

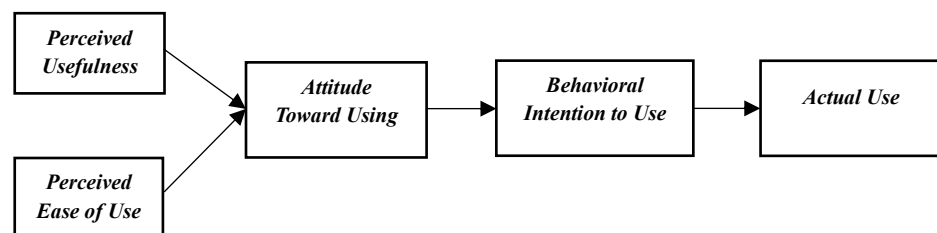
BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Telaah Pustaka

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan teori yang menjelaskan penerimaan individu terhadap teknologi berdasarkan dua keyakinan utama, yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Kedua faktor tersebut menjadi dasar dalam membentuk sikap, niat, serta perilaku individu dalam menggunakan teknologi informasi. Model ini diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989 sebagai pengembangan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang secara khusus digunakan untuk memodelkan penerimaan pengguna (*user acceptance*) terhadap teknologi. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan individu terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan sistem informasi dengan sikap, niat, serta perilaku aktual dalam menggunakan teknologi tersebut (Jayanti dkk., 2023).



Gambar 2.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Sumber: Davis (1989)

Technology Acceptance Model (TAM) menjelaskan penerimaan teknologi melalui lima komponen utama, yaitu:

a. *Perceived Usefulness* (Persepsi Kegunaan)

Perceived usefulness merupakan keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja. Semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin tinggi kecenderungan pengguna untuk memanfaatkan teknologi tersebut.

b. *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan)

Perceived ease of use adalah persepsi mengenai kemudahan dalam menggunakan teknologi tanpa memerlukan usaha yang besar. Teknologi yang mudah dipahami dan dioperasikan akan lebih mudah diterima oleh pengguna.

c. *Attitude Toward Using* (Sikap terhadap Penggunaan)

Attitude toward using merupakan sikap individu terhadap penggunaan teknologi, baik positif maupun negatif, yang dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan.

d. *Behavioral Intention to Use* (Niat Menggunakan)

Behavioral intention to use merupakan keinginan individu untuk menggunakan teknologi di masa mendatang, yang dipengaruhi oleh sikap terhadap teknologi tersebut.

e. *Actual Use* (Penggunaan Nyata)

Actual use mengacu pada penggunaan teknologi secara nyata dalam aktivitas sehari-hari sebagai hasil dari niat dan sikap pengguna.

Hubungan penelitian ini dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) dapat dilihat dari peran persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dalam memengaruhi tingkat penerimaan teknologi oleh pelaku UMKM, khususnya dalam penggunaan *payment gateway* dan penerapan digitalisasi UMKM. Pemanfaatan teknologi tersebut dipersepsikan mampu memberikan manfaat seperti mempercepat proses transaksi, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperluas jangkauan pasar.

Selain itu, apabila pelaku UMKM memandang bahwa sistem yang digunakan mudah dipahami dan dioperasikan, maka mereka akan lebih mudah beradaptasi serta terdorong untuk menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan. Persepsi mengenai kemudahan dan kegunaan teknologi ini selanjutnya akan membentuk sikap positif terhadap penggunaan teknologi. Sikap positif tersebut akan meningkatkan keyakinan pelaku UMKM bahwa penggunaan *payment gateway* dan digitalisasi UMKM dapat mendukung proses penjualan, pencatatan keuangan, serta promosi produk secara lebih efektif dan efisien. Dengan demikian, aktivitas transaksi dan pemasaran digital akan dipandang sebagai solusi yang mudah dan menghemat waktu,

sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja keuangan serta mendukung keberlangsungan usaha UMKM (Namora dkk., 2025).

2. *Resource-Based View (RBV)*

Resource-Based View (RBV) merupakan teori yang menjelaskan bahwa keunggulan dan kinerja suatu organisasi dapat dipengaruhi oleh sumber daya internal yang dimiliki serta kemampuan organisasi dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya tersebut. Barney (1991) menjelaskan bahwa sumber daya perusahaan yang memiliki nilai, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah digantikan dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dengan demikian, keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh kondisi eksternal, tetapi juga oleh kemampuan internal dalam mengelola sumber daya yang dimiliki.

Dalam UMKM, sumber daya tidak hanya berupa modal, aset, dan tenaga kerja, tetapi juga mencakup sumber daya tidak berwujud berupa pengetahuan, keterampilan, pengalaman, dan kemampuan pengelolaan usaha. Salah satu sumber daya internal yang penting adalah literasi keuangan. Literasi keuangan memberikan kemampuan kepada pelaku UMKM untuk memahami informasi keuangan, mengelola keuangan usaha, menentukan penggunaan modal, mengendalikan pengeluaran, serta mengambil keputusan keuangan secara tepat.

