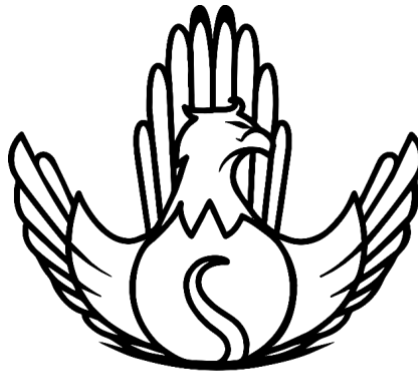


**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *FINANCIAL TECHNOLOGY*, DAN
MINAT PENGGUNAAN ULANG *SHOPEEFOOD* TERHADAP KINERJA
KEUANGAN UMKM KULINER DI SURAKARTA**



**STIE
Surakarta**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi

Oleh:

Aisah Istiqomah

NIM. 22210058

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2025**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tugas Akhir

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *FINANCIAL TECHNOLOGY*, DAN MINAT PENGGUNAAN ULANG *SHOPEEFOOD* TERHADAP KINERJA KEUANGAN UMKM KULINER DI SURAKARTA

Oleh:

Aisah Istiqomah

NIM. 22210058

Disetujui dan dipertahankan di hadapan

Dewan Penguji Tugas Akhir Program Studi S1 Akuntansi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 29 Desember 2025

Dosen Pembimbing



Era Trianita Saputra, S.E., M.Si., M.B.A.

NUPTK. 6555772673230230

PENGESAHAN PENGUJI

Tugas Akhir

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *FINANCIAL TECHNOLOGY*, DAN MINAT PENGGUNAAN ULANG *SHOPEEFOOD* TERHADAP KINERJA KEUANGAN UMKM KULINER DI SURAKARTA

Oleh:

Aisah Istiqomah

NIM. 22210058

Telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Tugas Akhir

Program Studi S1 Akuntansi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 28 Januari 2026

Dewan Penguji

Ari Susanti, S.Pt., M.M.

: 

Ketua

Era Trianita Saputra, S.E., M.Si., M.B.A.

: 

Anggota

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta

Kepala Program Studi S1 Akuntansi


Aditva Lilian, S.M.B., M.M.
NUPTK. 5438767668131040



Dika Puspitaningrum, S.Ak., M.Ak., CAP.
NUPTK. 2856776677230130

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aisah Istiqomah

NIM : 22210058

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul:
**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *FINANCIAL TECHNOLOGY*, DAN
MINAT PENGGUNAAN ULANG *SHOPEEFOOD* TERHADAP KINERJA
KEUANGAN UMKM KULINER DI SURAKARTA** adalah betul-betul karya
sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam Tugas Akhir ini diberi tanda citasi dan
ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya
tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan Tugas
Akhir dan gelar yang saya peroleh dari Tugas Akhir ini.

Sukoharjo, 28 Januari 2026

Yang memberi pernyataan,


Aisah Istiqomah

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Teknologi hanyalah alat, niat dan usaha yang menentukan hasil”

PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Proses penyusunan skripsi ini tidaklah mudah berbagai tantangan dan hambatan turut mewarnai perjalanan ini. Namun, berkat doa, dukungan, serta bantuan dari banyak pihak, penulis akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Dengan penuh rasa hormat dan penghargaan, penulis mempersembahkan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Paiman dan Ibu Siti Aminah, yang selalu menjadi sumber kekuatan terbesar dalam hidup penulis. Terima kasih atas segala doa, pengorbanan, bimbingan, kasih sayang, dan dukungan yang tiada henti selama 21 tahun. Setiap langkah penulis hingga sampai di tahap ini tidak lepas dari peran dan ketulusan beliau berdua.
2. Untuk diri penulis sendiri, Aisah Istiqomah, terima kasih telah berusaha sekuat tenaga dan tidak menyerah meski sering merasa lelah. Terima kasih telah bertahan, berproses, dan tetap melangkah hingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.
3. Seluruh keluarga, kerabat, serta teman dekat, yang selalu hadir memberi semangat, waktu, dan dorongan moril sepanjang proses penyusunan skripsi. Setiap perhatian dan dukungan menjadi penguat bagi penulis.
4. Kepada teman-teman yang senantiasa menjadi tempat berbagi dan pendukung setia dalam berbagai situasi. Terima kasih atas kesetiaan, motivasi, dan kebersamaan yang berarti.

5. Pihak-pihak lain yang terlibat dalam proses penelitian ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Segala bantuan, kerja sama, dan dukungan yang diberikan menjadi bagian penting dalam terselesaikannya penelitian ini. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil ‘aalamiin, puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, serta kemudahan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Berkat pertolongan-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, *Financial technology*, dan Minat Penggunaan Ulang *ShopeeFood* terhadap Kinerja Keuangan UMKM Kuliner di Surakarta.” Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Ibu Dika Puspitaningrum, S. Ak., M. Ak., selaku Kepala Program Studi S1 Akuntansi.
3. Ibu Era Trianita Saputra, S.E., M.Si., M.BA, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan arahan, masukan, serta bimbingan selama proses penyusunan skripsi.
4. Seluruh dosen dan staf karyawan STIE Surakarta yang telah membantu dan memberikan dukungan administratif maupun akademik selama penulis menempuh perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir.
5. Pegawai PLUT Surakarta, yang telah memberikan izin, informasi, serta arahan terkait data UMKM sehingga penulis dapat melaksanakan penelitian dengan baik.
6. Seluruh pelaku UMKM kuliner di Surakarta, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi responden melalui pengisian kuesioner dan memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini.
7. Kedua orang tua penulis, yang senantiasa memberikan doa, motivasi, serta dukungan moril dan materil selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi.

8. Sahabat dan rekan-rekan penulis, yang selalu memberikan semangat, bantuan, serta dukungan selama proses penyelesaian penelitian.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan, baik dalam hal kualitas maupun penyajian. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat menjadi referensi bagi pembaca, khususnya terkait kajian mengenai minat penggunaan *ShopeeFood* pada pelaku UMKM.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
A. Teori yang Relevan	15
1. <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	15
2. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	16
3. Literasi Keuangan.....	18
4. <i>Financial technology</i>	19
5. Minat Penggunaan Ulang <i>E-commerce</i>	24

6. Kinerja Keuangan UMKM.....	26
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Berpikir.....	33
D. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
B. Objek Penelitian	41
C. Tempat dan Waktu Penelitian	41
D. Sumber Data	42
E. Populasi dan Sampel	42
F. Teknik Pengumpulan Data	44
G. Definisi Operasional	44
H. Teknik Analisis Data	48
1. Uji Instrumen Penelitian.....	48
a. Uji Validitas	48
b. Uji Reliabilitas.....	49
2. Uji Asumsi Klasik	49
a. Uji Normalitas	49
b. Uji Multikolinearitas	50
c. Uji Heteroskedastisitas	50
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
4. Koefisien Determinasi (R ²).....	52
5. Pengujian Hipotesis	53

a. Uji F (Uji Simultan)	53
b. Uji T (Uji Parsial).....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. Deskripsi Penelitian.....	55
B. Deskripsi Karakteristik Responden	56
C. Hasil Analisis Data	64
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	66
E. Hasil Uji Analisa Regresi Linier Berganda	69
F. Uji Hipotesis.....	71
G. Pembahasan	75
BAB V PENUTUP.....	81
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran	82
Daftar Pustaka	84
LAMPIRAN.....	91
Literasi Keuangan (X1)	92

