

ANALISIS PERAN LITERASI FINANSIAL DAN INOVASI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN BUSINESS PERFORMANCE DAN BUSINESS SUSTAINABILITY PADA UMKM DI TANGERANG SELATAN

Oleh :

Ngatimin¹⁾, Wardokhi²⁾

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

¹email: dosen02199@unpam.ac.id

²email: dosen02165@unpam.ac.id

Informasi Artikel

Riwayat Artikel :

Submit, 1 Maret 2025

Revisi, 9 April 2025

Diterima, 24 April 2025

Publish, 15 Mei 2025

Kata Kunci :

UMKM,

Literasi Finansial,

Inovasi Digital,

Kinerja Bisnis,

Keberlanjutan Usaha.

ABSTRAK

UMKM merupakan sektor yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia, namun masih menghadapi tantangan dalam pengelolaan keuangan dan adopsi inovasi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran literasi finansial dan inovasi digital dalam meningkatkan kinerja bisnis serta keberlanjutan usaha UMKM di wilayah Tangerang Selatan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara mendalam kepada 10 pemilik UMKM dari berbagai sektor usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun 80% pelaku UMKM menyadari pentingnya literasi finansial, hanya 40% yang memiliki pencatatan keuangan yang baik, dan 60% masih mencampurkan keuangan pribadi dengan usaha. Selain itu, inovasi digital terbukti berkontribusi terhadap peningkatan daya saing UMKM, dengan 75% responden mengalami peningkatan pendapatan setelah mengadopsi teknologi digital seperti media sosial dan e-commerce. Penelitian ini menegaskan bahwa kombinasi literasi finansial yang baik dan adopsi inovasi digital dapat meningkatkan business performance dan sustainability UMKM. Oleh karena itu, diperlukan program edukasi keuangan serta dukungan terhadap transformasi digital bagi UMKM guna meningkatkan daya saing dan ketahanan bisnis di era ekonomi digital.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license



Corresponding Author:

Nama: Ngatimin

Afiliasi: Universitas Pamulang

Email: dosen02199@unpam.ac.id

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2022), UMKM menyumbang sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Selain itu, laporan dari Bank Indonesia (2023) menunjukkan bahwa UMKM memiliki potensi besar dalam mendukung stabilitas ekonomi nasional. Namun, berbagai tantangan masih dihadapi oleh UMKM, terutama dalam aspek pengelolaan keuangan dan adopsi teknologi digital, yang menjadi kendala utama

dalam peningkatan daya saing dan keberlanjutan bisnis di era ekonomi digital.

Literasi keuangan yang memadai merupakan faktor krusial dalam mendukung kinerja dan keberlanjutan UMKM. Menurut Lusardi dan Mitchell (2014), literasi keuangan berkontribusi dalam pengambilan keputusan keuangan yang lebih baik, optimalisasi alokasi sumber daya, serta mitigasi risiko kebangkrutan. Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu dan Musdholifah (2017) menemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Surabaya. Selain itu, studi yang dilakukan oleh Atkinson dan

Messy (2012) dalam riset OECD menegaskan bahwa rendahnya literasi keuangan menjadi salah satu faktor penyebab ketidakstabilan keuangan bagi pelaku UMKM. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan menjadi strategi utama dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di Indonesia.

Selain literasi keuangan, adopsi inovasi digital juga menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing dan kinerja UMKM. Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperbaiki hubungan dengan pelanggan melalui teknologi seperti e-commerce, sistem pembayaran digital, serta pemasaran berbasis data (OECD, 2021). Studi yang dilakukan oleh Widiastuti et al. (2023) menunjukkan bahwa inovasi digital berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan kinerja UMKM di Kecamatan Semarang Barat. Selain itu, penelitian oleh McKinsey & Company (2020) menyebutkan bahwa transformasi digital yang didukung oleh penguatan literasi digital dan kepemimpinan kewirausahaan dapat meningkatkan daya saing UMKM di kawasan Asia Tenggara, termasuk Indonesia.

