, yang mendorong peningkatan adaptasi UMKM dalam memanfaatkan *e-commerce* sebagai strategi untuk keberlangsungan usaha, perluasan pasar dan pertumbuhan penjualan.

Temuan studi ini didukung penelitian sebelumnya dari (Al-Ajib & Mutmainah, 2022; Armiani et al., 2021; Berlilana et al., 2020; Bunadi & Nurlinda, 2023; A. L. S. Dewi & Masdiantini, 2023; D. A. S. L. Dewi & Damayanthi, 2023; Fausiatunnisa et al., 2024; Margareta & Mandasari, 2025; Maya & Husda, 2024; Nurbayani & Yuliati, 2024; Ramdhani et al., 2022; Setiawati et al., 2021; Tirtayanti & Herawati, 2025; Wijaya & Widjaja, 2023; Zanaria et al., 2023) yang menunjukkan kinerja UMKM dipengaruhi oleh penggunaan *e-commerce* secara positif. *E-commerce* didalam perspektif *theory of planned behavior* (TPB) sebagai bentuk dari *attitude toward behavior* dan *subjective norm*, yang di mana dengan memanfaatkan *e-commerce* dalam usaha akan lebih bisameluaskan pangsa pasar, meningkatkan visibilitas produk dan memberikan peningkatan dalam efisiensi operasional yang dapat meningkatkan kinerja usaha.

IV. KESIMPULAN

Temuan penelitian membuktikan pengaruh literasi keuangan dan penggunaan *ecommerce* berdampak secara positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di sektor kuliner di Kota Mataram. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan mengenai literasi keuangan yang kuat meliputi (pengelolaan keuangan, pengetahuan, perilaku serta sikap keuangan), yang memadai memberikan meyakinkan diri akan kontrol usaha bagi pelaku UMKM dalam mengelola sumber dayanya sehingga mendorong kinerja usaha semakin meningkat. Dampak dari penggunaan *e-commerce* memiliki pengaruh yang lebih kuat dari pada literasi keuangan. Oleh karena itu, pengaadopsian dan penggunaan *platform digital* sangat penting dalam memperluas pangsa pasar, peningkatan visibilitas produk dan mendorong efisiensi operasional sehingga memberikan peningkatan kinerja UMKM.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yakni, pengukuran yang diperoleh dari persepsi subjektif yang dimana semua variabel dinilai melalui perspektif responden daripada data objektif sehingga berpotensi menyebabkan perbedaan antara persepsi dan kenyataan. *Cross-sectional design* melibatkan pengumpulan data pada satu momen tunggal, sehingga tidak memungkinkan untuk menetapkan hubungan sebab-akibat atau mengamati perubahan dari waktu ke waktu. Pendekatan pengumpulan data tunggal rentan terhadap variasi metode umum dan

kurangnya triangulasi dengan wawancara, observasi atau dokumentasi yang mendukung. Sampel dibatasi pada UMKM sektor kuliner di Kota Mataram yang telah memanfaatkan *e-commerce*, sehingga temuan tidak dapat digeneralisasikan ke industri lain, lokasi lain, atau UMKM yang tidak menggunakan digital. Dalam model ini menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,319 yang berarti bahwa sebanyak 68,1% dari faktor lain yang tidak termasuk dalam model seperti, pengaruh luar, kebijakan pemerintah, atau keterampilan pribadi. Rekomendasi kebijakan yang diambil dari persepsi pelaku bisnis harus diintegrasikan dengan bukti pendukung lainnya untuk tindakan yang lebih efektif.