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert	44
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	45
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Alamat (Kecamatan)	57
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Usaha Kuliner	57
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	58
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	59
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Rata-rata Penghasilan Per Bulan	60
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Lama Bergabung dengan <i>ShopeeFood</i>	61
Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Frekuensi Pesanan Per Hari.....	62
Tabel 4. 8 Responden Berdasarkan Penggunaan Layanan Keuangan Digital	62
Tabel 4. 9 Responden Berdasarkan Pelatihan Pengelolaan Keuangan Usaha	63
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov–Smirnov	67
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser	69
Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisa Regresi Linier Berganda.....	70
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	72
Tabel 4. 17 Hasil Uji F	75
Tabel 4. 18 Hasil Uji T	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kontribusi UMKM dan Non-UMKM Terhadap PDB Nasional Tahun 2025.....	1
Gambar 1. 2 Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Jawa Tengah.....	4
Gambar 1. 5 Minat Penggunaan E-Commerce UMKM di Surakarta Tahun 2023	5

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Tabulasi Data
- Lampiran 3 Uji Validitas
- Lampiran 4 Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 10 Dokumentasi

Pengaruh Literasi Keuangan *Financial Technology* dan Minat Penggunaan Ulang *ShopeeFood* terhadap Kinerja Keuangan UMKM Kuliner di Surakarta

Aisah Istiqomah

22210058

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh literasi keuangan, *financial technology*, dan minat penggunaan ulang *ShopeeFood* terhadap kinerja keuangan UMKM kuliner di Surakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian meliputi pelaku UMKM kuliner di Surakarta yang menggunakan layanan *ShopeeFood* dalam operasional usahanya dan memiliki ketertarikan untuk terus memanfaatkan layanan tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, sehingga diperoleh 100 responden. Analisis data dilakukan melalui uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, (2) *Financial technology* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, dan (3) Minat penggunaan ulang *ShopeeFood* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM.

Kata kunci: Literasi Keuangan, *Financial technology*, Minat Penggunaan Ulang *ShopeeFood*

The Influence of Financial Literacy, *Financial Technology*, and the Intention to Reuse *ShopeeFood* on the Financial Performance of Culinary MSMEs in Surakarta

Aisah Istiqomah

22210058

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of financial literacy, financial technology, and reuse intention of ShopeeFood on the financial performance of culinary MSMEs in Surakarta. This research adopts a quantitative approach. The population consists of culinary MSME actors in Surakarta who use ShopeeFood in their business operations and have the intention to continue utilizing the service. The sampling technique employed is purposive sampling, resulting in a total of 100 respondents. The data analysis methods include the classical assumption test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The results indicate that: (1) Financial literacy has a significant effect on financial performance, (2) Financial technology has a significant effect on financial performance, and (3) Reuse intention of ShopeeFood significantly affects the financial performance of MSMEs.

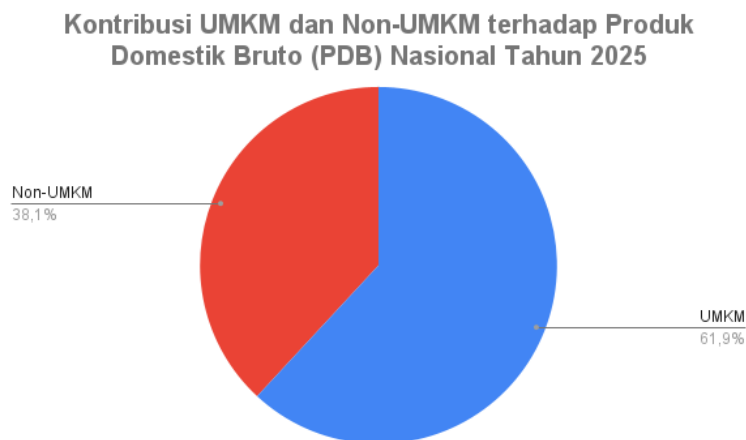
Keywords: Financial Literacy, Financial technology, ShopeeFood Reuse Intention.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor perekonomian, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia dengan kontribusi sebesar 61,9% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional pada tahun 2025, sementara sektor non-UMKM menyumbang 38,1% (OJK, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional serta berperan penting dalam penciptaan lapangan kerja dan pemerataan ekonomi.



Gambar 1. 1 Kontribusi UMKM dan Non-UMKM Terhadap PDB Nasional Tahun 2025

Sumber: (OJK Instituse,2025)

Gambar tersebut menunjukkan bahwa sektor UMKM memberikan kontribusi terbesar terhadap PDB nasional, yaitu sebesar 61,9%. Kondisi ini menegaskan bahwa UMKM memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, memperluas lapangan kerja, serta memperkuat fondasi ekonomi domestik yang inklusif dan berkelanjutan.

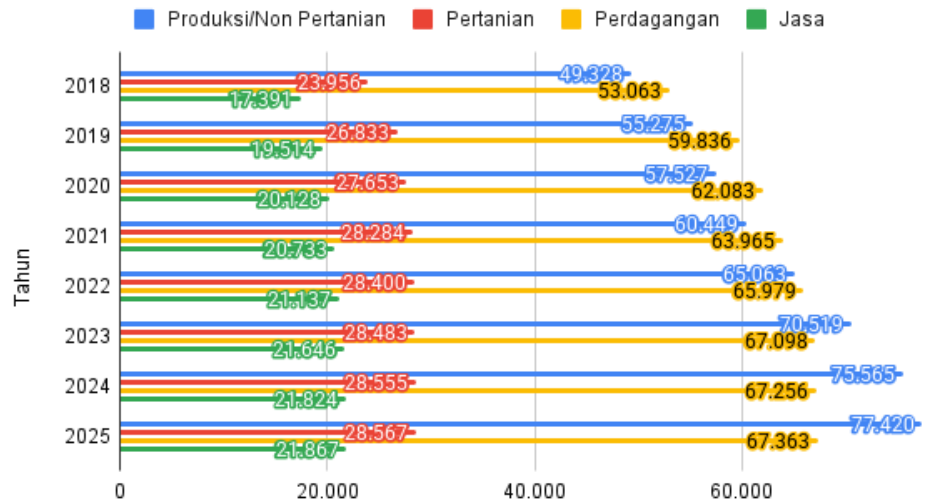
Berdasarkan publikasi yang dirilis oleh Kadin Indonesia (2024) jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia mencapai sekitar 59,52 juta unit usaha. Dari jumlah tersebut, sebesar 50,7 persen atau 30,17 juta unit merupakan UMKM non-pertanian dan perikanan. Struktur UMKM masih didominasi oleh usaha mikro yang mencapai 99% dari total UMKM non-pertanian, yang menunjukkan keterbatasan modal, kapasitas produksi, serta pemanfaatan teknologi digital. Kondisi ini menegaskan pentingnya penguatan literasi keuangan dan pemanfaatan teknologi keuangan untuk meningkatkan daya saing UMKM.

Sektor kuliner merupakan salah satu sektor UMKM yang memiliki potensi pertumbuhan tinggi karena berkaitan dengan kebutuhan primer masyarakat. Data Badan Pusat Statistik (2025) pada tahun 2023, tercatat sebanyak 4,85 juta usaha di sektor penyediaan makanan dan minuman, yang menunjukkan peningkatan sebesar 21,13% dibandingkan dengan jumlah usaha yang mencapai 4,01 juta pada tahun 2016. Dari total usaha tersebut, 24,75% merupakan kategori restoran dan rumah makan, sementara 14,55% terdiri dari usaha penyediaan makanan dan minuman keliling. Selain itu, 3,48% dari total usaha adalah jasa boga.

