

## Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan E-Wallet Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Dengan E-Commerce Sebagai Variabel Moderasi

**Yeskia Martha Sasmita**

Universitas Slamet Riyadi Surakarta  
Email: [yeskiamartha30@gmail.com](mailto:yeskiamartha30@gmail.com)

**Dewi Saptantinah**

Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Jl. Sumpah Pemuda No.18, Kadipiro, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57136  
Korespondensi penulis: [yeskiamartha30@gmail.com](mailto:yeskiamartha30@gmail.com)

**Abstract.** *This study aims to analyze the effect of financial literacy and e-wallet usage on business income levels, with e-commerce as a moderating variable in batik fashion MSMEs in Surakarta. A quantitative approach was used with a survey method involving 112 MSMEs selected through purposive sampling. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and direct observation and analyzed using multiple linear regression with a t-test at a 0.05 significance level. The results indicate that financial literacy and e-wallet usage have a positive and significant effect on business income, while e-commerce does not moderate this relationship. These findings suggest that MSMEs need to improve financial risk management, digital transaction security, and the optimization of marketing features in e-commerce to enhance revenue. Future research should consider additional variables such as social media or payment gateways and expand the study scope. This study's limitations include respondents' misinterpretation of the questionnaire, time constraints, and difficulties in data collection due to respondents' business activities..*

**Keywords:** *e-commerce, e-wallet, financial literacy, MSMEs, business income.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan penggunaan *e-wallet* terhadap tingkat pendapatan usaha dengan *e-commerce* sebagai variabel moderasi pada UMKM fashion batik di Kota Surakarta. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei pada 112 UMKM yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan observasi langsung, serta dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan uji t pada tingkat signifikansi 0,05. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan penggunaan *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha, sedangkan *e-commerce* tidak memoderasi hubungan tersebut. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM perlu meningkatkan manajemen risiko keuangan, keamanan transaksi digital, dan optimalisasi fitur pemasaran dalam *e-commerce* untuk meningkatkan pendapatan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti media sosial atau *payment gateway*

serta memperluas cakupan penelitian. Keterbatasan penelitian ini meliputi kesalahan persepsi responden terhadap kuesioner, keterbatasan waktu, serta kendala dalam pengumpulan data akibat kesibukan responden.

**Kata kunci:** *e-commerce*, *e-wallet*, literasi keuangan, pendapatan usaha, UMKM.

## LATAR BELAKANG

Seiring dengan perkembangan zaman, era digital telah membawa transformasi signifikan, di mana masyarakat semakin menuntut kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam berbagai aspek, termasuk transaksi keuangan digital (Wijoyo & Widiyanti, 2020). Globalisasi yang berkembang pesat membuka peluang besar bagi sektor ekonomi, khususnya bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Menurut UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, sektor ini memiliki peran krusial dalam pertumbuhan ekonomi nasional, terutama dalam mendukung pembangunan daerah. Kota Surakarta, misalnya, dikenal sebagai pusat industri fashion batik yang terus berkembang. Berdasarkan laporan Dinas Koperasi dan UMKM Surakarta (2022), sektor batik menyumbang 15% dari total pendapatan UMKM di kota ini. Namun, pemanfaatan teknologi digital di sektor ini masih terbilang rendah, dengan hanya sekitar 44,93% UMKM yang telah menggunakan platform *e-commerce* (Pratio et al., 2023). Rendahnya tingkat adopsi teknologi ini disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk keterbatasan literasi keuangan dan akses terhadap teknologi digital (Gelar & Gernas, 2024).

Meskipun masih terdapat kendala, pemerintah bersama berbagai pihak telah berupaya mendorong digitalisasi UMKM, termasuk sektor batik, melalui kampanye dan pelatihan. Inisiatif ini bertujuan meningkatkan pemahaman serta keterampilan UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital, seperti *e-commerce* dan dompet digital (*e-wallet*), untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing mereka. *E-commerce* berperan sebagai penguat hubungan antara literasi keuangan dan penggunaan *e-wallet* dalam meningkatkan pendapatan UMKM fashion batik. Platform ini memungkinkan UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, mengoptimalkan distribusi, serta menekan biaya operasional. Fatma et al. (2024) menyatakan bahwa UMKM yang aktif memanfaatkan *e-commerce* mengalami peningkatan pendapatan hingga 35% dibandingkan yang masih mengandalkan metode konvensional.

Kajian Digitalisasi IKM UMKM BRIDA Surakarta (2023) mencatat bahwa pemanfaatan e-commerce di Surakarta masih berada di angka 44,93%. Walaupun tren adopsi teknologi mulai meningkat, masih banyak UMKM yang menghadapi hambatan dalam penerapannya, terutama karena rendahnya literasi keuangan dan kurangnya pemahaman dalam mengoperasikan platform digital. Aulia & Adi (2023) menegaskan bahwa keterbatasan literasi keuangan menjadi faktor utama yang menghambat efektivitas pengelolaan keuangan UMKM. Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2024) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan di Indonesia hanya mencapai 50,8%, sehingga peningkatan pemahaman finansial menjadi aspek penting bagi UMKM batik Surakarta agar dapat bersaing dalam ekosistem digital. Selain itu, integrasi dengan pembayaran digital berbasis *e-wallet* memungkinkan transaksi yang lebih cepat, aman, dan efisien, serta memberikan akses pasar yang lebih luas, terutama bagi generasi muda yang lebih terbiasa dengan teknologi digital (Katadata, 2024).

Walaupun banyak penelitian menunjukkan bahwa e-commerce dapat memperkuat literasi keuangan dan pemanfaatan *e-wallet* dalam meningkatkan pendapatan UMKM, beberapa studi juga menyoroti bahwa dampaknya tidak selalu signifikan. Persaingan ketat dalam platform digital menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM. Rusdi et al. (2022) menemukan bahwa penggunaan e-commerce tidak selalu berdampak positif terhadap kinerja UMKM, terutama tanpa pendampingan yang memadai. Handrawan et al. (2021) juga mencatat bahwa kurangnya pelatihan dan strategi pemasaran yang tepat dapat menghambat efektivitas pemanfaatan e-commerce. Namun, dalam konteks industri batik, e-commerce berpotensi besar dalam menjembatani nilai tradisional dengan tuntutan modern. Selain membantu memperluas pasar, platform ini juga mendukung pengelolaan keuangan yang lebih transparan dan terorganisir, memungkinkan UMKM untuk mengambil keputusan berbasis data guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka (Ramdhani et al., 2022).