Sifat multidimensional dan rumit dari isu kinerja UMKM mendorong rekomendasi studi lanjut yang dimana penelitian selanjutnya perlu menggunakan metode kombinasi dan *longitudinal* untuk mengatasi keterbatasan yang hanya melihat dari satu sudut pandang dan *cross-sectional design*, serta untuk melacak bagaimana penggunaan teknologi dan pemahaman keuangan berubah seiring waktu. Menambah sampel dan memasukkan variabel eksternal dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan generalisasi dan mengontekstualisasikan hasil dalam ekosistem bisnis yang sesungguhnya. Memasukkan variabel mediator dan moderator, bersama dengan metodologi eksperimental sangat penting untuk menjelaskan mekanisme kausal yang kompleks dan menghasilkan bukti yang lebih kuat untuk intervensi. Rekomendasi ini secara bersama-sama mengarahkan penelitian tentang UMKM Indonesia menuju ketelitian metodologis yang lebih baik dan peningkatan relevansi kebijakan

V. REFERENSI

- Afifah, N. A., & Triyanto, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM Di Kecamatan Teras Kabupaten Boyolali. *Jurnal Ilmiah Research And Development Student (JIS)*, 1 No. 2(2), 75–89. <https://doi.org/10.59024/jis.v1i2.322>
- Ahmad, F. A., Fitranita, V., Wijayanti, I. O., & Kusumawardani, M. (2024). Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm. <https://ejournal.unib.ac.id/fairness>
- Al-Ajib, F. A. A., & Mutmainah, K. (2022). Upaya Peningkatan Kinerja Keuangan Umkm Kabupaten Wonosobo, Faktor Apa Saja Yang Memepengaruhinya. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 4(1).
- Armiani, Basuki, & Suwarno, N. (2021). Teknologi Digital Memediasi Dampak Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Umkm Di Nusa Tenggara Barat. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4892>
- Arrasyidah, H., & Syarif, H. D. (2024). *The Effect Of Financial Literacy, Internal Control System, And Accounting Information System On The Quality Of Msme Financial Statements In Bandung City*.
- Asisa, W., Aulia, P., Dalianti, N., & Handa, Y. R. (2022). Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan *Digital Payment* terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar. *Jurnal Dinamika*, 3(1).
- At Taufiq, A. M., & Pabulo, A. M. A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pembayaran Digital Pada Kinerja Umkm Tahun 2023. *Ikraith-Ekonomika*, 6 No 3. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i3>
- Banowaty, R. S. (2021). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan *Electronic Commerce* Terhadap Kinerja Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) (Studi Kasus Pelaku Usaha Kecil dan Menengah Kota Malang).
- Berlilana, Utami, R., & Baihaqi, W. M. (2020). Pengaruh Teknologi Informasi Revolusi Industri 4.0 terhadap Perkembangan UMKM Sektor Industri Pengolahan. *In JURNAL MATRIX* (Vol. 10, Issue 3).

