

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, & HIPOTESIS

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Literasi Keuangan

2.1.1.1. Pengertian Literasi Keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2024, 4) literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan ataupun keyakinan individu yang akan mempengaruhi perilaku individu dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan keuangan dan pengelolaan keuangan guna mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan erat kaitannya dengan kinerja UMKM dimana semakin tinggi tingkat literasi keuangan pelaku UMKM maka makin baik pula kinerja UMKM tersebut. Jika UMKM tidak memiliki literasi keuangan yang baik, mereka tidak akan dapat mengambil keputusan pengelolaan yang tepat sesuai dengan kondisi keuangan mereka (Rosliyati & Iskandar, 2022)

Menurut Lutfi, Nurlili, & Andika (2022) definisi literasi keuangan adalah sebagai berikut:

“Literasi keuangan berarti memahami, mengelola, menyusun rencana dan strategi, dan mengalokasikan sumber daya keuangan yang terdiri dari modal dan pendapatan untuk mencapai peningkatan kesejahteraan finansial dan taraf hidup yang lebih baik”

Menurut Rosliyati & Iskandar (2022) definisi literasi keuangan adalah sebagai berikut:

“Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk merencanakan dan mengelola keuangan mereka dengan cara yang memungkinkan, hal ini bertujuan agar setiap orang mampu hidup sejahtera dan tidak memiliki masalah dengan pengelolaan keuangannya.”

Menurut The Organization for Economic Co-operation and Development (OECD, 2023) literasi keuangan adalah sebagai berikut:

“Kesadaran keuangan, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang baik dan pada akhirnya mencapai kesejahteraan finansial.”

Maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan merupakan pengetahuan dan keterampilan yang penting bagi individu, terutama pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan. Tingkat literasi keuangan yang tinggi berkontribusi positif terhadap kinerja UMKM, memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang tepat sesuai dengan kondisi keuangan mereka. Literasi keuangan mencakup pemahaman, pengelolaan, perencanaan, dan alokasi sumber daya keuangan, yang semuanya bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan finansial dan taraf hidup.

2.1.1.2. Tujuan & Manfaat Literasi Keuangan

Berdasarkan peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.07/2017 tentang peningkatan literasi dan inklusi keuangan di sektor jasa keuangan bagi konsumen dan Masyarakat, ada beberapa tujuan peningkatan literasi keuangan di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas pengambilan Keputusan keuangan setiap individu
2. Mengubah sikap dan perilaku individu dalam pengelolaan keuangan menjadi lebih baik, agar setiap individu mampu menentukan dan memanfaatkan Lembaga, produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen dan/atau Masyarakat dalam rangka mencapai kesejahteraan.

Manfaat literasi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan (2022) adalah sebagai berikut:

1. Mampu memilih dan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai kebutuhan;
2. Memiliki kemampuan dalam melakukan perencanaan keuangan dengan lebih baik;
3. Mampu bertanggung jawab pada Keputusan keuangan yang diambil;
4. Terhindar dari aktivitas investasi pada instrument keuangan yang tidak jelas

2.1.1.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Menurut Sohilauw et al., (2023) faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan adalah sebagai berikut:

1. Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan adalah berhubungan dengan tanggung jawab keuangan pada setiap manusia yang terkait dengan cara pengelolaan atau manajemen keuangan. Bagaimana cara seseorang mampu untuk menyikapi dan bereaksi atas suatu informasi yang ada, keadaan tersebut berupaya untuk mengambil suatu

Keputusan yang bisa mengoptimalkan Tingkat pengembalian dengan memperhatikan risiko yang ditimbulkan sebagai suatu unsur sikap dan Tindakan seseorang yang merupakan faktor penentu dalam berinvestasi.

2. Faktor Demografi

Faktor demografi adalah ilustrasi tentang latar belakang personal sehingga bisa memberikan dampak pada *financial literacy*, faktor demografis adalah sebagai berikut:

- b. Faktor Pendidikan
- c. Jenis kelamin
- d. Revenue

2.1.1.4. Klasifikasi Literasi Keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan Tingkat literasi keuangan penduduk Indonesia dapat dibagi dalam empat bagian, yaitu:

1. *Well Literate*

Ini dapat diartikan sebagai sekelompok orang yang sudah memiliki pengetahuan dan keterampilan seputar lembaga hingga produk dan jasa keuangan, termasuk apa saja manfaat, risiko, serta fitur yang bisa didapatkan.

2. *Sufficient Literate*

Orang-orang dalam tingkatan ini umumnya telah mempunyai bekal pengetahuan tentang lembaga hingga produk dan jasa keuangan, termasuk manfaat, risiko, serta fitur yang bisa didapatkan, tetapi belum memiliki keterampilan bagaimana cara menggunakan atau membeli produk dan jasa keuangan itu sendiri.

3. *Less Literate*

Kelompok yang baru tereduksi sebatas pengetahuan seputar lembaga, produk, dan jasa keuangan, tanpa mengetahui apa saja manfaat, risiko, atau fitur yang bisa didapatkan dari produk atau jasa keuangan yang ada.