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Teori Difusi Inovasi**

Konsep difusi inovasi yang dipaparkan oleh Everett M. Rogers dalam karya ilmiahnya *Diffusion of Innovations* (1983) menjabarkan mekanisme bagaimana suatu inovasi menyebar dalam suatu komunitas sosial melalui kanal komunikasi tertentu.

Rogers menggarisbawahi empat komponen utama dalam penyebaran inovasi, yaitu Inovasi (ide atau produk baru), Saluran Komunikasi (media penyampaian inovasi, baik melalui interaksi langsung maupun media massa), Waktu (durasi penerimaan atau penolakan inovasi), serta Sistem Sosial (kelompok masyarakat yang memiliki norma dan tujuan yang sejalan).

### **Literasi Keuangan**

Literasi keuangan merujuk pada kapasitas individu dalam memahami serta mengelola sumber daya finansialnya secara bijaksana. Bahiyu et al. (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan mencakup pemahaman dan keterampilan yang memungkinkan seseorang dalam mengambil keputusan finansial yang optimal. Dalam konteks UMKM, termasuk usaha batik, tingkat literasi keuangan yang baik memiliki peranan vital dalam memastikan keberlangsungan bisnis serta pengoptimalan keuntungan.

### **Penggunaan E-Wallet**

E-wallet atau dompet digital merupakan teknologi pembayaran berbasis elektronik yang memungkinkan transaksi keuangan dilakukan secara cepat dan efisien. Menurut Santoso (2023), penggunaan e-wallet semakin meningkat seiring dengan perkembangan teknologi digital dan perubahan pola konsumsi masyarakat. UMKM, termasuk industri fashion batik, mulai memanfaatkan e-wallet untuk mempermudah transaksi dengan pelanggan serta mengurangi ketergantungan pada uang tunai.

### **E-Commerce**

E-commerce adalah kegiatan bisnis yang dilakukan melalui internet untuk memfasilitasi transaksi antara konsumen dan produsen. Menurut Rizki et al. (2019), e-commerce mencakup seluruh proses mulai dari pembelian, penjualan, hingga transfer dana secara digital. Dalam konteks UMKM fashion batik, e-commerce berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk, serta mengurangi hambatan distribusi (Lutfi et al., 2022). Pemanfaatan platform seperti Tokopedia dan Shopee memungkinkan UMKM mengoptimalkan pemasaran dan mengurangi biaya operasional. Selain itu, e-commerce dapat memperkuat pengaruh literasi keuangan dan penggunaan e-wallet dalam meningkatkan pendapatan, dengan



memberikan akses terhadap fitur analisis data dan strategi pemasaran digital yang lebih efektif (Wahyuni et al., 2021).

## UMKM

UMKM memiliki peran krusial dalam perekonomian Indonesia dengan kontribusi signifikan terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja. Meski demikian, banyak UMKM masih menghadapi kendala dalam adopsi teknologi dan literasi keuangan digital, yang berpengaruh terhadap daya saing mereka di pasar. Sektor UMKM fashion batik di Surakarta mulai mengadopsi teknologi digital, seperti e-wallet dan e-commerce, guna memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi transaksi. Digitalisasi ini membantu pelaku usaha dalam mengelola keuangan, mempercepat arus kas, serta meningkatkan transparansi dan akuntabilitas finansial. Dengan literasi keuangan yang baik, UMKM lebih mudah menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan mengoptimalkan strategi bisnis mereka untuk meningkatkan pendapatan.

## Tingkat Pendapatan Usaha

Pendapatan usaha merupakan indikator utama keberhasilan bisnis dalam mencapai tujuan finansial, yang dapat diperoleh dari penjualan barang, jasa, maupun pendapatan tambahan lainnya (Kusuma et al., 2020). Dalam konteks UMKM, pengelolaan pendapatan yang baik sangat penting untuk menjamin keberlanjutan usaha, terutama dengan adopsi teknologi keuangan digital. Penggunaan e-wallet memungkinkan transaksi lebih cepat dan efisien, meningkatkan perputaran modal, serta memperbaiki manajemen arus kas usaha (Wijaya & Nugroho, 2023). Sementara itu, e-commerce membantu UMKM memperluas jangkauan pasar dan mengurangi biaya distribusi, sehingga meningkatkan potensi pendapatan (Lutfi et al., 2022). Dengan kombinasi literasi keuangan yang baik, teknologi digital, dan strategi bisnis yang optimal, UMKM dapat meningkatkan profitabilitas serta daya saing mereka dalam era ekonomi digital.

## Pengembangan Hipotesis

### Apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan fashion batik di Surakarta ?

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Seran, Rozari dan Makatita (2024) bahwa dari pengujian hipotesis dengan metode *bootstrapping partial least square* diketahui

didapatkan kesimpulan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja dan pendapatan UMKM. Dukungan dari penelitian Zairina dan Pabulo (2023) yang membuktikan dengan hasil uji secara parsial menggunakan nilai t dapat diketahui bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada nilai t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Artinya setiap UMKM yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi akan diikuti dengan peningkatan kinerja UMKM yang sehingga dengan peningkatan kinerja UMKM baik maka akan meningkatkan pendapatan UMKM.

**H1 : Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan fashion batik di Surakarta.**

**Apakah penggunaan *e-wallet* berpengaruh terhadap tingkat pendapatan fashion batik di Surakarta ?**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Fatma (2024) bahwa dari pengujian regresi linear sederhana menyatakan adanya nilai positif antara *digital payment* terhadap pendapatan UMKM. Didukung dengan penelitian Titasari (2024) diman dapat dilihat pada uji parsial yang menyatakan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel yang dengan demikian menyatakan *digital payment* berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM. Dari penelitian terdahulu dapat diartikan bahwa dengan adanya pengadopsian *e-wallet* yang termasuk bagian dari *digital payment* ini sangat memainkan peran dalam peningkatan pendapatan UMKM.