Berdasarkan perspektif RBV, literasi keuangan dapat dipandang sebagai sumber daya tidak berwujud yang melekat pada pemilik atau

pengelola UMKM. Pengetahuan dan kemampuan keuangan yang baik memungkinkan pelaku usaha mengelola sumber daya keuangan secara lebih efektif sehingga dapat meningkatkan efisiensi, profitabilitas, dan keberlangsungan usaha. Penelitian Sholihah dkk. (2023) juga mengembangkan model kinerja UMKM berbasis RBV dan menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor makanan dan minuman di Jawa Tengah.

Sejalan dengan perspektif tersebut, penelitian Saraswati dan Yuliarti (2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM dan menjadi faktor dengan pengaruh positif paling kuat dalam model penelitian mereka. Hasil tersebut memperkuat pandangan bahwa kemampuan keuangan merupakan sumber daya internal yang penting dalam mendukung kinerja UMKM.

Dengan demikian, *Resource-Based View* digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan hubungan antara Literasi Keuangan dan Kinerja Keuangan UMKM. Semakin baik literasi keuangan yang dimiliki pelaku UMKM, semakin baik pula kemampuan dalam mengelola sumber daya keuangan dan mengambil keputusan usaha. Pengelolaan sumber daya yang semakin efektif diharapkan dapat meningkatkan Kinerja Keuangan UMKM. Berdasarkan uraian tersebut, Literasi Keuangan diduga memiliki pengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan UMKM.

3. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penggerak kegiatan ekonomi masyarakat, tetapi juga berperan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendukung stabilitas perekonomian nasional. Keberadaan UMKM dinilai mampu memperkuat struktur ekonomi daerah karena sebagian besar kegiatan usaha masyarakat berada pada sektor ini.

Menurut Farisi dkk. (2022), UMKM merupakan kegiatan usaha berskala kecil yang dijalankan oleh perorangan, rumah tangga, maupun badan usaha kecil yang mampu mendorong pembangunan dan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Selain itu, UMKM juga memiliki fleksibilitas yang tinggi dalam menghadapi perubahan kondisi ekonomi sehingga mampu bertahan dalam berbagai situasi perekonomian.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, usaha mikro didefinisikan sebagai usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria tertentu. Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah maupun usaha besar. Sementara itu, usaha

menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dengan jumlah kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan yang lebih besar dibanding usaha kecil.

Pengelompokan UMKM saat ini mengacu pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Peraturan tersebut berstatus berlaku dan menetapkan kriteria UMKM berdasarkan modal usaha dan hasil penjualan tahunan.

Kriteria UMKM berdasarkan modal usaha terdiri atas:

- a. Usaha Mikro, memiliki modal usaha paling banyak Rp1.000.000.000,00, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Usaha Kecil, memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- c. Usaha Menengah, memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Selain berdasarkan modal usaha, untuk pemberian kemudahan, pelindungan, dan pemberdayaan, UMKM juga dikelompokkan berdasarkan hasil penjualan tahunan, yaitu:

- a. Usaha Mikro, memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp2.000.000.000,00.
- b. Usaha Kecil, memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp15.000.000.000,00.
- c. Usaha Menengah, memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00.

Berdasarkan uraian tersebut, UMKM dalam penelitian ini dipahamisebagai usaha produktif yang termasuk dalam kategori mikro, kecil, atau menengah berdasarkan ketentuan yang berlaku.

4. *Payment Gateway*

Payment gateway merupakan salah satu bentuk *financial technology* (fintech) yang berfungsi sebagai sistem pembayaran digital untuk memproses dan memfasilitasi transaksi pembayaran secara elektronik antara pelanggan dan pelaku usaha. Sistem ini berperan sebagai perantara yang menghubungkan konsumen, pelaku usaha (*merchant*), dan lembaga perbankan dalam proses pembayaran digital yang aman dan efisien. Melalui sistem tersebut, berbagai metode pembayaran seperti kartu debit, kartu kredit, transfer bank, dompet digital, dan QRIS dapat diproses secara cepat dan mudah (Maharani & Yuliati, 2024).

Menurut Rizky dan Suri (2023), *payment gateway* merupakan sistem yang memudahkan masyarakat dalam melakukan pembayaran atau pembelian secara *online*. Keberadaan *payment gateway* telah mengubah sistem pembayaran konvensional menjadi sistem pembayaran digital yang lebih modern dan fleksibel. Jika sebelumnya transaksi dilakukan secara tatap muka dan pada tempat tertentu, maka dengan adanya *payment gateway* proses pembayaran dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja. Sementara itu, Alfian dkk. (2020) menyatakan bahwa *payment gateway* merupakan sistem yang berfungsi sebagai penghubung antara pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi pembayaran secara digital.

