

The Effect Of The Application Of Information Technology, Financial Literacy And Marketing Strategies On The Financial Performance Of Msmes In The City Of Surakarta

Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi, Literasi Keuangan Dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Di Kota Surakarta

Mia Adiyanti¹, Nursiam²

Universitas Muhammadiyah Surakarta^{1,2}

b200210231@student.ums.ac.id¹, nur183@ums.ac.id²

*Corresponding Author

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of the application of information technology, financial literacy, and marketing strategies on the financial performance of MSMEs in Surakarta City. This study is a type of quantitative research. The population in this study were MSME actors in Surakarta City. The sampling method used in this study was accidental sampling with a simple random sampling technique. The determination of the sample in this study used the lemeshow formula and obtained 100 MSME respondents. The data used are primary data obtained through direct distribution of questionnaires to MSME actors in Surakarta City. Data analysis used in this study is multiple linear regression analysis processed using SPSS version 25. The results of the study indicate that the variables of information technology, financial literacy and marketing strategies have an effect on the financial performance of MSMEs in Surakarta City.

Keywords: Information Technology, Financial Literacy, Marketing Strategy, Financial Performance

ABSTRAK

Pendekatan ini mengeksplorasi pengaruh penerapan teknologi informasi, literasi keuangan, dan strategi pemasaran terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Surakarta. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kota Surakarta. Pada sistem penelitian ini menggunakan sistem random sampling sehingga tingkat kepercayaan tinggi. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus lemeshow dan diperoleh sebanyak 100 responden pelaku UMKM. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada pelaku UMKM di Kota Surakarta. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel teknologi informasi, literasi keuangan dan strategi pemasaran berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Surakarta.

Kata Kunci: Teknologi Informasi, Literasi Keuangan, Strategi Pemasaran, Kinerja Keuangan.

1. Pendahuluan

Ekonomi kreatif yang terus mengalami perkembangan dapat memberikan pengaruh pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Hal ini dikarenakan, ekonomi kreatif yang berkembang dapat memberikan pengaruh pada peningkatan kinerja keuangan pada aspek perekonomian daerah (Saputro et al., 2022). Salah satu sektor ekonomi kreatif yang dapat memberikan pengaruh pada peningkatan kesejahteraan masyarakat ialah perkembangan UMKM.

UMKM merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang dapat diusahakan oleh setiap masyarakat. UMKM merupakan usaha yang memiliki andil penting bagi peningkatan perekonomian masyarakat sehingga nilai ekonomi pada suatu bangsa pun meningkat (Afifah & Triyanto, 2023). Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peranan yang sangat vital dalam perekonomian nasional. Hasil survei yang dilakukan menunjukkan bahwa UMKM mampu memberikan kontribusi sebesar 60 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia.

Tidak hanya itu, UMKM juga berperan signifikan dalam penciptaan lapangan kerja, dengan menyerap sekitar 97 persen dari total tenaga kerja nasional. Tingginya daya serap tenaga kerja dari sektor ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki kapasitas yang kuat dalam mendukung stabilitas sosial dan ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, keberadaan UMKM secara tidak langsung berperan penting dalam menekan tingkat pengangguran serta turut berkontribusi dalam pengurangan angka kemiskinan di Indonesia. Dengan kata lain, pemberdayaan UMKM secara optimal tidak hanya berdampak pada pertumbuhan ekonomi makro, tetapi juga menjadi strategi efektif dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat secara lebih merata (Yuningsih et al., 2022).

Analisis kinerja keuangan usaha merupakan langkah penting dalam menjaga keberlanjutan dan perkembangan suatu usaha, terutama untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu cara untuk menganalisis kinerja keuangan adalah dengan mencatat setiap transaksi keuangan yang dilakukan secara teratur dan sistematis, seperti yang disarankan oleh Sa'adah et al. (2024). Namun, kenyataannya banyak pelaku UMKM yang belum menerapkan analisis keuangan dengan baik, hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan yang mereka miliki mengenai pengelolaan dan pencatatan keuangan yang tepat. Akibatnya, banyak pelaku UMKM yang kesulitan dalam membuat laporan keuangan yang akurat, yang pada gilirannya mempersulit mereka dalam mendapatkan pendanaan atau dukungan dari investor (Mulyanti & Nurhayati, 2022). Masalah ini menunjukkan bahwa literasi keuangan para pelaku UMKM di Indonesia masih sangat rendah, sehingga penting untuk mengadakan pelatihan atau program yang dapat meningkatkan pengetahuan mereka dalam membuat laporan keuangan yang jelas dan sesuai standar.

