



Pengaruh Digitalisasi dan Literasi Keuangan terhadap Profitabilitas UMKM Pasar Kaget

Riezca Nur Fitriana^{*1}, Chairil Anwar², Achmad Wicaksono³, Kafidin Muzakki⁴

^{1,2,3,4}Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia

E-mail: 32421022.mhs@unusida.ac.id, chairilanwar.agn@unusida.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2025-03-11 Revised: 2025-04-27 Published: 2025-05-01 Keywords: <i>Digitalization Payment; Financial Literacy; Profitability.</i>	This study aims to analyze the effect of Digitalization and Financial Literacy on the Profitability of UMKM Pasar Kaget Desa Beciro, Sidoarjo Regency. This study applies a quantitative descriptive research method. The definition of quantitative research is a type of research that utilizes data in the form of numbers or statistics to answer research questions. The author uses a scientific approach and systematic data collection methods to collect, analyze, and interpret data objectively using a questionnaire instrument in the data collection technique. The results of this study show the Effect of Digitalization and Financial Literacy of Pasar Kaget Desa Beciro on the Profitability of UMKM Pasar Kaget Desa Beciro. It can be concluded that the implementation of Payment Digitalization has a positive effect on the Profitability of UMKM Pasar Kaget Desa Beciro. The implementation of Financial Literacy has a positive effect on the Profitability of UMKM Pasar Kaget Desa Beciro. The implementation of Digitalization and Financial Literacy does not have a simultaneous effect on the Profitability of UMKM Pasar Kaget Desa Beciro.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2025-03-11 Direvisi: 2025-04-27 Dipublikasi: 2025-05-01 Kata kunci: <i>Digitalisasi Pembayaran; Literasi Keuangan; Profitabilitas.</i>	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Digitalisasi dan Literasi Keuangan terhadap Profitabilitas UMKM Pasar Kaget Desa Beciro Kabupaten Sidoarjo. Penelitian ini menerapkan jenis metode penelitian deskriptif kuantitatif. Definisi penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang memanfaatkan data berupa angka-angka atau statistik untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Penulis menggunakan pendekatan ilmiah dan metode pengumpulan data yang sistematis untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data secara objektif menggunakan instrumen kuesioner dalam tehnik pengambilan datanya. Hasil penelitian ini menunjukkan Pengaruh Digitalisasi dan Literasi Keuangan Pasar Kaget Desa Beciro terhadap Profitabilitas UMKM Pasar Kaget Desa Beciro. Dapat disimpulkan bahwa penerapan Digitalisasi pembayaran berpengaruh positif terhadap Profitabilitas UMKM Pasar Kaget Desa Beciro. Penerapan Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap Profitabilitas UMKM Pasar Kaget Desa Beciro. Penerapan Digitalisasi dan Literasi Keuangan tidak berpengaruh secara simultan terhadap Profitabilitas UMKM Pasar Kaget Desa Beciro.

I. PENDAHULUAN

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yang merupakan sektor yang menghasilkan pendapatan bagi masyarakat sekitar. Untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka, masyarakat kecil dapat memperoleh manfaat dari kemampuan sektor ini untuk menghasilkan uang dan pekerjaan. Di banyak negara, seperti Indonesia, usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan mesin penggerak perekonomian lokal yang terus berputar (D. Fahriani, F.Y. Rohmah, 2023).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, karena menjadi salah satu sektor utama yang mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja. Meskipun demikian, banyak pelaku UMKM menghadapi

tantangan dalam mengelola keuangan usaha mereka, terutama dalam hal pencatatan dan pelaporan keuangan. Pengelolaan keuangan yang kurang baik sering kali menghambat pertumbuhan usaha dan menyebabkan sulitnya mendapatkan akses permodalan dari lembaga (Lailiyah, 2024).

Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu kekuatan ekonomi paling unggul di dunia. Salah satu sektor yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi kita adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan total sebanyak > 64 juta unit, UMKM berkontribusi sebesar 60% Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap 97% tenaga kerja di Indonesia. Namun, seiring munculnya peristiwa pesatnya kemajuan global ini kita dihadapkan pada tantangan baru mengenai

"bagaimana UMKM dapat terus berkembang di era digital ini" (Sadikin, 2024).

Jumlah UMKM di Indonesia lebih banyak dibandingkan dengan bisnis besar, industri yang ada dan berkembang di sana. UMKM perlu mendapatkan perhatian khusus untuk dapat mengatasi krisis ekonomi di Indonesia saat ini. Kontribusi UMKM terhadap ekonomi lokal dapat membantu mengurangi pengangguran secara khusus dan mengatasi masalah seperti, ketimpangan ekonomi yang terjadi di antara para komunitas. Tiap daerah pasti memiliki potensi yang perlu untuk ditingkatkan sebagai sumber pendapatan agar dapat mempercepat perbaikan ekonomi yang efektif, efisien, dan berkeadilan dalam ekonomi saat ini (Dianningsih & Kristianto, 2024).

Kegiatan ekonomi yang berasal dari kegiatan perdagangan informal, seperti pedagang kaki lima yang sudah berusia produktif dan memiliki ketahanan ekonomi yang kuat, menjadi fokus perhatian. Selain itu, pedagang non-formal dapat berkembang dan berkembang, tetapi pada dasarnya mereka membutuhkan terlalu banyak modal. Saat ini, UMKM menjadi prioritas utama sistem ekonomi kerakyatan, yang umumnya akan mengurangi masalah pengangguran dan kemiskinan, menciptakan lowongan pekerjaan, dan menawarkan layanan ekonomi kepada masyarakat. Mereka juga berkontribusi pada distribusi pendapatan yang adil, meningkatkan pendapatan mereka yang berada di kelas menengah ke bawah, yang sangat penting untuk menjaga stabilitas nasional (Dianasari et al., 2023).