4. *Not Literate*

Tingkatan ini dinamakan *not literate* yang artinya belum tersentuh literasi sedikit pun. Tidak ada pengetahuan atau informasi umum seputar lembaga, produk atau jasa keuangan, maupun keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

2.1.1.5. Parameter Pengukuran Literasi Keuangan

Literasi keuangan dapat diukur dari lima parameter yang menggambarkan kriteria individu yang “*well literate*”. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan yg dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2024 kaitan antara lima parameter tersebut dalam membentuk “*well literate*” adalah sebagai berikut:

1. Parameter Pengetahuan

a. Pengetahuan terhadap Lembaga Jasa Keuangan.

Jika individu pernah mendengar, melihat, menyadari, mengenal, atau tahu ciri-ciri Lembaga Keuangan, mereka dianggap mengetahui Lembaga Jasa Keuangan.

b. Pengetahuan terhadap produk/Layanan Jasa Keuangan.

Jika individu pernah mendengar, melihat, menyadari, mengenal, atau tahu ciri-ciri dari produk/layanan jasa keuangan, mereka dianggap mengetahui produk/layanan jasa keuangan.

c. Pengetahuan terhadap Karakteristik Produk/Layanan Jasa Keuangan

Jika individu pernah mendengar, melihat, menyadari, mengenal, atau tahu ciri-ciri dari karakteristik produk/layanan jasa keuangan, mereka dianggap mengetahui Karakteristik Produk/Layanan Jasa Keuangan.

d. Pengetahuan terhadap *Delivery Channel*

Jika individu pernah mendengar, melihat, menyadari, mengenal, atau tahu ciri-ciri dari *Delivery Channel* Produk/Layanan Jasa Keuangan, mereka dianggap mengetahui *Delivery Channel* Produk/Layanan Jasa Keuangan.

2. Parameter Keterampilan

a. Pernyataan Kemampuan Menghitung

Individu dikatakan memiliki kemampuan menghitung apabila menyatakan diri bahwa dia dapat menghitung.

b. Konsep Aritmatika Sederhana

Individu dikatakan terampil dalam menghitung aritmatika sederhana apabila dapat menjawab pertanyaan aritmatika sederhana.

3. Parameter Keyakinan

a. Keyakinan terhadap Lembaga Jasa Keuangan.

Individu dikatakan percaya/yakin terhadap Lembaga Jasa Keuangan apabila percaya/yakin untuk melakukan aktivitas keuangan pada Lembaga Jasa Keuangan.

b. Keyakinan terhadap kemampuan pengelolaan keuangan.

Individu dikatakan percaya/yakin terhadap kemampuan pengelolaan keuangan apabila menyatakan diri dapat mengelola keuangan.

4. Parameter Sikap.

Individu dikatakan memiliki sikap keuangan apabila memiliki tujuan keuangan.

5. Parameter Perilaku.

Individu dikatakan memiliki perilaku keuangan apabila melakukan upaya dalam mencapai tujuan keuangannya.

2.1.1.6. Indikator Pengukuran Literasi Keuangan

Menurut Sohilauw et al., (2023) Pengukuran literasi keuangan pelaku UMKM diukur dengan menggunakan 3 (tiga) indikator, yaitu:

1. Pengetahuan Keuangan (*Financial Knowledge*)

Pengetahuan keuangan ini berkaitan dengan pengetahuan pelaku usaha mengenai Lembaga keuangan formal, pengetahuan terhadap produk dan layanan formal, dan juga pengetahuan terhadap karakteristik produk.

2. Perilaku Keuangan (*Financial Behavior*)

Perilaku keuangan ini bertujuan untuk melihat bagaimana perilaku pelaku usaha melakukan upaya seperti menabung, berinvestasi ataupun melakukan pinjaman dan aktivitas lain dengan tujuan mencapai tujuan keuangan.

3. Sikap Keuangan (*Financial Attitudes*)

Sikap keuangan ini berhubungan dengan bagaimana gaya hidup pelaku usaha dalam menggunakan uangnya. Sikap keuangan ini meliputi apakah pelaku usaha memiliki tujuan keuangan jangka pendek seperti untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari dan untuk mempertahankan hidup.

2.1.2 Digital Payment

2.1.2.1. Pengertian Digital Payment

Digital Payment atau pembayaran digital merupakan sebuah metode terbaru dalam alat transaksi yang mana tidak membutuhkan lagi uang kertas maupun cek sehingga memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi. Sistem pembayaran digital yang biasa disebut digital payment atau mobile payment adalah alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Saat ini penggunaan Digital Payment sudah mendominasi kaum X, Y, dan Z, transaksi menggunakan digital terbilang praktis, selain itu benefit lain dari penggunaan transaksi digital ialah adanya promosi-promosi yang didapatkan seperti cashback dan diskon (Ranandhea Nuhran et al., 2024).