Selain itu, laporan keuangan UMKM tidak hanya penting untuk mengetahui keadaan finansial usaha, tetapi juga dapat menjadi alat evaluasi untuk menilai apakah strategi pemasaran yang diterapkan sudah efektif atau belum. Pancawati & Widaswara (2023) menyebutkan bahwa laporan keuangan dapat membantu pelaku usaha untuk menilai kinerja mereka dalam hal pemasaran, serta memberikan dasar yang kuat untuk melakukan perbaikan atau perubahan dalam strategi yang diterapkan, terutama di tengah pesatnya perkembangan teknologi. Oleh karena itu, pelaku UMKM harus memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan zaman dan teknologi yang terus berkembang. Kemampuan ini penting agar mereka dapat membuat keputusan bisnis yang tepat dan mampu menghadapi tantangan pasar yang dinamis.

Di era digital ini, perkembangan teknologi berjalan sangat cepat, terbukti dengan semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan perangkat gadget, mulai dari anak-anak hingga orang tua. Fenomena ini membuka peluang besar bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis mereka melalui platform digital, seperti e-commerce dan media sosial. Namun, untuk dapat bersaing di dunia bisnis online yang semakin kompetitif, pelaku UMKM perlu memiliki produk yang berkualitas serta strategi pemasaran yang tepat agar dapat menarik perhatian konsumen di pasar yang semakin luas. Akhmad & Purnomo (2021) mengungkapkan bahwa untuk dapat bersaing dengan ribuan pelaku usaha lainnya, kualitas produk dan inovasi dalam pemasaran menjadi kunci utama yang akan menarik minat masyarakat. Dengan demikian, perkembangan teknologi tidak hanya memberikan tantangan, tetapi juga kesempatan besar bagi UMKM untuk terus berkembang dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar yang semakin digital.

Saat ini bisnis online yang dilakukan melalui internet cukup menggiurkan. Para pelaku UMKM yang memiliki literasi keuangan tinggi akan mampu membaca dan mengelola keuangan yang ada sesuai dengan keinginan dan tujuan dibangunnya UMKM. Sehingga usaha yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan keinginan. Penelitian terdahulu yang dilakukan Wahyudi, K. (2024) literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM. Adapun Penelitian terdahulu yang dilakukan Gunardi et al., (2020) menyatakan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

2. Tinjauan Pustaka

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Konsep signaling theory atau teori sinyal pertama kali diperkenalkan oleh Spence pada tahun 1973. Teori ini berangkat dari asumsi bahwa terdapat asimetri informasi antara dua pihak, yaitu antara pihak yang memiliki informasi (disebut pengirim sinyal) dan pihak yang membutuhkan informasi (disebut penerima sinyal). Dalam konteks ini, pihak pengirim—biasanya manajemen atau pemilik usaha—menyampaikan suatu sinyal berupa informasi tertentu yang dapat menggambarkan kondisi internal perusahaan. Informasi ini bisa mencakup laporan keuangan, strategi bisnis, atau indikator kinerja lainnya, yang kemudian akan diinterpretasikan oleh pihak eksternal seperti investor, kreditor, atau mitra usaha sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Dalam kerangka penelitian ini, teori sinyal memiliki peranan penting khususnya dalam konteks UMKM. Informasi yang disampaikan oleh pelaku UMKM, seperti transparansi laporan keuangan atau penggunaan teknologi dalam operasional, dapat menjadi sinyal yang membantu pihak eksternal dalam menilai kelayakan usaha tersebut. Sinyal yang positif dapat meningkatkan kepercayaan investor dan mempermudah akses pendanaan, sementara sinyal negatif bisa menjadi indikasi bahwa usaha tersebut memiliki risiko tinggi. Oleh karena itu, kemampuan UMKM dalam mengelola dan menyampaikan informasi yang tepat sangat menentukan persepsi pihak luar terhadap keberlangsungan dan potensi usaha mereka..

