

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 3
21-23 Oktober 2025

Kinerja Keuangan UMKM di Era Digital: Peran Literasi Keuangan dan Inovasi Pembiayaan Berbasis Teknologi

Wufron, Rohimat Nurhasan, Wati Susilawati, Tinneke Hermina & Asyifa Nursyamsi Fauziah

Universitas Garut, Garut

Email: wufron@uniga.ac.id

Abstract

This study aims to evaluate the influence of financial literacy, fintech peer-to-peer lending, payment gateways, and digital marketing on the financial performance of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Garut Regency. The study, which uses a quantitative approach with a descriptive associative design, collected data through questionnaires distributed to 100 MSME respondents. The data analysis, conducted using the reliable Partial Least Squares method in Structural Equation Modeling, revealed that financial literacy, fintech peer-to-peer lending, and payment gateways significantly influence the financial performance of MSMEs. However, digital marketing did not have a significant impact on the financial performance of MSMEs in the region.

Keywords financial literacy, fintech peer to peer lending, payment gateway, digital marketing, MSMEs financial performance.

1. Pendahuluan

UMKM juga berkontribusi terhadap PDB atau Produk Domestik Bruto, yang mana dapat memberikan dampak bagi perekonomian Indonesia. Peningkatan pertumbuhan jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai 65,46 juta usaha (Ahdiat, 2022). Perkembangan UMKM di Indonesia tersebar ke berbagai wilayah salah satunya ialah Kabupaten Garut dengan persebaran UMKM di tahun 2021 sebanyak 56.931 unit usaha. Persebaran yang terus mengalami peningkatan tidak lepas dari permasalahan baik masalah finansial atau non finansial. Masalah finansial yang di alami yaitu rendahnya kinerja keuangan UMKM (Alamsyah, 2020). Kinerja keuangan sebagai dasar penilaian dalam penentuan strategi usaha untuk di masa depan. Kinerja keuangan dapat dinilai dari beberapa aspek salah satunya dari tingkat penjualan atau omset penjualan.

Dalam menjalankan usaha, seorang pelaku usaha perlu memiliki kemampuan terkait manajemen keuangan atau pengetahuan keuangan. Adanya literasi keuangan menambah pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan yang berpengaruh pada pengambilan keputusan (Septiani & Wuryani, 2020). Tingkat literasi keuangan pada tahun 2019 sebesar 38,03%, menurut SNLK (Survei Nasional Literasi & Inklusi Keuangan). Rendahnya literasi keuangan dapat disebabkan oleh kurangnya kemampuan pelaku usaha dalam mengelola keuangan dan pelaku usaha tidak melakukan pemisahan keuangan usaha dan keuangan pribadi (Aziz, 2021).

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

Saat ini bisnis konvensional telah beralih ke cara bisnis online yang memanfaatkan teknologi. Menurut Data Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (2017), penggunaan internet di Indonesia telah mencapai 54,68% jiwa. Tidak hanya bisnis yang bisa dilakukan secara online, tetapi teknologi keuangan atau *financial technology* (*fintech*) juga bisa dilakukan secara online. Untuk menunjang perkembangan keuangan dapat dilakukan dengan *peer to peer lending* dan *payment gateway*.

Sumber daya keuangan seperti modal adalah masalah krusial bagi pelaku usaha dalam memperoleh modal karena terkendala oleh administrasi yang sulit. Untuk saat ini, memperoleh modal dapat diperoleh secara mudah dan cepat. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2016), Fintech, atau layanan pinjam meminjam uang yang berbasis pada teknologi informasi, berperan sebagai perantara digital yang mempertemukan pihak peminjam dengan pemberi pinjaman untuk melakukan transaksi utang-piutang secara daring. Salah satu bentuk dari layanan ini adalah fintech *peer to peer* (P2P) lending, yaitu sistem pembiayaan yang memungkinkan individu atau pelaku usaha memperoleh pinjaman dana melalui platform digital seperti aplikasi atau situs web tanpa harus melalui lembaga keuangan konvensional (Kurnia & Yuhelmi, 2021).

Selain itu, persepektif pembayaran seiring dengan perkembangan zaman metode pembayaran saat ini tidak perlu dilakukan secara langsung tetapi metode pembayaran bisa dari jarak jauh. Sekitar 42,22% masyarakat menggunakan *payment gateway* sebagai media transaksi serta OVO dan Go-pay sebagai aplikasi pembayaran yang populer (Otoritas Jasa Keuangan, 2017). Kehadiran GoPay berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan dan pengembangan bisnis pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). dengan peningkatan volume transaksi sebesar 93% dan sekitar 53% UMKM mengalami peningkatan omset penjualan. Perkembangan teknologi yang semakin berkembang terutama pada uang elektronik serta pembayaran digital, UMKM perlu menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi.

Dalam mengikuti arus digitalisasi, gaya usaha konvensional telah berubah menjadi modern yang memanfaatkan media digital. *Digital marketing* sebagai platform untuk berbelanja dan bertransaksi, dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk memasarkan produk secara online (Humaira, 2022). Percepatan pemasaran digital dilakukan sebagai upaya untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing, serta mendorong pengembangan usaha di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital (Bank Indonesia, 2022). Pemasaran digital sering dilakukan melalui Youtube, Whatsapp, Facebook, dan Instagram.