Menurut Ranandhea, Risdayanti, & Luhut (2024) definisi Digital Payment, adalah sebagai berikut:

“Pembayaran digital adalah jenis pembayaran yang menggunakan media elektronik seperti dompet elektronik, internet banking, mobile banking, dan sms banking.”

Menurut Handayani & Soeparan (2022) definisi digital payment adalah sebagai berikut:

“Digital Payment merupakan sebuah inovasi perkembangan transaksi pembayaran dari masa ke masa, seluruh kegiatan tersebut hanya dapat dilakukan dengan menggunakan ponsel pintar”.

Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa sistem pembayaran digital dan uang digital merupakan metode transaksi keuangan yang memanfaatkan teknologi digital, seperti perangkat elektronik dan internet, untuk memfasilitasi pembayaran secara elektronik dan virtual. Keduanya memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi dengan lebih efisien dan praktis melalui aplikasi dan akun virtual.

2.1.2.2. Kelebihan & Kekurangan Digital Payment

2.1.2.2.1. Kelebihan Digital Payment

Terdapat beberapa kelebihan dari digital payment untuk penggunanya, menurut Fahma Via et al., (2024) kelebihan digital payment tersebut, antara lain:

1. Transaksi Menjadi Lebih Mudah dan Praktis

Di era digital saat ini, kemudahan dan kepraktisan sangat penting untuk melakukan banyak hal, termasuk transaksi keuangan. Pembayaran digital mempermudah proses transaksi untuk keperluan pribadi dan profesional. Pengguna tidak perlu lagi repot membawa uang tunai, yang kadang-kadang mengancam keamanan, karena akses mudah ke perangkat seluler atau komputer. Transaksi dapat diselesaikan dengan hanya beberapa sentuhan di layar. Pelanggan menikmati kemudahan ini terutama saat berbelanja online melalui marketplace, di mana mereka dapat membayar langsung tanpa pergi ke ATM atau bank. Pembayaran digital mampu membuat transaksi lebih mudah dan cepat bagi orang dari segala kalangan.

2. Transaksi Lebih Aman

Pembayaran digital menawarkan tingkat keamanan yang tinggi, yang merupakan salah satu elemen penting dalam transaksi keuangan. Pembayaran online menjaga uang pengguna aman, meskipun transaksi dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia (BI), sebagai regulator keuangan, menjalankan pengawasan ketat terhadap hal ini. Selain itu, fitur keamanan kontemporer seperti enkripsi data, kode PIN, autentikasi biometrik, dan autentikasi dua faktor (atau autentikasi dua faktor) memberikan perlindungan tambahan bagi pengguna. Enkripsi data menjamin bahwa orang yang tidak berwenang tidak dapat mengakses data pribadi pengguna, sementara autentikasi ganda mencegah akses yang tidak sah. Semua prosedur ini membuat pengguna lebih tenang dan merasa lebih aman saat bertransaksi, baik dalam jumlah kecil maupun besar.

3. Memberikan Kenyamanan dalam Bertransaksi

Selain itu, pembayaran digital lebih mudah digunakan dibandingkan metode pembayaran konvensional. Aplikasi ini mudah digunakan oleh orang dari berbagai usia berkat antarmuka yang ramah pengguna. Transaksi juga sangat cepat, bahkan dalam hitungan detik. Kecepatan ini mengurangi waktu yang terbuang akibat mengantri di bank atau loket, sehingga cocok untuk mereka yang memiliki jadwal padat. Fitur pembayaran otomatis juga menjadi nilai tambah karena pelanggan dapat mengatur pembayaran berulang tanpa mengingat tanggal jatuh tempo. Hal ini sangat menguntungkan pengguna karena mereka tidak perlu khawatir akan dikenakan denda jika mereka membayar tagihan

terlambat. Dengan semua fitur ini, kenyamanan menjadi faktor utama yang membuat pembayaran digital semakin diminati.

4. Proses Transaksi yang Cepat dan Real-Time

Kecepatan pembayarn digital yang menjadi salah satu alasan utama banyak orang beralih ke pembayaran digital. Teknologi real-time memungkinkan transaksi terverifikasi dan diselesaikan segera setelah terjadi. Ini sangat bermanfaat bagi pelanggan yang sering melakukan transaksi mendesak atau bisnis yang membutuhkan pembayaran cepat. Misalnya, kecepatan pembayaran sangat penting dalam perdagangan saham atau transaksi bisnis karena dapat memengaruhi operasi bisnis. Pembayaran digital memastikan dana langsung dikirim ke penerima dalam hitungan detik. Ini berbeda dengan metode konvensional, yang mungkin memerlukan berhari-hari untuk proses validasi. Kecepatan ini meningkatkan efisiensi dan membuat transaksi lebih responsif dan memudahkan pengguna memenuhi kebutuhan keuangan mereka dengan cepat.

