

## **Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan Digital Payment terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar**

Wafiq Asisa<sup>1</sup>, Putri Aulia<sup>2</sup>, Novi Dalianti<sup>3</sup>, Yusti Rahayu Handa<sup>4</sup>

*Universitas Negeri Makassar*

### ***Abstract***

This study aims to see the effect of financial literacy and the ease of digital payments on the performance of small, micro and medium enterprises in the city of Makassar. This research is categorized as a quantitative descriptive study with a population of printing, online and culinary businesses and a sample of 32 respondents who have micro, small and medium enterprises in the city of Makassar. The data obtained by distributing questionnaires with a likert scale. The analysis technique used is descriptive statistical analysis and inferential statistical analysis. These results indicate that partially and simultaneously the variabel financial literacy and influence digital payments has a positive and significant effect on the performance of micro, small and medium enterprises in the city of Makassar.

**Keywords:** *financial literacy, digital payment, performance*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan kemudahan digital payment secara parsial dan simultan terhadap kinerja UMKM di kota Makassar. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian deskriptif kuantitatif dengan populasi usaha percetakan, perdagangan, dan kuliner di kota Makassar dan sampel 32 responden yang memiliki usaha mikro, kecil, dan menengah di kota Makassar. Data yang diperoleh melalui pembagian kuesioner dengan skala likert. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel literasi keuangan dan kemudahan digital payment berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di kota Makassar.

**Kata Kunci:** *literasi keuangan, digital payment, kinerja*

### **Pendahuluan**

Surat keputusan Negara Republik Indonesia No. 19 Tahun 1998 mengenai usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yaitu aktivitas ekonomi masyarakat pada skala kecil yang harus dijaga dan di lindungi dari persaingan yang tidak baik.

Institute of development Banking di Indonesia Menyusun profil bisnis UMKM bahwa UMKM mempunyai peran yang penting dan strategi dalam membangun perekonomian nasional dan menyerap tenaga kerja. Dan UMKM juga membantu untuk mendistribusikan hasil pembangunan. Telah terbukti UMKM tidak dapat dipengaruhi krisis. Dimana pada terjadi krisis melanda di tahun 1997-1998 hanya UMKM yang tetap berdiri dengan kokoh (Erlanitasari, Rahmanto, & Wijaya , 2019).

Walaupun UMKM sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat, akan tetapi UMKM di masa ini masih stagnan pada zona usaha yang kecil dan sangat sulit untuk menjadi usaha besar. permasalahan yang dihadapi UMKM yang bersifat konvensional dan tidak mampu diselesaikan secara tuntas, seperti masalah kualitas SDM, kepemilikan, pembiayaan, pemasaran, dan masih banyak lagi permasalahan lainnya yang berkaitan dengan pengelolaan usaha, hingga UMKM sulit bersaing dengan perusahaan yang besar. UMKM masih berorientasi jangka pendek dimana pada pengambilan keputusan usahanya. ini dapat dilihat pada kinerja UMKM dimana belum adanya konsep inovasi yang sistematis dan kegiatan inti usaha yang tidak berdiri dengan kokoh. Sehingga kinerja jangka Panjang UMKM yang berkontribusi pada industry kreatif akan selalu tetap dan tidak terarah dengan baik. Untuk meningkatkan kinerja dan keberlangsungan UMKM untuk jangka Panjang dibutuhkan Tindakan upaya-upaya strategis, seperti meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM mengenai pengelolaan keuangan dan akuntabilitas (Idawati & Pratama, 2020).

Pertumbuhan dan kinerja UMKM di seluruh pelosok negeri menjadi perhatian yang diutamakan oleh para pengusaha, pemerintah, perusahaan modal ventura, investor dan lembaga keuangan serta Lembaga swadaya masyarakat. Perihal ini diakibatkan UMKM memegang peranan yang berarti serta mempunyai kontribusi yang besar untuk perekonomian di suatu negeri, pada khususnya di Indonesia (Safitry & Kaban, 2020).

Adapun salah satu cara yang dapat diperbuat untuk menambah pengetahuan dalam pengelolaan keuangan yaitu dengan memanfaatkan

pemahaman literasi keuangan. Berbagai laporan menyebutkan bahwa perlu adanya pemberian materi mengenai literasi keuangan baik itu di dalam dan luar sekolah di mana anak muda yang berasal dari pelosok desa dengan kondisi ekonomi yang kurang beruntung kurang memahami literasi keuangan sehingga menyebabkannya pengambilan keputusan yang tidak tepat mengenai pengelolaan keuangan (Worthington, 2006).

Literasi keuangan memiliki definisi yang berbeda tiap orang yang berbeda. Tiap beberapa orang, ini adalah konsep yang luas, menyatukan pemahaman ekonomi dan bagaimana pandangan rumah tangga dipengaruhi oleh kondisi dan keadaan ekonomi. Tiap orang lain, literasi keuangan berarti berfokus cukup sempit pada keterampilan pengelolaan uang dasar anggaran, tabungan, investasi, dan asuransi. dalam pekerjaan yang dikerjakan atas nama National Westminster Bank di Inggris, di mana mereka menjelaskan literasi keuangan sebagai Kemampuan untuk menciptakan penilaian berdasarkan informasi dan keputusan berdasarkan informasi mengenai penggunaan dan pengelolaan uang. Literasi keuangan memiliki beberapa tingkatan yang penting di mana literasi keuangan memiliki implikasi besar bagi tingkat kemakmuran individu dalam mengelola keuangan dan akan tetap menjaga kestabilan keuangan. Oleh karena itu hal ini dapat mempengaruhi alokasi SDA ekonomi nyata sehingga kemampuan tingkat pertumbuhan ekonomi jangka Panjang (Widdowson & Hailwood, 2007).

Selain literasi keuangan, digital payment atau financial technology (fintech) juga menjadi salah satu faktor pendorong dalam kinerja UMKM yang dimana hal ini dapat dilihat dalam penelitian (Yeboah Kwabena et al., 2019) yang mengemukakan bahwa kinerja pelaku UMKM tergantung pada penerimaan dan pembayaran yang dilakukan sehingga akan sangat mempengaruhi bisnis yang dijalankan. Fintech adalah inovasi di bidang jasa keuangan. fintech diciptakan disebabkan adanya fenomena teknologi, di mana teknologi ini dapat mempermudah transaksi keuangan baik dari pembayaran dan mengajukan pinjaman dana. Fintech menawarkan kemudahan akses, simple, kenyamanan dan biaya yang dikeluarkan lebih ekonomis lagi dalam melakukan transaksi keuangan.

menurut bank Indonesia dengan adanya fintech payment akan sangat memudahkan para UMKM hingga dapat lebih produktif dan meningkatkan penjualan. fintech ini dapat mengubah kebiasaan transaksi masyarakat tradisional ke transaksi keuangan yang berbasis teknologi (Purnamasari, 2020).