**H2 : Penggunaan *e-wallet* berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan fashion batik di Surakarta.**

**Apakah *e-commerce* memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap tingkat pendapatan fashion batik di Surakarta ?**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Ramdhani, Lutfi, dan Andhika (2022) bahwa dari pengujian variabel *E-commerce* memiliki nilai signifikansi 0,025 dimana diperoleh sebesar  $2,322 \geq 2,010635$ , sehingga artinya terdapat pengaruh antara Penerapan *E-commerce* terhadap Kinerja UMKM, dan Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh nilai R square sebesar  $0,883 = 88,3\%$ . Artinya variabel Literasi Keuangan dan Penerapan *E-commerce* mempengaruhi variabel Kinerja UMKM

sebesar 88,3% dan sisanya sebesar 11,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hal tersebut didukung dengan penelitian dari Christoper dan Kristianti 2022 diperoleh nilai koefisien korelasi ganda R sebesar 0,646 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel Y dan variabel-variabel bebas adalah kuat karena lebih dari 0,05 yang berarti *e-commerce* dan literasi keuangan sangat berpengaruh terhadap kinerja UMKM dimana juga akan mempengaruhi pendapatan UMKM.

**H3 : *E-commerce* memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap tingkat pendapatan fashion batik di Surakarta.**

**Apakah *e-commerce* memoderasi pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap tingkat pendapatan fashion batik di Surakarta ?**

Berdasarkan penelitian dari Simon, Hanggara, dan Syawli (2024) nilai R sebesar 0,841 menggambarkan korelasi yang kuat antara variabel independen dan dependen. Angka ini menunjukkan seberapa baik hubungan linier antara adopsi *e-commerce*, *e-payment*, dan kinerja UMKM, yang mengindikasikan bahwa adopsi *e-commerce* dan *e-payment* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM dalam model regresi ini. Didukung juga dengan penelitian Fatma, Ruzikna (2024) dimana hasil uji regresi linear berganda menunjukkan b1 (nilai koefisien regresi x1) sebesar 0.107 menunjukkan bahwa variabel *e-commerce* mempunyai pengaruh yang positif terhadap pendapatan UMKM dan 0.425 menunjukkan bahwa variabel *digital payment* mempunyai pengaruh yang positif terhadap pendapatan UMKM. Dapat disimpulkan bahwa keduanya saling berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM yang sehingga berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.

**H4: *E-commerce* memoderasi pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap pendapatan UMKM fashion batik di Surakarta.**

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei pada UMKM fashion batik di Kota Surakarta yang memanfaatkan *e-wallet* dan *e-commerce* dalam transaksi dan pemasaran. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner dengan skala Likert serta observasi langsung,

didukung studi pustaka. Populasi penelitian sebanyak 145 UMKM, dengan sampel 112 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu. Variabel yang diteliti meliputi literasi keuangan (X1), penggunaan e-wallet (X2), e-commerce sebagai variabel moderasi (Z), dan tingkat pendapatan usaha (Y). Uji validitas menggunakan Korelasi Bivariate, sementara uji reliabilitas mengacu pada nilai Cronbach's Alpha  $\geq 0,60$ . Uji asumsi klasik mencakup uji multikolinearitas, autokorelasi, heteroskedastisitas, dan normalitas menggunakan perangkat lunak SPSS. Analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif dan regresi linear berganda, serta uji t untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan tingkat signifikansi 0,05.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Objek Penelitian

#### Lokasi Penelitian

Kota Surakarta atau "Solo" terletak di Provinsi Jawa Tengah dengan luas 44,04 km<sup>2</sup>, terdiri atas lima kecamatan: Laweyan (8,638 km<sup>2</sup>, 11 kelurahan), Serengan (3,194 km<sup>2</sup>, 7 kelurahan), Pasar Kliwon (4,815 km<sup>2</sup>, 9 kelurahan), Jebres, dan Banjarsari (14,811 km<sup>2</sup>, 13 kelurahan). Secara keseluruhan, Solo memiliki 51 kelurahan, 601 RW, dan 2.709 RT. Sejarah kota ini bermula saat Paku Buwana II memindahkan pusat pemerintahan Mataram Islam dari Kartasura ke Desa Sala akibat pemberontakan. Tanah dibeli dari Kyai Sala seharga 10.000 *Ringgit* (mata uang Belanda), dan pada 20 Februari 1745, berdirilah Keraton Surakarta Hadiningrat. Perjanjian Giyanti 13 Februari 1755 kemudian membagi Mataram menjadi Kasunanan Surakarta dan Kasultanan Yogyakarta. Berdasarkan data Dukcapil *Kemendagri*, Solo dan daerah sekitarnya—Karanganyar, Sragen, Wonogiri, Sukoharjo, Klaten, serta Boyolali—dikenal sebagai eks Karesidenan Surakarta.

#### Gambaran Umum Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Batik Kota Surakarta

Batik merupakan sebuah mahakarya seni tradisional khas Nusantara yang telah mengakar kuat di tengah masyarakat. Sebagai bagian dari warisan budaya dengan nilai estetika tinggi, batik memiliki beragam pola dan motif yang berbeda di tiap daerah. Kota Solo dikenal sebagai sentra produksi batik terbesar di Indonesia, dengan motif

khas yang mencerminkan kearifan lokal. Bahkan, Solo memiliki dua kawasan perkampungan batik yang menjadi destinasi wisata unggulan. Selain sebagai produk budaya, batik juga berperan dalam sektor *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. Di Kota Solo, sektor *UMKM* berada di bawah naungan Dinas Koperasi, *UMKM*, dan Perindustrian Kota Surakarta, yang pembentukannya diatur dalam Peraturan Daerah No. 8 Tahun 2021 mengenai struktur organisasi perangkat daerah. Keberadaan usaha mikro turut menciptakan peluang kerja bagi masyarakat dan memberikan dampak positif berupa peningkatan pendapatan negara melalui pajak. Sebagai pelaku ekonomi global yang semakin diperhitungkan, *UMKM* memiliki keunggulan serta tantangan tersendiri. Pemerintah Indonesia pun turut berperan dalam memberikan akses dan dukungan bagi masyarakat yang ingin merintis usaha mikro melalui regulasi yang tertuang dalam Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 mengenai kemudahan, perlindungan, serta pemberdayaan koperasi dan *UMKM*.