5. Dapat digunakan untuk Berbagai Layanan

Kelebihan lain dari pembayarn digital adalah fleksibilitasnya yang merupakan keunggulan lainnya yang menjadikannya Solusi serbaguna. Pengguna dapat memanfaatkan berbagai layanan dalam satu aplikasi, seperti pembayaran tagihan bulanan, membeli pulsa, memesan tiket, mengirim donasi, dan transfer ke rekening bank lain. Karena pengguna tidak perlu beralih antara berbagai aplikasi atau metode pembayaran untuk setiap jenis transaksi, hal ini membuat aktivitas Semua transaksi dapat dilakukan di satu platform dengan satu kali login. Keunggulan ini sangat bermanfaat bagi pelanggan yang mengutamakan efisiensi

waktu atau yang sering melakukan transaksi dalam jumlah besar. Selain itu, banyak aplikasi pembayaran digital menawarkan program loyalitas atau bonus untuk pengguna setia, seperti diskon atau cashback, sehingga pengguna dapat mendapatkan lebih banyak keuntungan saat melakukan transaksi.

6. Mendukung Gerakan Non-Tunai (*Cashless Society*)

Pembayaran digital juga berkontribusi pada tujuan pemerintah untuk mendorong masyarakat untuk menjadi masyarakat nontunai atau cashless. Pada akhirnya, transaksi tunai menjadi semakin jarang dilakukan karena semakin banyak orang yang beralih ke pembayaran digital. Gerakan ini memiliki banyak keuntungan, seperti mengurangi biaya mencetak uang fisik, meningkatkan efisiensi transaksi ekonomi, dan mengurangi risiko kejahatan yang terkait dengan uang tunai. Selain itu, semakin banyak orang yang menggunakan pembayaran digital, yang menghasilkan ekosistem digital yang lebih luas di mana semua orang, baik di kota besar maupun di daerah terpencil, memiliki akses ke layanan keuangan yang sama. Hal ini sangat membantu inklusi keuangan di Indonesia.

2.1.2.2.2. Kekurangan Digital Payment

Menurut Fahma Via et al., (2024) Sistem pembayaran digital menghadapi berbagai tantangan yang dapat mempengaruhi efektivitas dan penerapannya, terutama di kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kelemahan yang dimiliki oleh sistem pembayaran antara lain:

1. Ketergantungan pada Jaringan Internet

Internet masih sangat terbatas di Indonesia, terutama di daerah pedesaan, di mana koneksi seringkali tidak stabil. Hal ini dapat menyebabkan transaksi menjadi lebih sulit dan membuat pelanggan enggan beralih dari pembayaran tunai ke digital.

2. Kepemilikan Smartphone yang belum merata

Ketidakmerataan ini menyebabkan sebagian orang masih bergantung pada uang tunai, yang berpotensi merugikan pelaku UMKM yang ingin melakukan transaksi online. Ini terutama berlaku untuk masyarakat yang lebih tua atau kurang terpapar teknologi.

3. Pemahaman Teknologi

Salah satu masalah lain yang dihadapi UMKM dalam sistem pembayaran QRIS adalah kurangnya pemahaman tentang teknologi. Banyak pelaku UMKM tidak tahu bagaimana sistem pembayaran digital bekerja, sehingga mereka kesulitan mengimplementasikannya.

2.1.2.3 Jenis Digital Payment

Konsep uang elektronik dan transaksi digital telah menjadi kenyataan dan mulai mendominasi sistem transaksi di berbagai negara, termasuk Indonesia. Menurut Via Fahma Azka et al., (2022) Di Indonesia ada beberapa platform pembayaran digital yang populer yaitu, sebagai berikut:

1. OVO

OVO adalah aplikasi pintar yang memungkinkan Anda membayar dan melakukan transaksi melalui OVO Cash. Setiap kali mereka melakukan transaksi dengan OVO, pengguna dapat mengumpulkan poin, yang dapat ditukarkan dengan OVO Cash untuk berbagai pembayaran di tempat-tempat yang sudah bekerja sama dengan OVO, yang meningkatkan kecepatan transaksi. Sementara itu, OVO Points adalah penghargaan loyalitas yang diberikan kepada pengguna yang bertransaksi dengan OVO Cash di mitra OVO.

2. GO-PAY

Menurut Piotr Jakubowski, *Chief Marketing Officer* Go-Jek Indonesia, GO-PAY adalah dompet elektronik yang memungkinkan pelanggan melakukan pembayaran tanpa harus memberikan uang tunai kepada pengemudi. GO-PAY dapat digunakan di semua layanan Go-Jek, seperti Go-Ride (ojek online), Go-Food, dan Go-Mart, serta layanan tambahan seperti Go-Pulsa untuk pembelian pulsa, Go-Massage untuk pijat profesional, dan Go-Clean untuk perawatan kebersihan. Pengguna harus mengisi saldo melalui ATM, minimarket seperti Alfamart, atau langsung melalui driver untuk menggunakan GO-PAY.