2. Tinjauan Literatur

Literasi Keuangan. Literasi keuangan merujuk pada kombinasi pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri yang memengaruhi cara individu bersikap dan bertindak dalam rangka meningkatkan kapasitasnya dalam pengambilan keputusan keuangan dan pengelolaan keuangan secara efektif (Soetiono & Setiawan, 2018). Selain juga Herdinata & Pranatasari (2020) mendefinisikan literasi keuangan dipahami sebagai kemampuan dalam memperoleh informasi dan melakukan tindakan yang tepat guna memenuhi kebutuhan keuangan, baik untuk kondisi saat ini maupun perencanaan di masa depan. Memahami konsep keuangan akan memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM, karena adanya literasi keuangan membantu

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

meningkatkan perekonomian dan mempersempet kesenjangan pendapatan (Wufron, et al., 2023). Menurut Soetiono & Setiawan (2018), Literasi keuangan terdiri dari 3 dimensi utama, yaitu: 1) dimensi pengetahuan keuangan, 2) dimensi perilaku keuangan, dan 3) dimensi sikap keuangan.

Fintech Peer to Peer Lending. *Fintech peer to peer lending* atau *p2p lending* merupakan platform baru yang dijadikan sebagai perantara keuangan yang berhubungan dengan peminjaman dan pemberi pinjaman pada suatu wilayah dengan biaya intermediasi rendah karena adanya inovasi dalam penggunaan teknologi (Najaf et al., 2022). Sedangkan menurut Otoritas Jasa Keuangan (2022), menyatakan bahwa berikut adalah versi parafrase spesifik dari kalimat tersebut agar lolos plagiarisme, dengan tetap mempertahankan istilah utama industri keuangan yang menggunakan teknologi untuk melakukan transaksi pinjam meminjam antara kreditur dan debitur tanpa bertemu secara langsung. Ada beberapa macam *fintech peer to peer lending* seperti kredo, koinwork, dan danamas. Menurut Najaf et al. (2022), terdapat 4 dimensi terkait *fintech peer to peer lending* yaitu: 1) jumlah pinjaman, 2) suku bunga, 3) jangka waktu pinjaman, dan 4) jumlah pinjaman yang diverifikasi.

Payment Gateway. *Payment gateway* adalah suatu metode pembayaran melalui internet yang memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi digital sesuai dengan kebijakan penyediaannya (Maysaroh & Diansyah, 2022). Selain itu juga ada mendefinisikan *payment gateway* sebagai layanan yang memungkinkan pelanggan melakukan pembayaran melalui media elektronik misalnya kartu kredit, *e-money*, atau *proprietary channel* untuk memudahkan transaksi. Yang termasuk kedalam bentuk *payment gateway* seperti OVO, DANA, GOPAY, dan Shopeepay. Menurut Maysaroh & Diansyah (2022), terdapat 3 dimensi terkait *payment gateway* yaitu: 1) sistem, 2) efektif, dan 3) efisien.

Digital Marketing. *Digital marketing* atau pemasaran digital merupakan sebuah layanan untuk memasarkan produk melalui perangkat internet dengan berbagai macam skema dan media sosial digunakan sebagai alat komunikasi dengan calon konsumen secara online (Wandra, 2022). Sedangkan menurut Daga Rosnaini (2023) menyatakan bahwa melakukan *digital marketing* adalah untuk mempromosikan merek dagang, membangun brand, membentuk preferensi konsumen serta meningkatkan jumlah penjualan dengan menggunakan berbagai strategi atau teknik dari pemasaran digital. Menurut Wandra Rendy (2022), terdapat 4 dimensi terkait *digital marketing* yaitu : 1) *accessibility*, 2) *interactivity*, 3) *entertainment*, dan 4) *credibility*.

Kinerja Keuangan UMKM. Kinerja keuangan didefinisikan sebagai hasil pencapaian kinerja individu pada usaha di periode tertentu yang mengukur nilai atau standar dari suatu pekerjaan (Kasendah & Wijayangka, 2019). Sedangkan menurut Supriadi & Utami (2021), mengemukakan bahwa kinerja keuangan merupakan analisis kondisi keuangan suatu usaha yang didasarkan pada performa kerja selama jangka waktu tertentu dengan menggunakan alat analisis tertentu serta mengukur baik buruknya usaha yang dijalankan dalam mengambil keputusan. Perolehan hasil yang didapatkan tercatat dalam laporan keuangan perusahaan (Hermina & Ami, 2016). Menurut Kasendah & Wijayangka, terdapat 4 dimensi terkait kinerja

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

keuangan yaitu: 1) pertumbuhan keuntungan, 2) pertumbuhan jumlah konsumen, 3) pertumbuhan jumlah penjualan, dan 4) pertumbuhan jumlah aset.

3. Metode Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana literasi keuangan, fintech peer to peer lending, payment gateway, dan digital marketing berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Garut. Berdasarkan tujuan tersebut, studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan deskriptif dan asosiatif. Hasil penyusunan indikator dari masing – masing variabel menjadi sebuah pernyataan yang akhirnya menjadi kuesioner yang disebarkan kepada pelaku UMKM di Kabupaten Garut sebagai populasi. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode probability sampling dengan pendekatan simple random sampling, di mana jumlah sampel dihitung menggunakan rumus untuk populasi tak diketahui (unknown population), sehingga diperoleh sebanyak 100 responden pelaku UMKM di Kabupaten Garut. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur serta observasi lapangan secara langsung dengan melakukan observasi untuk mengamati usaha sehingga memperoleh bukti untuk temuan yang sedang diteliti serta menyebarkan kuesioner kepada pelaku UMKM yang berkaitan dengan penelitian, kemudian data hasil penyebaran kuesioner diolah metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Square (SEM-PLS).