Namun, di tengah peran strategisnya terhadap ketahanan dan pemerataan ekonomi, UMKM juga dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompetitif di era digital. Transformasi digital menjadi salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan laporan Otoritas Jasa Keuangan (2022) tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia mencapai 49,68%, sedangkan inklusi keuangan berada pada angka 85,10%. Peningkatan ini didorong oleh pesatnya perkembangan *financial technology (FinTech)* dan adopsi layanan digital, termasuk di sektor UMKM yang semakin mengandalkan teknologi dalam pengelolaan keuangan, pemasaran, dan distribusi produk. Digitalisasi tersebut menciptakan peluang bagi UMKM kuliner untuk memperluas jangkauan pasar melalui platform daring, salah satunya *ShopeeFood*. *ShopeeFood* merupakan salah satu bentuk *e-commerce* berbasis layanan pesan-antar makanan yang menghubungkan pelaku UMKM kuliner dengan konsumen melalui sistem digital.

Provinsi Jawa Tengah merupakan salah satu wilayah dengan kontribusi besar terhadap pertumbuhan UMKM nasional. Berdasarkan Dinas Koperasi dan UMKM (2024), jumlah UMKM binaan di provinsi ini terus mengalami peningkatan seiring dengan berbagai program pendampingan, pelatihan, dan fasilitasi akses permodalan. Kondisi ini mencerminkan komitmen Jawa Tengah dalam memperkuat sektor ekonomi produktif. Di antara berbagai sektor tersebut, bidang kuliner menunjukkan potensi pertumbuhan yang signifikan, terutama dengan adanya peluang pengembangan melalui digitalisasi dan platform daring.

Data UMKM binaan se- Jawa Tengah (Jenis Usaha) TW II 2025

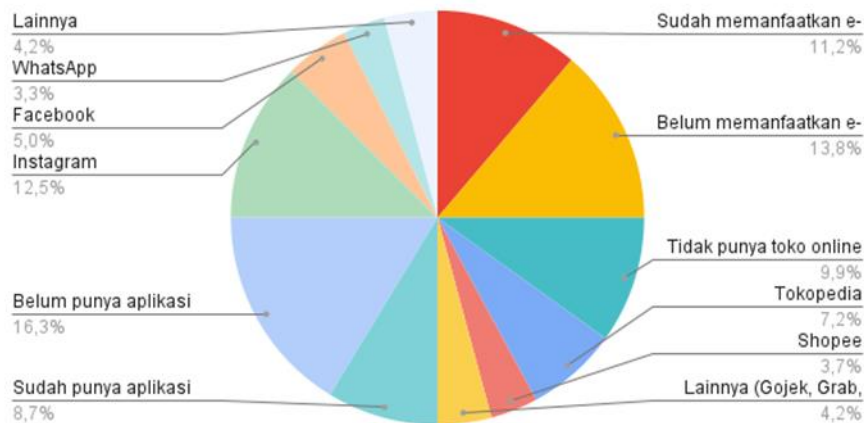


Gambar 1. 2 Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Jawa Tengah
Sumber: (Dinas Koperasi dan UMKM, 2024)

Dari grafik tersebut dapat disimpulkan bahwa sektor perdagangan di Jawa Tengah menunjukkan tren pertumbuhan yang signifikan antara tahun 2018 hingga 2024, dengan jumlah UMKM meningkat dari 53.063 menjadi 67.256. Pertumbuhan ini mencerminkan dinamika positif dalam perekonomian lokal dan menciptakan peluang bagi berbagai jenis usaha, termasuk sektor kuliner.

Perkembangan *financial technology* (*FinTech*) dan *e-commerce* memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas pasar. Pemanfaatan sistem pembayaran digital seperti *QRIS* telah mulai diadopsi oleh pelaku UMKM, namun penggunaannya masih terbatas pada fungsi transaksi dan belum dimanfaatkan secara optimal dalam pengelolaan keuangan usaha. Selain itu, tingkat adopsi *e-commerce* oleh UMKM masih relatif rendah.

MINAT PENGGUNAAN E-COMMERCE UMKM DI SURAKARTA



Gambar 1. 3 Minat Penggunaan *E-Commerce* UMKM di Surakarta Tahun 2023
 Sumber: Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Kota Surakarta, (2023)

Berdasarkan data tersebut, terlihat bahwa hanya 11,2% UMKM di Kota Surakarta yang telah memanfaatkan *e-commerce*. Sebagian besar UMKM belum memiliki toko online atau menggunakan aplikasi *marketplace*. Meskipun media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *WhatsApp* mulai digunakan, pemanfaatannya masih belum optimal. Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM masih berada pada tahap awal.

Salah satu bentuk implementasi digitalisasi pada sektor UMKM kuliner adalah pemanfaatan platform *e-commerce* berbasis layanan pesan-antar makanan. Platform seperti *ShopeeFood* berperan sebagai perantara antara pelaku UMKM kuliner dan konsumen, khususnya di wilayah perkotaan. *ShopeeFood* tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemasaran dan distribusi produk, tetapi juga terintegrasi dengan sistem

pembayaran digital yang memudahkan transaksi non-tunai. Integrasi tersebut berpotensi memengaruhi pengelolaan keuangan usaha, arus kas, serta kinerja keuangan UMKM. Oleh karena itu, minat penggunaan ulang ShopeeFood menjadi faktor penting dalam mendukung keberlanjutan dan peningkatan kinerja keuangan UMKM kuliner di era ekonomi digital

Kota Surakarta merupakan salah satu wilayah dengan pertumbuhan ekonomi yang stabil dan ekosistem UMKM yang berkembang pesat. Pada tahun 2024, pertumbuhan ekonomi Kota Surakarta mencapai 5,61%, dengan sektor informasi dan komunikasi sebagai sektor dengan pertumbuhan tertinggi (Badan Pusat Statistik Kota Surakarta, 2025). Jumlah UMKM yang terdaftar mencapai 15.514 unit usaha, dengan sektor kuliner sebagai sektor dominan sebesar 45,03% (Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perindustrian Kota Surakarta, 2025). Kondisi ini menjadikan Surakarta relevan sebagai lokasi penelitian.

Selain data sekunder, peneliti juga melakukan survei lapangan pada pelaku UMKM sektor perdagangan di Kota Surakarta untuk memperoleh gambaran empiris terkait variabel penelitian. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih memiliki pemahaman dasar mengenai literasi keuangan dan berorientasi pada laba harian. Pengelolaan keuangan usaha belum didukung oleh pencatatan yang sistematis, perencanaan anggaran, maupun analisis arus kas secara berkala.

Dari sisi pemanfaatan financial technology, sebagian besar responden telah menggunakan *QRIS* sebagai alat pembayaran non-tunai. Namun, pemanfaatannya

masih terbatas pada fungsi transaksi dan belum dimaksimalkan untuk mendukung pengelolaan keuangan usaha. Dalam konteks *e-commerce* berbasis layanan pesan-antar makanan, penggunaan platform seperti *ShopeeFood* masih lebih relevan pada sektor kuliner dibandingkan sektor perdagangan tradisional, sehingga memiliki potensi besar untuk mendukung pengembangan UMKM kuliner.

Kajian mengenai keterkaitan antara literasi keuangan, teknologi finansial (*financial technology*), dan kinerja keuangan UMKM telah banyak dilakukan, termasuk oleh Novitasari (2023) yang meneliti UMKM halal di Kabupaten Karanganyar. Penelitian tersebut membuktikan adanya pengaruh signifikan dari literasi keuangan, *FinTech*, dan inklusi keuangan terhadap kinerja UMKM. Namun, studi tersebut masih memiliki sejumlah keterbatasan yang membuka peluang eksplorasi lebih lanjut. Hasil tersebut belum mencerminkan realitas UMKM di daerah urban seperti Kota Surakarta yang memiliki perkembangan ekonomi digital yang lebih pesat, khususnya dalam sektor kuliner.