### Gambaran Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

No.	Karakteristik	Kategori	Jumlah	Presentase
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	41	41%
		Perempuan	71	71%
2	Masa Kerja	1-5 Tahun	9	9%
		6-10 Tahun	42	42%
		11-15 Tahun	39	39%
		≥ 15 Tahun	22	22%
3	Pendidikan Terakhir	SD-SMP	13	13%
		SMA Sederajat	64	64%
		S1	35	35%
		S2	-	0%
Jumlah		112	100%	

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas, karakteristik responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan sebanyak 71 orang (71%). Berdasarkan masa kerja, mayoritas responden memiliki pengalaman kerja 6-10 tahun sebanyak 42 orang (42%). Sementara itu, dari segi pendidikan terakhir, mayoritas responden berpendidikan SMA sederajat sebanyak 64 orang (64%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan dengan pengalaman kerja menengah dan latar belakang pendidikan SMA sederajat.

### Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Intrumen Penelitian

Variabel	Item Kuesioner	p-value (signifikansi)	Kriteria	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	X1.1	0,001	< 0,05	Valid
	X1.2	0,001	< 0,05	Valid
	X1.3	0,001	< 0,05	Valid
	X1.4	0,001	< 0,05	Valid
	X1.5	0,001	< 0,05	Valid
Penggunaan E- Wallet (X2)	X2.1	0,001	< 0,05	Valid
	X2.2	0,001	< 0,05	Valid
	X2.3	0,001	< 0,05	Valid
	X2.4	0,001	< 0,05	Valid
	X2.5	0,001	< 0,05	Valid
Tingkat Pendapatan (Y)	Y.1	0,001	< 0,05	Valid
	Y.2	0,001	< 0,05	Valid

	Y.3	0,001	< 0,05	Valid
	Y.4	0,001	< 0,05	Valid
	Y.5	0,001	< 0,05	Valid
E-Commerce (Z)	Z.1	0,001	< 0,05	Valid
	Z.2	0,001	< 0,05	Valid
	Z.3	0,001	< 0,05	Valid
	Z.4	0,001	< 0,05	Valid
	Z.5	0,001	< 0,05	Valid

*Sumber: Data Primer diolah, 2025*

Berdasarkan hasil uji validitas yang ditampilkan dalam Tabel IX, semua item kuesioner dari variabel *literasi keuangan (X1)*, *penggunaan e-wallet (X2)*, *tingkat pendapatan (Y)*, dan *e-commerce (Z)* memiliki nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item dalam kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen pengambilan data.

### Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	Jumlah Item	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,887	0,888	5	Reliable
Penggunaan E-Wallet (X2)	0,881	0,881	5	Reliable
Tingkat Pendapatan	0,886	0,886	5	Reliable

(Y)				
E-Commerce	0,876	0,877	5	Reliable
(Z)				

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel IX, dapat diketahui bahwa seluruh variabel penelitian, yaitu literasi keuangan (X1), penggunaan e-wallet (X2), tingkat pendapatan (Y), dan e-commerce (Z), memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60, dengan rentang antara 0,876 hingga 0,888. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat reliabel, sehingga dapat dipercaya untuk mengukur variabel yang diteliti secara konsisten.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai Tolerance Value	Kriteria	VIF	Kriteria
Literasi Keuangan (X1)	0,765	> 0,10	1,308	< 10
Penggunaan E-Wallet (X2)	0,705	> 0,10	1,418	< 10
E-Commerce (Z)	0,683	> 0,10	1,463	< 10

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai *tolerance* variabel X1 (Literasi Keuangan) = 0,765, X2 (penggunaan *e-wallet*) = 0,705, Z (*E-Commerce*) = 0,093 atau > 0,10 da nilai VIF X1 ( Literasi Keuangan ) = 1,308, X2 ( penggunaan *e-wallet* ) = 1,418, Z ( *E-Commerce* ) = 1,463 atau < 10, ini menunjukkan model regresi tersebut lolos uji multikolinearitas.

### Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

	Unstandardized Residual
Test Value	-,36416
Cases < Test Value	56
Cases >= Test Value	56
Total Cases	112
Number of Runs	55
Z	-,380
Asymp. Sig. (2-tailed)	,704

Sumber : Data primer diolah, 2025

Dari tabel diatas hasil uji Autokorelasi menunjukkan *p-value* (Signifikansi ) 0,704 atau >0,05 ( keadaan yang tidak signifikan), hal ini berarti tidak terjadi autokorelasi atau bebas autokorelas

### Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefesientsa				
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig
1	(Constant)	1,219	1,159		1,051	,295
	Literasi Keuangan	,053	,050	,114	1,059	,292
	E-Wallet	-,096	,049	-,218	-1,939	,055
	E-Commerce	,058	,051	,127	1,118	,266

Sumber : Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan *p-value* (signifikansi) dari variabel X1 ( Literasi Keuangan) =0,292, X2 ( penggunaan *e-wallet*) = 0,055, dan Z

( *E-Commerce* ) = 0,266 atau > 0,05, ini menunjukkan keadaan yang tidak signifikan, maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau lolos uji heteroskedastisitas.

### Uji Normalitas

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	112
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>	,055

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas menunjukkan *p-value* (signifikansi) = 0,55 atau > 0,05, sehingga menunjukkan keadaan yang tidak signifikan, artinya bahwa residual berdistribusi normal atau lolos uji normalitas.

### Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 8. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

No	Pernyataan	Rata-rata X1 (Literasi Keuangan)	Rata-rata X2 (Penggunaan E-Wallet)	Rata-rata Y (Tingkat Pendapatan)	Rata-rata Z (E- Commerce)
1	Pengetahuan keuangan sangat bermanfaat bagi usaha saya.	4,36	-	-	-
2	Saya mencatat transaksi keuangan harian untuk memantau arus kas usaha.	4,34	-	-	-
3	Saya selalu membuat rencana keuangan jangka	4,30	-	-	-

	pendek dan panjang untuk usaha saya.				
4	Saya mampu mengidentifikasi risiko keuangan yang mungkin terjadi dalam usaha saya.	4,28	-	-	-
5	Saya memiliki strategi untuk meminimalkan risiko keuangan yang dapat mengganggu keberlanjutan usaha.	4,34	-	-	-
6	Saya merasa transaksi menggunakan e-wallet lebih cepat dibandingkan metode pembayaran lainnya.	-	4,35	-	-
7	Saya merasa yakin bahwa transaksi menggunakan e-wallet aman dari risiko kehilangan	-	4,19	-	-

	uang.				
8	Saya menggunakan e-wallet untuk memudahkan pembayaran dari pelanggan pada usaha saya.	-	4,25	-	-
9	E-wallet membantu saya dalam mengelola pembayaran dengan pelanggan dan pemasok usaha.	-	4,22	-	-
10	Dengan menggunakan e-wallet, saya merasa usaha saya lebih profesional dan modern.	-	4,31	-	-
11	Saya mengetahui jumlah pendapatan usaha saya setiap bulan secara rinci.	-	-	4,25	-
12	Pendapatan usaha saya cenderung meningkat setiap bulan.	-	-	4,27	-
13	Usaha saya	-	-	4,27	-

	menunjukkan tren pertumbuhan pendapatan yang stabil selama satu tahun terakhir.				
14	Pendapatan usaha saya memungkinkan keberlanjutan operasi usaha dalam jangka panjang.	-	-	4,30	-
15	Saya merasa yakin bahwa pendapatan usaha saya dapat terus meningkat di masa depan.	-	-	4,29	-
16	Saya menggunakan platform e-commerce untuk memasarkan produk usaha saya.	-	-	-	4,29
17	Saya memilih platform e-commerce yang memiliki banyak pengguna untuk meningkatkan penjualan produk	-	-	-	4,27

saya.

18	Platform e-commerce yang saya gunakan mendukung fitur pembayaran digital yang memudahkan pelanggan.	-	-	-	4,18
----	---	---	---	---	------

**Sumber:** Data primer diolah, 2025

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata literasi keuangan (X1) adalah 4,32, yang mencerminkan bahwa responden memiliki pemahaman yang baik dalam mengelola keuangan usaha mereka. Penggunaan *e-wallet* (X2) memiliki rata-rata 4,26, dengan indikator tertinggi pada kemudahan transaksi (4,35) dan terendah pada keamanan transaksi (4,19), menunjukkan bahwa meskipun responden menganggap *e-wallet* praktis, masih ada kekhawatiran terkait keamanannya. Tingkat pendapatan (Y) memiliki rata-rata 4,27, dengan indikator tertinggi pada keberlanjutan usaha (4,30) dan terendah pada pemahaman jumlah pendapatan bulanan (4,25), yang menunjukkan bahwa meskipun pendapatan meningkat, sebagian responden belum mencatat pendapatan secara rinci. Penggunaan *e-commerce* (Z) juga memiliki rata-rata 4,27, dengan indikator tertinggi pada jangkauan pasar tanpa batas geografis (4,33) dan terendah pada fitur pembayaran digital (4,18), yang menunjukkan bahwa *e-commerce* memberikan manfaat luas bagi usaha, tetapi masih ada kendala dalam adopsi teknologi pembayaran digital.

### Hasil Penelitian

Regresi linier berganda

Tabel 9. Analisis Regresi Linier Berganda

		Unstandardized		Standardized		t	Sig
		Coefficients		Coefficients			
1	Model	B	Std. Error	Beta			



1	(Constant)	8,590	1,918		4,478	,001
	literasi.keuangan	,303	,084	,319	3,623	,001
	e-wallet	,292	,079	,326	3,701	,001

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi ;

$$Y_1 = 8,590 + 0,303.X_1 + 0,292.X_2 + e$$

$a = 8,590$  ( positif ), artinya jika  $X_1$  ( Literasi Keuangan ) = 0 dan  $X_2$  ( penggunaan *e-wallet* ) = 0 maka pendapatan adalah positif .

$b_1 = 0,303$  literasi keuangan berpengaruh positif terhadap tingkat pendapatan.

Artinya : jika literasi keuangan meningkat maka  $Y$  ( Pendapatan ) akan meningkat, dengan asumsi variabel  $X_2$  ( penggunaan *e-wallet* ) konstan atau tetap.

$b_2 = 0,292$  penggunaan *e-wallet* berpengaruh positif terhadap Tingkat Pendapatan usaha.

Artinya : jika penggunaan *e-wallet* ( $X_2$ ) meningkat maka  $Y$  ( Pendapatan ) akan meningkat dengan asumsi variabel  $X_1$  ( Literasi Keuangan ) konstan atau tetap.

## UJI t

Uji t Variabel  $X_1$  ( Literasi Keuangan )

Diperoleh nilai *p-value* (signifikansi) = 0,001 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan literasi keuangan terhadap tingkat pendapatan usaha.

Kesimpulan :  $H_1$  yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan pada UMKM fashion batik Kota Surakarta terbukti adanya.

## Uji t Variabel

Diperoleh  $p\text{-value}$  (signifikansi) =  $0,001 < 0,005$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan penggunaan *e-wallet* terhadap tingkat pendapatan usaha.

Kesimpulan :  $H_2$  yang menyatakan bahwa penggunaan *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan usaha pada UMKM fashion batik Kota Surakarta terbukti adanya.

### Uji F

Tabel 10. Uji F

ANOVAa						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	sig.	
1	Regression	176,040	2	88,020	2,510	<,001b
	Residual	426,210	109	3,910		
	Total	602,250	111			

Sumber : Data primer diolah, 2025

Hasil perhitungan tabel ANOVA menunjukkan bahwa model regresi ini memiliki nilai F hitung 22,510 dengan  $p\text{-value}$  (signifikansi) sebesar  $0,001 < 0,05$ . Maka terdapat pengaruh yang signifikan variabel bebas  $X_1$  (Literasi Keuangan) dan  $X_2$  (penggunaan *e-wallet*) Secara simultan (bersama-sama) terhadap Y (Pendapatan).