Secara umum, UMKM sering mengalami keterlambatan dalam pengembangannya karena cenderung berorientasi pendek yaitu fokus pada penjualan produk, adanya konsep inovasi berkelanjutan yang belum sempurna, aktivitas inti bisnis yang tidak konsisten, dan sistem pengelolaan keuangan yang belum teratur. Selain itu akses pembiayaan yang sulit menyebabkan tidak terpenuhinya persyaratan permohonan pembiayaan yang tentu juga menjadi masalah (Hilmawati, Kusumaningtias, 2021).

Terlepas dari kondisi mereka, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, perusahaan semacam ini masih membutuhkan manajemen keuangan. Pengelolaan keuangan merupakan tugas penting bagi semua pengusaha Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), untuk menentukan ukuran perusahaannya. Kegagalan tidak dapat dihindari bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang gagal merencanakan atau mengelola uangnya. Karena kurangnya keterampilan

manajemen modal, pebisnis tidak dapat menjamin volume pendapatan dan pengeluaran yang akan digunakan dalam operasi mereka (Bahiyu, Saerang, 2021).

Sistem pembayaran merupakan salah satu dari banyak keuntungan yang sekarang dapat dinikmati individu berkat teknologi yang berkembang pesat saat ini. Pembayaran digital telah muncul sebagai persyaratan penting untuk semua transaksi individu. Sistem pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang dipakai untuk melaksanakan pemindahan dana guna mencukupi suatu kewajiban dari suatu kegiatan ekonomi (Leksono et al., 2022).

Sementara perkembangan dunia informasi dan teknologi semakin cepat dan semakin canggih dengan adanya akses internet dan jaringan yang saat ini menjadi kebutuhan bagi manusia. Teknologi informasi yang ada akan memberikan kemudahan dalam mengakses dunia luar, seperti pengetahuan, pembelajaran, jual beli dan informasi lain yang dibutuhkan oleh penggunanya. Kecepatan akses internet dan jaringan mampu mengubah gaya hidup pada awalnya yang awalnya melakukan kegiatan secara langsung atau luring sekarang beralih ke dunia maya atau daring, sehingga jarak yang jauh bukan menjadi masalah yang berarti. Perkembangan dunia teknologi informasi tidak dapat dihindari, terutama pasca pandemi yang memberi dampak menyeluruh, sehingga semua kalangan perlu beradaptasi dengan kondisi tersebut. Dalam dunia bisnis, sangat dapat dimanfaatkan dengan adanya akses internet, yang menjadikan pembeli tidak perlu datang ke toko untuk membeli sesuatu. Cukup dengan akses barang yang akan dibeli dari telepon seluler yang dimiliki sehingga mudah untuk membeli barang kebutuhan atau keinginannya (Dianningsih & Kristianto, 2024).

Istilah "pembayaran digital" mengacu pada jenis pembayaran yang memanfaatkan media elektronik, termasuk dompet elektronik, SMS banking, internet banking, dan mobile banking. Smartphone adalah satu-satunya perangkat elektronik yang dapat digunakan untuk semua aktivitas tersebut. Evolusi transaksi pembayaran dari waktu ke waktu telah mengarah pada penemuan pembayaran digital. Dimulai pada tahun 1887 dengan ide transaksi menggunakan kartu kredit yang dijelaskan dalam novel *Looking Backward* pada tahun 1887. Era digital muncul dengan hadirnya internet pada tahun 1969 yang diciptakan oleh Tim Berners-Lee yang kini kita kenal dengan halaman internet dan website yang

memudahkan pencarian dan berbagi informasi. Kemudian internet berkembang menjadi media perdagangan (E-Commerce) pada pertengahan 1990-an. Transaksi terus berkembang pada tahun 1983, yaitu ide uang elektronik diangkat oleh David Lee Chaum yang mengemukakan gagasan uang digital dalam makalah penelitiannya. Selanjutnya pada tahun 1994 "*Stanford Federal Credit Union*" menjadi institusi pertama yang menawarkan layanan online banking. Pada masa tersebut sebagian besar layanan keuangan online menggunakan sistem *micro payment*. PayPal, sistem pembayaran seluler yang memungkinkan transaksi nirkabel, memulai debutnya pada tahun 1998. Sektor pembayaran seluler lainnya seperti Apple Pay dan Alipay setelahnya muncul. Di banyak negara, termasuk Indonesia, konsep transaksi digital dan uang elektronik kini telah terwujud dan mulai mengambil alih sistem transaksi. GO-PAY, OVO, T-Cash, Mandiri E-Cash, DANA, I-Saku, Sakuku, Doku adalah beberapa metode pembayaran digital yang digunakan di Indonesia. Berikut ini adalah beberapa manfaat menggunakan pembayaran digital untuk transaksi pembayaran: a. Transaksi lebih nyaman dan mudah. b. Keamanan transaksi telah meningkat. c. Kenyamanan transaksional. d. Kecepatan transaksi. e. Cocok untuk berbagai layanan (Leksono et al., 2022).

Agar *online* dan tetap kompetitif, pemilik usaha kecil dan menengah mulai menerapkan teknologi digital. Pelaku usaha memiliki nyali untuk menerapkan reformasi di berbagai industri. Dimulai dengan sistem transaksi, platform digital digunakan untuk pemasaran dan tujuan lainnya. Hanya sebagian kecil dari 56 juta UMKM Indonesia—hanya 17,1%—yang menerapkan sistem digital dalam operasi mereka. Bagi yang lain, mereka terus menjalankan bisnis mereka menggunakan metode tradisional. (Wijoyo, 2020).