Teknologi Informasi

Teknologi Informasi (TI) merujuk pada penerapan berbagai sistem berbasis komputer dan telekomunikasi yang digunakan untuk menyimpan, mengakses, dan mentransmisikan informasi. Beberapa contoh dari penerapan TI mencakup pemrosesan data, penggunaan perangkat lunak aplikasi, dan sistem integrasi data yang memungkinkan operasional menjadi lebih efisien (Purwiantoro, M. H. 2024). Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), penggunaan TI sangat penting untuk mendukung berbagai aspek operasional. Fauzi (2023) menjelaskan bahwa bagi UMKM, teknologi informasi mencakup aplikasi perangkat lunak akuntansi yang memudahkan pencatatan dan pelaporan keuangan, sistem manajemen basis data yang memungkinkan pengelolaan data secara terstruktur, serta platform e-commerce yang memfasilitasi penjualan produk secara online. Dengan memanfaatkan TI, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar mereka, sehingga berpotensi mendorong kinerja dan daya saing usaha mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Literasi Keuangan

Kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan secara bijak sangat dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangannya. Literasi keuangan mencakup pemahaman yang mendalam tentang berbagai konsep dasar keuangan, keterampilan dalam mengelola sumber daya keuangan, serta keyakinan dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan keuangan pribadi atau usaha. Hal ini meliputi kemampuan untuk membuat anggaran, memahami risiko dan keuntungan investasi, serta mengambil keputusan ekonomi yang tepat demi tercapainya kesejahteraan finansial (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Dalam konteks UMKM, tingkat literasi keuangan yang tinggi memungkinkan pemilik usaha untuk menjalankan manajemen keuangan yang lebih baik, menghindari kesalahan dalam pengambilan keputusan, serta meminimalkan potensi kerugian. Dengan demikian, literasi keuangan berperan penting dalam menciptakan keberlangsungan usaha yang lebih kuat dan berdaya saing (Purnamasari & Asharie, 2024).

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merujuk pada perencanaan dan pelaksanaan berbagai langkah promosi yang disusun secara terarah untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa yang

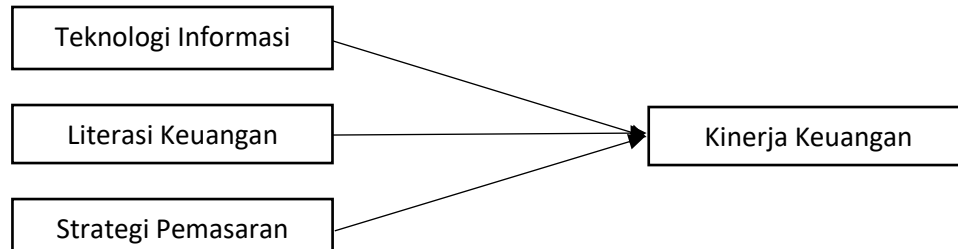
ditawarkan. Dalam era digital saat ini, pelaku UMKM dapat memanfaatkan berbagai kemajuan teknologi informasi sebagai sarana untuk menjalankan strategi pemasaran yang lebih inovatif dan efisien. Pemanfaatan media sosial, platform belanja online, dan alat digital lainnya memberikan peluang besar bagi UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Pendekatan ini tidak hanya membantu dalam memperkenalkan produk, tetapi juga memungkinkan pengukuran efektivitas kampanye promosi secara lebih akurat. Dengan demikian, strategi pemasaran berbasis digital menjadi kunci penting dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan usaha kecil dan menengah di tengah persaingan yang semakin ketat.

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan mencerminkan tingkat keberhasilan suatu entitas dalam mengelola sumber daya keuangannya untuk mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan. Penilaian terhadap kinerja ini umumnya dilakukan melalui analisis terhadap laporan keuangan yang mencakup berbagai aspek seperti laba rugi, arus kas, neraca, serta rasio-rasio keuangan yang mencerminkan efisiensi, profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas perusahaan (Suwono & Hasibuan, 2023). Dengan kata lain, kinerja keuangan menunjukkan seberapa efektif sebuah organisasi atau perusahaan dalam mengelola pendapatan dan pengeluarannya, serta bagaimana stabilitas dan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansialnya. Untuk memperoleh gambaran yang akurat mengenai posisi keuangan perusahaan, diperlukan metode analisis yang sistematis dan berbasis data yang valid agar hasil evaluasi dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan manajerial (Octavina, 2021).