Penggunaan *payment gateway* dalam kegiatan usaha dapat dijelaskan melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Teori ini menjelaskan bahwa penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Dalam konteks UMKM, pelaku usaha akan cenderung menggunakan *payment gateway* apabila teknologi tersebut dianggap mampu memberikan manfaat bagi usaha, seperti mempercepat transaksi, meningkatkan efisiensi operasional, serta mempermudah proses pembayaran. Selain itu, kemudahan dalam penggunaan sistem pembayaran digital juga dapat

meningkatkan minat pelaku UMKM untuk mengadopsi teknologi tersebut dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Payment gateway termasuk salah satu bentuk *fintech* yang mendorong pelaku UMKM untuk mengembangkan penggunaan platform digital dalam kegiatan usaha (Pangestu & Rita, 2022). Bagi UMKM, *payment gateway* memberikan berbagai manfaat, seperti mempermudah pengelolaan transaksi, mempercepat aliran dana, serta meningkatkan kenyamanan konsumen dalam bertransaksi. Selain itu, sistem ini dilengkapi dengan fitur keamanan seperti enkripsi dan verifikasi transaksi untuk melindungi data pelanggan dan menjaga kepercayaan konsumen terhadap pembayaran digital (Putri dkk., 2024).

Dalam penerapannya, *payment gateway* mendukung berbagai metode pembayaran digital yang memudahkan proses transaksi antara konsumen dan pelaku usaha. Metode pembayaran tersebut memungkinkan transaksi dilakukan secara cepat, aman, dan efisien. Beberapa contoh metode pembayaran yang umum digunakan melalui *payment gateway* adalah sebagai berikut.

a. QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*)

QRIS merupakan standar kode respons cepat (*Quick Response Code*) nasional yang dikembangkan oleh Bank Indonesia untuk mengintegrasikan berbagai layanan pembayaran berbasis QR Code dalam satu standar. Melalui QRIS, konsumen dapat melakukan pembayaran menggunakan berbagai aplikasi pembayaran digital

hanya dengan memindai satu kode QR yang disediakan oleh *merchant*. Bagi UMKM, penggunaan QRIS dapat meningkatkan efisiensi transaksi, mempercepat proses pembayaran, mengurangi penggunaan uang tunai, serta mendukung pencatatan transaksi yang lebih tertata (Nurung & Sriyatun, 2026).

b. *E-wallet* (Dompot Digital)

E-wallet atau dompet digital merupakan aplikasi yang memungkinkan pengguna menyimpan saldo elektronik dan melakukan berbagai transaksi pembayaran secara digital. Berbagai layanan *e-wallet* seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay telah banyak digunakan masyarakat karena menawarkan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam bertransaksi. Bagi UMKM, penggunaan *e-wallet* dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan, mempercepat proses pembayaran, serta memperluas pilihan metode pembayaran yang tersedia (Sasmita & Saptantinah, 2025).

c. Transfer Bank (*Virtual Account*)

Transfer bank melalui *virtual account* merupakan salah satu metode pembayaran yang banyak difasilitasi oleh layanan *payment gateway*. *Virtual account* adalah nomor rekening virtual yang dibuat secara khusus untuk setiap transaksi sehingga proses verifikasi pembayaran dapat dilakukan secara otomatis. Metode ini memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam mencocokkan pembayaran,

mengurangi kesalahan pencatatan transaksi, serta mempercepat proses konfirmasi pembayaran (Alfian dkk., 2020).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *payment gateway* merupakan sistem pembayaran digital yang mempermudah proses transaksi secara elektronik dengan lebih cepat, aman, dan efisien. Pemanfaatan *payment gateway* dapat membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan efisiensi operasional, mempermudah pengelolaan transaksi, serta memberikan kenyamanan bagi konsumen dalam melakukan pembayaran. Selain itu, penggunaan teknologi pembayaran digital yang optimal juga berpotensi mendukung peningkatan kinerja keuangan UMKM melalui kemudahan transaksi dan peningkatan penjualan usaha.

Menurut Lestari dkk. (2020), *payment gateway* memiliki empat indikator, yaitu:

a. Kelancaran bertransaksi

Kelancaran bertransaksi menunjukkan kemampuan *payment gateway* dalam mendukung proses pembayaran secara cepat dan tanpa hambatan. Indikator ini berkaitan dengan kemudahan proses pembayaran, kecepatan transaksi, serta kelancaran sistem saat digunakan oleh konsumen maupun pelaku usaha.

b. Keamanan bertransaksi

Keamanan bertransaksi menunjukkan kemampuan sistem *payment gateway* dalam melindungi data dan aktivitas pembayaran

pengguna. Indikator ini mencakup keamanan data pelanggan, keamanan sistem pembayaran, serta rasa aman pengguna saat melakukan transaksi digital.

c. Kemudahan bertransaksi

Kemudahan bertransaksi menggambarkan tingkat kemudahan penggunaan sistem *payment gateway* oleh pelaku usaha maupun konsumen. Indikator ini meliputi kemudahan penggunaan aplikasi, kemudahan akses layanan pembayaran, dan kemudahan memahami sistem pembayaran digital.

d. Efisiensi dalam bertransaksi

Efisiensi dalam bertransaksi menunjukkan kemampuan *payment gateway* menghemat waktu dan biaya proses pembayaran. Indikator ini mencakup efisiensi waktu pembayaran, efisiensi biaya transaksi, serta efektivitas penggunaan transaksi non-tunai dalam mendukung kegiatan usaha.

5. Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan salah satu aspek penting dalam pengelolaan usaha, khususnya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Literasi keuangan dapat diartikan sebagai kemampuan individu dalam memahami, mengelola, serta mengambil keputusan yang berkaitan dengan keuangan secara efektif dan efisien. Kemampuan ini mencakup pengetahuan, keterampilan, serta keyakinan dalam mengelola sumber daya keuangan guna mencapai kesejahteraan

ekonomi (Ananda & Biduri, 2024). Literasi keuangan menjadi faktor penting karena berkaitan langsung dengan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola arus kas, menyusun laporan keuangan, serta merencanakan keberlanjutan usaha (Syafilillah dkk., 2025).

Literasi keuangan bagi pelaku UMKM merupakan kemampuan pengelola dalam melakukan pencatatan laporan keuangan, seperti mencatat kegiatan usaha, pemasukan, pengeluaran, serta laba usaha. Keberadaan laporan keuangan UMKM sangat penting agar pelaku usaha dapat mengetahui perkembangan usahanya. Tingkat literasi keuangan yang baik menjadi kebutuhan mendasar bagi setiap individu agar terhindar dari permasalahan keuangan. Kendala keuangan tidak hanya disebabkan oleh rendahnya pendapatan, tetapi juga dapat muncul akibat kesalahan dalam mengelola keuangan, seperti penggunaan kredit yang tidak tepat, ketiadaan perencanaan keuangan, serta kurangnya pengendalian dalam penggunaan dana (Mendes dkk., 2024).

Dalam strategi nasional literasi keuangan Indonesia tahun 2013, Otoritas Jasa Keuangan mendefinisikan literasi keuangan sebagai serangkaian proses atau kegiatan yang bertujuan meningkatkan pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan masyarakat maupun konsumen agar mampu mengelola keuangan secara lebih baik (OJK, 2013).

Berdasarkan Rancangan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan tahun 2016, literasi keuangan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan

individu dalam mengambil keputusan keuangan yang lebih tepat. Selain itu, literasi keuangan juga diarahkan untuk mengubah sikap dan perilaku masyarakat dalam mengelola keuangan agar menjadi lebih baik, sehingga mereka mampu memilih serta memanfaatkan lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan serta kemampuan masing-masing.

Tujuan tersebut diharapkan dapat mendorong penggunaan pendapatan tidak hanya untuk konsumsi semata, tetapi juga diarahkan pada kegiatan investasi yang lebih produktif dan memberikan manfaat jangka panjang. Pentingnya literasi keuangan tidak hanya dirasakan oleh masyarakat, tetapi juga memberikan dampak positif bagi lembaga keuangan, karena semakin tinggi pemahaman masyarakat terhadap produk keuangan, maka semakin besar pula minat untuk menggunakan produk yang ditawarkan (Gustati dkk., 2023)

Menurut Mulyanti & Nurhayati (2022), literasi keuangan memiliki tiga indikator, yaitu:

a. Pengetahuan keuangan

Pengetahuan keuangan merupakan salah satu komponen penting dalam literasi keuangan individu yang berfungsi membantu dalam membandingkan berbagai produk dan layanan dari lembaga keuangan, sehingga individu dapat mengambil keputusan keuangan yang lebih tepat dan berbasis informasi. Indikator pengetahuan

keuangan mencakup pemahaman mengenai kredit dan utang, tabungan, asuransi, serta dasar-dasar keuangan lainnya.

b. Perilaku keuangan

Selain pengetahuan, perilaku keuangan juga menjadi aspek penting dalam literasi keuangan karena perilaku individu sangat memengaruhi kondisi keuangan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Indikator perilaku keuangan meliputi perencanaan anggaran, pengelolaan dan pengendalian keuangan, kegiatan investasi, serta ketepatan dalam pembayaran utang.

c. Sikap keuangan

Sikap keuangan berfokus pada cara pandang individu terhadap uang serta orientasi waktu dalam perencanaan keuangan masa depan. Indikator sikap keuangan mencakup pola pikir terhadap pengelolaan keuangan dan perencanaan finansial untuk masa depan.