UMKM sangat penting untuk menjaga stabilitas perekonomian nasional dan sistem keuangan. Program Digitalisasi UMKM merupakan salah satu cara program pengembangan UMKM diimplementasikan. Salah satu inovasi yang dapat digunakan UMKM untuk bersaing baik di pasar domestik maupun luar negeri adalah digitalisasi. Bagi pelaku UMKM, ketersediaan sistem pembayaran digital sangat memudahkan transaksi komersial. Karena sistem pembayaran digital dapat menawarkan sejumlah keuntungan baik bagi konsumen maupun pelaku UMKM, penggunaannya semakin berkembang. Transaksi pembayaran dapat dilakukan dengan

lebih cepat dan nyaman dengan penggunaan pembayaran digital. Munculnya transaksi keuangan dan ekonomi digital telah dibantu oleh kemudahan penggunaan sistem pembayaran digital modern. Beberapa manfaat dari penggunaan digital payment, antara lain: dapat meningkatkan omset penjualan, memberikan variasi pembayaran bagi konsumen, pelacakan transaksi lebih mudah, meningkatkan keamanan pembayaran, dan mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi pembayaran (Leksono et al., 2022).

Beberapa produk pembayaran digital dari perusahaan fintech yang sangat akrab di kalangan pelaku UMKM (konsumen) antara lain: Gopay, Ovo, Dana, LinkAja, ShopeePay, Doku, dan lain-lain. Perusahaan pembayaran digital memberikan layanan berupa pembayaran transaksi online sehingga prosesnya menjadi lebih praktis, cepat, dan murah. Perusahaan penyedia layanan ini umumnya berupa dompet (*ewallet*). Dalam praktiknya di Indonesia, perusahaan pembayaran digital biasanya bekerja sama dengan berbagai pihak termasuk perusahaan telekomunikasi, toko serba ada, merchant/toko, dan bank konvensional untuk dapat memberikan layanan transaksi online dengan pendekatan yang lebih bervariasi. Transformasi digital atau yang juga sering disebut dengan digitalisasi merupakan salah satu perubahan besar di era saat ini. Kita dapat merasakannya hampir di berbagai bidang dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya di bidang jual beli. Perilaku masyarakat yang dulunya mendatangi toko, pasar atau pusat perbelanjaan untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan, kini mulai banyak beralih ke toko digital (*online*). (Primadoc, 2021).

Menurut Resyitaa & Rahmawati, (2023) dalam jurnal penelitiannya menyatakan Indikator *e-commerce* adalah terbagi menjadi beberapa kriteria sebagai berikut: (1) Manfaat penggunaan *e-commerce*, berkaitan dengan berbagai manfaat yang akan didapatkan konsumen dari penggunaan *e-commerce* seperti menghemat waktu, membandingkan produk dan harga secara akurat dan pembelian lintas wilayah dengan cara menghemat waktu belanja, membandingkan produk dan harga secara akurat dengan mencari produk yang sama di toko atau perusahaan yang berbeda tanpa harus datang langsung ke toko tersebut, pembelian lintas wilayah maksudnya konsumen dapat membeli barang ataupun layanan jasa dari luar kota tanpa harus pergi ke luar kota. (2) Karakteristik transaksi *e-commerce* berkaitan dengan keberagaman barang yang disediakan pada *e-commerce*, mulai dari

transaksi tanpa batas, transaksi anonim dan produk barang tak berwujud. (a) Transaksi tanpa batas yakni penjual dengan mudah mencari pembeli diseluruh belahan dunia hanya dalam hitungan detik saja, demikian pun sebaliknya pembeli dapat mengakses produk yang diinginkan. kapan pun dan dimana pun. (b) Transaksi anonim maksudnya disini dengan menggunakan *e-commerce* transaksi yang ditawarkan adalah penjual dan pembeli tidak harus bertatap muka data tidak memerlukan identitas asli selama pembayaran telah diotoritas. (c) Produk yang dijual pada *e-commerce* sangat beragam bukan hanya barang yang berwujud saja namun *e-commerce* juga menjual produk barang tak berwujud seperti pulsa.

Literasi juga berarti kemampuan melek aksara, atau kemampuan membaca, menulis, mengenali, dan memahami konsep secara visual. Sedangkan uraian kata "keuangan" mengacu pada penelitian tentang bagaimana seseorang, kelompok, bisnis, atau suatu organisasi atau perusahaan berusaha untuk meningkatkan, mengalokasi, dan juga menggunakan seluruh kekuatan moneter mereka seiring waktu. Ini juga mencakup mempelajari risiko yang terkait dengan masalah dan operasi bisnis yang dikelola oleh pemilik (Choerudin et al., 2023).

OJK mendefinisikan tentang finansial literasi adalah suatu rangkaian kegiatan sebagai upaya peraih dan peningkatan wawasan atau pemahaman (*knowledge*), keterampilan (*skill*), kepercayaan (*confidence*) pemakai, pelanggan serta manusia secara luas hingga akan mampu untuk manajemen tentang keuangan dengan lebih baik dan optimal. OJK menjelaskan dan menggambarkan visi literasi keuangan merupakan upaya untuk mengembangkan tingkat literasi keuangan yang tinggi dan baik di kalangan masyarakat Indonesia, memungkinkan mereka untuk memilih, menggunakan, dan juga memanfaatkan produk dan layanan keuangan untuk mencapai dan meningkatkan tingkat kesejahteraan mereka. Sedangkan, untuk literasi keuangan mempunyai misi adalah menjalankan pendidikan atau edukasi di sektor keuangan pada masyarakat Indonesia supaya bisa manajemen tentang keuangan secara smart, meningkatkan akses informasi, dan pemakaian produk serta jasa keuangan dengan melakukan pengembangan infrastruktur yang mensupport *financial* literasi (OJK, 2022).