Dengan demikian, integrasi literasi keuangan dan inovasi digital menjadi faktor utama dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan UMKM, khususnya di wilayah seperti Tangerang Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran literasi finansial dan inovasi digital dalam meningkatkan *business performance* dan *business sustainability* UMKM di wilayah tersebut, dengan harapan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pelaku usaha dan pemangku kebijakan dalam pengembangan sektor UMKM yang lebih berdaya saing dan berkelanjutan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami fenomena yang dialami UMKM di Tangerang Selatan. Menurut Sugiyono (2013), penelitian kualitatif menempatkan peneliti sebagai instrumen utama, dengan pengumpulan data dilakukan secara induktif. Creswell (2010) menegaskan bahwa metode ini bertujuan memahami makna fenomena sosial yang dialami individu atau kelompok.

Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilakukan di Tangerang Selatan dengan pertimbangan:

- 1.Relevansi masalah, Minimnya pemahaman UMKM terhadap akuntansi dan laporan keuangan.
- 2.Akses data, Lokasi yang terjangkau dan familiar bagi peneliti.
- 3.Efisiensi sumber daya, Pertimbangan waktu dan biaya penelitian.

Penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan

kriteria tertentu yang relevan dengan topik penelitian (Sugiyono, 2016).

1. Studi Pendahuluan: Observasi dan penyebaran kuesioner awal untuk memahami kondisi UMKM.
2. Pengumpulan Data: Wawancara mendalam dengan informan utama, yang direkam dan ditranskrip.
3. Analisis Data: Menggunakan model Miles & Huberman (2014), yang mencakup:
 - a. Reduksi Data: Seleksi dan penyederhanaan data penting.
 - b. Penyajian Data: Dalam bentuk narasi deskriptif.
 - c. Penarikan Kesimpulan: Identifikasi pola dan makna dari data yang dikumpulkan.
4. Uji Keabsahan Data: Dilakukan dengan triangulasi sumber, metode, dan teori untuk memastikan validitas hasil penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

literasi finansial dan inovasi digital dalam meningkatkan kinerja bisnis dan keberlanjutan usaha pada UMKM di wilayah Tangerang Selatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam kepada pemilik UMKM serta analisis data dari dokumentasi yang relevan. Responden penelitian ini terdiri dari 10 pemilik UMKM di berbagai sektor, seperti kuliner, fashion, dan jasa. Mereka memiliki pengalaman usaha yang bervariasi, mulai dari 3 hingga 15 tahun.

Tabel 3.1 Literasi Finansial dan Pengelolaan Keuangan UMKM

Indikator	%	Temuan Utama
Memahami pentingnya literasi finansial	80%	Mayoritas UMKM menyadari pentingnya literasi finansial dalam bisnis mereka.
Memiliki pencatatan keuangan yang baik	40%	Hanya sebagian kecil yang mencatat keuangan dengan rapi.
Kesulitan membedakan uang pribadi & usaha	60%	Sebagian besar masih mencampurkan keuangan pribadi dengan bisnis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 80% pelaku UMKM menyadari pentingnya literasi finansial, namun hanya 40% yang memiliki pencatatan keuangan yang baik. Hal ini menunjukkan adanya gap antara kesadaran dan implementasi literasi finansial dalam bisnis. Sebanyak 60% responden masih mencampurkan uang pribadi dengan bisnis, yang menyebabkan kesulitan dalam mengelola keuangan secara efektif. Seorang pelaku UMKM mengatakan:

"Saya sering kesulitan dalam membedakan uang pribadi dan uang usaha, sehingga sulit mengetahui keuntungan sebenarnya" (Wawancara, 2024).

Temuan ini selaras dengan penelitian Lusardi dan Mitchell (2014) yang menegaskan bahwa rendahnya literasi finansial dapat menyebabkan pengelolaan keuangan yang tidak optimal,

menghambat pertumbuhan bisnis, dan meningkatkan risiko kegagalan usaha.