### Uji Koefisien Determinasi $R^2$

Tabel 11. Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,541a	,292	,279	1,977

Sumber : Data primer diolah, 2025

Hasil menunjukkan bahwa koefisien determinasi untuk model ini adalah sebesar 0,292. Artinya besarnya sumbangan pengaruh variabel  $X_1$  ( Literasi keuangan ) dan  $X_2$

( penggunaan *e-wallet* ) terhadap Y ( Pendapatan ) sebesar 29,2 %,.. Sisanya (100% - 29,2 % ) = 70,8 % diterangkan oleh variabel lain diluar model.

### Analisis Regresi dengan Variabel Moderasi

Tabel 12. Analisis Dengan Variabel Moderasi

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	22,461	13,490		1,665	,099
	literasi.keuangan	,110	,632	,116	,174	,862
	e-wallet	-,320	,608	-,357	-,526	,600
	e-commerce	-,597	,681	-,649	-,877	,382
	LITE.ECOM	,008	,030	,310	,265	,792
	EWL.ECOM	,027	,028	1,073	,948	,345

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis regresi dengan variabel moderasi diperoleh persamaan :

$$Y_2 = 22,461 + 0,110.X_1 - 0,320.X_2 - 0,597. Z + 0,008. (Z.X_1) + 0,027.(Z.X_2) + e$$

Uji pengaruh literasi keuangan X1 terhadap Pendapatan (Y) dengan *E-Commerce* ( Z ) Sebagai variabel Moderasi. Diperoleh *p-value* ( signifikansi ) LITE.ECOM = 0,792 atau > 0,05 maka Ho diterima yang artinya Z ( *e-commerce* ) tidak memoderasi pengaruh literasi keuangan ( X1 ) terhadap Pendapatan (Y), sedangkan untuk EWL.ECOM = 0,345 atau > 0,05 maka Ho diterima artinya Z ( *e-commerce* ) tidak memoderasi pengaruh penggunaan *e-wallet* (X2) terhadap pendapatan (Y).

Kesimpulan : H3 yang menyatakan bahwa *e-commerce* dapat memoderasi pengaruh X1 (Literasi Keuangan) terhadap Y (Tingkat Pendapatan) usaha pada UMKM

fashion batik Kota Surakarta tidak terbukti kebenarannya, dan H4 yang menyatakan bahwa *e-commerce* dapat memoderasi pengaruh X2 ( Penggunaan *e-wallet* ) terhadap Y ( Tingkat Pendapatan ) usaha pada UMKM fashion batik Kota Surakarta tidak terbukti kebenarannya.

## **Pembahasan Hasil Penelitian**

### **Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Tingkat Pendapatan Usaha pada UMKM fashion batik Kota Surakarta.**

Berdasarkan pengujian uji t variabel literasi keuangan (X1) diperoleh nilai *p-value* (signifikansi) = 0,001 < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya literasi keuangan (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Y ( Tingkat Pendapatan Usaha). Kesimpulan H1 yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap Y (Tingkat Pendapatan Usaha) pada UMKM fashion Batik Kota Surakarta terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian ini didukung oleh Andhika *et al.*, (2022), Amalia dan Iqbal (2022) yang mengatakan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan usaha. Literasi keuangan adalah landasan pada setiap usaha untuk menjalankan sistem keuangan dengan terarah dan terperinci. “Literasi keuangan mencakup kemampuan dan keyakinan pada seseorang individu untuk menerapkan pengetahuan keuangannya untuk membuat keputusan keuangan” (Brigham, 2010 : 21).

Literasi keuangan yang baik memungkinkan pelaku usaha untuk mengelola keuangan secara lebih efektif, mulai dari pencatatan arus kas, perencanaan anggaran, hingga pengambilan keputusan investasi yang tepat. Dengan pemahaman keuangan yang lebih baik, UMKM dapat mengoptimalkan modal kerja, menghindari risiko keuangan yang tidak perlu, serta meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, literasi keuangan yang tinggi juga membantu pelaku usaha dalam memanfaatkan layanan keuangan digital, seperti *e-wallet* dan *fintech*, guna mempercepat transaksi dan memperluas akses pasar. Dalam konteks UMKM fashion batik di Kota Surakarta, peningkatan literasi keuangan dapat menjadi faktor penting dalam menghadapi tantangan bisnis dan meningkatkan daya saing di era digital. Oleh karena itu, edukasi keuangan yang berkelanjutan, baik melalui pelatihan, pendampingan, maupun



pemanfaatan teknologi keuangan, perlu terus didorong agar UMKM semakin mampu mengelola keuangan mereka dengan lebih baik dan meningkatkan pendapatan usaha secara berkelanjutan.

### **Pengaruh Penggunaan *E-wallet* terhadap Tingkat Pendapatan Usaha UMKM Fashion Batik Kota Surakarta.**

Berdasarkan pengujian uji t variabel penggunaan *e-wallet* (X2) diperoleh nilai *p-value* (signifikansi) = 0,001 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya penggunaan *e-wallet* (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap Y (Tingkat Pendapatan Usaha). Kesimpulan  $H_2$  yang menyatakan bahwa penggunaan *e-wallet* berpengaruh positif signifikan terhadap Y (Tingkat Pendapatan Usaha) pada UMKM fashion Batik Kota Surakarta terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian ini didukung oleh Rahardjo *et al.*, (2022), Titasari *et al.*, (2024) dan Nurhanifah *et al.*, (2024) yang mengatakan penggunaan *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan usaha. Penggunaan *e-wallet* mencerminkan kemampuan individu atau UMKM dalam memanfaatkan teknologi keuangan digital untuk melakukan transaksi dengan lebih cepat, efisien, efektif, dan aman. Penggunaan *e-wallet* memungkinkan pengguna untuk menyimpan uang dalam bentuk digital serta melakukan berbagai transaksi keuangan tanpa perlu menggunakan uang tunai secara fisik, sehingga meningkatkan kenyamanan dan efektivitas keuangan sehari-hari (Santoso, 2023:45).