Kerangka Pemikiran

Berikut adalah kerangka pemikiran dari penelitian ini:



Hipotesis

Berikut adalah hipotesis dari penelitian ini:

H1: Teknologi informasi berpengaruh terhadap kinerja keuangan

H2: Literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja keuangan

H3: Strategi Pemasaran berpengaruh terhadap kinerja keuangan

3. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggambarkan fenomena yang terjadi secara sistematis dan terperinci berdasarkan data yang numerik dan terukur. Metode kuantitatif merupakan suatu metode dimana data yang digunakan berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2021).

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah seluruh kelompok atau elemen yang memiliki atribut tertentu dan menjadi subjek penelitian (Sugiyono, 2021). Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM di Kota Surakarta.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil sebagai representasi untuk dianalisis dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2021). Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. Karena sampel yang diambil dari populasi dilakukan secara acak tanpa mempertimbangkan strata populasi (Sugiyono, 2021).

Tabel 1. Data Sampel Penelitian

No	Keterangan	Jumlah
1	Jumlah kuesioner yang disebar	100
2	Jumlah kuesioner yang tidak kembali	0
3	Jumlah kuesioner yang dapat diolah	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2025

Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber utama (Pramiyati et al., 2017). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari informasi yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti, yaitu melalui penyebaran kuesioner secara manual atau langsung kepada responden. Para responden dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kota Surakarta.

Metode Pengumpulan Data

Dalam pelaksanaan penelitian ini, metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah melalui penyebaran kuesioner. Instrumen kuesioner dipilih karena dinilai efektif dalam menjangkau data secara langsung dari responden, dalam hal ini adalah para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang beroperasi di wilayah Kota Surakarta. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian melalui serangkaian pertanyaan yang telah disusun secara sistematis (Sugiyono, 2021). Adapun format pengukuran dalam kuesioner ini menggunakan skala Likert. Skala Likert merupakan salah satu alat ukur yang umum digunakan dalam penelitian sosial untuk menilai sejauh mana responden menyetujui atau tidak menyetujui pernyataan tertentu. Menurut Sugiyono (2021), skala ini sangat bermanfaat dalam mengukur persepsi, sikap, keyakinan, dan pandangan individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial yang sedang dikaji. Dalam konteks penelitian ini, skala Likert membantu peneliti untuk mendapatkan gambaran yang lebih kuantitatif dan terstruktur mengenai bagaimana UMKM memandang variabel-variabel yang diteliti, seperti literasi keuangan, pemanfaatan teknologi informasi, dan strategi pemasaran.

Metode Analisis Data

Penelitian ini akan menggunakan teknik analisis statistik deskriptif dan uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji kelayakan model dan uji hipotesis.

4. Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Informasi umum mengenai karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, jenis usaha, lama usaha dan omset per bulan.

Tabel 2. Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki – Laki	29	29%
2	Perempuan	71	71%
Usia		Jumlah	Persentase
1	< 21 Tahun	0	0%
2	21-30 Tahun	27	27%
3	> 30 Tahun	73	73%
Jenis Usaha		Jumlah	Persentase
1	Fashion	5	5%
2	Kuliner	63	63%
3	Perdagangan	25	25%
4	Jasa	7	7%
Lama Usaha		Jumlah	Persentase
1	< 5 Tahun	14	14%
2	5 Tahun - 10 Tahun	64	64%
3	> 10 Tahun	22	22%
Omset/Bulan		Jumlah	Persentase
1	< Rp. 5.000.000	24	24%
2	Rp. 5,000,000 - Rp. 10.000.000	69	69%
3	> Rp. 10.000.000	7	7%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2025

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran umum pengaruh penerapan Teknologi Informasi, Literasi Keuangan dan Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Surakarta.

Tabel 3. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
Teknologi Informasi	100	21	40	32,31	4,95779
Literasi Keuangan	100	22	40	33,53	4,34719
Strategi Pemasaran	100	23	40	32,80	4,63191
Kinerja Keuangan	100	24	40	33,26	3,35333
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Data Primer yang diolah, 2025

Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel jika degree of freedom (df) = $n-2$ (Lestai & Hwihanus, 2023).