3. DANA

DANA atau dompet digital Indonesia, adalah aplikasi pembayaran digital yang dapat diunduh di platform Android melalui Google Play Store atau iOS melalui App Store. Melalui DANA, pengguna bisa melakukan berbagai transaksi seperti pembelian pulsa, pembayaran tagihan (listrik, telepon, air, dan BPJS), pembelian voucher Google Play, pembayaran cicilan, dan belanja online. Platform DANA

menawarkan keunggulan berupa layanan transaksi yang sangat lengkap dan aman, didukung oleh teknologi keamanan yang diawasi 24 jam. Selain itu, DANA, yang dikembangkan oleh PT. Espay Debit Indonesia Koe (EDIK), juga memberikan jaminan uang kembali jika terjadi kesalahan dalam transaksi.

4. LinkAja

LinkAja adalah dompet digital yang berkembang pesat di Indonesia yang dibuat dengan menggabungkan layanan keuangan digital lama seperti TCash dan beberapa layanan BUMN lainnya. Tujuan LinkAja adalah untuk membuat transaksi keuangan sehari-hari lebih mudah. Pengguna dapat melakukan pembayaran, transfer uang, dan pembelian secara online maupun offline melalui berbagai fitur aplikasi LinkAja. Salah satu keunggulan aplikasi ini adalah dapat digunakan di berbagai merchant dan platform, seperti pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan layanan transportasi. Pengguna dapat dengan mudah melakukan transaksi menggunakan kode QR atau nomor telepon. Selain itu, Anda dapat meningkatkan saldo dengan LinkAja melalui berbagai metode, seperti transfer bank dan toko fisik.

2.1.2.4 Indikator Digital Payment

Menurut Riska (2019) dalam Ranandhea, Risdayanti, & Luhut (2024) indikator penggunaan digital payment yaitu:

1. Persepsi manfaat

Konsumen dapat menggunakan sistem pembayaran digital jika mereka percaya bahwa mereka dapat melakukan transaksi atau menabung dengan lebih baik.

Manfaat yang lebih besar mendorong pengguna untuk membeli produk atau jasa melalui ponsel.

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Pembayaran digital atau metode pembayaran digital mudah dipelajari dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya, metode seperti membayar dengan kode QR atau nomor unik telah membuat sistem pembayaran digital lebih mudah digunakan dalam berbagai situasi.

3. Persepsi Kredibilitas

Persepsi kredibilitas menentukan seberapa aman privasi pelanggan saat menggunakan pembayaran digital. Semakin kredibel teknologi, semakin banyak orang yang menggunakannya. Persepsi kredibilitas menentukan seberapa aman privasi pelanggan saat menggunakan pembayaran digital.

4. *Social Influence*

Sosial Influence menjelaskan bagaimana perilaku seseorang dipengaruhi oleh kepercayaan orang lain karena menggunakan layanan pembayaran digital.

5. *Behavior Intentions*

Manfaat yang dirasakan, seperti kemudahan penggunaan, kredibilitas, dan pengaruh sosial lebih sering mendorong orang untuk menggunakan layanan pembayaran digital. Akibatnya, orang lebih sering menggunakan layanan pembayaran digital, yang menghasilkan proses pembelian yang lebih cepat dan pengeluaran yang lebih besar.

2.1.3 Kinerja UMKM

2.1.3.1. Pengertian Kinerja UMKM

Kinerja merupakan pencapaian sebuah entitas atau organisasi selama periode akuntansi tertentu dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman, dan kesungguhan serta waktu yang digunakan. Karyawan yang selalu melakukan upaya terbaik untuk menyelesaikan tugas mereka pada suatu entitas atau Perusahaan akan menghasilkan kinerja organisasi yang baik bagi Perusahaan itu sendiri (Winarno et al., 2021). Selain itu, kinerja adalah indikator kesuksesan maupun keberhasilan suatu bisnis untuk mencapai tujuannya. Kinerja juga mencerminkan sejauh mana suatu organisasi dapat memenuhi kebutuhan stakeholder dan kebutuhan individu (Diana et al., 2022)

Menurut Apriyanto (2021) definisi kinerja UMKM adalah sebagai berikut:

“Kinerja UMKM merupakan output pengusaha UMKM yang start-nya dari pembukaan usaha hingga diraihnya target yang telah ditetapkan mengacu pada standar penilaian Perusahaan yang diputuskan sebelumnya.”

Menurut Pramestiningrum & Iramani (2020) definisi kinerja UMKM adalah sebagai berikut:

“Kinerja UMKM didefinisikan sebagai pencapaian hasil kerja dalam jangka waktu tertentu yang diukur berdasarkan nilai atau standar tertentu dan sesuai dengan peran atau tugas yang terkait dengan tujuan UMKM.”

Dari beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan indikator penting yang mencerminkan pencapaian suatu entitas atau organisasi, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dalam melaksanakan tugas dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kinerja yang baik dihasilkan dari upaya maksimal karyawan dan pengusaha, yang didasarkan pada kecakapan, pengalaman, dan kesungguhan. Kinerja UMKM dapat diukur melalui output yang dihasilkan sejak pembukaan usaha hingga pencapaian target yang ditetapkan, serta berdasarkan standar penilaian yang relevan. Dengan demikian, kinerja tidak hanya mencerminkan keberhasilan bisnis, tetapi juga kemampuan organisasi dalam memenuhi kebutuhan stakeholder dan individu.