Menurut (Riani et al, 2023) Indikator literasi keuangan yang teridentifikasi secara komprehensif, yaitu: (1) Kemampuan memahami konsep keuangan yang mencakup berbagai aspek

keuangan, perencanaan keuangan, manajemen keuangan, analisis keuangan, investasi, dan lain sebagainya. (2) Kemampuan mengatur keuangan pribadi: Ini mencakup kemampuan untuk mengatur pengeluaran, mengatur pemasukan, mengatur pengelolaan aset, dan mengatur perencanaan keuangan jangka panjang. (3) Kemampuan mengakses informasi keuangan mencakup kemampuan untuk mengakses informasi keuangan yang relevan, seperti informasi tentang produk keuangan dan peraturan keuangan. (4) Kemampuan untuk menganalisis dan menilai informasi keuangan yang tersedia agar bisa membuat keputusan yang tepat. (5) Kemampuan untuk memahami produk keuangan seperti tabungan, deposito, asuransi, investasi, pinjaman, dan lainnya. (6) Kemampuan membuat keputusan keuangan yang bijaksana, kaitannya dengan mengelola keuangan. (7) Kemampuan mengidentifikasi dan menghindari risiko keuangan. (8) Kemampuan menggunakan teknologi keuangan.

Dalam sebuah usaha, tingkat profitabilitas itu sangat penting. Jika mampu meningkatkan profitabilitas usahanya berarti dapat di katakan mencapai target dalam menghasilkan laba yang baik (C. Anwar, 2023). Definisi profitabilitas adalah sebagai kapasitas bank untuk beroperasi dengan cara yang memaksimalkan pendapatan. Menentukan seberapa efektif industri perbankan mencari keuntungan adalah tujuan utama analisis profitabilitas. Membandingkan keuntungan dengan modal atau aset yang menghasilkan keuntungan memungkinkan seseorang untuk menilai efisiensi bank (Alifedrin, 2023).

Tabel 1. Data UMKM Sidoarjo Tahun 2022-2023

Kecamatan	2022	2023
Balombang	7261	7306
Buduran	5336	5374
Candi	10167	10247
Gedangan	7886	7929
Jabon	4813	4834
Krembung	10293	10329
Krian	12958	13016
Porong	6369	6403
Prambon	4215	4243
Sedati	6557	6608
Sidoarjo	21390	21503
Sukodono	5377	5416
Taman	8367	8673
Tanggulangin	11589	11647
Tarik	3771	3795
Tulangan	8706	8762
Waru	10015	10069
Wonoayu	4852	4889

Sumber : opendata.sidoarjokab.go.id

Data tersebut merupakan daftar UMKM Kabupaten Sidoarjo yang dikeluarkan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo pada Februari 2024. Diketahui pada tahun 2022 hingga 2023 Kecamatan Sidoarjo, Krian, Tanggulangin, Jabon dan Candi berada diposisi ke-5 besar terbanyak pelaku UMKM Kabupaten Sidoarjo. Sedangkan Kecamatan Tarik, Prambon, Wonoayu, Jabon dan Sukodono menduduki posisi urutan ke-5 terbawah pelaku UMKM di Kabupaten Sidoarjo.

Berdasarkan latar belakang di atas maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui "Pengaruh Digitalisasi dan Literasi Keuangan terhadap Profitabilitas UMKM Pasar Kaget Desa Beciro Jumputrejo Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo". Pengaruh Digitalisasi dan Literasi Keuangan diharapkan dapat meningkatkan Profitabilitas bagi pelaku UMKM. Dengan adanya penerapan Digitalisasi dan Literasi Keuangan maka akan berguna bagi kesejahteraan pelaku UMKM di masa mendatang. Penelitian ini peneliti dapat menyimpulkan hipotesis sebagai berikut: H1: Digitalisasi Keuangan Berpengaruh Signifikan Terhadap Profitabilitas UMKM Pasar Kaget Desa Beciro Kecamatan Sukodono Sidoarjo. H2: Tingkat Literasi Keuangan Para Pelaku Umkm Berpengaruh Signifikan Terhadap Profitabilitas UMKM Pasar Kaget Desa Beciro Kecamatan Sukodono Sidoarjo. H3: Digitalisasi Dan Literasi Keuangan Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Profitabilitas UMKM Pasar Kaget Desa Beciro Kecamatan Sukodono Sidoarjo.

II. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian yang dilakukan Rike (2024) mengatakan kuantitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka atau statistik untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian.

Penelitian ini dilaksanakan Desa Beciro RT.09 RW.03 Kelurahan Jumputrejo Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur. Waktu penelitian dimulai sejak penyebaran kuesioner hingga pengumpulan kembali hasil kuesioner. Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh pelaku UMKM yang beroperasi di Pasar Kaget Desa Beciro Jumputrejo terdapat sejumlah 86 UMKM. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penghitungan dengan rumus slovin dan *simple random sampling*. Jumlah sampel dapat dihitung dengan

menggunakan penghitungan dengan rumus slovin, yaitu:

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = *error margin*

Diketahui dari populasi sebanyak 86 UMKM, maka peneliti menggunakan rumus slovin dalam menentukan banyaknya sampel.

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

$$n = 86 / (1 + 86 \cdot 0,1^2)$$

$$n = 86 / (1 + 0,86)$$

$$n = 86 / 1,86$$

$$n = 46,23 / 46$$

Berdasarkan hasil penghitungan slovin peneliti menggunakan teknik *simple random sampling*. *Simple random sampling* ialah teknik pengambilan sampel yang sederhana dimana sampel dipilih secara acak tanpa memperhatikan tingkatan atau kelompok yang berada dalam populasi. *Simple random sampling* dapat dilakukan jika anggota populasi dianggap memiliki karakteristik yang sama. Cara pemilihan sampel secara acak sederhana bisa dilakukan melalui undian, dan menggunakan tabel bilangan random (Sugiyono, 2022).