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Kesimpulan
Literasi Keuangan	LI_1	0,838	0,196	Valid
	LI_2	0,850	0,196	Valid
	LI_3	0,824	0,196	Valid
	LI_4	0,869	0,196	Valid
	LI_5	0,843	0,196	Valid
	LI_6	0,826	0,196	Valid
	LI_7	0,854	0,196	Valid

Strategi Pemasaran	LI_8	0,794	0,196	Valid
	SP_1	0,840	0,196	Valid
	SP_2	0,831	0,196	Valid
	SP_3	0,850	0,196	Valid
	SP_4	0,879	0,196	Valid
	SP_5	0,830	0,196	Valid
	SP_6	0,842	0,196	Valid
	SP_7	0,814	0,196	Valid
Kinerja Keuangan	SP_8	0,833	0,196	Valid
	KK_1	0,788	0,196	Valid
	KK_2	0,805	0,196	Valid
	KK_3	0,805	0,196	Valid
	KK_4	0,846	0,196	Valid
	KK_5	0,843	0,196	Valid
	KK_6	0,832	0,196	Valid
	KK_7	0,817	0,196	Valid
	KK_8	0,809	0,196	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4 uji validitas menyatakan bahwa semua pertanyaan variabel independen dan dependen dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Kriteria uji reliabilitas adalah jika nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6 dapat dianggap reliabel. Sebaliknya, jika nilai Cronbach Alpha kurang dari 0,6 dapat dianggap tidak valid (Rumain et al., 2021)

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Teknologi Informasi	0,950	Reliabel
Literasi Keuangan	0,939	Reliabel
Strategi Pemasaran	0,940	Reliabel
Kinerja Keuangan	0,929	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 5 uji reliabilitas menunjukkan hasil bahwa seluruh variabel dinyatakan bersifat reliabel.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

Unstandardized Residual	
Kolmogorov-Smirnov Z	0,052
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200
Keterangan	Normal

Sumber : Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 6 nilai Kolmogorof-Smirnov sebesar 0,059 dan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang artinya lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Teknologi Informasi	0,992	1,008	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Literasi Keuangan	0,997	1,003	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Strategi Pemasaran	0,994	1,006	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber : Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 7 seluruh variabel independen yaitu teknologi informasi, literasi keuangan dan strategi pemasaran memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Teknologi Informasi	0,861	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Literasi Keuangan	0,675	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Strategi Pemasaran	0,338	Tidak Terjadi Heterokedastisitas

Sumber : Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 8 seluruh variabel independen yaitu teknologi informasi, literasi keuangan dan strategi pemasaran mempunyai nilai signifikansi lebih dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen tidak terjadi heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 9. Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients B	T	Sig
(Constant)	1,257	0,472	0,638
Teknologi Informasi	0,296	6,796	0,000
Literasi Keuangan	0,304	6,136	0,000
Strategi Pemasaran	0,373	7,999	0,000

Sumber : Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 9 persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut.

$$KK = 1,257 + 0,296TI + 0,304LI + 0,373SP + \varepsilon$$

Nilai konstanta menunjukkan nilai positif sebesar 1,257 yang berarti jika variabel teknologi informasi, literasi keuangan dan strategi pemasaran dianggap konstan, maka kinerja keuangan akan meningkat. Nilai koefisien regresi variabel teknologi informasi menunjukkan nilai positif sebesar 0,296 yang berarti bahwa jika penerapan teknologi informasi baik, maka akan meningkatkan kinerja keuangan. Nilai koefisien regresi variabel literasi keuangan sebesar 0,304 yang berarti bahwa jika penerapan literasi keuangan baik, maka akan meningkatkan kinerja keuangan. Nilai koefisien regresi variabel strategi pemasaran sebesar 0,373 yang berarti bahwa jika penerapan strategi pemasaran yang baik, maka akan meningkatkan kinerja keuangan.

Uji Kelayakan Model

a. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Tabel 10. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	F	Sig.
1 Regression	672.767	3	48.876	0,000
Residual	440.473	96		

Total	1.113.240	99
-------	-----------	----

Sumber : Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 10 nilai signifikasi sebesar 0,000 kurang dari 0,05 yang berarti model regresi penelitian ini layak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel teknologi informasi, literasi keuangan dan strategi pemasaran berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,777	0,604	0,592	214.202

Sumber : Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 11 nilai Adjusted R Square sebesar 0,592 yang berarti bahwa variabel kinerja keuangan dapat dijelaskan oleh variabel independen meliputi teknologi informasi, literasi keuangan dan strategi pemasaran sebesar 59,2%. Sedangkan sisanya sebesar 40,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

c. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 12. Hasil Uji t

Variabel	Thitung	Ttabel	Sig	Keterangan
Teknologi Informasi	6,796	1,661	0,000	h_1 diterima
Literasi Keuangan	6,136	1,661	0,000	h_2 diterima
Strategi Pemasaran	7,999	1,661	0,000	h_3 diterima