6. Digitalisasi UMKM

Digitalisasi UMKM merupakan pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha untuk mendukung pengembangan produk, pemasaran, dan pertumbuhan usaha (Octavina & Rita, 2021). Konsep ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga pemanfaatan informasi pasar untuk meningkatkan daya saing produk UMKM. Sejalan dengan itu, Jayanti & Karnowati (2023) menyatakan digitalisasi UMKM dapat diartikan sebagai upaya mengubah pola perilaku pelaku usaha dalam kegiatan

pemasaran dan penjualan produk dengan memanfaatkan teknologi digital.

Digitalisasi UMKM juga berkaitan erat dengan *digital marketing* sebagai bagian dari strategi pemasaran modern. Menurut Rohmah (2019), *digital marketing* merupakan bagian penting dari proses digitalisasi UMKM, yaitu serangkaian kegiatan promosi barang dan jasa dengan memanfaatkan teknologi digital. Perkembangan teknologi telah mengubah pola promosi yang sebelumnya bersifat satu arah melalui media konvensional seperti televisi, radio, dan surat kabar menjadi lebih interaktif dan dua arah melalui platform digital. Kondisi ini memungkinkan terjadinya komunikasi langsung antara pelaku usaha dan konsumen, sehingga kegiatan pemasaran menjadi lebih efektif, efisien, serta mampu memperluas jangkauan pasar dan mempercepat proses pengambilan keputusan konsumen.

Penerapan digitalisasi UMKM terbukti mampu meningkatkan kinerja usaha melalui kemudahan dalam proses penjualan dan pemasaran yang dilakukan melalui berbagai platform digital. Perubahan ini telah menjangkau seluruh lapisan masyarakat dan memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan efektivitas serta efisiensi kegiatan pemasaran dan penjualan (Ananda & Biduri, 2024). Meskipun demikian, implementasi digitalisasi UMKM masih menghadapi beberapa kendala, terutama terkait rendahnya kualitas sumber daya manusia serta keterbatasan dalam penerapan teknologi (Ladewi dkk.,

2025). Oleh karena itu, pendampingan dan edukasi menjadi hal yang sangat penting untuk membantu pelaku usaha dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital (Hakim dkk., 2024).

Seiring dengan perkembangan teknologi, digitalisasi juga berdampak pada sistem pencatatan akuntansi yang kini banyak menggunakan aplikasi berbasis *smartphone*. Hal ini menunjukkan bahwa penguasaan teknologi tidak hanya berperan dalam mempermudah pencatatan keuangan, tetapi juga mendukung pengelolaan keuangan yang lebih efektif dan efisien, sehingga dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dalam bisnis (Ulfha dkk., 2025).

Menurut Ananda & Biduri (2024), digitalisasi UMKM memiliki empat indikator, yaitu:

a. Keinovatifan

Digitalisasi mendorong UMKM untuk berinovasi dalam produk maupun layanan. Inovasi ini mencakup cara baru dalam pemasaran, penjualan, dan interaksi dengan konsumen melalui platform digital. Hal ini membuat UMKM lebih adaptif terhadap perubahan pasar.

b. Kemudahan akses

Teknologi digital memberikan akses yang lebih mudah bagi pelaku UMKM untuk menjangkau konsumen, memasarkan produk, dan melakukan transaksi. Aksesibilitas ini mengurangi hambatan geografis maupun biaya distribusi.

c. Jangkauan pasar

Digitalisasi memperluas pasar UMKM dari lokal ke nasional bahkan global. Dengan memanfaatkan *e-commerce* dan media sosial, UMKM dapat menjangkau audiens yang lebih luas dibandingkan metode konvensional.

d. Interaktivitas

Digitalisasi memungkinkan interaksi dua arah antara UMKM dan konsumen. Melalui media sosial atau platform digital, pelaku usaha dapat menerima masukan, membangun hubungan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

7. Kinerja Keuangan

Kinerja Keuangan merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk menggambarkan perkembangan kondisi keuangan suatu usaha dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kinerja Keuangan UMKM dapat mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya dan menjalankan kegiatan usaha secara efektif, yang dapat dilihat melalui perkembangan omzet, laba, dan aset dibandingkan dengan periode sebelumnya. Perkembangan Kinerja Keuangan menjadi penting bagi UMKM karena dapat memberikan gambaran mengenai kemampuan usaha dalam mempertahankan dan meningkatkan kondisi keuangannya di tengah persaingan usaha yang semakin dinamis dan perkembangan teknologi. Dengan demikian,

UMKM dapat lebih siap menghadapi persaingan serta mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki (Lestari dkk., 2024).

Menurut Harini (2024) kinerja keuangan merupakan gambaran yang menunjukkan kondisi keuangan suatu perusahaan. Kondisi tersebut dapat dijadikan acuan untuk menilai prospek perusahaan di masa mendatang, karena kondisi keuangan yang baik akan meningkatkan nilai perusahaan di mata pihak eksternal. Sementara itu, berdasarkan KBBI (2021), kinerja keuangan diartikan sebagai suatu pencapaian atau prestasi yang berhasil diperlihatkan perusahaan.