Beberapa kriteria-kriteria tersebut sebagai berikut:

Tabel 2. Kriteria Pelaku UMKM Pasar Kaget

No.	Pembayaran Digital	Jumlah Usaha
1.	Dana	26
2.	OVO	13
3.	Gopay dan Shopeepay	6
4.	LinkAja, Doku dan lainnya	1
Total		46

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil penghitungan menggunakan rumus slovin dan *simple random sampling*, peneliti menemukan banyaknya sampel minimum yang dapat digunakan peneliti yaitu 46 responden. Peneliti mendistribusikan kuesioner pada skala Likert dengan total 5 poin untuk mengumpulkan data. Menggunakan perangkat lunak SPSS (*Statistica Product and Service Solution*) versi 22, teknik analisis data meliputi, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedasitas, uji analisis regresi ganda dan uji hipotesis (uji F dan T).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengelolaan data dalam bentuk kuesioner yang terdiri dari 21 pertanyaan. Kuesioner ini telah disebar dan diterima kembali oleh peneliti 100% sesuai dengan jumlah responden sebanyak 46 responden.

1. Uji Validitas

Uji Validitas diukur dengan menghubungkan jumlah atau total dari masing-masing total atau jumlah pertanyaan atau pernyataan dengan keseluruhan tanggapan pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam setiap variabel. Kriteria uji validitas adalah dengan membandingkan Nilai r hitung (*Pearson Correlation*) dengan nilai r tabel. Nilai r hitung (*Pearson Correlation*) ini nantinya yang akan digunakan sebagai tolak ukur yang menyatakan valid atau tidaknya item pertanyaan yang digunakan untuk mendukung penelitian, maka akan dicari dengan membandingkan r hitung (*Pearson Correlation*) terhadap nilai r tabelnya (Budi, 2021).

Tabel 3. Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r.Tabel	Ket.
Digitalisasi Keuangan	1	0,798	0,2907	Valid
	2	0,946	0,2907	Valid
	3	0,509	0,2907	Valid
	4	0,814	0,2907	Valid
	5	0,639	0,2907	Valid
	6	0,897	0,2907	Valid
	7	0,639	0,2907	Valid
	8	0,821	0,2907	Valid
Literasi Keuangan	1	0,75	0,2907	Valid
	2	0,949	0,2907	Valid
	3	0,783	0,2907	Valid
	4	0,954	0,2907	Valid
	5	0,546	0,2907	Valid
	6	0,793	0,2907	Valid
Profitabilitas	1	0,564	0,2907	Valid
	2	0,756	0,2907	Valid
	3	0,774	0,2907	Valid
	4	0,847	0,2907	Valid
	5	0,789	0,2907	Valid
	6	0,812	0,2907	Valid
	7	0,787	0,2907	Valid

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Hasil uji validitas untuk $N = 46$ dengan nilai $df = n - 2 = 46 - 2 = 44$, r -tabel adalah 0,2907. Berdasarkan data Tabel 3 diatas menunjukkan bahwa r hitung untuk setiap elemen memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari 0,2907 dan semua data valid

dan dapat digunakan peneliti dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran yang digunakan masih dapat diandalkan dan bebas dari kesalahan pengukuran. Sementara itu, uji keandalan instrumen adalah untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan atau tangguh. Pada dasarnya, uji reliabilitas mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan/pernyataan yang digunakan. Uji keandalan dilakukan dengan membandingkan nilai alfa Cronbach dengan level/level signifikan yang digunakan. Tingkatan/tingkat signifikan yang digunakan dapat 0,5, 0,6, hingga 0,7 tergantung kebutuhan dalam penelitian (Budi, 2021).

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Item	Variabel	Cronbach's Alpha	r Tabel	Ket.
1	Digitalisasi	0,896	0.600	Reliabel
2	Literasi	0,886	0.600	Reliabel
3	Profitabilitas	0,878	0.600	Reliabel

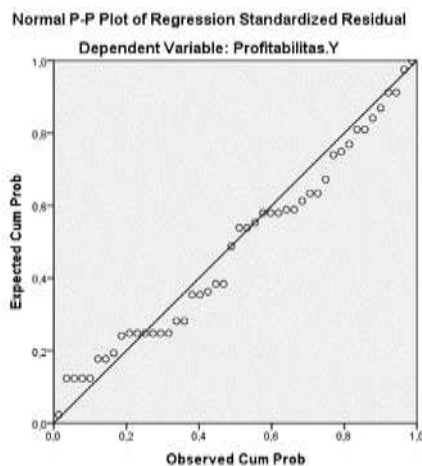
Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai Cronbach's alpha $> 0,6$ sehingga kesimpulan yang dapat ditarik yaitu pertanyaan dalam kuesioner yang digunakan dalam penelitian reliabel.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah bagian dari uji asumsi klasik (uji persyaratan) dalam analisis regresi. Salah satu opsi yang sangat berhasil dalam menentukan apakah model regresi akan diperiksa dalam studi terdistribusi normal adalah uji plot probabilitas normal, juga disebut sebagai uji P-Plot. Metode uji normalitas diterapkan pada nilai sisa model regresi daripada pada data masing-masing variabel penelitian. Nilai sisa dari model regresi yang layak harus normal. Memeriksa titik plot dari output SPSS akan menunjukkan apakah titik plot berada di sekitar garis diagonal atau tidak, yang dapat digunakan untuk menentukan apakah nilai sisa normal atau tidak. Namun, data harus diubah, yaitu diubah menjadi bentuk lain, seperti bentuk Ln atau logaritma alami, jika ditemukan bahwa

nilai residu tidak terdistribusi normal (Raharjo, 2021).



Gambar 1. Hasil P-Plot Uji Normalitas

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Hasil plot sebaran titik-titik pada gambar 1 menunjukkan bahwa persebaran normal P-Plot relatif mendekati garis lurus, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual terdistribusi dengan normal.

4. Uji Multikolinearitas

Model regresi diuji menggunakan uji multikolinearitas, sedangkan ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen diuji menggunakan uji kolonialitas ganda. Seharusnya tidak ada korelasi antara variabel bebas dalam model regresi yang layak. Variabel independen disebut sebagai non-ortogonal jika mereka terkait satu sama lain. Bisa dikatakan bahwa multikolinearitas adalah masalah jika tidak ada korelasi. Adanya toleransi dan Inflation Factor Variance (VIF) keduanya menunjukkan Uji Multikolinearitas. Untuk menunjukkan adanya multikolinearitas, nilai toleransi > 0,10 atau VIF dengan nilai ≤ 10 harus digunakan (Ghozali, 2018).