Bank Indonesia memperkirakan terdapat 24,7 juta orang yang berbelanja online, serta nilai transaksi belanja online diprediksi menggapai 156 triliun rupiah pada 2019 serta terus bertambah tiap tahunnya. Tren belanja online sudah membuka jalur untuk tata cara pembayaran digital di Indonesia bernama Financial Technology (FinTech) buat memfasilitasi transaksi. Dalam riset lain (Winarto, 2020), FinTech menerangkan gimana ekosistem bekerja di mana inovasi yang mengusik timbul serta memengaruhi industri yang sudah mapan. Industri mapan yang terpaut dengan riset ini merupakan sistem pembayaran tunai yang dicoba oleh bank. Salah satu wujud FinTech yang sedang menjadi trend saat ini yaitu mobile payment.

Di tahun 2012, layanan pembayaran seluler mulai terdiversifikasi, industri perbankan dan pengembang mulai membuat aplikasi dalam wujud pembayaran digital, serta di tahun 2017 mulai tampak berbagai - OVO (Visionet International Company). Pemakain perlengkapan transaksi pembayaran digital di Indonesia tiap tahunnya mengalami pertumbuhan sangat cepat. Banyaknya konsumen telah membayar dengan FinTech, didukung oleh volume transaksi yang melonjak serta nilai transaksi pembayaran digital yang signifikan semenjak tahun 2012; terdapat 145 juta transaksi uang elektronik di FinTech (Yucha et al., 2020).

Meski pengguna pembayaran digital lewat aplikasi FinTech terus semakin bertambah di Indonesia, secara universal pemakain pembayaran tunai masih mendominasi, sebab warga Indonesia belum mengenali serta menguasai kemudahan serta khasiat memakai uang elektronik, serta masih banyak warga di wilayah. yang belum terjangkau oleh Internet serta sarana jaringan lainnya. FinTech muncul sebagai “buzz word” atau hype, paling utama di media, seolah-olah itu merupakan fenomena berarti yang wajib diamati oleh para praktisi yang terkait

dengan industri keuangan, teknologi informasi (TI) dan inovasi (inkubator, modal ventura, malaikat, antara lain) (Muzdalifa, Rahma, & Novella, 2018)

Diluncurkan dengan transaksi di segala kegiatan ekonomi; Oleh sebab itu, banyak bank pemerintah serta bank swasta nasional yang ditunjuk buat berpartisipasi untuk sediakan aplikasi pembayaran digital. Oleh sebab itu, riset ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji hipotesis berikut. H1: Terjadi pergantian keputusan pembelian sehabis diperkenalkannya sistem pembayaran digital. H0: Tidak terdapat pergantian dalam keputusan pembelian sehabis diperkenalkannya sistem pembayaran digital. Penelitian yang dilakukan oleh Runnemark et al. (2015) menciptakan kalau orang bersedia membayar lebih buat produk lewat sistem pembayaran digital dibanding dengan uang tunai. Kami menganjurkan kalau ini karena representasi uang, yang menuju pada arti-penting wujud fisik dan arti-penting jumlah yang dibayarkan dengan kartu. (Pal et al., 2018) menemukan bahwa bank bisa fokus pada Hasrat buat niat untuk mengadopsi semacam ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, keyakinan serta memfasilitasi keadaan hasrat. Ini hendak menolong meningkatkan tingkat adopsi perbankan digital serta tata cara pembayaran. Konsumen pada kesimpulanya bisa mempercayai sistem pembayaran digital serta membuat transaksi menjadi lebih mudah; dengan kepercayaan dan kemudahan diharapkan minat beli akan meningkat dan UMKM dapat tetap berdiri dan mensejahterakan pelaku usahanya pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Makassar di kenal sebagai kota maju di Kawasan Indonesia Timur di mana memiliki jumlah kecamatan 15 dan jumlah kelurahan 153. Perkembangan UMKM di kota Makassar yang tercatat di dinas koperasi dan UMKM Sulsel yang terdata yaitu berjumlah 916.232 unit. Sebagai salah satu kota terbesar dan sebagai kota metropolitan di kawasan Indonesia Timur, Kota Makassar memiliki tantangan pembangunan yang meliputi jumlah penduduk yang sangat besar sehingga tidak sedikit orang yang mencari nafkah atau bahkan berprofesi sebagai pengusaha. Ada yang berasal dari daerah yang mencari kehidupan di kota tersebut dan bertindak sebagai pedagang makanan untuk menyambung hidupnya. salah satu sektor

penggerak perekonomian di Kota Makassar adalah sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) karena sektor inilah yang diduga paling banyak menyerap tenaga kerja dan mendorong peningkatan investasi. UKM memiliki banyak sektor unit usaha, salah satunya adaolah sektor kuliner. Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar pada tahun 2020 mencatat jumlah UKM yang tersebar di Kota Makassar sebanyak 449 unit usaha dan 279 diantaranya adalah usaha pada sektor kuliner. Dengan jumlah yang cukup banyak tersebut membuktikan bahwa peran Usaha Kecil Menengah terhadap pertumbuhan perekonomian di Kota Makassar sangat berperan penting (Akbar et al.,2021). Masalah yang sering dihadapi oleh para pelaku UMKM antara lain mengenai pemasaran produk, teknologi, pengelolaan keuangan, kualitas SDM, dan permodalan (Dharma, 2010). Beberapa masalah tersebut apabila tidak ditangani maka akan berdampak pada kinerja UMKM. Terjadinya kinerja yang kurang baik dipengaruhi oleh banyak faktor internal maupun eksternal. Menurut Musran Minuzu (2010) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM adalah aspek SDM, aspek keuangan, aspek teknis produksi dan operasi, aspek pasar dan pemasaran, aspek kebijakan pemerintah, aspek sosial, budaya dan ekonomi, serta aspek perilaku (Akbar et al.,2021).

Ramadani & Syariati, 2020 mengatakan bahwa berdasarkan survey dari BPS mengidentifikasi berbagai kelemahan dan permasalahan yang dihadapi UMKM berdasarkan prioritasnya, meliputi: kurangnya permodalan, kesulitan dalam pemasaran, dan persaingan usaha yang ketat. Strategi pemasaran digital dalam bentuk penggunaan media sosial dan website bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sangatlah penting, karena dapat memberi pengetahuan kepada para pelaku UKM mengenai cara maupun tahapan dalam memperluas jaringan konsumen melalui pemanfaatan media sosial dan website dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing bagi UKM itu sendiri (Rosenbusch et al., 2011). Ekonomi digital masih menjadi tantangan bagi sebagian pengusaha, karena bagi yang mampu beradaptasi, keuntungan berlipat ganda akan didapat. Sebaliknya, pengusaha yang tidak dapat mengikuti kecanggihan

perkembangan zaman bukan tidak mungkin akan jauh ketinggalan. Jangkauan e-commerce tidak hanya berputar di wilayah Jawa saja karena internet saat ini sudah memadai hampir diseluruh wilayah Indonesia khususnya di Kota Makassar sehingga konsumen akan mudah melakukan transaksi secara efektif dan efisien. Kemudian bagi generasi milenial bisa memanfaatkan wadah yang ada untuk menyalurkan jiwa bisnis mereka dengan ide-ide kreatifnya mampu meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi Indonesia (Ramadani & Syariati, 2020).