2.1.3.2. Tujuan Kinerja UMKM

Menurut Murdhiyati (2020) mendefinisikan tujuan peningkatan kinerja terhadap pendekatan ganda terhadap tujuan penilaian prestasi kerja, adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Evaluasi

- a. Hasil penilaian prestasi kerja digunakan sebagai dasar untuk evaluasi rutin terhadap prestasi anggota-anggota organisasi. Hasil penilaian ini mencakup: telaah gaji, yang mencakup keputusan tentang kompensasi yang mencakup kenaikan gaji, bonus, dan kenaikan gaji lainnya sebagai tujuan utama penilaian prestasi kerja.

- b. Kesempatan promosi, yang mencakup keputusan tentang penyusunan pegawai (staffing) yang berkaitan dengan promosi, demosi, transfer, dan pemberhentian pegawai.

2. Tujuan Pengembangan

- a. Individu yang terlibat dalam organisasi dapat dipersonalisasi dengan menggunakan data yang dikumpulkan dari sistem penilaian prestasi kerja.
- b. Meningkatkan dan Menopang Prestasi Kerja: Umpan balik prestasi kerja, juga dikenal sebagai umpan balik prestasi, sangat penting untuk pengembangan karena sebagian besar karyawan ingin mengetahui bagaimana pekerjaan mereka dinilai.
- c. Meningkatkan Prestasi Kerja: Penilaian prestasi kerja juga bertujuan untuk memberi karyawan pedoman untuk meningkatkan kinerja mereka di tempat kerja di masa mendatang.
- d. Menentukan Tujuan-Tujuan Progresi Karir: Penilaian prestasi kerja juga akan memberikan informasi kepada karyawan, yang dapat digunakan sebagai dasar untuk membicarakan tentang tujuan dan rencana karir jangka panjang.
- e. Menentukan Kebutuhan-Kebutuhan Pelatihan: Kumpulan data dapat diakses melalui penilaian prestasi kerja individu. Ini dapat digunakan untuk menganalisis dan menemukan kebutuhan pelatihan.

2.1.3.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja UMKM

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono & Hidayatulloh (2022) faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan

Kemampuan membuat laporan keuangan yang dimiliki oleh pelaku UMKM menitikberatkan pada kemampuan intelektual. Kemampuan intelektual adalah kemampuan untuk berpikir, menalar, memecahkan masalah, dan melakukan berbagai aktivitas mental. Kemampuan intelektual dapat digunakan untuk mengukur seberapa cerdas seseorang untuk membantu mereka memecahkan masalah di tempat kerja, meningkatkan kemampuan mereka, dan pada akhirnya melakukan pekerjaan mereka dengan baik. Hal itu dapat meningkatkan kinerja UMKM karena pelaku UMKM dapat menggunakan kemampuan intelektualnya untuk membuat laporan keuangan dengan baik dengan begitu kinerja UMKM dapat meningkat.

2. Sumber Daya Manusia

Kompetensi SDM berpengaruh terhadap kinerja UMKM karena UMKM adalah kegiatan usaha yang memiliki kemampuan untuk meningkatkan kesempatan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara penuh kepada Masyarakat, berpartisipasi dalam proses keadilan, meningkatkan pendapatan Masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi, kemampuan SDM mempengaruhi kinerja UMKM. Jika kemampuan SDM dalam mengelola UMKM dengan baik, mereka akan menghasilkan kinerja yang maksimal.

3. E-commerce

Adanya internet, teknologi informasi dan komunikasi, serta keberadaan e-commerce kegiatan pemasaran dan penjualan dapat dilakukan kapan saja yang dapat meningkatkan proses internal dan pada akhirnya meningkatkan kinerja Perusahaan.

4. Motivasi

Motivasi yang tinggi adalah salah satu aspek penting dalam menjalankan usaha karena semakin tinggi motivasi seseorang, orang tersebut cenderung semakin berusaha untuk meningkatkan kinerjanya agar mencapai pekerjaan yang sesuai dengan ekspektasinya.

2.1.3.4. Indikator Kinerja UMKM

Menurut Irfan Dwidya Prijambada et al., (2019:10) Indikator Kinerja UMKM yaitu:

1. Aspek pelanggan/konsumen

Dalam aspek pelanggan terkait erat dengan tingkat kepuasan pelanggan dan target pelanggan yang dapat memberikan keuntungan yang besar.

2. Aspek lingkungan kerja

Aspek lingkungan kerja terkait erat dengan interaksi masyarakat dan peran UMKM terhadap lingkungan masyarakat sekitar.

3. Aspek manajemen internal

Aspek manajemen internal berkaitan dengan kinerja internal UMKM dan inovasi teknologi tepat guna yang diterapkan.