Sumber : Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data yang ditampilkan pada Tabel 12, dapat diketahui bahwa variabel teknologi informasi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai ini berada jauh di bawah batas signifikansi 0,05, yang menandakan bahwa hasilnya sangat signifikan secara statistik. Selain itu, nilai *thitung* yang diperoleh adalah sebesar 6,796, jauh lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *ttabel* sebesar 1,661. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) dapat diterima, yang berarti bahwa penggunaan teknologi informasi memiliki dampak yang nyata dan signifikan terhadap peningkatan kinerja keuangan suatu entitas usaha. Selanjutnya, variabel literasi keuangan menunjukkan pola hasil yang serupa. Nilai signifikansinya juga sebesar 0,000, yang menunjukkan bahwa pengaruhnya terhadap kinerja keuangan juga sangat signifikan secara statistik. Nilai *thitung* untuk variabel ini adalah 6,136, yang kembali lebih tinggi dibandingkan nilai *ttabel* 1,661. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H_2) dapat diterima. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh pelaku usaha, maka semakin baik pula kinerja keuangan yang dapat dicapai. Sementara itu, untuk variabel strategi pemasaran, nilai signifikansinya juga tercatat sebesar 0,000, yang menegaskan bahwa hubungan antara strategi pemasaran dan kinerja keuangan sangat signifikan. Dengan *thitung* sebesar 7,999 yang jauh melebihi *ttabel* sebesar 1,661, hipotesis ketiga (H_3) juga dinyatakan diterima. Hasil ini mengindikasikan bahwa strategi pemasaran yang tepat dan efektif mampu memberikan kontribusi positif secara signifikan terhadap pencapaian kinerja keuangan perusahaan atau pelaku usaha, termasuk UMKM.

Pembahasan

a. Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Keuangan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel teknologi informasi memiliki nilai signifikasi sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05 sedangkan nilai *thitung* sebesar 6,796 lebih besar dari nilai *ttabel* sebesar 1,985 maka h_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

Dalam hal ini menunjukkan bahwa teknologi informasi memiliki hubungan dengan kinerja keuangan. Hasil penelitian ini didukung teori sinyal (signaling theory) yang mengasumsikan investasi dan penerapan teknologi informasi oleh UMKM dapat menjadi sinyal positif kepada pihak eksternal, termasuk investor, kreditur, dan pelanggan. Penggunaan teknologi informasi menunjukkan modernisasi, efisiensi, dan potensi pertumbuhan bisnis. Sinyal positif ini dapat meningkatkan kepercayaan dan daya tarik UMKM, serta dapat mempermudah akses ke sumber daya keuangan dan memperluas pangsa pasar, sehingga berkontribusi pada kinerja keuangan yang lebih baik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktavia, (2024) dan Kasanah & Wibowo, (2024) yang menyatakan bahwa teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Akan tetapi penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Farina & Opti, (2023) yang menyatakan bahwa teknologi informasi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM.

b. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05 sedangkan nilai thitung sebesar 6,136 lebih besar dari nilai ttabel sebesar 1,985 maka H_2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

Dari perspektif teori sinyal (signaling theory), literasi keuangan menunjukkan kualitas manajemen internal UMKM. Jika pelaku usaha memahami dan mengelola keuangan secara baik, itu menunjukkan bahwa bisnis tersebut dikelola secara profesional dan berkelanjutan. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan investor atau lembaga keuangan untuk memberikan pendanaan, kemitraan, atau kolaborasi dengan bisnis, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja keuangan UMKM.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi, K. (2024) dan Lestari & Hwihanus, (2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM. Akan tetapi penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maghfiroh & Biduri, (2022) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM.

c. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Keuangan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel strategi pemasaran memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05 sedangkan nilai thitung sebesar 7,999 lebih besar dari nilai ttabel sebesar 1,985 maka H_3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

Jika dihubungkan dengan teori sinyal (signaling theory), strategi pemasaran yang efektif juga dapat dianggap sebagai sinyal yang baik bagi investor dan pelanggan. Ketika UMKM mampu memasarkan barang secara profesional dan konsisten, hal ini menunjukkan bahwa usaha tersebut memiliki prospek cerah dan dikelola secara serius. Investor cenderung tertarik pada UMKM yang mampu menunjukkan potensi pertumbuhan pasar melalui strategi pemasaran yang kuat dan terukur.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunardi et al., (2020) dan Suindari & Juniariani, (2020) yang menyatakan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif. Akan tetapi penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haris, (2023) strategi pemasaran tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM.