Kinerja keuangan adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan sebagian atau seluruh aktivitas entitas dalam periode tertentu. Kinerja tersebut mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola serta mendistribusikan sumber daya yang dimiliki secara efektif (Mulyanti & Nurhayati, 2022). Menurut Kustina & Aji yang dikutip dalam Azzahra (2025), salah satu cara untuk mengukur kinerja keuangan UMKM adalah melalui analisis laporan keuangan yang dimiliki. Penilaian tersebut dilakukan dengan melihat jumlah aset, omzet atau volume penjualan, serta laba usaha yang diperoleh dalam periode tertentu.

Menurut Putri dkk. (2024), kinerja keuangan UMKM memiliki tiga indikator, yaitu:

a. Laba

Indikator laba dalam penelitian ini menunjukkan kemampuan UMKM dalam memperoleh keuntungan dari kegiatan usahanya. Semakin tinggi laba yang diperoleh, maka semakin baik kinerja keuangan UMKM karena usaha mampu menghasilkan pendapatan yang melebihi biaya operasional.

b. Omzet

Indikator omzet dalam penelitian ini menunjukkan jumlah penjualan atau pendapatan usaha yang diperoleh UMKM dalam periode tertentu. Peningkatan omzet mencerminkan perkembangan usaha dan kemampuan UMKM dalam meningkatkan aktivitas penjualannya.

c. Aset

Indikator aset dalam penelitian ini menunjukkan jumlah kekayaan atau sumber daya yang dimiliki UMKM untuk menunjang kegiatan usaha, seperti peralatan usaha, persediaan barang, maupun kas usaha. Peningkatan aset mencerminkan perkembangan dan kemampuan UMKM dalam memperluas serta mempertahankan usahanya.

B. Penelitian Terdahulu

Selain landasan teoritis yang telah diuraikan, penelitian terdahulu juga digunakan sebagai acuan dalam memperkuat penyusunan hipotesis penelitian. Penelitian-penelitian tersebut memberikan gambaran mengenai hubungan *payment gateway*, literasi keuangan, dan digitalisasi UMKM terhadap kinerja keuangan UMKM. Sebagai bahan pendukung penelitian ini, berikut disajikan beberapa penelitian terdahulu yang relevan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil
1.	Larissa Adella Octavina dan Maria Rio Rita (2021)	Digitalisasi UMKM, Literasi Keuangan, dan Kinerja Keuangan: Studi pada Masa Pandemi Covid-19	Kuantitatif	<i>Payment gateway</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, <i>digital marketing</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, serta literasi keuangan memoderasi pengaruh <i>fintech</i> berbasis <i>payment gateway</i> terhadap kinerja keuangan UMKM (Octavina & Rita, 2021).
2.	Eriza Nabila Maharani dan Anik Yulianti (2024)	Pengaruh <i>Payment Gateway</i> dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan pada Pelaku UMKM di Kelurahan Kebonsari	Kuantitatif	<i>Payment gateway</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja

No	Penulis dan Tahun		Judul	Metode Penelitian	Hasil
					keuangan UMKM (Maharani & Yuliati, 2024).
3.	Dwi Harini (2024)		Pengaruh <i>Payment Gateway</i> , Literasi Keuangan, dan Digitalisasi terhadap Kinerja Keuangan pada Pelaku UMKM di Kabupaten Brebes	Kuantitatif	<i>Payment gateway</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, namun digitalisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM (Harini, 2024).
4.	Desak Ayu Putu Yunita Putri, Armiani, dan Elvina Setiawati (2024)		Pengaruh Literasi Keuangan, <i>Payment Gateway</i> , <i>Peer to Peer Lending</i> , dan Inklusi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan	Kuantitatif	Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, <i>payment gateway</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, namun <i>peer to peer lending</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM (Putri dkk., 2024).
5.	Lady Noor dan Mizam Arqy Ahmadi (2025)		Pengaruh Digitalisasi, Literasi	Kuantitatif	Digitalisasi, literasi keuangan, dan dukungan teknologi