Peningkatan literasi keuangan terbukti memberikan dampak positif terhadap pengelolaan keuangan UMKM. Salah satunya adalah penelitian dari Mustika *et al.* (2020) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan UMKM. Didukung oleh penelitian dari Miftahurrohmah *et al.* (2022) dengan hasil bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM. Hal ini disebabkan karena pengetahuan keuangan yang baik dari pelaku UMKM akan menunjang kemampuan mereka dalam mengatur keuangan usahanya sehingga keuangan pelaku UMKM bisa dikendalikan.

Financial technology juga dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba pada UMKM di Kota Pangkalpinang oleh Christine *et al.* (2023). Senada dengan itu *financial technology* juga dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan oleh Andi Iswan *et al.* (2025) karena mampu mempercepat arus kas, mempermudah akses ke modal, dan mengurangi biaya operasional. Penelitian dari Mawarni *et al.* (2023) menyatakan bahwa *e-commerce* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM.

Minat penggunaan ulang *e-commerce* terbukti berkontribusi dalam meningkatkan efisiensi dan pencapaian kinerja UMKM, khususnya dalam sektor digital. Studi oleh Wijaya (2024) menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi secara konsisten, didukung dengan tingkat kepuasan pelanggan dan kemudahan transaksi, berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Selain itu Afridhianika *et al.*, (2024) menemukan bahwa *e-trust* dan *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan ulang *ShopeeFood*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen dan semakin baik citra merek yang dimiliki *ShopeeFood*, maka semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian ulang melalui platform tersebut. Temuan ini mendukung pentingnya faktor kepercayaan dan citra merek dalam membangun loyalitas serta keberlanjutan penggunaan layanan pesan-antar makanan berbasis *e-commerce*.

Tidak semua studi menemukan pengaruh positif, Fitria (2024) menyatakan bahwa pengujian secara keseluruhan disimpulkan bahwa literasi keuangan tidak

berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Palembang. Senada dengan Dwiana & Gunarto (2024) Literasi keuangan yang rendah terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM.

Penelitian oleh Mawarni *et al.* (2023) menyatakan bahwa *financial technology* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Meskipun *FinTech* seperti platform *P2P lending* memberikan alternatif pembiayaan bagi UMKM, studi D'surya *et al.* (2025) menunjukkan bahwa ketidakstabilan operasional dan lemahnya pemahaman pengguna terhadap risiko digital dapat menimbulkan dampak negatif terhadap kinerja keuangan usaha. Rendahnya kesiapan adaptasi serta kurangnya regulasi turut memperburuk potensi kegagalan pemanfaatan *FinTech*.

Penelitian dari Banowaty, (2021) menyatakan adopsi platform online tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Sejumlah penelitian mengindikasikan intensitas penggunaan tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan kinerja finansial UMKM. Swandani & Diatmika, (2022) mengungkapkan bahwa adanya risiko digital dapat mengurangi minat pelaku usaha dalam memanfaatkan *e-commerce*. Di sisi lain, Rahmawati *et al.* (2024) menemukan bahwa implementasi *e-commerce* belum berjalan secara optimal, dan jika tidak didukung oleh kesiapan teknologi, justru dapat berakibat pada penurunan omzet usaha.

Tidak hanya itu penelitian dari D. M. Putri & Susanti, (2023) dengan sampel 113 responden di Kota Surakarta, ditemukan bahwa *price consciousness* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan ulang *ShopeeFood*. Namun, variabel *E-Service Quality* dan *Online Customer Rating* tidak menunjukkan pengaruh signifikan

terhadap *repurchase intention*. Temuan ini memberikan indikasi bahwa faktor-biaya/persepsi harga mungkin lebih dominan dibanding faktor kualitas layanan atau rating pelanggan dalam membentuk niat pembelian ulang pada konteks *ShopeeFood* di Solo.

Berdasarkan paparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat kesenjangan penelitian terkait pengaruh literasi keuangan, pemanfaatan *financial technology*, dan minat penggunaan *ShopeeFood* terhadap kinerja keuangan UMKM. Beberapa studi menunjukkan hasil yang saling bertolak belakang, baik dari sisi pengaruh positif, negatif, maupun tidak signifikan. Kondisi ini menunjukkan bahwa hubungan antara ketiga variabel tersebut masih perlu diteliti lebih lanjut, terutama dalam konteks UMKM yang sedang beradaptasi dengan transformasi digital.

Ketiga variabel tersebut diduga menjadi faktor penting yang memengaruhi belum optimalnya kinerja keuangan UMKM, terutama pada sektor kuliner yang semakin terdorong untuk go digital. Oleh karena itu, penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji secara lebih mendalam pengaruh literasi keuangan, *financial technology*, dan minat penggunaan *ShopeeFood* terhadap kinerja keuangan UMKM kuliner di Kota Surakarta, yang memiliki tingkat adopsi digital dan dinamika pasar yang lebih maju dibandingkan daerah pedesaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis menetapkan judul penelitian: “Pengaruh Literasi Keuangan, *Financial technology*, dan Minat Penggunaan Ulang *ShopeeFood* terhadap Kinerja Keuangan UMKM Kuliner di Surakarta.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, penulis dapat memutuskan beberapa rumusan masalah antara lain:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM kuliner di Kota Surakarta?
2. Apakah penggunaan *financial technology (FinTech)* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Surakarta?
3. Apakah minat penggunaan *e-commerce ShopeeFood* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Surakarta?
4. Apakah literasi keuangan, *FinTech*, dan minat penggunaan *e-commerce ShopeeFood* secara simultan berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM kuliner di Kota Surakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh penggunaan *financial technology (FinTech)* terhadap kinerja keuangan UMKM kuliner di Kota Surakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh minat penggunaan *e-commerce Shopee Food* terhadap kinerja keuangan UMKM kuliner di Kota Surakarta.

4. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, *FinTech*, dan minat penggunaan *e-commerce ShopeeFood* secara simultan terhadap kinerja keuangan UMKM kuliner di Kota Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak yang terlibat didalamnya. Antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen keuangan, khususnya terkait dengan dampak literasi keuangan, teknologi keuangan (*FinTech*), dan platform *ShopeeFood* terhadap kinerja keuangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hasil dari penelitian ini juga dapat dijadikan acuan bagi studi-studi selanjutnya yang ingin meneliti isu serupa, terutama di daerah perkotaan yang sedang berkembang seperti Surakarta. Dengan demikian, penelitian ini berpotensi untuk memperkaya pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi kinerja keuangan UMKM dan memberikan rekomendasi yang lebih tepat untuk meningkatkan literasi keuangan serta pemanfaatan teknologi di konteks lokal.

2. Manfaat Praktisi

Manfaat Praktis dari penelitian ini diharapkan mampu dimanfaatkan oleh:

a. Bagi UMKM kuliner di Kota Surakarta:

Memberikan pemahaman tentang pentingnya literasi keuangan, pemanfaatan *financial technology*, serta pemanfaatan *e-commerce* seperti *ShopeeFood* dalam meningkatkan kinerja keuangan.

b. Bagi platform *E-Commerce* (*ShopeeFood*):

Memberikan masukan terkait faktor yang memengaruhi minat penggunaan ulang layanan mereka, sehingga dapat digunakan dalam pengembangan strategi promosi maupun layanan yang lebih ramah terhadap kebutuhan UMKM. Pelaku UMKM.

c. Bagi pemerintah/instansi terkait:

Memberikan gambaran empiris mengenai peran teknologi digital dalam mendukung kinerja UMKM kuliner, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam merancang kebijakan pemberdayaan UMKM berbasis digital.