4. Aspek kepuasan karyawan

Aspek kepuasan karyawan terkait dengan kemampuan organisasi dalam menjaga kinerja karyawan dan mengelola iklim bekerja yang positif.

5. Aspek pembelaaran dan pertumbuhan

aspek pembelajaran dan pertumbuhan erat kaitannya dengan pemberdayaan sumber daya manusia dengan meningkatkan keahlian dan daya adaptasi terhadap dinamika kerja.

2.1. Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan penelitian terdahulu yang telah dilakukan berkaitan dengan literasi keuangan dan digital payment terhadap kinerja UMKM.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Indah (2024).	Pengaruh Pembayaran Digital dan Literasi Keuangan terhadap Perspektif Kinerja Keuangan UMKM di Kota Pangkalpinang.	Pembayaran Digital, Literasi Keuangan, Kinerja Keuangan UMKM.	Pembayaran digital dan Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM.
2.	Yuli, Elvina, Agus, Ardika (2024)	Peningkatan Kinerja UMKM di Kota Mataram Melalui Literasi Keuangan, Financial	Kinerja UMKM, Literasi Keuangan, Financial Technology, & Inklusi Keuangan.	Literasi keuangan tidak berpengaruh pada kinerja UMKM.

		Technology, dan Inklusi Keuangan.		
3.	Bidasari, Goso, Sahrir, & Rahmad Solling Hamid (2023).	Peran Literasi Keuangan dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kinerja UMKM.	Literasi keuangan, Literasi Digital, Kinerja UMKM.	Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.
4.	Nurul Huda (2025).	Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan Digital Payment Terhadap Kinerja UMKM Kota Bima.	Pemahaman Literasi Keuangan, Kemudahan <i>Digital Payment</i> , Kinerja UMKM.	Pemahaman literasi keuangan dan kemudahan digital payment berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.
5.	Sultansyah & Puspawati (2024)	Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan Digital Payment terhadap Kinerja UMKM di Jawa Tengah.	Pemahaman Literasi Keuangan, Kemudahan <i>Digital Payment</i> , Kinerja UMKM.	Pemahaman literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, sedangkan kemudahan <i>digital payment</i> memiliki pengaruh negatif terhadap kinerja UMKM.
6.	Eriza Nabila Maharani & Anik Yulianti (2024)	Pengaruh <i>Payment Gateway</i> dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan pada pelaku UMKM di Kelurahan Kebonsari.	<i>Payment Gateway</i> , Literasi Keuangan, Kinerja Keuangan pelaku UMKM.	Literasi keuangan memiliki dampak positif terhadap kinerja keuangan UMKM.
7.	Herawati khotmi, Husnul Hikmah, Agus Khazin Fauzi &	Pengaruh Media Sosial, Literasi Keuangan, <i>E-commerce</i> , <i>Digital Payment</i> , dan Orientasi Wirausaha terhadap Kinerja	Media Sosial, Literasi Keuangan, <i>E-commerce</i> , <i>Digital Payment</i> , Orientasi Wirausaha, Kinerja UMKM.	Literasi Keuangan berpengaruh negatif terhadap kinerja UMKM, dan Digital Payment berpengaruh

	Yuli Astini (2024)	UMKM di Kota Mataram.		positif terhadap kinerja UMKM.
8.	Kiki Rizkiya, Rohma & Ihsan (2024).	Pengaruh Literasi Keuangan, Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi dan Penggunaan Teknologi Informasi terhadap Kinerja UMKM.	Literasi Keuangan, Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi, Penggunaan Teknologi Informasi, Kinerja UMKM.	Literasi Keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.
9.	Rani & Desiyanti (2024)	Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan <i>Digital Payment</i> terhadap Kinerja UMKM makanan & minuman di Kota Padang.	Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, <i>Digital Payment</i> , Kinerja UMKM.	Literasi Keuangan berpengaruh negatif terhadap kinerja UMKM, sedangkan <i>Digital Payment</i> berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.
10.	Sihabudin & Dwi Epty Hidayaty (2024)	Pengaruh Penggunaan Digital Payment dan Sistem Informasi Keuangan terhadap Pendapatan UMKM Bebeke Om Aris Karawang.	<i>Digital Payment</i> , Sistem Informasi Keuangan, Pendapatan UMKM.	Digital Payment berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM.

2.2. Kerangka Pemikiran

2.3.1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM

Literasi keuangan merupakan pengetahuan tentang bagaimana cara seorang individu dalam mengelola dan mengendalikan keuangannya. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) harus memiliki kesadaran akan pentingnya literasi keuangan untuk berkembang.

Penelitian yang dilakukan oleh Indah (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UMKM. Selanjutnya, hasil penelitian Bidasari et al., (2023) juga membuktikan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Selain itu menurut Sultansyah & Puspawati (2024) bahwa pemahaman literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UMKM di Jawa Tengah. Hal serupa juga ditemukan dalam penelitian G. M. Rani & Desiyanti (2024) yang menyatakan bahwa literasi keuangan dan inklusi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di sektor makanan dan minuman.