Penelitian ini sangat penting dilakukan untuk mengetahui pengaruh pemahaman literasi keuangan dan kemudahan digital payment terhadap kinerja UMKM.

### **Tinjauan Pustaka**

Literasi keuangan terdiri dari sejumlah kemampuan dan pengetahuan tentang keuangan yang dimiliki seseorang untuk dapat mengelola atau menggunakan sejumlah uang untuk meningkatkan taraf hidupnya. Lusardi dan Mitchell (2013: 2). Literasi keuangan secara khusus ditujukan kepada pengelola dan pelaku bisnis, dalam hal ini UMKM adalah sebagai seseorang yang mengetahui keputusan pembiayaan apa yang paling sesuai untuk kinerja usaha pada berbagai tahapan pertumbuhan usaha; tahu di mana mendapatkan produk dan layanan yang paling sesuai; serta berinteraksi dan memiliki kepercayaan dengan pemasok produk (USAID, 2009: 5).

Literasi keuangan penting di beberapa tingkatan. Ini memiliki implikasi besar bagi kesejahteraan individu dalam pengelolaan urusan keuangan mereka. Ini mempengaruhi perilaku lembaga keuangan dan karenanya berimplikasi pada stabilitas keuangan. Dan itu mempengaruhi alokasi sumber daya dalam ekonomi riil dan oleh karena itu potensi tingkat pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Kemajuan teknologi turut mempengaruhi sektor keuangan di Indonesia. Munculnya berbagai industri jasa layanan keuangan seolah menjadi trend baru ditengah masyarakat. Secara tidak langsung, hal tersebut menjadi wujud perkembangan dunia bisnis yang terus bergerak dinamis dan pembaharuan. Secara

perlahan, sektor keuangan menjadi salah satu sektor yang paling berdampak dari perkembangan teknologi dan informasi di era digital saat ini. Kolaborasi dan inovasi dari industri keuangan bisnis dengan teknologi, telah melahirkan berbagai produk teknologi dan pelayanan, salah satunya yakni hadirnya Financial Technology (Fintech).

### **Digital Payment**

Teknologi Fintech terus mengalami perkembangan dan peningkatan jumlah yang signifikan. Berdasarkan data yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jumlah Fintech yang terdaftar mencapai 164 perusahaan, dengan jumlah Fintech sebanyak 25 perusahaan. Jumlah tersebut meningkat dari bulan November 2019, yang mencapai 144 perusahaan. Menurut Staf Direktorat Perizinan OJK, Audy Ramzie (dikutip dari Repbulika), peningkatan jumlah perusahaan Fintech yang signifikan tiap quarter-nya terjadi karena permintaan dari masyarakat yang tergolong tinggi dan faktor pertumbuhan digitalisasi yang meningkat.

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, Fintech memberikan kemudahan dalam pelayanan. Masyarakat dapat mengakses Fintech tersebut hanya melalui smartphone maupun media PC. Fintech memanfaatkan media aplikasi dan website dalam pelayanannya. Karena sistem tersebut, masyarakat dapat melakukan transaksi atau mengajukan pinjaman modal secara lebih efektif dan efisien. Kondisi ini berbeda dengan pelayanan yang diberikan oleh bank-bank konvensional. Berbagai kemudahan dan layanan yang cepat ini nyatanya berhasil meningkatkan demand atau permintaan dan minat masyarakat. Tak heran jika pada November 2019, jumlah pinjaman melalui Fintech di Indonesia mencapai Rp60,41 triliun.

Perkembangan Fintech dan kemudahan layanan yang diberikan tentu menjadi potensi bagi masyarakat untuk menyelenggarakan kegiatan wirausaha. Fintech memberikan layanan peminjaman modal secara cepat dan mudah. Pelaku bisnis bisa memanfaatkan Fintech sebagai jalan untuk pembiayaan. Peran fintech tidak hanya sebatas dalam pembiayaan modal usaha tetapi ada juga yang merambah ke berbagai aspek seperti layanan pembayaran digital juga pengatur keuangan.



Kehadiran layanan fintech keuangan berbasis teknologi di Indonesia telah menjadi keniscayaan sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (Wibowo, 2016).

Pelaku UMKM yang menerapkan fintech pada usahanya, menggunakan fintech seiring dengan perkembangan teknologi yang dimana pelaku UMKM harus menyesuaikan dengan perkembangan tersebut. Perkembangan teknologi yang terjadi serta kebiasaan masyarakat dalam hal cashless society dan hampir sebagian besar masyarakat membawa gadget yang menjadikan pelaku usaha harus menyesuaikan kebiasaan tersebut dengan menerapkan fintech pada usaha agar nantinya pelaku UMKM tidak terancam punah ataupun tertinggal. Penggunaan fintech yang diterapkan oleh pelaku UMKM ini, para pelaku UMKM mempertimbangkan beberapa alasan dalam penggunaan fintech.

Hal pertama yang menjadi alasan kunci dalam penerapan teknologi ini yaitu kemudahan. Penerapan fintech ini dapat memberikan kemudahan transaksi pada proses bisnisnya. Kemudahan yang diberikan dianggap oleh pelaku UMKM sebagai percepatan dari bisnis mereka. Kemudahan tersebut dapat memberi kemudahan dalam melakukan transaksi, pencatatan transaksi yang masuk sehingga memudahkan mengetahui keadaan usaha saat ini, layanan transfer ke rekening, serta memeriksa stock barang mereka secara otomatis pada system.

Masa kini perkembangan teknologi masa kini bukan lagi hal yang dianggap asing oleh masyarakat di Indonesia. Perkembangan teknologi yang terjadi saat ini mengalami perkembangan yang pesat yang akan memberikan kemudahan dalam mengakses suatu informasi serta kemudahan dalam mengelola sumber dayanya secara efektif dan efisien. Perkembangan teknologi dalam hal penggunaan internet merupakan perkembangan yang paling diminati oleh sebagian besar masyarakat. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa sebesar 64,8 persen dari pemakaian internet mengalami kenaikan pada tahun 2019. Naik 10,12 persen dari 2018 yang masih di angka 54,68 persen.

Perkembangan internet yang pesat telah melahirkan inovasi-inovasi khususnya dalam teknologi finansial yang akan memenuhi kebutuhan masyarakat baik itu dalam pemberian akses layanan finansial serta pemrosesan transaksi (Rahma, 2018). Penetrasi penggunaan internet merupakan hal yang mendasari dalam perkembangan tren ekonomi yang terjadi. Pertumbuhan internet menciptakan jaringan bagi usaha usaha mikro, kecil dan menengah yang secara tidak langsung menjadi pondasi dalam dalam perekonomian (Martawardaya, 2016). Kontribusi yang diberikan terhadap produk domestik bruto dari sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) diperkirakan tumbuh sebesar 5% pada tahun 2019. Kontribusi yang diberikan terhadap produk domestik bruto (PDB) dari sektor UMKM pada tahun ini telah mencapai 65%. Melihat hal itu bahwa UMKM menjadi pelaku terbesar dalam kegiatan ekonomi kita. (Syarizka, 2019).