Keberhasilan penggunaan *e-wallet* dalam meningkatkan pendapatan usaha dapat dikaitkan dengan kemudahan akses, fleksibilitas pembayaran, dan integrasi dengan berbagai platform digital, termasuk *e-commerce* dan media sosial. Selain itu, penggunaan *e-wallet* memudahkan pelaku UMKM dalam mencatat arus kas secara otomatis, sehingga membantu mereka dalam pengambilan keputusan keuangan yang lebih akurat. Dengan meningkatnya tren transaksi digital di kalangan konsumen, UMKM yang menyediakan opsi pembayaran digital lebih cenderung menarik pelanggan dibandingkan dengan yang hanya menerima pembayaran tunai. Oleh karena itu, optimalisasi penggunaan *e-wallet* melalui edukasi tentang fitur keamanannya, penerapan verifikasi PIN atau biometrik, serta pemanfaatan laporan keuangan digital

dapat semakin meningkatkan manfaatnya dalam mendukung pertumbuhan usaha UMKM fashion batik di Kota Surakarta.

### ***E-Commerce* memoderasi Literasi Keuangan terhadap Tingkat Pendapatan Usaha pada UMKM Fashion Batik Kota Surakarta.**

Hasil uji MRA dibuktikan dengan nilai *p-value* (signifikansi) sebesar  $0,792 > 0,05$ , yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya *e-commerce* ( $Z$ ) tidak memoderasi literasi keuangan ( $X_1$ ) terhadap  $Y$  (tingkat pendapatan usaha) pada UMKM fashion batik Kota Surakarta. Kesimpulan  $H_3$  yang menyatakan *e-commerce* memoderasi literasi keuangan terhadap Tingkat Pendapatan Usaha pada UMKM fashion Batik Kota Surakarta tidak terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian ini didukung Violeta dan Yuliusman (2021) bahwa *e-commerce* tidak memoderasi literasi keuangan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Meskipun literasi keuangan berperan penting dalam pengelolaan keuangan usaha namun masih rendahnya pemanfaatan *e-commerce* secara optimal di kalangan UMKM fashion batik. Banyak pelaku usaha hanya memiliki akun di *marketplace* tanpa strategi pemasaran digital yang jelas, seperti optimasi pencarian produk, penggunaan fitur promosi, atau integrasi dengan media sosial untuk meningkatkan visibilitas toko. Selain itu, keterbatasan literasi digital juga menjadi hambatan, di mana UMKM yang memiliki pemahaman keuangan yang baik belum tentu mampu memanfaatkan fitur *e-commerce* secara efektif. Faktor lain yang dapat berkontribusi adalah preferensi UMKM dalam berjualan, di mana banyak yang lebih mengandalkan transaksi offline atau media sosial seperti WhatsApp, TikTok, dan Instagram dibandingkan *marketplace e-commerce*.

Ketidakefektifan *e-commerce* sebagai moderator dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa peningkatan literasi keuangan saja tidak cukup untuk mendorong pendapatan melalui *e-commerce* tanpa adanya pemahaman digital yang lebih luas. Oleh karena itu, untuk mengoptimalkan peran *e-commerce*, diperlukan edukasi yang lebih menyeluruh terkait strategi pemasaran digital, optimalisasi fitur *marketplace*, serta peningkatan literasi digital bagi pelaku UMKM. Dukungan dari pemerintah dan platform *e-commerce* dalam bentuk pelatihan dan pendampingan juga menjadi faktor penting agar UMKM dapat memanfaatkan *e-commerce* secara lebih maksimal guna meningkatkan pendapatan usaha.

### ***E-commerce* memoderasi penggunaan *e-wallet* terhadap tingkat pendapatan pada UMKM fashion batik Kota Surakarta.**

Hasil uji MRA dibuktikan dengan nilai *p-value* (signifikansi) sebesar  $0,345 > 0,05$ , yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya *e-commerce* ( $Z$ ) tidak memoderasi penggunaan *e-wallet* ( $X_2$ ) terhadap  $Y$  (tingkat pendapatan usaha) pada UMKM fashion batik Kota Surakarta. Kesimpulan  $H_4$  yang menyatakan *e-commerce* memoderasi penggunaan *e-wallet* terhadap Tingkat Pendapatan Usaha pada UMKM fashion Batik Kota Surakarta tidak terbukti kebenarannya.

Hal ini mendukung penelitian dari Hernindya dan Jannah (2024), Wibisono *et al.*, (2024) bahwa *e-commerce* tidak memoderasi penggunaan *e-wallet* terhadap tingkat pendapatan UMKM. Pola transaksi UMKM yang masih lebih mengandalkan media sosial seperti WhatsApp, TikTok, dan Instagram dibandingkan *marketplace e-commerce*. Banyak pelaku usaha menggunakan *e-wallet* untuk transaksi langsung dengan pelanggan melalui media sosial tanpa melalui platform *e-commerce*, sehingga *e-commerce* tidak memainkan peran signifikan dalam memperkuat dampak *e-wallet* terhadap pendapatan. Selain itu, beberapa UMKM hanya menggunakan *marketplace* sebagai katalog produk tanpa memanfaatkan fitur-fitur pemasaran digital yang tersedia, seperti promosi berbayar, rekomendasi produk, atau program loyalitas pelanggan.

Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun *e-wallet* berkontribusi dalam mempercepat transaksi dan meningkatkan efisiensi keuangan, efektivitasnya dalam meningkatkan pendapatan tidak dipengaruhi oleh keberadaan *e-commerce*. Untuk mengoptimalkan peran *e-commerce*, UMKM perlu didorong untuk lebih aktif dalam menggunakan fitur-fitur *marketplace*, mengintegrasikan *e-wallet* dengan sistem pembayaran *e-commerce*, serta meningkatkan strategi pemasaran digital agar *e-commerce* dapat lebih efektif dalam mendukung pertumbuhan bisnis mereka.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan dan penggunaan *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM fashion batik di Surakarta, sementara *e-commerce* tidak memoderasi hubungan tersebut. UMKM perlu meningkatkan pemahaman manajemen risiko keuangan, keamanan transaksi digital,

serta pemanfaatan fitur pemasaran dalam *e-commerce* untuk meningkatkan daya saing dan pendapatan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel seperti media sosial atau *payment gateway* serta memperluas cakupan objek penelitian. Keterbatasan penelitian ini meliputi kesalahpahaman responden terhadap kuesioner, kesulitan pengumpulan data akibat aktivitas usaha, dan keterbatasan waktu dalam penelitian.