Sehingga dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan pelaku UMKM maka akan berdampak positif pada kinerja UMKM serta dapat terhindar dari masalah keuangan. Pemahaman yang baik tentang keuangan memungkinkan pelaku UMKM untuk merencanakan, mengelola, dan mengontrol keuangannya secara efektif, sehingga meningkatkan kemampuan mereka dalam bersaing dan bertahan dalam dinamika pasar.

2.3.2. Pengaruh Digital Payment terhadap Kinerja UMKM

Digital Payment merupakan suatu layanan yang mengotorisasi pembayaran untuk transaksi digital melalui kartu kredit, debit, transfer bank, maupun e-money. Sebagai hasil perkembangan transaksi pembayaran yang dipicu oleh kemajuan internet, digital payment telah mendominasi pembayaran.

Penelitian oleh Indah (2024) menunjukkan bahwa pembayaran digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Selanjutnya, Nurul Huda (2025) juga menyatakan bahwa *digital payment* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM,

Lebih lanjut, Sultansyah & Puspawati (2024) juga memperkuat temuan tersebut dengan menyebutkan bahwa pemahaman terhadap literasi keuangan dan kemudahan *digital payment* memberikan dampak positif terhadap kinerja UMKM di Jawa Tengah. Begitu pula dalam penelitian oleh Rani & Desiyanti (2024) yang menemukan bahwa *digital payment* berkontribusi positif terhadap peningkatan kinerja UMKM makanan dan minuman di Kota Padang, terutama dalam hal efisiensi transaksi dan peningkatan layanan kepada pelanggan.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa Digital Payment dapat mempermudah transaksi selama penjualan yang dapat meningkatkan efisiensi operasional. Karena kemudahan pembayaran dapat menarik lebih banyak pelanggan.

2.3.3. Pengaruh Literasi Keuangan dan Digital Payment terhadap kinerja UMKM

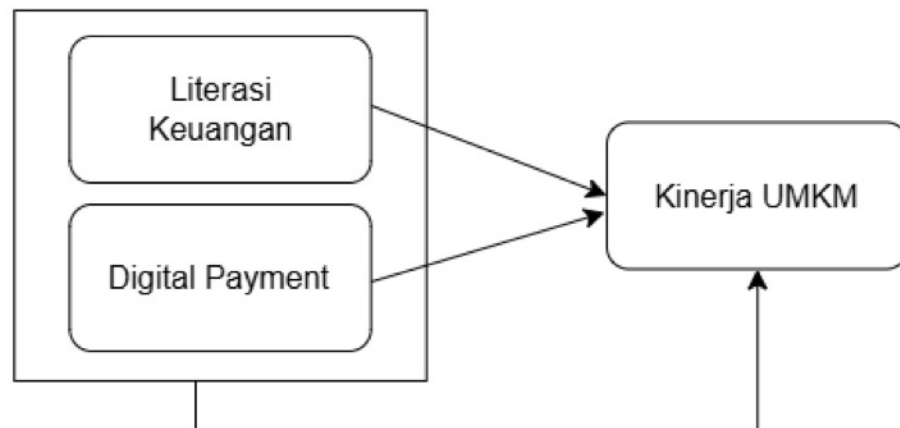
Dengan pemahaman literasi keuangan yang baik para pelaku UMKM dapat mengelola modal kerja, mencatat transaksi, dan mengambil keputusan finansial yang strategis. Dengan demikian para pelaku UMKM dapat menggunakan Teknologi Digital Payment sebagai pembayaran dalam sistem keuangan yang

memiliki sistem layanan, teknologi yang inovatif, model bisnis finansial yang eksis dapat berdampak pada efisiensi operasional.

Penelitian yang dilakukan oleh Sultansyah & Puspawati (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan dan digital payment berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Sementara itu, Eriza Nabila Maharani & Anik Yulianti (2024) menyimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Selaras dengan itu, penelitian oleh (Sihabudin & Dwi Epty Hidayaty, 2024) juga menemukan bahwa penggunaan digital payment memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM, terutama dalam hal kecepatan transaksi, pencatatan otomatis, dan efisiensi operasional.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa, semakin tinggi tingkat literasi keuangan pelaku UMKM, maka akan semakin besar kemungkinan mereka untuk mengadopsi sistem digital payment. Penggunaan teknologi ini, yang didorong oleh pemahaman keuangan yang baik, akan berdampak pada efisiensi usaha, peningkatan pelayanan, dan pada akhirnya berdampak positif terhadap kinerja UMKM secara keseluruhan.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2023, 99) hipotesis merupakan jawaban awal terhadap perumusan masalah penelitian adalah menyajikan rumusan masalah dalam bentuk kalimat pernyataan. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Literasi Keuangan Berpengaruh Positif terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Karawang Barat.

H2: *Digital Paymet* Berpengaruh Positif terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Karawang Barat.

H3: Literasi Keuangan dan *Digital Payment* Berpengaruh Positif terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Karawang Barat.