### **Kinerja UMKM**

Untuk membantu UKM naik kelas memang tidak mudah, dimana salah satu parameternya adalah pengguna berbasis internet teknologi / digital. Pengguna internet, (Wicaksono, 2018), pengguna internet di Indonesia tercatat mengalami peningkatan pada tahun 2018 silam. Berdasarkan hasil studi Polling Indonesia yang bekerjasama dengan "Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)", jumlah internet pengguna di Indonesia tumbuh 10,12%. Menurut APJII, survei tersebut melibatkan 5.900 sampel dengan margin of error 1,28%. Hasilnya, menurut Henri, dari total 264 juta penduduk Indonesia, sebanyak 171,17 juta atau sekitar 64,8 persen sudah terkoneksi dengan internet. Angka ini meningkat dari tahun 2017 ketika angka penetrasi internet di Indonesia tercatat sebesar 54,86%.

Meski jumlah pengguna internet di Indonesia sangat besar, namun tingkat literasi digital disebut masih rendah, termasuk di kalangan UKM. Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) menilai media digital sangat berperan dalam semua aspek kehidupan masyarakat saat ini, salah satunya di sektor perdagangan. Tingkat inklusi digital Indonesia disebut baik karena pengguna media sosial sangat banyak dan tingkat penggunaan internet juga mencapai 60% dari jumlah penduduk. Namun,

hal tersebut berbanding terbalik dengan tingkat literasi dunia digital. Bisnis dengan literasi digital akan lebih memahami cara memasarkan produk dengan target pasar yang sesuai dan tidak mengelabui konsumen terkait barang yang diperdagangkan, baik disengaja maupun tidak. Dengan kata lain, UMKM harus didorong agar literasi digital dan menguasai market place, (Bisnis. Menurut Jordana & Suwanto (2017), literasi digital bukan sekadar jangkauan kemampuan menggunakan teknologi baru, belajar menggunakan perangkat baru, atau bahkan menerapkan perangkat dan teknologi tersebut ke dalam proses pembelajaran. Sebaliknya, literasi digital adalah kemampuan hasil adaptasi yang tinggi yang memungkinkan manusia untuk memanfaatkan keterampilan teknis dan menavigasi beragam informasi yang ada di jaringan internet.

Kemampuan teknis dalam mengakses teknologi sekarang dapat diubah di kemudian hari, tetapi literasi digital membentuk seseorang untuk siap di masa kini dan masa yang akan datang, apa pun bentuk teknologi yang akan ada nanti. Seperti terminologi lain dalam ilmu sosial, literasi digital memiliki arti yang berbeda bagi orang yang berbeda. Alamsyah & Purnama (2017) menemukan total 34 istilah yang digunakan untuk mendeskripsikan keterampilan dan kompetensi terkait teknologi digital. Literasi digital merupakan prasyarat bagi orang untuk berpartisipasi di Era Informasi atau Era Internet. Di era ini, kemajuan TIK telah mengubah cara manusia memproduksi, mendistribusikan, mengonsumsi, dan mereproduksi informasi. ICT juga menciptakan pekerjaan virtual, lingkungan virtual, dan peran virtual yang mempengaruhi gaya hidup masyarakat modern (Alamsyah & Purnama, 2017). TIK membuat jarak yang jauh, dan berbagai hambatan sosial.

### **Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah hubungan kausal dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. populasi penelitian ini yaitu para pengusaha di kota makassar yang usahanya masih berskala mikro, kecil dan menengah dan berjumlah 32 responden. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah metode

pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi (Sugiyono, 2012). Pengumpulan data dilakukan melalui survei dengan menggunakan kuesioner skala likert 5 point. Dalam melakukan pengujian, penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 21 untuk pengujian model pengukuran uji validitas dan reliabilitas dan uji kelayakan model yaitu uji normalitas dan uji multikoleniaritas, uji hipotesis (uji T, uji F dan koefisien determinasi).

## **Hasil Dan Pembahasan**

### **A. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas**

#### *Uji Validitas*

Responden penelitian ini sebanyak 32 responden. Subjek Berdasarkan Usia, sebanyak 92% berusia 18-25 tahun dan 8% berusia 25-35 tahun. Subjek Berdasarkan jenjang pendidikan sebanyak 37% dari responden yang memiliki jenjang pendidikan SMA. Dan masing-masing 3% dari responden memiliki jenjang pendidikan SMP dan Diploma, dan sebanyak 57% Mahasiswa atau S1. Subjek berdasarkan pengguna e-wallet atau digital Payment terdapat 79% dari responden adalah pengguna E-Wallet dan 21% tidak menggunakan. Subjek berdasarkan jenis e-wallet.

Berdasarkan data yang diperoleh, dapat diketahui bahwa Sebanyak 37% dari 34 responden menggunakan jenis E-wallet OVO. Untuk jenis e-wallet Dana sebanyak 31%, Link aja 6%, Go-Pay 19%, Saku-ku 4% dan Shopee-Pay sebanyak 2%. Rata-rata dari responden lebih banyak menggunakan jenis e-wallet OVO dan Dana. Subjek berdasarkan penghasilan. Dari 32 responden yang ada data yang diperoleh mengenai penghasilan perbulan dari responden secara keseluruhan adalah kurang dari Rp. 5.000.000. Subjek estimasi penggunaan e-wallet perbulan, Data yang diperoleh dari 32 responden mengenai penggunaan e-wallet untuk pembayaran non tunai yaitu rata-rata dari responden menggunakan < 2 kali dengan

persentase sebanyak 68%, dan sebanyak 26% dari responden menggunakan 2-5 kali dalam sebulan, dan yang menggunakan > 5 kali dalam sebulan hanya 6%.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Instrumen Pemahaman Literasi Keuangan

No. Item Pertanyaan	I <sub>hitung</sub>	I <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	0.348	0,339	Valid
2	0.491	0,339	Valid
3	0.455	0,339	Valid
4	0.349	0,339	Valid
5	0.373	0,339	Valid
6	0.383	0,339	Valid
7	0.599	0,339	Valid
8	0.500	0,339	Valid
9	0.527	0,339	Valid
10	0.364	0,339	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Hasil perhitungan uji validitas pemahaman literasi keuangan, diperoleh bahwa semua butir instrumen termasuk kategori valid dan semua butir layak dijadikan pertanyaan instrumen pada penelitian. Hasil uji validitas butir instrumen kemudahan diperoleh sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Instrumen Kemudahan