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a			t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients					
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,254	1,412		1,597	,118		
1 Digitalisasi.X1	,280	,114	,326	2,465	,018	,141	7,085
Literasi.X2	,694	,145	,635	4,796	,000	,141	7,085

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Nilai VIF untuk variabel digitalisasi dan literasi sama-sama 7,085 sedangkan Tolerance-nya 0,141. Karena nilai VIF dari kedua variabel tidak ada yang >10 maka dapat dikatakan tidak terjadi multikoleniaritas pada kedua variabel bebas tersebut.

5. Uji Heteroskedasitas

Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk menentukan apakah varian residual pada model regresi bervariasi secara tidak merata antar observasi. Dengan memeriksa nilai signifikansi variabel independen, peneliti dapat menentukan ada/ tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi. Heteroskedastisitas dapat diketahui apabila ada nilai Sig. lebih besar dari 0,05 (Ghozali, 2018).

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedasitas

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,608	,869		3,003	,004
1 Digitalisasi.X1	-,006	,070	-,036	-,092	,927
Literasi.X2	-,059	,089	-,259	-,666	,509

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Hasil data Uji Heteroskedasitas pada tabel 6 menunjukkan nilai Sig. Digitalisasi (0,927), Literasi (0,509) > 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi Heteroskedasitas dalam data tersebut.

6. Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi Berganda adalah model regresi atau prediksi yang melibatkan >1 variabel bebas atau prediktor. Istilah regresi berganda dapat disebut juga dengan istilah multiple regression. Kata multiple berarti jamak atau lebih dari satu variabel. Banyak yang tidak dalam memahami membedakan istilah multiple regression dengan multivariat regression. Perbedaannya adalah jika multiple regression atau regresi berganda adalah adanya lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas/variabel independen). Sedangkan multivariat regression atau regresi multivariat adalah analisis regresi dimana melibatkan variabel response >1 (variabel terikat/ variabel dependen) berdasarkan sumber penelitian (Waty, Anggraeni, 2023).

Persamaan regresi linear berganda disajikan dengan rumus sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:	
Y'	= Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)
X ₁ dan X ₂	= Variabel independen
a	=Konstanta (nilai Y apabila X ₁ , X ₂X = 0)
b	= Koefisien regresi (nilai peningkatan/penurunan)

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
(Constant)	2,254	1,412		1,597	,118	
1 Digitalisasi.X1	,280	,114	,326	2,465	,018	,141 7,085
Literasi.X2	,694	,145	,635	4,796	,000	,141 7,085

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel 7 diperoleh data regresi linear berganda yaitu $Y = 2,254 + 0,280X_1 + 0,694X_2$, maka diketahui nilai konstanta sebesar 2,254. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan variabel Digitalisasi dan Literasi nilainya > 0. Diketahui nilai variansi variabel Profitabilitas UMKM sebesar 2,254. Variabel penerapan Digitalisasi hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel Digitalisasi memiliki koefisien positif dengan nilai b = 0,280, artinya apabila terjadi peningkatan 1 poin variabel Digitalisasi maka akan terjadi peningkatan pula pada terhadap variabel Profitabilitas sebesar 0,280. Begitu juga dengan variabel Literasi hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel Literasi memiliki koefisien positif dengan nilai b = 0,694, artinya apabila terjadi peningkatan 1 poin variabel Digitalisasi maka akan terjadi peningkatan pula pada terhadap variabel Y Profitabilitas sebesar 0,694.

7. Uji Simultan F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen yang diterapkan dalam penelitian ini secara bersama-sama memengaruhi variabel dependennya secara signifikan atau tidak. Pengujian dilakukan dengan menggunakan distribusi F dengan membandingkan F-statistik yang diperoleh dari hasil regresi dengan F-tabelnya (Nugroho, 2022).

Tabel 8. Hasil Uji Simultan F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	563,630	2	281,815	180,630	,000 ^b
Residual	67,088	43	1,560		
Total	630,717	45			

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji data pada tabel 8 model regresi dinyatakan bahwa nilai Sig. (<0,05). Diketahui nilai Sig. Sebesar 0,00 atau kurang dari 0,05. Maka, variabel Independen (Digitalisasi/X₁ dan Literasi/X₂) berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap Variabel Dependen (Profitabilitas/Y).

8. Uji Parsial T

Uji t merupakan prosedur uji parametrik untuk mencari rata-rata jika varians populasi tidak diketahui. Klasifikasi uji t adalah uji t satu sampel, uji t dua sampel dengan asumsi varians homogen, uji t dua sampel dengan asumsi varians heterogen dan uji t berpasangan dua sampel. Dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan uji t adalah: (a) Berdasarkan perbandingan t hitung dengan t tabel Jika t tabel maka Ho ditolak dan jika t hitung < t tabel maka Ho diterima. (b) Berdasarkan nilai Probabilitas (nilai P) Jika nilai P < 0,05 maka Ho ditolak (Ghozali, 2018).

Tabel 9. Hasil Uji Parsial T

		Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		t	Sig.	
		B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	2,254	1,412			1,597	,118
1	X1	,280	,114	,326		2,465	,018
	X2	,694	,145	,635		4,796	,000

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil analisis tabel 9 diperoleh nilai t hitung (2,465) > t tabel (2,015) dan sig (0,05) ≤ 0,05, maka dapat disimpulkan Penerapan Digitalisasi Pembayaran secara parsial berpengaruh positif terhadap Profitabilitas UMKM Pasar Kaget Desa Beciro. Diketahui nilai t hitung (4,796) > t tabel (2,015) dan sig (0,05) ≤ 0,05, maka penerapan Literasi Keuangan secara parsial berpengaruh positif terhadap Profitabilitas UMKM Pasar Kaget Desa Beciro.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Digitalisasi Pembayaran Terhadap Profitabilitas UMKM Pasar Kaget Desa Beciro.