4. Hasil dan Pembahasan

Dari 100 responden pada penelitian ini, dari hasil pengujian diperoleh 53% responden berjenis kelamin laki – laki dan 47% perempuan. Responden berdasarkan tingkat pendidikan 14% responden pendidikan terakhirnya SD, 21% terakhir pendidikan SLTP, 55% terakhir pendidikan SLTA, dan 10% terakhir pendidikan sarjana. Responden berdasarkan lama usaha didapatkan 11% usaha berdiri < 1 tahun, 21% usaha berdiri antara 1 – 2,5 tahun, 28% usaha berdiri antara 2,5 – 5 tahun, dan 40% usaha berdiri > 5 tahun. Sedangkan berdasarkan pada pendapatan per bulan responden didapatkan bahwa 23% responden yang berpendapatan < 2 juta, 54% responden berpendapatan 2 – 6 juta, 18% responden berpendapatan 6 – 10 juta, dan 5% responden yang berpendapatan > 10 juta.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis model SEM-PLS, yang melibatkan dua jenis model pengukuran dalam proses pengujian hipotesis, yaitu outer model dan inner model. Outer model digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara konstruk laten dan indikator yang merepresentasikannya. Sementara itu, inner model berfungsi untuk menganalisis hubungan struktural antar variabel yang diteliti dalam model penelitian.

Analisis *Outer Model* (Model Pengukuran)

Convergent Validity. Convergent validity bertujuan untuk menilai sejauh mana indikator memiliki keterkaitan yang kuat dengan konstruk yang diwakilinya. Suatu indikator dianggap reliabel apabila memiliki nilai loading factor di atas 0,70, meskipun nilai 0,60 masih dapat diterima sebagai batas minimum yang tolerabel (Ghozali, 2014). Di bawah ini disajikan hasil estimasi model SEM-PLS lengkap dengan nilai loading factor dari masing-masing indikator

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



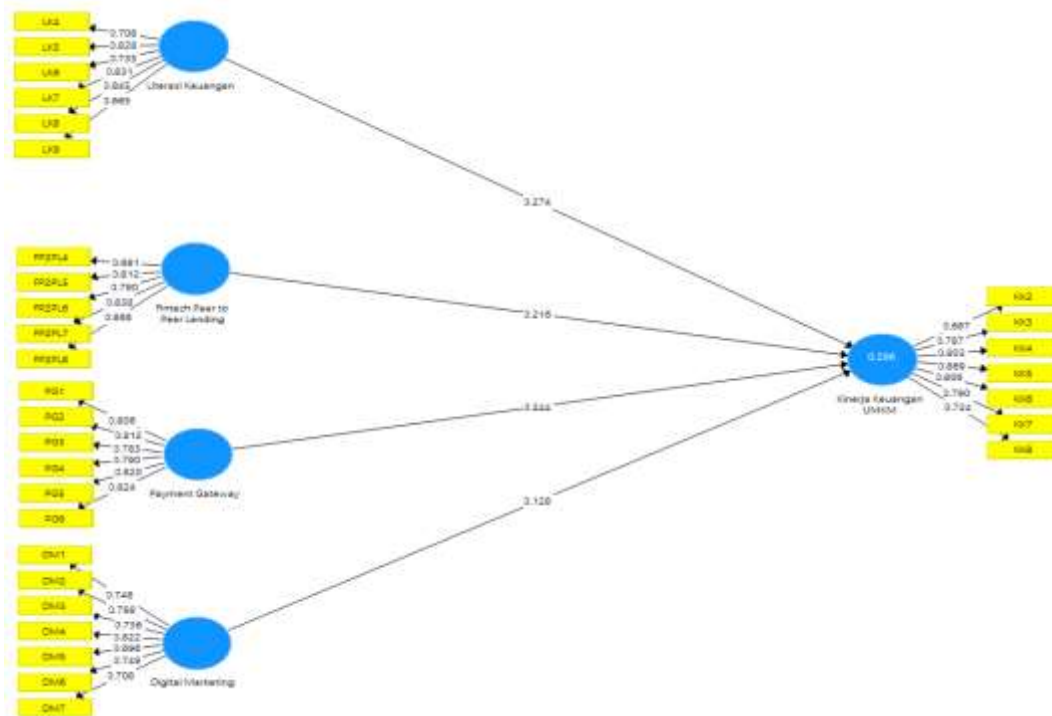
e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

pada setiap variabel :

Gambar 1. Loading Factor



Berdasarkan pada gambar diatas, terlihat bahwa semua indikator layak untuk digunakan dalam penelitian ini sebab setiap indikator memiliki nilai beban seluruh indikator memiliki nilai yang melebihi 0,60, sehingga dapat dikatakan memiliki tingkat validitas yang baik dan telah memenuhi kriteria convergent validity.