No. Item Pertanyaan	I <sub>hitung</sub>	I <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	0.865	0,339	Valid
2	0.892	0,339	Valid
3	0.841	0,339	Valid
4	0.907	0,339	Valid
5	0.902	0,339	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Hasil perhitungan uji validitas pemahaman literasi keuangan, diperoleh bahwa semua butir instrumen termasuk kategori valid dan semua butir layak dijadikan pertanyaan instrumen pada penelitian. Hasil uji validitas butir instrumen kinerja UMKM diperoleh sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Instrumen Kinerja UMKM

No. Item Pertanyaan	$I_{hitung}$	$I_{tabel}$	Keterangan
1	0.806	0,339	Valid
2	0.887	0,339	Valid
3	0.864	0,339	Valid
4	0.804	0,339	Valid
5	0.813	0,339	Valid
6	0.886	0,339	Valid
7	0.819	0,339	Valid
8	0.796	0,339	Valid
9	0.759	0,339	Valid
10	0.735	0,339	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Hasil perhitungan uji validitas kinerja UMKM, diperoleh bahwa semua butir instrument termasuk kategori valid dan semua butir layak dijadikan pertanyaan instrument pada penelitian. Tahapan selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat keterhandalan instrument penelitian yang digunakan. Suatu instrument penelitian dikatakan mempunyai nilai reliabilitas yang tinggi apabila tes yang dibuat mempunyai hasil yang konsisten dalam mengukur yang hendak diukur. Reliabilitas instrument dianalisis dengan menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*.

Kaidah keputusan pada uji reliabilitas adalah jika hasil  $r_{hitung}$  memiliki nilai sama dengan atau lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ ) maka instrument dinyatakan reliabel, sebaliknya item soal dikatakan tidak reliabel jika hasil  $r_{hitung}$  memiliki nilai lebih kecil daripada nilai  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ ). Pengujian reliabilitas instrument dilakukan dengan bantuan IBM SPSS versi 21. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua item pernyataan untuk setiap variabel yang digunakan dalam kajian ini berada pada kategori reliabel.

Tabel 4 Hasil Uji realibilitas instrumen

No	Variabel	Crobranch's Alpha	Kesimpulan
1	Pemahaman literasi keuangan	0.499	Reliabel
2	Kemudahan digital payment	0.928	Reliabel
3	Kinerja UMKM	0.944	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

## B. HASIL PENELITIAN ANALISIS STATISTIK INFERENSIAL

### a. Uji Normalitas (*Test of Normality*)

Tabel 5 tests of normality

	Tests of Normality					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Literasi Keuangan	.113	32	.200*	.960	32	.270

Kemudahan	.135	32	.146	.957	32	.233
*. This is a lower bound of the true significance.						
a. Lilliefors Significance Correction						

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Berdasarkan tabel 5 di atas bahwa Hasil uji kolmogorov-smirnov pada variabel literasi keuangan menghasilkan nilai kolmogorov-smirnov sebesar 0.113 dan  $p = 0.146$  ( $p > 0.05$ ). sehingga variabel literasi keuangan terdistribusi normal. Begitu juga pada variabel kemudahan yang memiliki nilai kolmogorov-smirnov sebesar 0.135 dan  $p = 0.200$  ( $p > 0.05$ ) sehingga variabel kemudahan juga terdistribusi normal.

b. *Uji Multikolinieritas*

Tabel 6 uji multikolinieritas

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	0.631	7.452		0.085	0.933		
Literasi Keuangan	0.363	0.169	0.297	2.144	0.041	0.954	1.048
Kemudahan	0.689	0.171	0.558	4.035	0.000	0.954	1.048

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM



Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat diketahui nilai Tolerance untuk variabel Literasi Keuangan (X1) dan Kemudahan (X2) adalah sebesar 0.954 lebih besar dari 0.10. sementara nilai VIF untuk variabel Literasi Keuangan (X1) dan Kemudahan (X2) adalah sebesar  $1.048 < 10.00$ . maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi.

*c. Uji Hipotesis*

a) Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7 ringkasan analisis regresi linear berganda

Variabel	Koefisien regresi	t hitung	Sig.
Konstanta	0.631		
Literasi keuangan	0.363	2.144	0.041
Kemudahan	0.689	4.035	0.000

F hitung = 12.870

R Square = 0.470

Berdasarkan tabel ringkasan analisis regresi linear berganda dapat dilihat bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dimana nilai koefisien beta pada literasi keuangan sebesar 0.363. angka mengindikasikan besaran penambahan kinerja usaha untuk setiap penambahan informasi mengenai literasi keuangan. Adapun nilai koefisien beta pada kemudahan digital payment sebesar 0.689. angka mengindikasikan besaran penambahan kinerja usaha untuk setiap kemudahan digital payment. Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat dikatakan bahwa variabel literasi keuangan dan kemudahan digital payment secara bersama-sama dapat memprediksi kinerja UMKM di kota Makassar.

b) Uji Signifikan Secara Parsial

Berdasarkan tabel 7 diatas menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan dimana nilai Sig.  $0.041 < 0.05$  dan t hitung 2.144 lebih besar dari t tabel 2.0452 ( $2.144 > 2.045$ ), maka dapat disimpulkan variabel literasi keuangan secara parsial berpengaruh dengan kinerja UMKM di kota Makassar.

Pada variabel kemudahan digital payment terhadap kinerja UMKM nilai signifikannya lebih kecil dari  $0.000 > 0.05$  dan t hitung lebih besar dari t tabel ( $4.035 > 2.045$ ), maka dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan digital payment terhadap kinerja UMKM di kota Makassar berpengaruh secara signifikan.

c) Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)

Tabel 8 Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	138.819	2	69.409	12.870	.000 <sup>b</sup>
	Residual	156.400	29	5.393		
	Total	295.219	31			
a. Dependent Variable: Kinerja UMKM						
b. Predictors: (Constant), Kemudahan, Literasi Keuangan						

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Hasil Analisis Data Diatas Bahwa Nilai Sig.  $0.000 < 0.05$  dan f hitung  $12.870 > f$  tabel 3.32, sehingga hipotesis diterima. Maka Dapat Disimpulkan Bahwa variabel literasi keuangan (X1) dan kemudahan digital payment (X2) berpengaruh terhadap kinerja UMKM (Y). Maka Variabel X1 X2 Secara Simultan Berpengaruh Terhadap variabel Y.

d) Koefisien Diterminasi

Nilai koefisien determinasi atau  $r^2$  variabel literasi keuangan dan kemudahan digital payment terhadap kinerja umkm adalah sebesar 0.470. Besarnya angka koefisien determinasi  $r^2$  adalah 0.470 atau sama dengan 47%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel  $X_1$  dan  $X_2$  secara simultan bersama-sama berpengaruh terhadap variabel  $Y$  sebesar 47%. Sedangkan sisanya 53% dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

### **Pembahasan**

Berdasarkan hasil analisis data, maka pada bagian selanjutnya akan dikemukakan mengenai pembahasan yang berfokus pada hasil pengujian hipotesis yang akan memberikan jawaban atas perumusan masalah dalam penelitian ini.