3. Manfaat bagi Peneliti

a. Memberikan pengalaman empiris dalam melakukan penelitian kuantitatif dengan objek UMKM kuliner.

b. Memperdalam pemahaman peneliti mengenai penerapan literasi keuangan, penggunaan *financial technology*, serta strategi

pekerjaan pemanfaatan *e-commerce* *ShopeeFood* dalam konteks peningkatan kinerja keuangan UMKM.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori yang Relevan

1. Theory of Planned Behavior (TPB)

Penelitian ini mengadopsi *Theory of Planned Behavior (TPB)* sebagai kerangka teoritis utama, didukung oleh *Technology Acceptance Model (TAM)*, untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan finansial teknologi terhadap minat penggunaan *e-commerce ShopeeFood*, yang pada gilirannya memengaruhi kinerja keuangan.

TPB, yang dikembangkan oleh Ajzen (1985) sebagai perluasan dari *Theory of Reasoned Action* (Fishbein & Ajzen, 1975) menjelaskan bahwa niat perilaku merupakan prediktor utama perilaku aktual. Ajzen, (1991) mengidentifikasi tiga determinan niat:

- a. Sikap terhadap perilaku: Evaluasi individu terhadap perilaku (misalnya, penggunaan *ShopeeFood*).
- b. Norma subjektif: Persepsi tekanan sosial dari individu rujukan untuk melakukan perilaku.
- c. Kontrol perilaku yang dirasakan: Keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk melakukan perilaku, termasuk ketersediaan sumber daya dan peluang. Ketiga komponen ini secara kolektif membentuk niat

individu, yang dalam konteks ini adalah minat penggunaan ulang *ShopeeFood*.

Penelitian oleh Laili *et al.*,(2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan, pendapatan, dan penggunaan *FinTech payment* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa, mendukung bahwa variabel-variabel tersebut secara rasional mempengaruhi proses pembentukan niat hingga munculnya perilaku aktual dalam pengelolaan keuangan. Selain itu, jika menurut Sodik *et al.*,(2022) tentang fitur pembelian *mobile banking* melalui kerangka *TAM* dan *TPB*, menunjukkan bahwa *TPB* dapat diaplikasikan dalam konteks layanan keuangan digital. Penelitian tersebut membuktikan bahwa keyakinan perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku berperan penting dalam membentuk niat serta perilaku pengguna terhadap penggunaan teknologi keuangan. Dengan demikian, temuan ini memperkuat relevansi penggunaan teori *TPB* sebagai dasar konseptual dalam penelitian yang berkaitan dengan penerimaan dan penggunaan aplikasi finansial berbasis digital, termasuk *FinTech* dan layanan pesan-antar makanan seperti *ShopeeFood*.

2. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan suatu model teoritis yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana persepsi individu terhadap suatu teknologi dapat memengaruhi sikap, niat, serta perilaku aktual dalam penggunaannya. Model ini berlandaskan pada dua konstruk utama, yaitu *Perceived*

Ease of Use (PEOU) dan *Perceived Usefulness (PU)*. *Perceived Ease of Use* menggambarkan sejauh mana individu merasa bahwa teknologi tersebut mudah untuk dioperasikan, sedangkan *Perceived Usefulness* menunjukkan tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi tersebut dapat meningkatkan efektivitas maupun kinerjanya. Kedua konstruk tersebut secara simultan berperan dalam membentuk sikap positif dan mendorong niat individu untuk menggunakan teknologi.

Dalam konteks layanan keuangan digital, *TAM* banyak digunakan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat dan penerimaan pengguna terhadap layanan *financial technology (FinTech)* maupun aplikasi pembayaran digital. Penelitian oleh Bawala & Tanaamah, (2024) menemukan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan layanan *FinTech* di Indonesia. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Budiyanto *et al.*, (2025) menunjukkan bahwa model *TAM*, jika dikombinasikan dengan faktor kepercayaan (*trust*), mampu menjelaskan adopsi layanan keuangan digital secara lebih komprehensif, khususnya dalam konteks kesejahteraan konsumen (*consumer well-being*). Berdasarkan hasil-hasil penelitian tersebut, penggunaan teori *TAM* dalam penelitian ini dianggap relevan untuk menjelaskan bagaimana persepsi terhadap kemudahan dan manfaat layanan *ShopeeFood* dapat memengaruhi niat serta perilaku aktual pengguna dalam memanfaatkan layanan tersebut.

3. Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan secara bijaksana berdasarkan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang dimilikinya. Menurut Otoritas Jasa Keuangan(OJK,2024) literasi keuangan mencakup pemahaman mengenai karakteristik sektor jasa keuangan, produk dan layanan keuangan beserta manfaat dan risikonya, serta kemampuan dalam mengelola pendapatan dan pengeluaran untuk mencapai kesejahteraan finansial. Individu yang memiliki literasi keuangan yang baik mampu merencanakan keuangan dengan efektif, memilih produk keuangan sesuai kebutuhan, dan menghindari risiko finansial yang merugikan. Dalam konteks usaha, literasi keuangan menjadi bekal penting bagi pelaku UMKM untuk mengelola modal, mengatur arus kas, dan memanfaatkan instrumen keuangan secara optimal. Oleh karena itu, literasi keuangan tidak hanya berdampak pada kesejahteraan individu, tetapi juga pada keberlanjutan dan kinerja keuangan usaha.

Literasi keuangan memiliki peran penting dalam keberhasilan UMKM, karena kemampuan mengelola keuangan secara efektif berdampak langsung pada profitabilitas dan keberlanjutan usaha. Namun, kenyataannya, banyak pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam memahami dan mengaplikasikan konsep keuangan secara tepat. Tingkat literasi yang rendah dapat menyebabkan kesalahan dalam pencatatan, perencanaan, dan pengambilan keputusan finansial, sehingga perlu diidentifikasi faktor-faktor yang menjadi penyebabnya. Menurut

Chaidir *et al.*, (2025) beberapa faktor utama yang memengaruhi rendahnya literasi keuangan pada UMKM antara lain pendidikan formal, akses informasi, budaya local dan keterbatasan teknologi.

Literasi keuangan tidak hanya mencakup pemahaman terhadap konsep keuangan dasar, tetapi juga kemampuan dalam merencanakan dan mengelola keuangan secara sistematis, termasuk penggunaan instrumen keuangan seperti tabungan, investasi, dan asuransi. Literasi keuangan yang baik akan mendorong individu, khususnya pelaku UMKM, untuk mengelola pendapatan dan pengeluaran dengan lebih efisien, sehingga dapat meningkatkan keberlanjutan usaha. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa pelaku UMKM yang memiliki tingkat literasi keuangan tinggi mampu memanfaatkan sumber daya keuangan secara optimal serta lebih siap menghadapi risiko keuangan yang mungkin terjadi. Dengan demikian, literasi keuangan berperan penting dalam membentuk perilaku ekonomi yang rasional, mendukung pencapaian tujuan usaha, dan memperkuat kinerja keuangan UMKM di era digital (Azis & Effendy, 2024).

4. *Financial technology*

Financial technology adalah inovasi dalam layanan keuangan yang semakin populer di era digital, dengan digitalisasi pembayaran sebagai salah satu sektor yang paling berkembang di Indonesia. Sektor ini diharapkan dapat meningkatkan akses masyarakat terhadap layanan keuangan terutama bagi mereka yang tidak memiliki akses ke perbankan tradisional. Dengan *FinTech*, masyarakat

dapat melakukan transaksi lebih mudah dan mengelola keuangan pribadi, serta memberikan peluang bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk berkembang dalam perekonomian digital (Feriyanto *et al.*, 2024).