Discriminant Validity. Nilai *cross-loading* masing-masing indikator dihitung sebagai pengukuran. Setiap indikator dinyatakan validitas diskriminan, apabila nilai indikator dengan variabel terikatnya lebih besar. Berikut nilai *cross-loading* untuk masing – masing indikator :

Tabel 2. Nilai Cross Loadings

	Digital Marketing	Fintech Peer to Peer Lending	Kinerja Keuangan UMKM	Literasi Keuangan	Payment Gateway
DM1	0,748	0,545	0,331	0,114	0,460
DM2	0,788	0,390	0,255	-0,024	0,381
DM3	0,736	0,149	0,248	0,002	0,359
DM4	0,822	0,304	0,279	-0,147	0,415
DM5	0,696	0,092	0,210	-0,096	0,344
DM6	0,749	0,208	0,149	-0,073	0,399
DM7	0,708	0,209	0,176	-0,034	0,379

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

	<i>Digital Marketing</i>	<i>Fintech Peer to Peer Lending</i>	<i>Kinerja Keuangan UMKM</i>	<i>Literasi Keuangan</i>	<i>Payment Gateway</i>
FP2PL4	0,254	0,691	0,157	0,089	0,169
FP2PL5	0,391	0,812	0,265	0,142	0,238
FP2PL6	0,236	0,790	0,262	0,084	0,073
FP2PL7	0,289	0,838	0,257	-0,001	0,219
FP2PL8	0,374	0,868	0,416	0,130	0,319
KK2	0,192	0,316	0,687	0,108	0,294
KK3	0,285	0,397	0,787	0,271	0,282
KK4	0,223	0,358	0,803	0,339	0,296
KK5	0,365	0,393	0,869	0,291	0,375
KK6	0,210	0,158	0,806	0,240	0,264
KK7	0,202	0,079	0,790	0,194	0,276
KK8	0,297	0,108	0,724	0,111	0,252
LK4	-0,017	0,078	0,167	0,708	-0,037
LK5	-0,011	0,135	0,296	0,828	0,051
LK6	-0,156	0,085	0,134	0,735	-0,036
LK7	0,001	0,034	0,278	0,831	0,051
LK8	0,002	0,204	0,236	0,845	0,060
LK9	-0,054	-0,012	0,215	0,665	0,007
PG1	0,450	0,312	0,226	-0,027	0,806
PG2	0,494	0,302	0,281	0,033	0,812
PG3	0,444	0,119	0,152	-0,030	0,783
PG4	0,332	0,080	0,254	-0,002	0,790
PG5	0,437	0,144	0,372	0,005	0,820
PG6	0,404	0,299	0,400	0,112	0,824

Merujuk pada Tabel 2 di atas, terlihat bahwa masing-masing indikator memiliki nilai cross-loading tertinggi pada konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan konstruk lainnya. Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut memenuhi kriteria validitas diskriminan yang memadai.

Average Variance Extracted (AVE). Nilai AVE pada keseluruhan variabel $> 0,5$ artinya setiap variabel yang diteliti memiliki validitas diskriminan yang baik. Hasil AVE yang diperoleh yakni literasi keuangan 0,596, *fintech peer to peer lending* 0,644, *payment gateway* 0,650, *digital marketing* 0,564, dan kinerja keuangan UMKM 0,613. Yang mana secara keseluruhan nilai setiap variabel lebih besar dari 0,50.

Composite Reliability. *Composite reliability* digunakan untuk menguji nilai reliabilitas, dengan kriteria nilai *Cronbach alpha* $> 0,70$ maka setiap variabel dapat dinyatakan reliabel. Dari hasil perhitungan menggunakan SmartPLS diperoleh nilai literasi keuangan 0,898, *fintech peer to peer lending* 0,900, *payment gateway* 0,918, *digital marketing* 0,900, dan kinerja keuangan

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 3
21-23 Oktober 2025

UMKM 0,917. Berdasarkan hasil perhitungan dapat disimpulkan bahwa nilai variabel secara keseluruhan $> 0,70$ yang artinya semua konstruk bersifat reliabel.

Analisis *Inner Model* (Model Struktural). Inner model digunakan untuk mengevaluasi hubungan antar konstruk, tingkat signifikansi, serta nilai R-Square. Penilaian terhadap model reflektif dalam inner model mengacu pada sejumlah kriteria standar tertentu disederhanakan menjadi sebagai berikut:

Tabel 3. Kriteria *Inner Model*

Kriteria	Standar	Hasil Penelitian (Hasil Bootstrapping)
R Estimasi mengindikasikan determinasi model	0,25 = Lemah	Kinerja Keuangan UMKM = 0,296 (lemah)
	0,50 = Medium	
	0,75 = Kuat	
Estimasi koefisien jalur F- Square untuk effect size	0,02 = Lemah	Literasi Keuangan = 0,104, <i>Fintech Peer to Peer Lending</i> = 0,055, <i>Payment Gateway</i> = 0,061, dan <i>Digital Marketing</i> = 0,015 (lemah)
	0,15 = Medium	
	0,35 = Kuat	
Estimasi Parameter Q^2 (<i>predictive relevance</i>)	$Q^2 > 0$, model memiliki <i>predictive relevance</i>	Kinerja Keuangan UMKM = 0,152 (memiliki <i>predictive relevance</i>)
Model Fit	SRMR $< 0,10$ NFI $> 0,957$	Model sudah Fit dengan data. Maka kesesuaian berbasis komparatif

R – Square (R^2). Nilai R – Square yang didapat sebesar 29,6% yang artinya variabel literasi keuangan, fintech peer to peer lending, payment gateway, dan digital marketing mampu menjelaskan kinerja keuangan UMKM sebesar 29,6%, sementara sisanya sebesar 70,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam studi ini.

F – Square (F^2). Nilai F-Square yang diperoleh untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut: literasi keuangan sebesar 0,104, fintech peer to peer lending sebesar 0,055, payment gateway sebesar 0,061, dan digital marketing sebesar 0,015. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki kontribusi yang lemah terhadap kinerja keuangan UMKM.