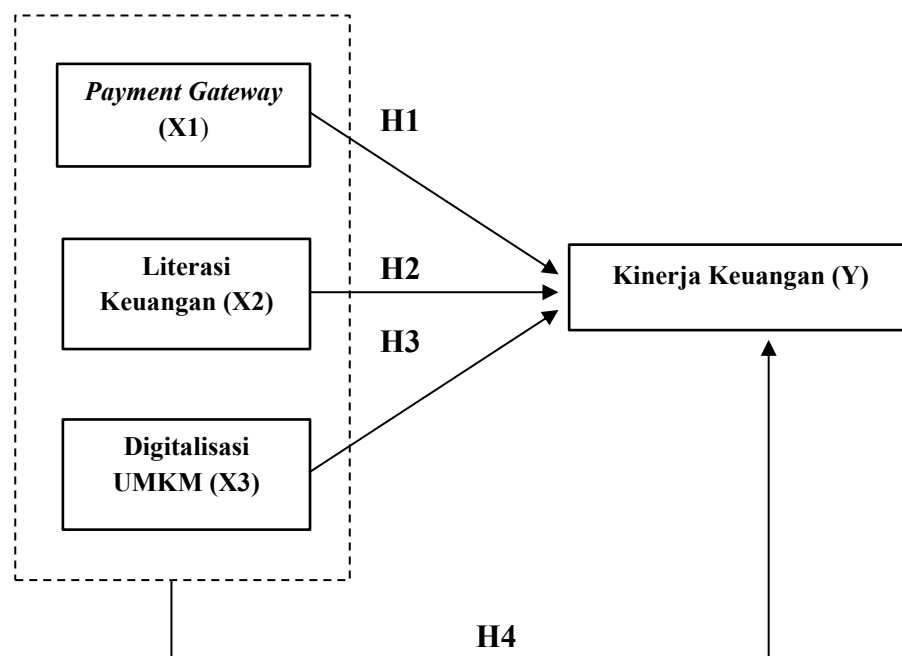
No	Penulis dan Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil
		Keuangan, dan Dukungan Teknologi terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kabupaten Karanganyar		berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM (Noor & Ahmadi, 2025).
6.	Imeilda Intan Syafrilillah, Maheni Ika Sari, dan Retno Endah Supeni (2025)	Pengaruh <i>Payment Gateway</i> , Literasi Keuangan, dan Pengguna Media Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan pada UMKM di Kabupaten Jember	Kuantitatif	<i>Payment gateway</i> berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, dan pengguna media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM (Syafrilillah dkk., 2025).
7.	Fatrycia Aurelia Pasaribu, Ria Salonika Boangmanalu, Marsauliana K. Simamora, dan Raya Panjaitan (2025)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan <i>Payment Gateway</i> terhadap Kinerja Keuangan UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Baru	Kuantitatif	Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM kuliner, serta penggunaan <i>payment gateway</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM kuliner di Kecamatan Medan Baru (Pasaribu dkk., 2025).
8.	Auliyah Nuraini Dianti, K. Bagus Wardianto, dan	Pengaruh Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan, dan	Kuantitatif	Literasi keuangan dan penggunaan <i>payment gateway</i> berpengaruh positif

No	Penulis dan Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil
	M. Iqbal Harori (2025)	<i>Payment Gateway</i> terhadap Kinerja Pelaku UMKM Bandar Lampung		dan signifikan terhadap kinerja UMKM, sedangkan pengelolaan keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di PKOR Way Halim, Kota Bandar Lampung (Dianti dkk., 2025).

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2026

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan gambaran konseptual yang menjelaskan hubungan antarvariabel dalam penelitian. Kerangka berpikir digunakan untuk mempermudah pemahaman mengenai pengaruh *payment gateway*, literasi keuangan, dan digitalisasi UMKM terhadap kinerja keuangan UMKM kuliner di Kecamatan Jeruklegi.



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir Penelitian

H1 : *Payment Gateway* berpengaruh secara parsial terhadap Kinerja Keuangan UMKM kuliner di Kecamatan Jeruklegi

H2 : Literasi Keuangan berpengaruh secara parsial terhadap Kinerja Keuangan UMKM kuliner di Kecamatan Jeruklegi

H3 : Digitalisasi UMKM berpengaruh secara parsial terhadap Kinerja Keuangan UMKM kuliner di Kecamatan Jeruklegi

H4 : *Payment Gateway*, Literasi Keuangan, dan Digitalisasi UMKM secara simultan berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan UMKM kuliner di Kecamatan Jeruklegi

D. Hipotesis

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

1. Pengaruh *Payment Gateway* terhadap Kinerja Keuangan UMKM Kuliner di Kecamatan Jeruklegi

Payment gateway merupakan salah satu bentuk *financial technology (fintech)* yang digunakan dalam sistem pembayaran digital. Menurut Maharani & Yuliati (2024), *payment gateway* adalah sistem yang digunakan untuk memproses transaksi pembayaran elektronik serta memudahkan proses pembayaran antara pelanggan, pelaku usaha, dan lembaga perbankan secara aman dan cepat. Sistem ini memungkinkan berbagai metode pembayaran, seperti kartu debit, kartu kredit, transfer bank, dompet digital, dan QRIS. Oleh karena itu, pelaku UMKM yang menerapkan *fintech* dalam kegiatan usahanya perlu menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi yang terus berkembang (Asisa dkk., 2022).

Penggunaan *payment gateway* memberikan berbagai manfaat bagi pelaku UMKM, seperti kemudahan dalam menerima pembayaran, mengurangi risiko kesalahan transaksi, serta meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, sistem pembayaran digital juga memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan volume penjualan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja keuangan.