- Bunadi, A., & Nurlinda, R. (2023). Pengaruh Adopsi *E-commerce* Dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Kinerja Umkm Di mediasi Oleh Orientasi Wirausaha. *Analisis*, 13 No. 02(2), 246–258. <https://doi.org/10.37478/als.v13i2.2908>
- Dewi, A. L. S., & Masdiantini, P. R. (2023). Pengaruh Akses Permodalan, *E-Payment* dan *E-Commerce* Terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Buleleng. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*) Universitas Pendidikan Ganesha (Vol. 14, Issue 03).
- Dewi, D. A. S. L., & Damayanthi, I. G. A. E. (2023). Penggunaan *E-Commerce*, Sistem Informasi Akuntansi, Budaya Organisasi, dan Kinerja UMKM di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 33 No. 7(7), 1755–1767. <https://doi.org/10.24843/eja.2023.v33.i07.p05>
- Effendi, A. P., & Subroto, B. (2021). *Analysis of E-Commerce Adoption Factors by Micro, Small, and Medium Enterprise, and Its Effect on Operating Revenue*. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 11(2), 250–265. <https://doi.org/10.22219/jrak.v11i2.16667>
- Fachrunnisa, Z. H., Windarti, N. P., & Sari, R. P. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, *Digital Payment* Dan Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan Terhadap Kinerja Umkm. *Jurnal Fairness*, 1. <https://doi.org/10.33369/joall.v8i1.20968>
- Fausiatunnisa, Fauzi, N., & Endrawati. (2024). Pengaruh Penggunaan *E-Commerce*, Modal Usaha, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Manajemen (JISE)*, 2 No. 4(4), 140–150. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i4.954>
- Hamida, R. N., Diana, N., & Junaidi. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Permodalan, dan Minat Menggunakan *E-Commerce* Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus pada Pelaku UMKM di Kota Kediri). In *e Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi* (Vol. 12). <http://jim.unisma.ac.id/index.php/jra>,
- Harefa, R. C., & Sri, D. (2024). Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Palembang. <https://djp.kemenkeu.go.id/portal/>
- Hisnul, Setiadi, P. B., & Rahayu, S. (2022). Umkm Di Masa Pandemi Covid 19 Berdampak Pada Teknologi Dan Digitalisasi Pada Pusat Oleh Oleh Rahma Di Desa Kendalrejo. *E-Qien; Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11 No. 1, 49–58.
- Hue, L. T., Thuy, N. T., Huy, D. T. N., Nuong, L. N., Binh, N. V., Huyen, D. T. T., & Thao, N. T. M. T. (2020). *Factors affecting the access to bank credit of SMEs in northeastern region, vietnam*. *International Journal of Entrepreneurship*, 24, 1–12.
- Idawati, I. A. A., & Pratama, I. gede S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Kota Denpasar. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(1), 1–9. <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wmbj>
- Jappa Nuni, D., Rokhman, M. T. N., & Perdana, S. (2024). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (Ukm) (Studi Pada Perusahaan Industri Kritik Tempe Sanan Kecamatan Blimbing Kota Malang). *Jurnal Penelitian & Pengkajian Ilmiah Mahasiswa (JPPIM)* |, 5 No 1(1), 11–19.
- Khotmi, H., Hikmah, H., Fauzi, A. K., & Astini, Y. (2024). Pengaruh Media Sosial, Literasi Keuangan, *E-commerce*, *Digital Payment*, dan Orientasi Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM di Kota Mataram. *Valid Jurnal Ilmiah*, 22 No. 1(1), 11–21. <https://doi.org/10.53512/valid.v22i1.491>
- Kusuma, M., Narulitasari, D., & Nurohman, Y. A. (2021). Inklusi keuangan dan literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlanjutan Umkm di solo Raya. *Jurnal Among Makarti*, 14 No. 2, 62–76.
- Lubis, K. R. A., Septiawati, R., & Nasihin, I. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi Dan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Umkm.
- Margareta, A., & Mandasari, J. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Permodalan dan Minat menggunakan *E-Commerce* terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Sumbawa. *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah*, 4 No. 8(8), 1484–1500. <https://doi.org/10.55681/sentri.v4i8.4477>
- Mawarni, A. R., Riswan, Triatmaja, M. F., & Hidayah, R. (2023). Pengaruh *Financial Technology*, *E-commerce*, Literasi Keuangan Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi

- Terhadap Kinerja Umkm Di Kabupaten Batang Dengan Pengetahuan Akuntansi Sebagai Variabel. *Jurnal Neraca*, 19 nomor 2.
- Maya, S., & Husda, A. P. (2024). Pengaruh *E-commerce*, Pengetahuan Akuntansi dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM.
- Nareswari, A. H., & Winarsih. (2024). Pengaruh literasi keuangan, sistem informasi akuntansi, adopsi it dan *green innovation performance* terhadap kinerja keuangan umkm di Jawa Tengah. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 17 (1)(1), 51–66.
- Nurbayani, R., & Yulianti, N. N. (2024). Pengaruh *E-Commerce*, Literasi Keuangan Dan Permodalan Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Mataram. *Akuntabel; Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 2 No. 2(2).
- Prasetyo, E., & Farida, F. (2022). Pengaruh *E-Commerce*, Pengetahuan Akuntansi, Budaya Organisasi dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(3), 370–383. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.102>
- Putrie, A. S., & Ariani, K. R. (2024). Pengaruh Penggunaan *E-Commerce*, Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi dan Literasi Keuangan Pada Kinerja Perusahaan Umkm. *In Jurnal Akuntansi dan Keuangan Kontemporer (JAKK)* (Vol. 7, Issue 2).
- Ramadhan, W. A., & Indrayeni. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Minat Menggunakan *E-Commerce* Terhadap Kinerja Umkm Di Kecamatan Kuranji. *Jakbs: Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 1(4), 1037–1054.
- Ramdhani, M. L., Nureli, & Anandya, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Penerapan *E-commerce* terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Riset Akuntansi (JRA)*, 2 No. 2, 115–122. <https://doi.org/10.29313/jra.v2i2.1331>
- Reza, O. N., Mawardi, M. C., & Sari, A. F. K. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Akses Permodalan, dan Penggunaan *E-commerce* Terhadap Kinerja UMKM (Studi Pada Pelaku UMKM di Kabupaten Blitar). *In e_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi* (Vol. 13, Issue 01). <http://jim.unisma.ac.id/index.php/jra>,
- Ruli, M., Hilmawati, N., & Kusumaningtias, R. (2021). Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 10 No 1(1).
- Rusdi, Armiani, & Murjana, I. M. (2023). Pengaruh Media Sosial, *E-Commerce*, dan Website terhadap Kinerja UMKM pada UMKM Tenun di Lombok Tengah (1 No. 4, Trans.). *In Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 1, Issue 4).
- Setiawati, E., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2021). Pengaruh *e-commerce*, pengetahuan akuntansi dan budaya organisasi terhadap kinerja umkm di kota malang (Vol. 10).
- Siallagan, H. (2020). Pengaruh Pendidikan dan Pelatihan, Pemanfaatan Teknologi dan Kompetensi Bidang Akuntansi terhadap Kualitas Laporan Keuangan Studi Empiris Pada Pemerintah Kota Medan. *Akuntabilitas*, Vol. 14, No. 2.
- Suardana, K. A., & Musmini, L. S. (2020). Pengaruh literasi keuangan, akses permodalan dan minat menggunakan *e-commerce* terhadap kinerja umkm di kecamatan buleleng. *Jimat (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 11 No. 2, 191–202.
- Subagio, I. S., & Saraswati, E. (2020). Pengaruh *E-commerce* dan Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Umkm Di Purbalingga. *J-Lee: Journal of Law, Economics, and English*, 2 (01).
- Tirtayanti, I. A. K., & Herawati, N. T. (2025). Pengaruh Pendidikan, Literasi Keuangan, Akses Permodalan, Motivasi, dan Penggunaan *E-commerce* Terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Jembrana. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 16 Nomor 01, 26–40. <https://doi.org/10.23887/jippg.v3i2>
- Wahyono, D., & Hutahayan, B. (2021). *The relationships between market orientation, learning orientation, financial literacy, on the knowledge competence, innovation, and performance of small and medium textile industries in Java and Bali*. *Asia Pacific Management Review*, 26(1), 39–46. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2020.07.001>
- Wijaya, W., & Widjaja, O. H. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi *E-Commerce* dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 05 No. 01(01), 84–93.

- Wismanjaya, K. A., & Werastuti, D. N. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Permodalan, Motivasi, dan Minat menggunakan *E-Commerce* terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 12 No. 1, 137–148.
- Zairina, N., & Pabulo, A. M. A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia, Dan Implementasi *E-commerce* Terhadap Kinerja Umkm Di Kabupaten Bantul (Vol. 08, Issue 01).
- Zanaria, Y., Septiani, A., & Sari, E. Y. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Dan *E-commerce* Terhadap Kinerja Umkm (Studi Pada Bidang Perdagangan Kuliner Di Kelurahan Iringmulyo Kota Metro). *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 17 No. 2(2).