Q^2 (*Predictive Relevance*). Nilai Q – Square sebesar 0,152 yang mana nilai $Q^2 > 0$, artinya menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang relevan sehingga model sangat baik digunakan untuk variabel laten endogen dan eksogen.

Model Fit. Uji model fit bertujuan untuk mengukur kesesuaian model terhadap garis dasar di bawah nol. Ketika nilai NFI $> 0,957$ dan nilai SRMR $< 0,10$, maka model sesuai dengan basis komparatif dan basis garis. Dari hasil perhitungan diperoleh hasil nilai NFI $0,589 < 0,957$ yang artinya tidak memenuhi kriteria model fit. Sedangkan nilai SRMR $0,093 < 0,10$ artinya model sesuai dengan basis komparatif dan basis garis atau *line*.

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 3
21-23 Oktober 2025

Uji Hipotesis atau Signifikansi Hasil T – Statistik

Tabel 3. Hasil Penilaian Kriteria *Inner Model*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Digital Marketing (X4) -> Kinerja Keuangan UMKM (Y)	0,128	0,156	0,120	1,065	0,287
Fintech Peer to Peer Lending (X2) -> Kinerja Keuangan UMKM (Y)	0,216	0,217	0,092	2,358	0,019
Literasi Keuangan (X1) -> Kinerja Keuangan UMKM (Y)	0,274	0,284	0,121	2,259	0,024
Payment Gateway (X3) -> Kinerja Keuangan UMKM (Y)	0,244	0,241	0,106	2,304	0,022

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode resampling bootstrap. Suatu konstruk dinyatakan signifikan dan kuat apabila nilai T-statistik melebihi 1,96 dan p-value berada di bawah 0,05. Berdasarkan Tabel 3, ditampilkan hasil perhitungan yang menjadi dasar penentuan penerimaan atau penolakan hipotesis dalam penelitian ini, yang akan dijabarkan pada bagian berikutnya :

Pengaruh Literasi Keuangan Pada Kinerja Keuangan UMKM di Kabupaten Garut. Hasil penelitian ini secara empiris menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Garut. Temuan ini didukung oleh nilai statistik sebesar 2,259 (lebih besar dari 1,96) dan p-value sebesar 0,024 (lebih kecil dari 0,05), yang menunjukkan bahwa hipotesis diterima secara statistik. Secara teoritis, pengaruh ini dapat dijelaskan melalui teori behavioral finance dan resource-based view (RBV). Teori behavioral finance menjelaskan bahwa perilaku ekonomi pelaku usaha, termasuk pengambilan keputusan keuangan, dipengaruhi oleh tingkat pemahaman dan sikap individu terhadap informasi keuangan. Sementara menurut RBV, literasi keuangan merupakan salah satu sumber daya intangible yang dapat meningkatkan kapabilitas internal UMKM untuk bersaing dan bertahan dalam pasar yang kompetitif. Literasi keuangan yang mencakup dimensi pengetahuan keuangan dasar, keterampilan pengelolaan keuangan, perilaku keuangan, dan sikap terhadap keuangan, berperan penting dalam membentuk perilaku rasional pelaku usaha dalam mengelola keuangan. Dengan memiliki pengetahuan dasar seperti pemahaman terhadap bunga, inflasi, risiko, serta berbagai instrumen keuangan, pelaku UMKM dapat mengenali peluang dan ancaman yang terkait dengan keputusan keuangan. Keterampilan dalam menyusun anggaran, mengelola arus kas, serta membuat laporan keuangan sederhana memungkinkan mereka untuk menjalankan usaha secara lebih efisien dan transparan. Perilaku keuangan seperti mencatat transaksi harian, menyisihkan dana cadangan, serta memisahkan keuangan pribadi dan usaha akan membentuk disiplin finansial yang kuat. Sementara itu, sikap keuangan yang positif tercermin dari orientasi pelaku usaha terhadap perencanaan jangka panjang dan kehati-hatian dalam pengambilan