#### **Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM**

Sudah jelas bahwa literasi keuangan memiliki arti yang berbeda bagi orang yang berbeda, dan ini tercermin paling jelas dalam banyak definisi yang digunakan dalam literatur. literasi keuangan dapat bersifat absolut, terdiri dari beberapa standar pengetahuan yang dianggap umum atau diinginkan oleh semua konsumen, atau relatif, di mana standar tersebut bervariasi sesuai dengan keterampilan, kebutuhan, dan pengalaman pribadi. Oleh karena itu, tolok ukur literasi keuangan berubah sesuai dengan derajat interaksi saat ini dan yang mungkin terjadi dengan pasar jasa keuangan. Literasi keuangan biasanya dianggap memiliki pemahaman tentang laporan keuangan, arus kas, dan manajemen, kompensasi, mekanisme pengendalian internal dan tata kelola perusahaan (McDaniel, Martin & Maines 2002) dalam (Worhington 2006).

Dalam penelitian Worhington (2006), Schagen dan Lines (1996) mendefinisikan literasi keuangan sebagai "kemampuan untuk membuat penilaian yang terinformasi dan untuk mengambil keputusan yang efektif mengenai penggunaan dan pengelolaan uang". Riset Roy Morgan (2003a, 2003b, 2003c), setuju bahwa literasi keuangan adalah tentang orang yang diberi informasi dan pengambil keputusan yang percaya diri dalam semua aspek penganggaran,

pengeluaran dan menabung, tetapi ukuran literasi keuangan harus mencerminkan keadaan individu, dan oleh karena itu relatif. Beal dan Delpachitra (2003) juga berpendapat bahwa melek finansial tidak hanya harus memiliki kemampuan untuk memahami konsep-konsep kunci dalam pengelolaan uang, pengetahuan kerja tentang lembaga keuangan, sistem dan layanan dan berbagai keterampilan analitis, tetapi juga memiliki kemampuan memfasilitasi sikap terhadap pengelolaan urusan keuangan yang efektif dan bertanggung jawab. Literasi keuangan itu sendiri dapat dikategorikan menjadi dua bidang, yaitu: upaya untuk menjelaskan pola literasi keuangan yang berbeda dalam populasi (Schagen dan Lines, 1996; Mandell, 1998; Koalisi Jumpstart untuk Literasi Keuangan Pribadi, 2005) dan upaya untuk mengevaluasi efektivitas program literasi keuangan individu (Huddleston dan Danes, 1999; Garman, Kim, Kratzer, Brunson dan Joo, 1999; Chatzky, 2002) dalam (Worhingtong 2006).

Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM dan Akses Keuangan berpengaruh signifikan dan memediasi sebagian hubungan antara literasi keuangan terhadap kinerja UMKM (Dewi et al., 2018). Studi empiris telah mengidentifikasi literasi keuangan pengusaha sebagai salah satu faktor utama yang mempengaruhi kinerja usaha kecil (Njoroge, 2013). Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ariwibawa (2016) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja dan keberlanjutan UMKM di Jawa Tengah. Dalam penelitian Kaban dan Safitry (2020) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner serta kinerja berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan UMKM kuliner di Jabodetabek.

**Hypotesis 1 (H1):** *Literasi Keuangan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kinerja UMKM.*

Temuan kajian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan nilai koefisien beta pada literasi keuangan sebesar 0.363. Hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi literasi

keuangan pelaku UMKM maka kinerja usaha dalam UMKM juga semakin tinggi, begitupun sebaliknya.

### **Pengaruh Kemudahan Digital Payment Terhadap Kinerja UMKM**

Perkembangan internet yang pesat dalam teknologi finansial yang akan memenuhi kebutuhan masyarakat baik itu Zee dalam pemberian akses layanan finansial serta pemrosesan transaksi (Rahma, 2018). Penetrasi penggunaan internet merupakan hal yang mendasari dalam perkembangan tren ekonomi yang terjadi. Pertumbuhan internet menciptakan jaringan bagi usaha UMKM yang secara tidak langsung menjadi pondasi dalam dalam perekonomian (Martawardaya, 2016). Perubahan kebiasaan pada kegiatan ekonomi yang pada prosesnya rumit dan panjang dijadikan menjadi lebih cepat dan efisien juga disebut sebagai fenomena disruptive technology. Inovasi-inovasi dalam teknologi baik produk dan jasa. Perubahan ini merupakan perubahan yang menjadikan hal lebih sederhana, tidak membutuhkan biaya yang banyak serta penggunaan yang mudah. (Handinata, 2013). Disruptive technology dapat menciptakan peluang pasar yang lebih luas dan dapat membantu pelaku usaha dalam penyesuaian diri dengan cepat (Martawardaya, 2016).

Penelitian Octavia dkk (2017) menemukan bahwa daya saing UMKM dapat ditingkatkan melalui peningkatan kinerja bisnis UMKM. Salah satu faktor pendukung untuk meningkatkan kinerja UMKM adalah penggunaan teknologi informasi (BPS, 2019). Penggunaan teknologi informasi oleh UMKM berhubungan dengan banyak faktor, diantaranya adalah niat atau minat untuk menggunakan teknologi karena adanya keyakinan bahwa ketika menggunakan suatu teknologi maka hasil yang dicapai dalam pekerjaan akan meningkat atau lebih baik (Vankatesh & Davis, 2000). Niat pengguna merupakan kecenderungan seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi agar mempermudah pekerjaannya dan menghasilkan informasi berkualitas (Zainuri dkk, 2017). Niat pengguna adalah suatu keinginan (niat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku yang tertentu. Seseorang akan melakukan sesuatu perilaku (behavior) jika mempunyai keinginan atau niat untuk melakukannya (Jogiyanto, 2007:116).

Penggunaan teknologi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM dampak ini diliat saat menggunakan teknologi internet Dalam sistem online (Widiana, 2012). Selain kepuasan yang memengaruhi niat menggunakan teknologi informasi atau niat membeli ulang, sikap terhadap suatu produk juga berpengaruh terhadap niat menggunakan produk tersebut termasuk teknologi informasi. Hasil penelitian Marsyadini dan Aprilia (2018) membuktikan bahwa niat menggunakan e-commerce di UMKM secara positif dipengaruhi oleh sikap dan persepsi kegunaan (usefulness). Penelitian Sidharta dan Suzanto (2015) menemukan bahwa kepuasan konsumen pada saat bertransaksi online berpengaruh terhadap perilaku untuk melakukan pembelian ulang pada e-commerce. Disamping kepuasan dan sikap terhadap penggunaan teknologi, pesaing juga merupakan salah satu faktor yang memengaruhi niat penggunaan teknologi informasi. Di era digital saat ini, persaingan untuk mencapai pangsa pasar lebih besar makin ketat. Penggunaan teknologi informasi menjadi salah satu strategi yang tepat sehingga meningkatkan niat penggunaan teknologi informasi bagi pelaku usaha tidak terkecuali pada UMKM.