Hasil penelitian Harini (2024) menunjukkan bahwa *payment gateway* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ananda & Biduri (2024) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *payment gateway* terhadap kinerja keuangan UMKM. Berdasarkan hal tersebut, maka dirumuskan hipotesis:

H1 : *Payment Gateway* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM Kuliner di Kecamatan Jeruklegi.

2. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM Kuliner di Kecamatan Jeruklegi

Literasi keuangan merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan pengelolaan keuangan usaha. Literasi keuangan berkaitan dengan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, serta mengambil keputusan keuangan secara tepat dan rasional (Lubis & Nurhayati, 2024). Literasi keuangan adalah kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan serta

menerapkannya dalam pengelolaan keuangan secara efektif (Rahayu, 2023).

Pelaku UMKM yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung mampu mengelola arus kas secara lebih efektif, meminimalkan risiko keuangan, serta mengambil keputusan yang tepat dalam penggunaan modal usaha. Hal ini akan berdampak pada peningkatan stabilitas dan kinerja keuangan UMKM.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri dkk. (2024) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Syafrilillah dkk. (2025) menyatakan adanya pengaruh positif literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Jember, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2 : Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM Kuliner di Kecamatan Jeruklegi.

3. Pengaruh Digitalisasi UMKM terhadap Kinerja Keuangan UMKM Kuliner di Kecamatan Jeruklegi

Digitalisasi UMKM merupakan proses pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha, seperti pemasaran *online*, penggunaan media sosial, serta pemanfaatan aplikasi keuangan dan platform digital lainnya. Digitalisasi UMKM adalah upaya transformasi kegiatan usaha melalui pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi,

produktivitas, dan jangkauan pasar (Jayanti & Karnowati, 2023). Selain itu, digitalisasi juga diartikan sebagai penerapan teknologi digital dalam proses bisnis UMKM, baik dalam aspek pemasaran, transaksi, maupun pengelolaan usaha (Noor & Ahmadi, 2025).

Penerapan digitalisasi memungkinkan pelaku UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, serta mempercepat proses transaksi. Selain itu, digitalisasi juga membantu dalam pencatatan keuangan yang lebih akurat dan sistematis. Hal ini dapat berdampak pada peningkatan pendapatan dan kinerja keuangan UMKM.

Penelitian (Jayanti & Karnowati, 2023) menyatakan bahwa digitalisasi UMKM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Hal ini sejalan dengan penelitian (Noor & Ahmadi, 2025) yang menyatakan bahwa digitalisasi UMKM berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM. Berdasarkan hal tersebut, maka dirumuskan hipotesis:

H3 : Digitalisasi UMKM berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM Kuliner di Kecamatan Jeruklegi.

4. Pengaruh *Payment Gateway*, Literasi Keuangan, dan Digitalisasi UMKM terhadap Kinerja Keuangan UMKM Kuliner di Kecamatan Jeruklegi

Payment gateway, literasi keuangan, dan digitalisasi UMKM merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi kinerja keuangan UMKM. Dalam teori *Technology Acceptance Model* (TAM), pemanfaatan teknologi seperti *payment gateway* dan digitalisasi UMKM akan digunakan apabila memberikan kemudahan dan manfaat bagi pelaku usaha. Sementara itu, literasi keuangan berperan dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola keuangan secara efektif serta mengambil keputusan keuangan yang tepat.

Penggunaan *payment gateway* dapat mempermudah proses transaksi dan meningkatkan efisiensi operasional usaha. Literasi keuangan membantu pelaku UMKM dalam mengelola arus kas, menyusun perencanaan keuangan, serta mengambil keputusan keuangan yang tepat. Selain itu, digitalisasi UMKM memungkinkan perluasan pasar, peningkatan produktivitas, serta kemudahan dalam menjalankan aktivitas usaha. Ketiga faktor tersebut saling berkaitan dan dapat mendukung peningkatan kinerja keuangan UMKM.

Beberapa penelitian terdahulu mendukung pengaruh teknologi keuangan, literasi keuangan, dan digitalisasi terhadap kinerja keuangan UMKM. Penelitian Maharani & Yuliati (2024) menunjukkan bahwa teknologi digital dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh

positif terhadap kinerja keuangan UMKM. Selain itu, Harini (2024) serta Pasaribu dkk. (2025) menemukan bahwa digitalisasi dan kemampuan pengelolaan keuangan secara bersama-sama mampu meningkatkan kinerja UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi dan kemampuan finansial menjadi faktor yang saling mendukung dalam meningkatkan kinerja usaha. Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa *payment gateway*, literasi keuangan, dan digitalisasi UMKM secara simultan berperan dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini menduga bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM kuliner di Kecamatan Jeruklegi.

H4 : *Payment Gateway*, Literasi Keuangan, dan Digitalisasi UMKM secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM Kuliner di Kecamatan Jeruklegi.