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 3
21-23 Oktober 2025

pinjaman atau investasi. Secara empiris, penelitian ini memperkuat hasil-hasil studi sebelumnya oleh (Yanti, 2019); (Susan, 2020); dan (Lubis, 2021), yang menemukan bahwa pelaku UMKM dengan literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki sistem keuangan yang lebih tertata, tingkat pengembalian investasi yang lebih baik, serta risiko keuangan yang lebih terkendali. Dengan demikian, literasi keuangan tidak hanya berdampak pada aspek administratif keuangan, tetapi juga secara langsung meningkatkan daya saing, profitabilitas, dan keberlanjutan usaha. Dalam konteks UMKM di Kabupaten Garut, hal ini menjadi sangat relevan mengingat mayoritas pelaku usaha masih berada pada tahap berkembang dan memerlukan fondasi manajemen keuangan yang kuat sebagai landasan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Pengaruh *Fintech Peer to Peer Lending* Pada Kinerja Keuangan UMKM di Kabupaten Garut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fintech peer to peer (P2P) lending berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Garut, ditunjukkan oleh nilai statistik sebesar 2,358 yang lebih besar dari 1,96 dan p-value sebesar 0,019 yang lebih kecil dari 0,05. Secara teoritis, temuan ini dapat dijelaskan melalui pendekatan teori akses keuangan (financial access theory) dan teori intermediasi keuangan. Teori akses keuangan menekankan bahwa kemudahan akses terhadap layanan keuangan, termasuk pinjaman modal, dapat mendorong pertumbuhan usaha kecil melalui peningkatan produktivitas, efisiensi, dan kemampuan ekspansi usaha. Sementara teori intermediasi menyatakan bahwa lembaga keuangan (termasuk fintech) berperan sebagai perantara antara pemilik dana dan pelaku usaha yang membutuhkan dana, sehingga efisiensi pembiayaan meningkat. Fintech P2P lending sebagai inovasi digital telah mengubah cara UMKM memperoleh pembiayaan dengan lebih mudah, cepat, dan berbasis teknologi. Dalam konteks ini, P2P lending memberikan beberapa keunggulan seperti persyaratan administratif yang sederhana, proses yang cepat, serta tanpa agunan, yang sangat cocok bagi UMKM yang sebelumnya mengalami kendala akses terhadap lembaga keuangan konvensional. Secara lebih mendalam, pengaruh fintech P2P lending terhadap kinerja keuangan UMKM dapat dipahami melalui beberapa indikator: akses terhadap modal kerja, peningkatan likuiditas, dan kemampuan investasi kembali (reinvestment). Melalui pendanaan berbasis teknologi ini, UMKM dapat menambah modal untuk memperluas usaha, memenuhi kebutuhan bahan baku, atau memperbarui peralatan produksi, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan dan efisiensi operasional. Dengan arus kas yang lebih stabil dan tambahan modal yang fleksibel, pelaku usaha juga dapat menyusun perencanaan keuangan yang lebih baik. Temuan ini diperkuat oleh studi-studi sebelumnya, seperti penelitian oleh Maysaroh & Diansyah (2022); Lubis (2021); dan Naysary & Daud (2021), yang menyimpulkan bahwa fintech P2P lending mampu mendorong pertumbuhan keuangan UMKM dengan menjadi alternatif pembiayaan yang inklusif. Dengan demikian, kehadiran fintech P2P lending tidak hanya memberikan solusi terhadap keterbatasan akses ke pembiayaan formal, tetapi juga menjadi pendorong strategis dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM secara berkelanjutan, khususnya di wilayah-wilayah yang sedang bertumbuh seperti Kabupaten Garut.

Pengaruh *Payment Gateway* Pada Kinerja Keuangan UMKM di Kabupaten Garut. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa penggunaan payment gateway memberikan dampak

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

yang signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Garut. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai T-statistik sebesar 2,304 yang melampaui batas kritis 1,96, serta p-value sebesar 0,022 yang berada di bawah ambang batas 0,05. Dengan demikian, secara statistik, payment gateway terbukti berkontribusi positif terhadap peningkatan kinerja keuangan. Secara teoritis, temuan ini dapat dijelaskan melalui pendekatan teori teknologi akuntansi (Accounting Information Systems Theory) dan teori adopsi teknologi (Technology Acceptance Model/TAM). Teori sistem informasi akuntansi menekankan bahwa penerapan teknologi dalam sistem keuangan, termasuk penggunaan payment gateway, dapat meningkatkan kualitas informasi keuangan melalui pencatatan yang lebih akurat, cepat, dan terintegrasi. Sementara TAM menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan dan kemanfaatan sistem menjadi penentu utama dalam adopsi teknologi oleh pelaku usaha. Dalam konteks UMKM, payment gateway berfungsi sebagai alat pembayaran digital yang tidak hanya memfasilitasi transaksi keuangan secara real-time, tetapi juga membantu dalam otomatisasi pencatatan keuangan, meningkatkan transparansi arus kas, serta mempercepat proses pembayaran dari konsumen. Dari sudut pandang indikator kinerja keuangan, payment gateway dapat berkontribusi terhadap peningkatan likuiditas, kelancaran arus kas, dan kemudahan dalam rekonsiliasi transaksi. Dengan adanya sistem pembayaran digital, pelaku UMKM tidak hanya lebih mudah menerima pembayaran dari konsumen, tetapi juga dapat memantau setiap transaksi secara digital, sehingga meminimalkan kesalahan pencatatan manual dan meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, penggunaan payment gateway juga mendukung integrasi antara sistem penjualan dan laporan keuangan, Octavina & Rita (2021); Lestari et al. (2020); dan Nikmatuzaroh (2019), yang menunjukkan bahwa adopsi teknologi pembayaran digital mampu memberikan dampak positif terhadap pengelolaan dan performa keuangan UMKM. Dalam konteks Kabupaten Garut, di mana UMKM terus berkembang dan adaptif terhadap digitalisasi, payment gateway menjadi salah satu solusi strategis untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha melalui pengelolaan keuangan yang lebih tertata dan akuntabel.