Tingkat pemanfaatan *Financial technology (FinTech)* oleh pelaku UMKM mencerminkan sejauh mana teknologi keuangan digital digunakan untuk mendukung kegiatan operasional usaha. Menurut Nurul *et al.*, (2021), penggunaan *FinTech* oleh UMKM dipengaruhi oleh sejumlah aspek yang berkaitan dengan persepsi pengguna terhadap layanan digital, seperti kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan, kecepatan proses layanan, serta keamanan sistem yang disediakan oleh penyedia platform. Selain itu, ketersediaan layanan yang dapat diakses sepanjang waktu dan kemudahan memperoleh pembiayaan melalui sistem digital juga menjadi faktor yang mendorong peningkatan pemanfaatan *FinTech*.

Berikut ini jenis-jenis *financial technology* menurut Diah *et al.* (2023):

a. Pembayaran Digital (*Digital Payment*)

Sektor pembayaran digital merupakan salah satu jenis yang paling pesat pertumbuhannya, karena menawarkan kemudahan dalam bertransaksi secara elektronik tanpa memerlukan uang tunai maupun kartu fisik. Layanan ini mencakup aplikasi dompet digital dan platform pembayaran online yang telah menjadi bagian integral dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Pengguna dapat melakukan pembayaran secara instan untuk berbagai kebutuhan, seperti pembelian daring, transportasi, hingga tagihan rutin. Di

Indonesia, layanan ini diwujudkan melalui aplikasi seperti GoPay, OVO, DANA, dan LinkAja, sedangkan di tingkat global terdapat PayPal, Google Pay, dan Apple Pay yang juga mendominasi pasar pembayaran digital lintas negara.

b. Peer-to-Peer Lending (P2P Lending)

P2P lending merupakan sistem pembiayaan alternatif yang mempertemukan secara langsung antara pemberi dana dengan pihak yang membutuhkan pinjaman, tanpa melalui lembaga keuangan konvensional seperti perbankan. Model ini dinilai lebih fleksibel dan efisien terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) yang kerap mengalami kendala dalam mengakses pinjaman bank. Proses pengajuan dilakukan secara daring, dengan sistem penilaian kredit yang berbasis teknologi informasi. Beberapa platform yang telah banyak digunakan di Indonesia antara lain Modalku, Investree, dan Amarthia, yang secara khusus menargetkan pendanaan produktif bagi sektor mikro dan kecil.

c. Crowdfunding

Crowdfunding dalam konteks teknologi finansial merujuk pada mekanisme penggalangan dana kolektif dari masyarakat yang dilakukan melalui platform daring. Skema ini memungkinkan individu atau entitas bisnis memperoleh

pembiayaan dari banyak pihak dengan nominal kontribusi yang relatif kecil per orang. *Crowdfunding* terbagi dalam beberapa model, seperti berbasis donasi, imbal hasil (*reward*), atau kepemilikan saham (*equity*). Di Indonesia, kita bisa menjadi representasi utama platform *crowdfunding* berbasis sosial, yang mendukung berbagai inisiatif kemanusiaan dan keagamaan. Layanan ini terbukti efektif dalam menjangkau sektor informal yang belum tersentuh layanan keuangan formal.

d. *Robo-Advisors*

Robo-advisors merupakan aplikasi yang menggunakan teknologi algoritma dan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) untuk memberikan rekomendasi investasi secara otomatis, berdasarkan profil risiko dan tujuan keuangan pengguna. Layanan ini umumnya tidak memerlukan interaksi langsung dengan penasihat keuangan konvensional, sehingga dinilai lebih efisien dan terjangkau terutama bagi investor pemula. Dalam praktiknya, pengguna cukup mengisi data terkait kondisi finansial dan preferensi investasi, lalu sistem akan mengelola alokasi aset secara otomatis. Bibit dan Ajaib merupakan contoh aplikasi yang mengadopsi konsep ini di Indonesia.

e. *Asuransi Digital (Insurtech)*

Insurtech atau teknologi asuransi digital merupakan inovasi dalam industri keuangan yang memungkinkan penyediaan layanan asuransi secara daring. Melalui platform ini, konsumen dapat mengakses informasi polis, melakukan pembelian produk asuransi, hingga mengajukan klaim secara digital tanpa harus bertemu langsung dengan agen asuransi. Model ini dianggap mampu menjangkau masyarakat yang sebelumnya kurang familiar dengan asuransi konvensional. Platform seperti Qoala dan PasarPolis meningkatkan akses masyarakat terhadap perlindungan asuransi yang efisien.

f. *Blockchain dan Cryptocurrency*

Teknologi *blockchain* dan aset kripto merupakan cabang dari yang berfokus pada transaksi digital terdesentralisasi dan aman melalui sistem enkripsi. Teknologi ini memungkinkan pengguna menyimpan, mentransfer, dan memperdagangkan aset digital tanpa campur tangan pihak ketiga. *Cryptocurrency* seperti *Bitcoin*, *Ethereum*, dan aset digital lainnya telah menjadi alternatif instrumen investasi maupun alat tukar di era digital.

g. *Perencanaan Keuangan (Personal Finance)*

dalam ranah *personal finance* menyediakan layanan pengelolaan keuangan pribadi secara digital, yang mencakup fitur pelacakan pengeluaran, perencanaan anggaran, serta manajemen

utang dan tabungan. Layanan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan disiplin finansial individu dengan menyajikan data secara real-time dan mudah dipahami. Aplikasi seperti *Mint* dan *You Need A Budget (YNAB)* memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menyusun rencana keuangan jangka pendek maupun panjang. Contohnya adalah *Mint* dan *YNAB*, yang mendukung kebiasaan finansial yang sehat melalui fitur digital.

5. Minat Penggunaan Ulang *E-commerce*

Pendapat Shofyana *et al.*, (2023) Minat untuk membeli atau menggunakan kembali *suatu* layanan merujuk pada keinginan individu untuk terus berpartisipasi dan memanfaatkan sistem yang telah digunakan sebelumnya. Niat ini muncul ketika pengguna merasakan kemudahan dalam menggunakan sistem tersebut. Selain itu, perilaku konsumen untuk melakukan pembelian atau penggunaan ulang terbentuk melalui tingkat kepuasan yang dirasakan. Semakin tinggi pemenuhan harapan konsumen, semakin besar pula tingkat kepuasan yang mereka alami, yang pada gilirannya mendorong minat penggunaan ulang.

Dalam menjelaskan minat penggunaan ulang terhadap *E-Commerce ShopeeFood*, beberapa teori perilaku digunakan untuk memahami faktor yang memengaruhi niat dan keputusan pengguna dalam memanfaatkan kembali platform digital. Salah satu teori utama ialah *Technology Acceptance Model (TAM)*

yang dikembangkan oleh Davis (1989), yang menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan teknologi membentuk sikap pengguna, yang selanjutnya memengaruhi niat serta perilaku aktual dalam penggunaan sistem. Selain itu, *Theory of Planned Behavior (TPB)* oleh Ajzen (1991) menjelaskan bahwa niat berperilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks *ShopeeFood*, minat pelaku UMKM untuk menggunakan kembali platform dipengaruhi oleh sikap positif terhadap layanan, dorongan sosial, serta kemampuan dan sumber daya yang dimiliki. Penelitian Kamal *et al.*, (2023) menegaskan bahwa *perceived behavioral control* berpengaruh signifikan terhadap perilaku aktual pengguna, sehingga semakin tinggi kemampuan individu dalam memanfaatkan teknologi, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk terus menggunakan layanan digital seperti *ShopeeFood*.

Konsep minat *penggunaan ulang* dalam *e-commerce* identik dengan istilah *repurchase intention*, yaitu kecenderungan konsumen untuk kembali menggunakan layanan daring yang sama. Al-Adwan *et al.*, (2022) menjelaskan bahwa niat tersebut terbentuk berdasarkan pengalaman dan persepsi positif pengguna terhadap layanan, seperti kemudahan penggunaan, kepuasan, kepercayaan terhadap sistem, dan kenyamanan dalam berinteraksi digital. Dalam penelitian ini, konsep tersebut diadaptasi menjadi minat penggunaan ulang *ShopeeFood*, yang merepresentasikan kecenderungan pelaku UMKM kuliner di

Kota Surakarta untuk terus memanfaatkan platform digital tersebut sebagai sarana transaksi dan promosi.