5. Penutup Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan teknologi informasi, literasi keuangan dan strategi pemasaran terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Surakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden yaitu pelaku UMKM di Kota Surakarta. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji kelayakan model dan uji hipotesis yang diolah dilakukan dengan menggunakan SPSS. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah Accidental Sampling.

Berdasarkan hasil analisis statistik, diketahui bahwa variabel teknologi informasi menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,000, yang berarti nilainya jauh di bawah ambang batas signifikansi 0,05. Selain itu, nilai *t hitung* sebesar 6,796 lebih tinggi dibandingkan nilai *t tabel* sebesar 1,661. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) dapat dinyatakan diterima, yang menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh secara nyata terhadap peningkatan kinerja keuangan. Selanjutnya, untuk variabel literasi keuangan, nilai signifikansi yang diperoleh juga sebesar 0,000, yang menandakan bahwa hasil tersebut sangat signifikan secara statistik karena berada di bawah nilai 0,05. Nilai *t hitung* yang dicapai sebesar 6,136 juga lebih besar dari *t tabel* 1,661, sehingga hipotesis kedua (H2) dapat diterima. Hal ini menegaskan bahwa tingkat literasi keuangan yang baik berkontribusi secara signifikan terhadap kinerja keuangan suatu entitas usaha. Sementara itu, variabel strategi pemasaran menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai *t hitung* sebesar 7,999, yang kembali melampaui nilai *t tabel* sebesar 1,661. Maka dari itu, hipotesis ketiga (H3) juga diterima, yang mengindikasikan bahwa strategi pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dengan strategi yang tepat, pelaku usaha dapat meningkatkan efektivitas operasional dan hasil keuangannya secara keseluruhan.

Keterbatasan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, maka terdapat beberapa keterbatasan, yaitu penelitian ini hanya menggunakan 100 responden pelaku UMKM di Kota Surakarta, sehingga hasil penelitian belum bisa tergeneralisasikan dengan baik. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner kurang mencerminkan kondisi yang sebenarnya. Oleh karena itu, ada kemungkinan besar kelemahan dapat ditemukan dalam pertanyaan kuesioner yang kurang dipahami oleh responden dan responden tidak menjawab sesuai dengan kondisi sebenarnya. Penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel independen yaitu teknologi informasi, literasi keuangan dan strategi pemasaran

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan saran yaitu, bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambah jumlah sampel penelitian agar hasil penelitian bisa tergeneralisasikan dengan baik. Peneliti selanjutnya dapat melakukan pengambilan data selain menggunakan kuesioner disarankan menggunakan wawancara dan pengamatan langsung untuk mendapatkan data yang lebih mendalam dan mengurangi kesalahan pemahaman dari responden. Peneliti selanjutnya diharapkan menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan umkm seperti inovasi produk, kualitas produk, kompetensi SDM, dan lain-lain.

Daftar Pustaka

Aji, G., Wahid, U. K. H. A., Karimah, A., Indriyani, D., Fitriani, P., Amaliya, I., & Abdurrahman Wahid, U. K. H. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran, Kompetensi SDM, Pengelolaan Keuangan dan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 2(2), 184–193.