Hasil pengujian yang telah dilakukan untuk analisis parsial menunjukkan, bahwa variabel Penerapan Digitalisasi Keuangan berpengaruh positif terhadap Profitabilitas UMKM Pasar Kaget Desa Beciro. Perolehan nilai t hitung (2,465) > t tabel (2,015) dan $\text{sig} (0,05) \leq 0,05$. H_1 diterima dan H_3 ditolak. Artinya semakin baik Digitalisasi pembayaran maka semakin baik pula Profitabilitas UMKM Pasar Kaget Desa Beciro. Hal tersebut disebabkan karena jika semakin baik pengetahuan Digitalisasi pembayaran para pelaku UMKM semakin baik pula pendapatan yang akan didapatkan, dengan memiliki pendapatan UMKM yang bertambah dapat dikatakan UMKM tersebut profit keuangannya.

Penelitian terdahulu mengatakan penggunaan teknologi digital dalam pengelolaan keuangan tidak hanya meningkatkan efektivitas operasional tetapi juga memberikan peluang baru bagi UMKM untuk tumbuh dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Salah satu strategi terpenting bagi UMKM untuk mencapai profitabilitas yang lebih besar dan keberlanjutan bisnis jangka panjang adalah digitalisasi keuangan (Sitepu, 2024).

2. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Profitabilitas UMKM Pasar Kaget Desa Beciro.

Variabel Penerapan Literasi Keuangan berdampak positif terhadap profitabilitas UMKM di Pasar Kaget Desa Beciro, sesuai dengan temuan tes yang dilakukan untuk analisis parsial. Perolehan nilai t hitung (4,796) > t tabel (2,015) dan $\text{sig} (0,05) \leq 0,05$, maka penerapan Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap Profitabilitas UMKM Pasar Kaget Desa Beciro. H_2 diterima dan H_3 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik Literasi oleh para pelaku UMKM maka semakin baik pula Profitabilitas UMKM Pasar Kaget Desa Beciro. Semakin meningkatnya pengetahuan Literasi Keuangan pelaku UMKM maka kinerja dan Profitabilitas UMKM semakin maksimal.

Pengaruh eksternal terkait dengan literasi keuangan bisa dari berbagai perspektif. Pada perspektif konsumen,

literasi keuangan membantu para pembuat keputusan dapat mengambil keputusan pengeluaran yang bijaksana dengan menekankan kualitas. Perspektif layanan literasi keuangan, menawarkan informasi terkait produk, efektivitas biaya yang digunakan, dan pemahaman risiko. Sedangkan dari perspektif pemerintahan dapat memperoleh penerimaan pajak publik lebih tinggi untuk pembangunan infrastruktur dan fasilitas sarana publik (Octavia, 2021).

3. Pengaruh Digitalisasi Pembayaran dan Literasi Keuangan Terhadap Profitabilitas UMKM Pasar Kaget Desa Beciro.

Nilai Sig. 0,00 atau kurang dari 0,05 ditemukan dalam hasil uji regresi. Oleh karena itu, variabel dependen (profitabilitas/Y) tidak terpengaruh oleh variabel independen (digitalisasi/X1 dan literasi/X2) secara bersamaan (bersama-sama). Dikarenakan profit usaha UMKM tidak selalu dipengaruhi oleh pengetahuan Digitalisasi pembayaran dan Literasi keuangan para pelaku UMKM.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putri (2024) pada Organisasi Aspiemas yang terletak di Kabupaten Banyumas menyatakan mengadopsi beberapa strategi bisnis untuk meningkatkan profitabilitas, sebagai berikut: (1) inovasi produk; (2) pemasaran digital; (3) pengelolaan keuangan yang efisien; (4) jaringan dan kolaborasi; (5) pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia; dan (6) diversifikasi bisnis. Hal tersebut juga dapat diterapkan para pelaku UMKM Pasar Kaget Desa Beciro guna meningkatkan profitabilitas usaha dan usahanya juga dapat diperluas seiring dengan kemajuan teknologi yang akan terus berkembang. UMKM ditemukan belum memiliki pegawai akuntansi yang terlatih dalam pencatatan transaksi keuangan, perancangan sistem akuntansi, dan pengkajian sistem akuntansi yang ada sehingga menyulitkan pelaku UMKM dalam melakukan proses pelaporan keuangan dengan baik (A. Wicaksono, Dwi, 2020).

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian menurut hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Digitalisasi dan

Literasi Keuangan Pasar Kaget Desa Beciro terhadap Profitabilitas UMKM Pasar Kaget Desa Beciro. Dapat disimpulkan bahwa penerapan Digitalisasi pembayaran berpengaruh positif terhadap Profitabilitas UMKM Pasar Kaget Desa Beciro. Penerapan Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap Profitabilitas UMKM Pasar Kaget Desa Beciro. Penerapan Digitalisasi Pembayaran dan Literasi Keuangan tidak berpengaruh secara simultan terhadap Profitabilitas UMKM Pasar Kaget Desa Beciro.

B. Saran

Untuk penelitian berikutnya disarankan penggunaan digitalisasi pembayaran akan memberikan pengaruh terhadap profitabilitas UMKM kalau peningkatan kapasitas dan kemampuan para pelaku UMKM di optimalisasikan ke arah pemahaman arus kas dalam rangka efisiensi dan untuk memperluas pasar. Begitu juga terkait Pengetahuan tentang Literasi keuangan supaya dapat meningkatkan profitabilitas UMKM, maka pemahaman pemilik atau pelaku UMKM tentang teknologi keuangan, memperluas akses internet, mempermudah akses pembiayaan dan layanan keuangan berbasis digital dapat dilakukan penelitian yang lebih mendalam.