Sejalan dengan pandangan tersebut, Khairunnisa *et al.*,(2025) menegaskan bahwa kualitas layanan *elektronik* dan kepercayaan konsumen merupakan faktor penting dalam membentuk minat beli ulang pada *e-commerce*, sedangkan Afridhianika *et al.*,(2024) menambahkan bahwa promosi penjualan dan citra merek turut berpengaruh. Dengan demikian, minat penggunaan ulang *ShopeeFood* dapat dipahami sebagai kecenderungan perilaku yang muncul dari pengalaman positif, persepsi terhadap kualitas layanan, serta strategi pemasaran digital yang efektif dalam meningkatkan loyalitas dan keberlanjutan penggunaan platform oleh pelaku UMKM.

6. Kinerja Keuangan UMKM

Kinerja keuangan dapat diartikan sebagai capaian yang berhasil diraih oleh suatu entitas bisnis dalam periode tertentu melalui pendekatan pengukuran yang sistematis. Proses evaluasi terhadap kinerja ini memegang peranan penting karena menjadi dasar dalam menilai sejauh mana perusahaan mampu menjalankan aktivitas operasionalnya secara efektif dan efisien(Bidasari *et al.*, 2023)

Penilaian kinerja keuangan UMKM umumnya dilakukan melalui analisis laporan keuangan, yang berfungsi untuk mengevaluasi kondisi usaha baik berdasarkan hasil operasional masa lalu maupun rencana ke depan. Evaluasi

tersebut membantu menilai efektivitas pengelolaan keuangan, meninjau kinerja operasional, serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat. Selain itu, analisis keuangan juga berperan penting dalam mengidentifikasi kelemahan organisasi, meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya, dan memperjelas tanggung jawab antarbagian dalam pengelolaan usaha (Winbaktianur & Siregar, 2020).

Kinerja suatu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sangat bergantung pada kemampuan unit usaha tersebut dalam mencapai performa optimal. Secara umum, kinerja UMKM dapat dianalisis melalui beberapa aspek, antara lain nilai tambah yang dihasilkan dari kegiatan produksi atau jasa, jumlah unit usaha sebagai ukuran pertumbuhan sektor usaha, serta kontribusi terhadap nilai ekspor yang mencerminkan daya saing UMKM di pasar global (Ariyati, Agustina, & Miliyani T, 2021). Selain aspek-aspek tersebut, kinerja UMKM juga dapat ditinjau dari sisi keuangan, yang memberikan gambaran mengenai efektivitas pengelolaan sumber daya dan kemampuan usaha dalam mencapai keuntungan. Pendapat Novitasari, (2023) menyebutkan bahwa kinerja keuangan UMKM dapat dianalisis melalui beberapa aspek, yaitu:

a. Likuiditas

Likuiditas mengacu pada kemampuan suatu usaha untuk memenuhi kewajiban jangka pendek secara tepat waktu. Penilaian terhadap likuiditas dilakukan untuk mengukur seberapa mampu UMKM

memenuhi utang lancarnya baik sebelum maupun setelah menerima pembayaran dari kegiatan operasional.

b. Solvabilitas

Solvabilitas menggambarkan kapasitas UMKM dalam memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek maupun jangka panjang, terutama ketika menghadapi risiko likuidasi. Semakin tinggi tingkat solvabilitas, semakin baik kemampuan usaha dalam mengelola beban utang secara berkelanjutan.

c. Profitabilitas

Profitabilitas mencerminkan kemampuan usaha dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Indikator ini penting untuk menilai efisiensi pengelolaan keuangan serta keberhasilan UMKM dalam mengoptimalkan sumber daya untuk memperoleh keuntungan.

d. Stabilitas Usaha

Stabilitas usaha menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu menjaga konsistensi dalam memenuhi kewajiban pembayaran bunga, pokok utang, serta pembagian dividen. Aspek ini mengindikasikan ketahanan keuangan usaha dalam jangka panjang.

B. Penelitian Terdahulu

Penyusunan penelitian ini didasarkan pada sejumlah kajian terdahulu yang memiliki keterkaitan dan mendukung arah penelitian yang dilakukan, antara lain sebagai berikut.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1	Putri, Aulia, Dalianti & Handa (2022)	Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan <i>Digital Payment</i> terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar	a. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. b. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM sektor percetakan, perdagangan, dan kuliner di Kota Makassar. c. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 32 responden yang ditentukan dengan teknik purposive sampling. d. Pengujian hipotesis menggunakan analisis statistik	Literasi keuangan dan kemudahan <i>Digital Payment</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

No	Nama, Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
			deskriptif dan inferensial.	
2	Eka Yulia Putri & Erlyn Rosalina (2024)	Pengaruh <i>Customer Experience</i> dan Persepsi Kegunaan terhadap Minat Penggunaan Ulang Aplikasi <i>E-Commerce</i> Minimarket Alfagift	a. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. b. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Alfagift (followers Instagram @alfagift_idn). c. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. D. d. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 26.	<i>Customer Experience</i> dan persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan ulang aplikasi Alfagift.
3	Juni Yati Novitasari (2023)	Pengaruh Literasi Keuangan, <i>Financial technology</i> , dan Inklusi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM Halal	a. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. b. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 1.852 UMKM Halal di Kabupaten Karanganyar. c. Sampel dalam penelitian ini	Literasi keuangan, <i>financial technology</i> , dan inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM.

No	Nama, Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
		di Kabupaten Karanganyar	sebanyak 100 responden yang dipilih dengan purposive sampling. d. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda.	
4	Maria Widyastuti (2024)	Kinerja Keuangan dan Finansial Teknologi melalui Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan UMKM di Jawa Timur	a. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif. b. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di Jawa Timur (Malang, Gresik, Pasuruan, Sidoarjo, dan Surabaya). c. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 225 responden yang dipilih dengan purposive sampling. d. Pengujian hipotesis menggunakan analisis WarpPLS 6.0.	Literasi keuangan dan inklusi keuangan berpengaruh signifikan terhadap teknologi finansial, serta ketiganya berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM.

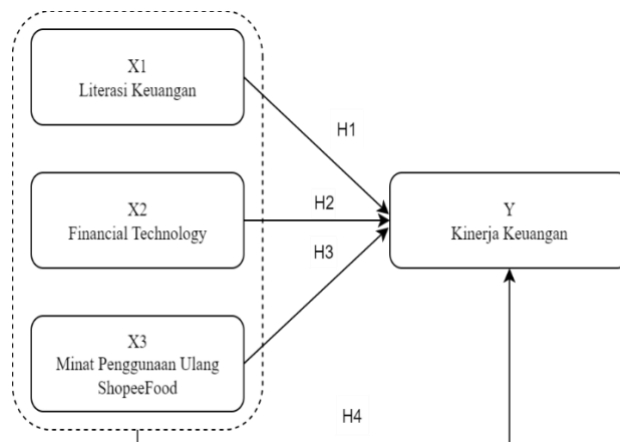
No	Nama, Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
5	Muhamad Aditya Yulianto & Maria Rio Rita (2023)	Mediasi Perilaku Pengelolaan Keuangan dalam Pengaruh <i>FinTech</i> dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja Usaha	a. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. b. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi “Ayo SRC” di Kota Salatiga. c. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. d. Pengujian hipotesis menggunakan Partial Least Square (PLS) dan Sobel Test.	<i>FinTech</i> dan literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha, serta perilaku pengelolaan keuangan memediasi hubungan tersebut.
6	Annisa Nugraheni Afridhianika, Mohamad Harisudin & Sugiharti Mulya Handayani (2024)	<i>The Role of E-Trust and Brand Image on Repurchase intention Shopee Food</i>	a. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. b. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna layanan <i>ShopeeFood</i> di kalangan mahasiswa Surakarta. c. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 105	<i>E-Service Quality, sales promotion, brand image, dan e-trust</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>repurchase intention</i> pada pengguna <i>ShopeeFood</i> .