Pengaruh *Digital Marketing* Pada Kinerja Keuangan UMKM di Kabupaten Garut. Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa digital marketing tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Garut. Hal ini terlihat dari nilai T-statistik sebesar 1,065 yang berada di bawah batas kritis 1,96, serta p-value sebesar 0,287 yang melebihi angka signifikansi 0,05. Secara statistik, temuan ini menunjukkan bahwa upaya pemasaran digital yang dilakukan oleh para pelaku UMKM belum mampu memberikan dampak nyata dalam meningkatkan kinerja keuangan mereka. Secara teoritis, hal ini dapat dijelaskan melalui teori komunikasi pemasaran dan teori efektivitas media. Teori komunikasi pemasaran menyatakan bahwa efektivitas pesan pemasaran sangat bergantung pada ketepatan media, konten, dan segmentasi audiens. Jika pesan tidak sampai kepada target konsumen dengan tepat, maka strategi digital marketing menjadi kurang berdampak. Selain itu, teori efektivitas media menekankan pentingnya kesesuaian antara jenis media digital yang digunakan dan karakteristik konsumen sasaran. Dalam konteks ini, banyak UMKM yang masih dalam tahap awal penerapan digitalisasi sehingga belum sepenuhnya menguasai kapasitas yang dibutuhkan cukup untuk merancang strategi konten yang menarik, memahami algoritma media

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

sosial, atau memanfaatkan fitur-fitur berbayar secara optimal. Secara empiris, tidak berpengaruhnya digital marketing terhadap kinerja keuangan dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain keterbatasan dalam sumber daya manusia, anggaran pemasaran, dan kemampuan analisis digital. Pelaku UMKM di Kabupaten Garut masih banyak yang memanfaatkan media sosial secara dasar tanpa strategi pemasaran yang terukur atau dukungan data analitik. Iklan digital yang dibuat sering kali tidak menysasar target pasar secara tepat, sehingga tidak terjadi konversi penjualan yang signifikan. Selain itu, banyak pelaku UMKM belum melakukan integrasi antara aktivitas pemasaran digital dengan sistem penjualan dan keuangan, sehingga dampaknya terhadap kinerja keuangan tidak dapat dirasakan langsung. Penelitian ini selaras dengan temuan Suhargo et al. (2022), Purnamasari & Asharie (2024), dan Althafa et al. (2023) yang menyimpulkan bahwa penggunaan digital marketing oleh UMKM belum secara otomatis berkontribusi terhadap peningkatan kinerja keuangan tanpa adanya dukungan kapasitas digital, strategi pemasaran yang tepat, dan pemahaman menyeluruh tentang perilaku konsumen digital. Oleh karena itu, meskipun digital marketing memiliki potensi yang besar, efektivitasnya sangat tergantung pada kesiapan internal UMKM dalam merancang dan mengeksekusi strategi digital secara profesional dan berkelanjutan.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh literasi keuangan, fintech peer to peer lending, payment gateway, dan digital marketing terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Garut, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan memberikan pengaruh positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan pelaku UMKM, maka semakin baik pula kinerja keuangan yang dicapai. Selanjutnya, fintech peer to peer lending juga berpengaruh secara positif dan signifikan, yang berarti bahwa kemudahan akses terhadap layanan pembiayaan digital turut mendorong peningkatan kinerja keuangan UMKM. Demikian pula, penggunaan payment gateway terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, di mana kemudahan transaksi digital mampu memperkuat aspek keuangan usaha. Sebaliknya, digital marketing tidak memberikan pengaruh yang signifikan dan cenderung bernilai negatif terhadap kinerja keuangan UMKM, yang mengindikasikan bahwa penerapan strategi pemasaran digital yang belum optimal justru belum mampu meningkatkan performa keuangan secara nyata. Saran yang diberikan untuk pelaku UMKM agar senantiasa meningkatkan kemampuan keuangan terkait literasi keuangan dalam mengendalikan diri untuk membelanjakan uang sesuai dengan kebutuhan. Serta meminjam dana sesuai jumlah yang mampu untuk dibayarkan ini dilakukan untuk menghindari kegagalan dalam melakukan peminjaman. Selain itu, untuk melakukan pembayaran secara online perlulah memahami penggunaan aplikasi dengan benar ini bertujuan untuk menghindari kesalahan dalam pengiriman. Sedangkan untuk pemasaran produk secara online diharapkan lebih memperhatikan penggunaan nama usaham ini bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam mencari produk yang dibutuhkan.

Referensi

Ahdiat, A. (2022). *Indonesia Punya UMKM Terbanyak di ASEAN, Bagaimana Daya Saingnya?*

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/11/indonesia-punya-umkm-terbanyak-di-asean-bagaimana-daya-saingnya#:~:text=Laporan tersebut mencatat jumlah UMKM,tetangga seperti terlihat pada grafik.>

Alamsyah. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kualitas Manajemen Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Pada UKM Meubel di Kota Gorontalo. *Forum Ekonomi*, 22(2), 245–255. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI>

Althafa, E. D., Farida, Y. N., & Suparlinah, I. (2023). Pengaruh Struktur Modal, Sistem Informasi Akuntansi, Digital Marketing Terhadap Kinerja Umkm Dengan Budaya Organisasi Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 69–87. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.11254>

Aziz, M. A. (2021). Pengaruh Faktor Usia, Tingkat Pendidikan dan Lama Usaha Terhadap Literasi Keuangan (Studi Kasus pada Pelaku UMKM di Kota Malang). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 1–8. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7568>

Bank Indonesia. (2022). *Strategi Go Digital Memperkuat UMKM*. www.bi.go.id

Daga, R. (2023). *Pandemi Covid-19 Dan Digitalisasi UMKM*. CV. Adanu Abimata.

Wufron, W., Susilawati, W., Ramdhani, R. A., & Hadita, A. (n.d.). *Jurnal Wacana Ekonomi The Financial Inclusion of the Garut District Society is Analyzed through Financial Literacy and the Use of Fintech*.

Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS), Edisi 4*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Herdinata, C., & Pranatasari, F. D. (2020). *Aplikasi Literasi Keuangan Bagi Pelaku Bisnis*. Deepublish.