- Akhmad, K. A., & Purnomo, S. (2021). Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Surakarta. *Sebatik*, 25(1), 234–240. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1293>
- Chalirafi, C., Matriadi, F., & Munandar, M. (2023). Analisa Pengaruh Strategi Pemasaran dimasa Pandemi COVID-19 Terhadap Penigkatan Kinerja UMKM Provinsi Aceh Dimoderasi Oleh Teknologi. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 24(1), 23–30. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v23i2.871>
- Elwisam, R. L. (2019). PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN, INOVASI PRODUK KREATIF DAN ORIENTASI PASAR UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN UMKM. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 4. <https://doi.org/10.36352/j-pis.v2i1.510>
- Era Fazira MD Lubis, N. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Technology Terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 5(2), 178–187. <https://doi.org/10.47065/jbe.v5i2.5259>
- Farina, K., & Opti, S. (2023). Pengaruh Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi Dan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Umkm. *Jesya*, 6(1), 704–713. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1007>
- Gunardi, G., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2020). Analisa Strategi Pemasaran Online Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Fashion di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 61–68.
- Hanasri, A., Rinofah, R., & Sari, P. P. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan , Pengetahuan Keuangan , dan Sikap Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan pada Pelaku UMKM Bisnis online di Bantul. *Journal of Economics and Business*, 7, 443–450. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.792>
- Hanifah, R. U., G. M. A., & Widyakto, A. (2023). Peran Akuntansi Pada Era Society 5 . 0 Sebagai Anteseden Terhadap Pertumbuhan Kinerja Umkm. *Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(April), 1732–1751.
- Haris. Syamsudin. (2023). PENGARUH KUALITAS LAPORAN KEUANGAN DAN STRATEGI PEMASARAN ONLINE TERHADAP KINERJA UMKM PASCAPANDEMI COVID 19 (SURVEI PADA UMKM DI KOTA SEMARANG) Skripsi Untuk memenuhi sebagian persyaratan Mencapai derajat Sarjana S1. 19.
- Ilham Kasanah, E. W. (2024). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan , Inovasi Produk dan Teknologi Informasi terhadap Kinerja Keuangan UMKM Kuliner di Alun-alun Karanganyar.
- Indonesia, K. (n.d.). UMKM Indonesia. Kadin Indonesia.
- Maghfiroh, L., & Biduri, S. (2022). Adopsi E-Commerce Memediasi Hubungan Kesiapan Teknologi, Lingkungan Eksternal dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(8), 2118. <https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i08.p12>
- Mulyanti, D., & Nurhayati, A. (2022). Penerapan Literasi Keuangan Dan Penggunaan Financial Technology Untuk Menilai Kinerja Keuangan Umkm Di Jawa Barat. *Ekono Insentif*, 16(2), 63–81. <https://doi.org/10.36787/jei.v16i2.887>
- Oktavia, N. (2024). PENGARUH PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KINERJA UMKM KECAMATAN GAYAMSARI SEMARANG.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). Infografis Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022. Ojk.Go.Id, Info terkini : Berita dan Kegiatan. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kepuasan-Tahun-2022.aspx#:~:text=Hasil SNLIK 2022 menunjukkan indeks,2019 yaitu 76,19 persen.>
- 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>

- Rumain, I., Ronny, M., & Budi, W. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Pada Umkm Kota Malang. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 66–80. www.fe.unisma.ac.id
- Rusnawati, Rusdi.R, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Sikap Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Makassar. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 253–261.
- Sa’adah, L., Potalangi, C. C., & Tjahjani, F. (2024). ANALISIS KINERJA KEUANGAN UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Marsalia Embroidery Malang). *Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(1), 70–78. <https://doi.org/10.32938/ie.v6i1.6620>
- Saputro, D. C., Ismawati, K., Novie, I., & Nugroho, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan terhadap kinerja UMKM (Studi Kasus pada UMKM Kabupaten Karanganyar). *Smooting*, 20(3), 205–213.
- Siti Fatimah, N. A. (2021). Pengaruh Teknologi Informasi dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) (Studi Pada UKM Berbasis Online di Kota Dumai). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Perbankan*, 15(1), 6.
- Sugiyono, P. L. (2021). Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional). In *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan* (Vol. 1, Issue 3). <https://doi.org/10.14710/jdep.1.3.35-45>
- Suindari, N. M., & Juniariani, N. M. R. (2020). Pengelolaan Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Strategi Pemasaran Dalam Mengukur Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm). *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(2), 148–154. <https://doi.org/10.22225/kr.11.2.1423.148-154>
- Suwono, & Hasibuan, R. R. (2023). Pengaruh Efisiensi Penggunaan Aset Dan Manajemen Likuiditas Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Batik di Banyumas. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 351–362. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/>
- Wulandari, R., Pardi, P., Saharsini, A., Trianita Saputra, E., Studi, P. S., & Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, S. (2023). Determinan Kinerja Keuangan UMKM Kuliner Di Kota Solo. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 280–303.
- Yeni Putri Devi Lestari, H. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Teknologi Informasi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Desa Pasinan Lemah Putih, Kecamatan Wringinanom, Kabupaten Gresik. *Akuntansi*, 2(1), 109–123. <https://doi.org/10.55606/jurnalrisetilmuakuntansi.v2i1.200>
- Yuningsih, Y. Y., Raspati, G., & Riyanto, A. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan financial technology terhadap keberlangsungan usaha pelaku UMKM. *Mirai Management*, 7(2), 531–540.