DAFTAR RUJUKAN

- A. Wicaksono, Dwi, E. (2020). THE PREPARATION OF FINANCIAL REPORTS BASED ON THE MICRO ENTITIES OF SMALL AND MEDIUM FINANCIAL ACCOUNTING (SAK EMKM) IN MUNCUL KICAU MICRO BUSSINESS. *Eurasia: Economics & Business*, 2(February), 48–55.
- Alifedrin, F. (2023). *RISIKO LIKUIDITAS DAN PROFITABILITAS PERBANKAN SYARIAH PERAN FDR, LAD, LTA, NPF, DAN CAR*. Publikasi Media Discovery Berkelanjutan.
- Bahiyu, Saerang, U. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan Terhadap Keuangan UMKM di desa Gemeh Kabupaten Kepulauan Talaud. *Jurnal EMBA: Emely Lisbet Uta Bahiu Ivonne S. Saerang Victoria N. Untu3 Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas*, 9(3), 1821.
- Budi, D. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. GUEPEDIA.
- C. Anwar, & A. W. (2023). ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI UNTUK MENENTUKAN HARGA JUAL CV. VIO INDONESIA DALAM MENINGKATKAN PROFITABILITAS USAHA. *JISOS: JURNAL ILMU SOSIAL*, 2(1), 1409–1418.
- Choerudin, Z., Widyaswati, Warpindyastuti, Lady, Jana, Budi, N., & Sohilauw, Muhammad, Lucky, Judi, S. (2023). Literasi Keuangan. In *PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI* (Issue June). PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- D. Fahriani, F.Y. Rohmah, & W. E. H. (2023). ANALISIS HARGA POKOK PRODUK METODE FULL COSTING DANPENENTUANHARGAJUALUDANGVANA ME METODECOSTPLUSPRICING. *JEMBA Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(4), 693–702.
- Dianasari, Nyoman, & Yasa, P. (2023). Pengaruh Lokasi Usaha, Lama Usaha, Dan Tingkat Penjualan Terhadap Profitabilitas Umkm Pasca Revitalisasi Di Pasar Seni Sukawati. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*, 14(02), 431–442.
- Dianningsih, & Kristianto. (2024). Analisis Faktor Yang Memengaruhi Profitabilitas Umkm Di Kecamatan Kalimantan Purbalingga. *Jurnal Arimbi(APPLIED RESEARCH IN MANAGEMENT AND BUSINESS)*, 3(2), 1–19. <https://doi.org/10.53416/arimbi.v3i2.175>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hilmawati, Kusumaningtias, R. (2021). Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 10(1), 135–152. <https://doi.org/10.21831/nominal.v10i1.33881>
- Lailiyah, K. M. (2024). Program Edukasi Untuk Pelaku UMKM Dalam Pencatatan dan Penyusunan Laporan Keuangan Secara Sederhana. *Karunia: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(3).

- Leksono, N., Handayani, P., Soeparan, P. F., Raya, J., Timur, U., Weleri, N., & Kendal, K. (2022). Peran Sistem Pembayaran Digital Dalam Revitalisasi UMKM. *JURNAL TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI Universitas Sains Dan Teknologi Komputer (STEKOM)*, 4.
- Nugroho, H. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF DENGAN PENDEKATAN STATISTIKA: (Teori, Implementasi & Praktik dengan SPSS)*.
- Octavia, R. (2021). Digitalisasi umkm, literasi keuangan, dan kinerja keuangan: Studi pada masa pandemi Covid-19. *STIE Perbanas Press*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.255>
- OJK. (2022). *Literasi Keuangan*. OTORITAS JASA KEUANGAN.
<https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>
- Primadoc. (2021). *4 Bentuk Digitalisasi yang Dapat Diterapkan pada Perusahaan Retail*. Primadoc. <https://primadoc.id/4-bentuk-digitalisasi-yang-dapat-diterapkan-pada-perusahaan-retail/>
- Putri, W. (2024). Analisis Srtrategi Bisnis Dalam Upaya Meningkatkan Profitabilitas UMKM Aspikmas Kabupaten Banyumas. *Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 74–81.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/21931/pdf>
- Raharjo. (2021). *Cara Uji Normal Probability Plot dalam Model Regresi dengan SPSS*. Statistic Indonesia.
<https://www.spssindonesia.com/2017/03/normal-probability-plot.html?m=1>
- Resyitaa; Rahmawati. (2023). Pengaruh Digitalisasi , Literasi Keuangan , dan Persepsi Risiko. *Journal of Economics and Business Research*, 2(2), 204–213.
- Riani, Fikri, Sholeh, S. (2023). *Literasi Keuangan Kaum Millenial*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Rike Setiawati. (2024). *Metodologi Penelitian Bisnis: Strategi dan Teknik Penelitian Terkini*.
https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Bisnis_Strategi_da/OkDyEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Sadikin, J. (2024). *Denyut Nadi Ekonomi via Digitalisasi UMKM: Jalan Menuju Indonesia Maju*. Arkadia Digital Media.
<https://yoursay.suara.com/kolom/2024/10/14/113106/denyut-nadi-ekonomi-via-digitalisasi-umkm-jalan-menuju-indonesia-maju>
- Sitepu, P. K. (2024). *PENGARUH DIGITALISASI INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP PROFITABILITAS UMKM: STUDI KASUS UMKM KLIEN KONSULTAN PAJAK JSB*.
<https://repository.polibatam.ac.id/handle/PL029/1815>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (4th ed.). Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI).
- Waty, Anggraeni, A. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS: Teori & Panduan Praktis dalam Penelitian Bisnis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Wijoyo, H. (2020). Digitalisasi UMKM. In *INSAN CENDEKIA MANDIRI*. Insan Cendekia Mandiri.
https://repository.unja.ac.id/48024/1/DIGITALISASI_UMKM%281%29.pdf#page=64