**Hypotesis 2 (H2):** *Kemudahan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kinerja UMKM.*

Temuan kajian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan nilai koefisien beta pada literasi keuangan sebesar 0.689. Hal tersebut berarti bahwa semakin mudahnya penggunaan digital payment atau pembayaran digital dan dapat meningkatkan kinerja UMKM dalam masalah pembayaran digital di mana era globalisasi dan kecanggihan teknologi.

### **Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Digital Payment Secara Bersama-Sama Terhadap Kinerja UMKM**

Literasi keuangan dan kemudahan digital payment mempunyai pengaruh langsung yang positif terhadap kinerja UMKM. Maksud dari penelitian ini bahwa literasi keuangan menyadari pentingnya pengetahuan umum terhadap keuangan

yaitu manfaat asuransi, dan investasi, dan kemudahan digital payment yakni cepat dalam mentransfer uang, aplikasi mudah digunakan, mendapatkan point yang diberikan aplikasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja UMKM yaitu peningkatan pendapatan, penjualan produk ke luar negeri (ekspor), peningkatan pekerja, dan peningkatan volume penjualan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Worhingtong (2006), Schagen dan Lines (1996) mendefinisikan literasi keuangan sebagai "kemampuan untuk membuat penilaian yang terinformasi dan untuk mengambil keputusan yang efektif mengenai penggunaan dan pengelolaan uang". Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM dan Akses Keuangan berpengaruh signifikan dan memediasi sebagian hubungan antara literasi keuangan terhadap kinerja UMKM (Dewi et al., 2018). Studi empiris telah mengidentifikasi literasi keuangan pengusaha sebagai salah satu faktor utama yang mempengaruhi kinerja usaha kecil (Njoroge, 2013).

Demikian pula bahwa penggunaan fintech memberikan keuntungan bagi pelaku UMKM dalam pencatatan transaksi penjualan yang secara otomatis memberikan report penjualan dalam mingguan ataupun bulanan yang dapat memudahkan pelaku UMKM dalam melihat kinerja usahanya. Tentunya keuntungan dari penerapan fintech pada pelaku UMKM memberikan kemudahan dan mempercepat transaksi dengan pelanggan, sehingga transaksi yang terjadi lebih akurat.

Untuk pelaku UMKM yang hanya menerapkan fintech untuk pembayaran saja akan memberikan kemudahan bagi pelanggan yang melakukan transaksi melalui aplikasi payment gateway sehingga pelanggan tidak perlu susah untuk melakukan pembayaran. Hal ini sesuai dengan pemaparan dari Gede Udayana, sebagai berikut: "Tentunya memudahkan pelanggan untuk melakukan pembayaran serta memudahkan pengelolaan keuangan dari mulai otomatis transaksi penjualan".

Maka peran digital payment memberikan dampak bagi usahanya. Dengan adanya peran fintech maka pelaku UMKM dapat dengan mudah memahami mengenai pengelolaan keuangan dengan kemudahan dalam mengetahui

pemasukan dan pengeluaran yang terjadi pada transaksi yang terjadi. Hasil yang nyata diperoleh di lapangan dari alasan pelaku UMKM menerapkan fintech ini yaitu kemudahan, kepraktisan dan kecepatan dalam transaksi dan pencatatan. Hal lain dari penerapan fintech yaitu dapat memberi kemudahan kepada pelanggan. Kegiatan proses transaksi yang lebih efisien dan efektif yang menjadi alasan pelaku UMKM menerapkan fintech ini, perkembangan jaman juga memberikan tuntutan bahwa para pelaku usaha menerapkan fintech berbasis payment gateway ini. Sehingga antara literasi keuangan dan kemudahan digital payment memberikan dampak positif terhadap kinerja UMKM.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, bahwa Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial adanya pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM di kota Makassar. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial adanya pengaruh positif dan signifikan kemudahan digital payment terhadap kinerja UMKM di kota Makassar. Hasil penelitian ini menunjukkan secara simultan adanya pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan dan kemudahan digital payment terhadap kinerja UMKM di kota Makassar. Pemahaman akan mengelola keuangan adalah salah satu aspek penting dalam menjalankan sebuah bisnis. Hal ini diharap pelaku yang menjalankan usaha baik itu kecil atau menengah dapat memahami dan mampu secara bijak dalam mengelola keuangan usahanya. Pengelolaan keuangan yang dilakukan oleh pemilik bisnis baik itu benar atau kurang tepat akan berdampak jangka pendek maupun jangka panjang pada bisnis yang dijalankan. Setiap pemilik usaha menginginkan agar usahanya dapat berjalan dengan baik. Begitupun dengan pemanfaatan kecanggihan teknologi untuk memasarkan produk usahanya dengan menggunakan media sosial dan pembayaran secara elektronik menjadi kunci dan kemajuan usaha kecil yang ada di kota Makassar.

### **Daftar Pustaka**



- Akbar, M., Misbahuddin, & Wahab, A. (2021). PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN PERILAKU KEWIRAUSAHAAN MUSLIM TERHADAP KINERJA USAHA KECIL (STUDI PADA USAHA KULINER DI KOTA MAKASSAR). *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(1), 25-39.
- Beck, T., & Demirglic-Kunt, A (2006). Small and medium size enterprises: acces to finance as a growth constraint. *Journal of banking and finance*. 30(11).
- Chen, H. & Volpe, R. (1998). *An Analysis Of Personal Financial Literacy Among College Students, Financial Services Review*. 7(2), 107-128
- De Mel, S. McKenzie. D & Woodruff, C (2008). "who are the etrepreneurs: financial literacy for young entrepreneurs. *World bank working paper*, 5642.
- Dewi, W. K., & Rahman, A. (2018). The Effects of Financial Literacy and Financial Access to the Performance of SMEs (Small and Medium Enterprises) in the Trade Sector of Padang City. *International Journal of Progressive Sciences and Technologies*, 10(2), 371-381.
- Dahmen, P. & Rodriguez, E (2014). Financial literacy and the success of small businesses: an observation from a small business development center. *international journal of numeracy*, 7(12).
- Erlanitasari, Y., Rahmanto, A., & Mahendra, W. (2019). Digital economy literacy micro, small and medium enterprises (SMES) go online. *Informasi*, 49(2), 145-156.
- Garvey, K. et al. (2017). Cultivating growth. *The 2nd Asia Pacific Region Alternative Finance Industry Report - Cultivating Growth (September)*. Cambridge Centre for Alternative Finance (CCAF). London : University of Cambridge., (September).
- Ghazali, N. H., & Yasuoka, T. (2018). Awareness and Perception Analysis of Small Medium Enterprise and Start-up Towards FinTech Instruments- Crowdfunding and Peer-to-Peer Lending in Malaysia. *International Journal of Finance and Banking Research*, 4(1), 13-24. <https://doi.org/10.11648/j.ijfbr.20180401.12>
- Handinata, F. (2013). *Definisi Dari Distruptive Technology Inovasi Teknologi*. Scrib. <https://www.scribd.com/doc/134909284/Definisi-Dari-Disruptive-Technology-Adalah-Inovasi-Teknologi>
- Idawati, I. A., & Pratama, I. G. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Kota Denpasar. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(1), 1-9. Retrieved from <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wmbj>
- Jogiyanto 2007. Jogiyanto, H. M. "Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi." *Yogyakarta: Penerbit Andi* (2007).