## DAFTAR REFERENSI

- Ariyati, I., Agustina, F. And Miliani T, G. (2021) ‘Sistematic Literature Review: Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Indonesia’, *Jurnal Ekonomika : Manajemen, Akuntansi, Dan Perbankan Syari’ah*, 10(1), Pp. 104–118. Available At: <https://doi.org/10.24903/Je.V10i1.1337>.
- Artha Aulia, F. And Wibowo Adi, K. (2023) ‘Pengaruh Literasi Keuangan, Perencanaan Keuangan, Dan Sikap Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan’, *Value Added : Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 19(1), Pp. 1–9.
- Asikin, D.D. And Nurshyfa, E. (2023) ‘Pengaruh Promosi Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan *E-Wallet* (Dana) Di Kota Cimahi, Jawa Barat’, *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 4(2), Pp. 101–113. Available At: <https://doi.org/10.35912/Simo.V4i2.1306>.
- Desiana, D., Bintari, V.I. And Nanda, U.L. (2024) ‘*E-Commerce, Financial Technology, Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Pendapatan UMKM Kota Tasikmalaya*’, *Owner*, 8(3), Pp. 2139–2149. Available At: <https://doi.org/10.33395/Owner.V8i3.2264>.
- Dian Rahmawati, I., Sumarno, S. And Komala Sari, D. (2024) ‘Digitalisasi Umkm Dan Peningkatan Literasi Keuangan Pada UMKM’, *Jukeshum: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), Pp. 33–41. Available At: <https://doi.org/10.51771/Jukeshum.V4i1.720>.
- Fatma, M. *Et Al.* (2024) ‘*The Effect Of Using E-Commerce And Digital Payment On UMKM Income (Case Study On UMKM In The Culinary Sector Of Buah Madani Sub-District, Pekanbaru City) Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dan Digital Payment Terhadap Pendapatan UMKM (Studi Kasus Pada Umkm Se*’, *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 5(2), Pp. 3518–3535. Available At: <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.
- Firmansyah, D. And Husna, R. (2021) ‘PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (Studi Kasus Usaha Keripik Di Kabupaten Bireuen)’, *VARIASI : Majalah Ilmiah Universitas Almuslim*, 13(3), Pp. 135–141. Available At: <https://doi.org/10.51179/Vrs.V13i3.857>.
- Gelar, O.J.K. And Gernas, H. (2024) ‘SIARAN PERS OJK DORONG UMKM MENJADI PILAR UTAMA PEREKONOMIAN NASIONAL OJK Gelar’.



- Gunawan Adi Pratio *Et Al.* (2023) ‘Kajian Digitalisasi IKM Dan UMKM Kota Surakarta’, *Jurnal Bengawan Solo : Pusat Kajian Penelitian Dan Pengembangan Daerah Kota Surakarta*, 2(1), Pp. 29–42. Available At: <https://doi.org/10.58684/Jbs.V2i1.24>.
- Hamida, Diana And Junaidi (2023) ‘Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Permodalan, Dan Minat Menggunakan *E-Commerce* Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Di Kota Kediri)’, *E\_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 12(02), Pp. 181–188. Available At: <http://jim.unisma.ac.id/index.php/jra>.
- Handrawan, M.A.R., Setyaningrum, I. And Ariani, M. (2021) ‘Perkembangan Dan Dampak Positif Dan Negatif *E-Commerce* Bagi Umkm Sektor Furnitur Dan Konsumen’, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 9(2), P. 2021. Available At: <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/5025>.
- Hasna Indarti Titasari (2024) ‘Pengaruh *E-Commerce* Dan *Digital Payment* Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Daerah Istimewa Yogyakarta’, *Sunan Kalijaga: Islamic Economics Journal*, 2(1), Pp. 25–51. Available At: <https://doi.org/10.14421/Skiej.2023.2.1.1750>.
- Madaniyah Nur Aisyah Putri And Hwihanus Hwihanus (2023) ‘Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan UMKM Di Kota Surabaya’, *MASMAN: Master Manajemen*, 2(1), Pp. 78–89. Available At: <https://doi.org/10.59603/Masman.V2i1.276>.
- Puspawangi Nurhanifah, N., Studi Manajemen, P. And Ekonomi Dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang, F. (2024) ‘Pengaruh *Digital Payment* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan UMKM Di Telukjambe Timur’, *Jurnal Sains Student Research*, 2(4), Pp. 3025–986. Available At: <https://doi.org/10.61722/Jssr.V2i4.2100>.
- Ramdhani, M.L., Anandya, A. And Others (2022) ‘Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penerapan *E-Commerce* Terhadap Kinerja UMKM’, *Jurnal Riset Akuntansi*, Pp. 115–122.
- Rusdi, R., Amiani, A. And Murjana, I.M. (2022) ‘Pengaruh Media Sosial, *E-commerce* Dan Website Terhadap Kinerja UMKM Pada UMKM Tenun Di Lombok Tengah’, *Jurnal Econetica: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis*, 4(2), Pp. 81–92. Available At: <https://doi.org/10.69503/Econetica.V4i2.312>.
- Sadrakh Zefanya Putra, Shasabila Titanie Harianto And Yabes Christian Matondang (2023) ‘Analisis Pengaruh *E-Commerce*: Studi Literatur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM’, *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(2), Pp. 119–131. Available At: <https://doi.org/10.55606/Juisik.V3i2.494>.
- Suhairi *Et Al.* (2024) ‘Strategi Promosi Online Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Eradigital’, *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), Pp. 5498–5501.
- Widodo Wibisono, Sri Heneng Prasastono And Mohammad Hidayatul Holili (2024) ‘Pengaruh Penggunaan *E-Commerce*, *Financial Technology* Dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Jawa Tengah’, *Journal Of Business, Finance, And Economics (JBFE)*, 5(1), Pp. 447–468. Available At: <https://doi.org/10.32585/Jbfe.V5i1.5699>.

Zidni Husnia Fachrunnisa, Nugraeni Putrie Windarti And Ratna Purnama Sari (2024)  
‘Pengaruh Literasi Keuangan, *Digital Payment* Dan Kemampuan Menyusun  
Laporan Keuangan Terhadap Kinerja Umkm’, *Jurnal Fairness*, 14(1), Pp. 1–13.  
Available At: <https://doi.org/10.33369/fairness.v14i1.333296>