Tabel 2. Inovasi Digital dan Peningkatan Daya Saing UMKM

Indikator	%	Temuan Utama
Menggunakan media sosial untuk bisnis	70%	Mayoritas UMKM memanfaatkan media sosial sebagai strategi pemasaran utama.
Menggunakan platform e-commerce	60%	Banyak UMKM berjualan di marketplace untuk memperluas pasar.
Mengalami peningkatan pendapatan setelah digitalisasi	75%	Digitalisasi terbukti membantu meningkatkan pendapatan usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 75% UMKM yang mengadopsi teknologi digital mengalami peningkatan pendapatan. UMKM yang menggunakan media sosial dan platform e-commerce mampu menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan engagement. Sebanyak 70% UMKM menggunakan media sosial sebagai strategi pemasaran utama, dan 60% telah berjualan melalui marketplace. Seorang pemilik toko online mengungkapkan:

"Sejak menggunakan marketplace dan iklan digital, omzet saya meningkat hingga 50%" (Wawancara, 2024).

Studi McKinsey (2020) juga menunjukkan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan efisiensi operasional serta mempermudah akses ke pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa inovasi digital menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

Tabel 3. Sinergi Literasi Finansial dan Inovasi Digital dalam Business Performance

Indikator	%	Temuan Utama
Memanfaatkan literasi finansial untuk investasi teknologi	50%	UMKM yang memiliki literasi finansial yang baik lebih mampu mengalokasikan dana untuk inovasi digital.
Meningkatkan efisiensi operasional melalui digitalisasi	65%	Penggunaan teknologi terbukti meningkatkan efisiensi dalam manajemen bisnis.

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa kombinasi literasi finansial yang baik dan pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan kinerja bisnis UMKM secara signifikan. Sebanyak 50% responden yang memiliki pemahaman keuangan yang baik mampu mengalokasikan dana untuk investasi teknologi digital, yang berdampak pada peningkatan efisiensi operasional dan profitabilitas usaha mereka.

Temuan ini didukung oleh laporan OECD (2021) yang menyatakan bahwa UMKM dengan literasi finansial yang kuat lebih siap mengadopsi teknologi digital, sehingga lebih unggul dalam persaingan pasar. Dengan demikian, peningkatan literasi finansial dan digitalisasi secara bersamaan menjadi strategi penting dalam memastikan keberlanjutan bisnis UMKM.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi finansial dan inovasi digital berperan signifikan

dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan UMKM di Tangerang Selatan. UMKM yang memiliki literasi finansial yang baik cenderung lebih mampu mengelola keuangan dengan efektif, sementara adopsi inovasi digital terbukti meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing bisnis. Namun, masih terdapat tantangan dalam implementasi kedua aspek tersebut, terutama dalam pencatatan keuangan dan kesiapan digitalisasi.

Implikasi

1. Bagi UMKM: Diperlukan peningkatan kesadaran dan penerapan literasi finansial serta pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha.
2. Bagi Pemerintah dan Lembaga Keuangan: Perlu dukungan dalam bentuk pelatihan literasi finansial, kemudahan akses pembiayaan berbasis digital, serta insentif bagi UMKM yang menerapkan teknologi digital.
3. Bagi Akademisi dan Peneliti: Diperlukan studi lanjutan untuk mengidentifikasi strategi efektif dalam mempercepat adopsi literasi finansial dan inovasi digital bagi UMKM.

Integrasi kedua aspek ini menjadi kunci utama dalam mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di era digital.

5. REFERENSI

- A., & Messy, F. (2012). Measuring Financial Literacy: Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study. *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*.
- Beal, D. J., & Delpachitra, S. B. (2003). Financial Literacy among Australian University Students. *Economic Papers*, 22(1), 65-78.
- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471-482.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- BPS. (2022). Statistik UMKM Indonesia. Badan Pusat Statistik.
- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296-316.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44.
- McKinsey & Company. (2020). Digital Disruption in Asia: How Digital Platforms Are Reshaping Growth.
- OECD. (2021). The Digital Transformation of SMEs.