- Kaban, R. F., & Safitry, M. (2020). Does Financial Literacy Effect to Performance and Sustainability of Cullinary MSMEs ini Greater Jakarta. *Ekonomi Bisnis*, 25(1), 1-14.
- Kasenda, B. S., & Wijayangka, C. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 153-160.
- Kwabena, G. Y., Qiang, M., Wenyuan, L., Qalati, S. A., & Erusalkina, D. (2019). EFFECTS OF DIGITAL PAYMENT SYSTEM ON SMES PERFORMANCE IN DEVELOPING COUNTRIES; A CASE OF GHANA. *EPRA International Journal of Economic and Business Review-Peer Review Journal*, 7(12), 79-87. doi:10.36713
- Lacasse, R. M., Lambert, B. A., Osmani, E., Couture, C., Roy, N., Sylvain, J., & Nadeau, F. (2016). A Digital Tsunami FinTech and Crowdfunding Introduction Purpose Statement, Terms and Methodology Current State of FinTech and Disruptive Clusters. *International Scientific Conference on Digital Intelligence*, 1-5.
- Marsyadini, F. dan Aprila, N. 2018. Niat Menggunakan E-commerce: Suatu Pendekatan *Technology Acceptance Models* (Studi Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Di Kota Bengkulu). *Jurnal Akuntansi*, 8 (1): 55 - 66.
- Martawardaya, B. (2016). Teknologi Disruptif dan Peluangnya. *Medcom.Id*. <https://www.medcom.id/pilar/kolom/MkMYLawk-teknologi-disruptif-dan-peluangnya>
- Meher, B. K., Hawaldar, I. T., Mohapatra, L., Mercel, C., Birau, R., & Rebegea, C. (2020). The impact of digital banking on the growth of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in India: a case study. *Business: Theory and Practice*, 22(1), 18-28.
- Mutegi, H. K., Njeru, P. W., & Ongesa, N. T (2015). Financial Literacy and Its Impact on Loan Repayment by Small and Medium Entrepreneurs. *International Journal of Economics, Commerce and Managemnt*. 3(3). 1-28.
- Ngaruiya, B., Bosire, M., & Simon, M. (2014). Effects of mobile money transactions on financial performance of small and medium enterprises in Nakuru central business district. *Research Journal of Finance and Accounting*, 5(12), 53-58.
- Ningsih, D. R. (2020). PERAN FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH) DALAM MEMBANTU PERKEMBANGAN WIRUSAHA UMKM. In *PROSIDIG SEMINAR NASIONAL PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS PGRI PALEMBANG*, 270-277.
- Nunno J & Andoh F (2012). Sustaining small and medium enterprises through financial service utilization: does financial literacy matter? presented at the

agricultural & applied economics association's 2012 AAEA annual Meetign, Seattle, Washington.

- Octavia, A., Zulfanetti, dan Erida. 2017. Meningkatkan Daya Saing Daerah Melalui Kecil dan Menengah di Provinsi Jambi. *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah*, 4(3): 155-166.
- Pisa, OECD (2012). Assessment and analytical framework: mathematics, reading, science, problem solving and financial literacy.
- Prameswari, N. S., Suharto, M., & Afatara, N. (2017). Developing E-Commerce for Micro Small Medium Enterprise (MSME) to Cope with Cultural Transformation of Online Shopping. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 8(2), 188-198.
- Purnamasari, E. D. (2020). Pengaruh Payment Gateway dan Peer to Peer Lending (P2P) terhadap Peningkatan pendapatan di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 11(1), 63-65.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adpotion by SMEs in developing countries: evidance from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25-41.
- Rahma, T. I. F. (2018). Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology (Fintech). *At-Tawassuth*, III, 642-661.
- Ramadani, D. F., & Syariati, A. (2020). Ekonomi Digital dan Persaingan Usaha sebagai Pendorong Pendapatan UMKM di Kota Makassar. *Journal of Regonal Economics*, 1(1), 24-33.
- Ratnawati. (2016). Tingkat Pendidikan Pengetahuan Literasi Keuangan, sustainabilityUsaha sebagai upaya meningkatkan kinerja manajemen UKM. *Ilmiah – Vidya*. 24(2). 24-32.
- Rojas-Suarez L & Gonzales V (2010). Acces to Financial services in emerging power: facts, obstacles and policy implications: background paper for the perspectives on global development. OECD Centre for Global Development, Washington D,C.
- Sanistasya, P. A., Raharjo, K., & Iqbal, M. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha Kecil di Kalimantan Timur. *Ekonomia*, 14, 48-59.
- Sidharta, I. dan Suzanto, B. 2015. Pengaruh kepuasan Transaksi *Online Shopping* dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap serta Perilaku Konsumen pada E-Commerce. *Jurnal Computech & Bisnis*, 9(1): 23-36.
- Sieke, J Wagoki.m & Kagio, A (2013). An assessment of the role of financial literacy on performance of small and microenterprises: A case of equity group foundation training program on SMEs in Njoro District, Kenya. *Journal of economics and finance*, 11(7).

- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 287-297.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Venkatesh, V. and Davis, F.D. 2000. A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46, 186-204.
- Wachira MI, Kihiu EN (2012). Impact of financial literacy on acces to financial services in Kenya. *Internasional Journal of Business and Social Science*. 3(19).
- Wahid, M. N., & Baridwan, Z. (n.d.). PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KINERJA UKM BATIK DI KOTA MALANG PADA ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0. *Journal Ekonomi*.
- Wardani, A. P., & Darmawan, N. A. (2020). Peran Financial Technology pada UMKM: Peningkatan Literasi Keuangan Berbasis Payment Gateway. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 10(2), 170-175.
- Widdowson, D., & Hailwood, K. (2007). Financial literacy and its role in promoting a sound financial system. *The Reserve Bank of New Zealand Bulletin*, 70(2), 1-19.
- Widiana, M.E., Supit,H., dan Hartini, S. 2012. Penggunaan Teknologi Internet dalam Sistem Penjualan Online untuk Meningkatkan Kepuasan dan Pembelian Berulang Produk Batik pada Usaha Kecil dan Menengah di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(1): 71-81.
- Worthington, A. C. (2006). *Predicting financial literacy in Australia*. AC Worthington: Research Online.
- Yucha, N., SETIAWAN, S., MUTTAQIIN, N., EKASARI, R., & MAULADI, K. F. (2020). digital payment system analysis of buying decision in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7(10), 323-328.
- Zainuri, A., Astuti, E.S., dan Dewantara, R.Y. 2017. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Berbasis Wireless Terhadap Niat Pengguna Internet (Studi Pada Pengguna Akses Indonesia Wifi (Wifi.Id) PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Lamongan). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 27(1): 1-9.