Herminal, T., & Ami, D. N. (2016). Analisis Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada Koperasi Pegawai Indonesia Kopin Pengayoman Lapas Kabupaten Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 15(3), 088-098.

Humaira, F. R. (2022). *Pemanfaatan Internet oleh Pelaku Usaha Digital*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/14/pemanfaatan-internet-oleh-pelaku-usaha>

Kasendah, B. S., & Wijayangka, C. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 153–160.

Kawira, K. D., Mukulu, E., & Odhiambo, R. (2019). Effect of Digital Marketing on the Performance of MSMEs in Kenya Kimathi Doreen Kawira , Prof . Elegwa Mukulu & Prof . Romanus Odhiambo ISSN : 2617-359X Effect of Digital Marketing on the Performance of MSMEs in Kenya. *Journal of Marketing & Communication*, 2(1), 1–23. [http://erepo.usiu.ac.ke/handle/11732/3549%0Ahttp://erepo.usiu.ac.ke/bitstream/handle/11732/3549/KIGUNDA EVA NKATHA MBA 2017.pdf?isAllowed=y&sequence=1](http://erepo.usiu.ac.ke/handle/11732/3549%0Ahttp://erepo.usiu.ac.ke/bitstream/handle/11732/3549/KIGUNDA%20EVA%20NKATHA%20MBA%202017.pdf?isAllowed=y&sequence=1)

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 3
21-23 Oktober 2025

Kurnia, P., & Yuhelmi. (2021). *Pengaruh Financial Technology Peer to Peer Lending dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMK di Kota Padang (Studi Kasus UMK di Kecamatan Koto Tengah).* 19(2), 2–5.

Lestari, D. A., Purnamasari, E. D., & Setiawan, B. (2020). Pengaruh Payment Gateway terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.47747/jbme.v1i1.20>

Lubis, A. M. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Peer To Peer Lending Dan Payment Gateway Terhadap Kinerja Keuangan Umkm (Studi Kasus Umkm Kota Medan). *Skripsi*, 13(2), 90–102.

Maysaroh, S., & Diansyah, D. (2022). Pengaruh Peer To Peer Lender (P2P) Dan Payment Gateway Terhadap Kinerja UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan E-commerce Sebagai Variabel Moderating. *Business Management Journal*, 18(2), 131. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i2.3021>

Najaf, K., Subramaniam, R. K., & Atayah, O. F. (2022). Understanding the implications of FinTech Peer-to-Peer (P2P) lending during the COVID-19 pandemic. *Journal of Sustainable Finance and Investment*, 12(1), 87–102. <https://doi.org/10.1080/20430795.2021.1917225>

Naysary, B., & Daud, S. N. (2021). *Peer to Peer Lending Industry in China and Its Implication on Economic Indicators : Testing the Mediating Impact of SMEs Performance.* 12(2), 106–114. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v12n2p106>

Nikmatuzaroh, R. . dan N. M. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Peer To Peer Lending Dan Payment Gateway Terhadap Kinerja Keuangan Umkm (Studi Kasus Umkm Kota Medan). *Skripsi*.

Octavina, L. A., & Rita, M. R. (2021). Digitalisasi UMKM, Literasi Keuangan, dan Kinerja Keuangan : Studi pada Masa Pandemi Covid-19. *Journal OfBusiness and Banking*, 11(1), 73–92. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2552>

Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor: 77 /POJK.01/2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. *Otoritas Jasa Keuangan*, 1–29. <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/otoritas-jasa-keuangan/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-Nomor-77-POJK.01-2016/SAL - POJK Fintech.pdf>

Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017)*. OJK.

Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Financial Technology - P2P Lending*. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/financial-technology/default.aspx>

Purnamasari, E. D., & Asharie, A. (2024). Digitalisasi Umkm, Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Di Era New Normal Pandemi Covid 19. *Jesya*, 7(1), 348–361. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1416>

Septiani, R. N., & Wuryani, E. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

Terhadap Kinerja Umkm Di Sidoarjo. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 3214. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p16>

Soetiono, K. S., & Setiawan, C. (2018). *Literasi Dan Inklusi Keuangan Indonesia*. PT Raja Grafindo Persada.

Suhargo, E. S., Farida, Y. N., & Hidayat, T. (2022). *Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19*. 1(2), 132–142.

Supriadi, A., & Utami, F. (2021). Analisis Kinerja Keuangan UMKM Sepatu dan Sandal di Desa Sindangsari Kecamatan Pabuaran Kabupaten Serang. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(2), 732–741. <https://doi.org/10.22437/jssh.v5i2.15779>

Susan, M. (2020). Financial literacy and growth of micro, small, and medium enterprises in west java, indonesia. *International Symposia in Economic Theory and Econometrics*, 27, 39–48. <https://doi.org/10.1108/S1571-038620200000027004>

Tinneke, H., & Devia, N. A. (2016). Analisis Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia Kopin Pengayoman Lapas Kabupaten Garut. *Jurnal Akuntansi*, Vol. 15; N(ISSN : 1412-5897), 88–90.

Wandra, R. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Universitas Islam Negeri Radeb Intan Lampung.

Wufron, W., Susilawati, W., Akbari, R.A., & Hadita, A. (2023). The Financial Inclusion of The Garut District Society is Analyzed thriught Financial Literacy and The use of Fintech. *jurnal Wacana Ekonomi*, 22(3), 292-302.

Yanti, W. I. P. (2019). Pengaruh Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Kecamatan Moyo Utara. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.305>

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)