No	Nama, Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
			responden mahasiswa. d. Pengujian hipotesis menggunakan SEM-PLS (Partial Least Squares).	

Sumber: Data disusun oleh peneliti, 2025

C. Kerangka Berpikir

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu serta kajian teoritis yang relevan, maka peneliti menyusun kerangka pemikiran berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

Sesuai dengan model kerangka berpikir diatas, maka variabel dalam penelitian ini terdiri dari:

Variabel bebas:

- 1) Literasi Keuangan (X1)
- 2) *Financial technology* (X2)
- 3) Minat Penggunaan Ulang *ShopeeFood* (X3)

Variabel terikat:

- 1) Kinerja Keuangan UMKM sebagai Variabel terikat (Y)

D. Hipotesis

Menurut Athaya (2025) hipotesis dapat diartikan sebagai suatu pernyataan sementara yang perlu diuji untuk menentukan kebenarannya, berkaitan dengan permasalahan yang bersifat dugaan.

1) Hipotesis Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan

Literasi keuangan mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam memahami dan menerapkan prinsip-prinsip dasar keuangan, termasuk dalam membuat keputusan yang tepat dalam pengelolaan dana usaha. Pemahaman yang memadai mengenai keuangan diyakini mampu meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional bisnis. Beberapa hasil studi sebelumnya Asisa *et al.*, (2022), Widyastuti (2024), Novitasari (2023) mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan yang baik dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja keuangan UMKM.

Literasi keuangan merupakan aspek penting dalam pengambilan keputusan bisnis, khususnya dalam pengelolaan dana dan perencanaan

keuangan. Berdasarkan pendekatan *Theory of Planned Behavior (TPB)*, pemahaman finansial yang baik meningkatkan persepsi pelaku usaha terhadap kemampuannya dalam mengelola keuangan usaha, yang dalam teori ini disebut sebagai *perceived behavioral control*. Kontrol ini secara langsung memengaruhi niat dan tindakan aktual dalam praktik manajerial.

Di sisi lain, menurut *Technology Acceptance Model (TAM)*, literasi keuangan dapat memengaruhi bagaimana pelaku UMKM menilai kemudahan dan manfaat penggunaan teknologi keuangan, termasuk dalam mengakses *e-commerce* dan aplikasi finansial. Dengan meningkatnya persepsi positif tersebut, pengguna cenderung menerima dan menerapkan sistem teknologi keuangan dalam operasional usaha, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja keuangan.

H1: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi keuangan terhadap kinerja keuangan.

2) Hipotesis Pengaruh *Financial technology* terhadap Kinerja Keuangan

Teknologi finansial merupakan inovasi berbasis digital yang mendukung aktivitas keuangan seperti transaksi, pencatatan, dan pembiayaan usaha. Implementasi teknologi ini diyakini mempermudah pelaku UMKM dalam mengakses layanan keuangan serta meningkatkan efisiensi operasional. Berdasarkan temuan Widyastuti (2024), Yulianto & Rita (2023), serta

Novitasari (2023) penggunaan *financial technology* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perbaikan kinerja finansial usaha kecil dan menengah.

Pemanfaatan teknologi finansial oleh UMKM merupakan bagian dari adopsi inovasi digital yang dapat dijelaskan melalui kerangka *TAM*. Model ini menyatakan bahwa keputusan seseorang dalam menggunakan teknologi sangat ditentukan oleh persepsi terhadap kegunaan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaannya. Dalam konteks ini, menyediakan solusi keuangan yang efisien dan mudah diakses, sehingga pelaku usaha yang merasakan manfaat tersebut lebih terdorong untuk menggunakannya dalam kegiatan operasional.

Secara bersamaan, *TPB* menekankan bahwa perilaku aktual dalam menggunakan dipengaruhi oleh niat yang didasari oleh sikap, tekanan sosial, dan kepercayaan diri terhadap kemampuan menggunakan teknologi tersebut. Dengan demikian, implementasi berpotensi besar dalam meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan dan berdampak positif pada performa keuangan UMKM.

H2: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan *financial technology* terhadap kinerja keuangan.

- 3) Hipotesis Pengaruh Minat Penggunaan Ulang *E-commerce ShopeeFood* terhadap Kinerja Keuangan

Minat untuk kembali menggunakan platform *e-commerce* merupakan indikator dari kepuasan dan kepercayaan pelaku usaha terhadap manfaat

sistem tersebut. Minat tersebut berpotensi mendorong kelangsungan penggunaan teknologi digital dalam kegiatan usaha. Penelitian oleh Putri *et al.*, (2024) menyatakan bahwa pengalaman pengguna yang positif dan persepsi kegunaan *e-commerce* berkontribusi terhadap keberlanjutan penggunaan aplikasi, yang pada akhirnya berdampak pada pencapaian performa keuangan.

Minat pelaku usaha untuk terus menggunakan layanan *e-commerce* dapat dilihat sebagai bentuk intention dalam perspektif *TPB*, yang diyakini menjadi faktor penentu perilaku aktual. Niat ini terbentuk melalui pengalaman positif sebelumnya, sikap terhadap penggunaan, serta persepsi terhadap kemudahan dan dukungan yang tersedia. Ketika minat penggunaan ulang tinggi, pelaku usaha lebih mungkin untuk terus memanfaatkan *e-commerce* dalam aktivitas bisnis, sehingga berkontribusi terhadap stabilitas dan pertumbuhan keuangan usaha.

Selain itu, *TAM* menjelaskan bahwa minat ini tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan dipengaruhi oleh persepsi akan manfaat dan kemudahan sistem. Jika pengguna merasa *e-commerce* memberikan nilai tambah dalam operasional bisnisnya, maka sikap positif terbentuk dan mendorong penggunaan berkelanjutan yang dapat memperbaiki kinerja keuangan UMKM.

Penelitian terdahulu Afridhianika *et al.*, (2024) secara spesifik meneliti platform *ShopeeFood* dan menemukan bahwa *e-trust* dan *brand image* berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan ulang. Sementara

itu, Nugroho *et al.*, (2025) yang membuktikan bahwa nilai yang dirasakan (*perceived value*) dan kepercayaan konsumen mendorong minat penggunaan ulang pada layanan pesan-antar makanan online. Selanjutnya D. M. Putri & Susanti, (2023) menegaskan bahwa kualitas layanan dan harga kompetitif meningkatkan niat konsumen untuk menggunakan kembali aplikasi *e-commerce*.

H3: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara minat penggunaan ulang *ShopeeFood* terhadap kinerja keuangan.

4) Hipotesis Simultan Literasi Keuangan, *Financial technology*, dan Minat Penggunaan Ulang *ShopeeFood* terhadap Kinerja Keuangan

Penelitian ini memformulasikan hipotesis simultan untuk menguji pengaruh gabungan dari literasi keuangan, teknologi finansial, dan minat penggunaan ulang *ShopeeFood* terhadap kinerja keuangan UMKM. Integrasi antara aspek kapabilitas personal dan teknologi digital dipercaya mampu memberikan kontribusi kolektif terhadap efisiensi dan profitabilitas usaha kecil dan menengah.

Dukungan empiris terhadap hubungan simultan ini diperkuat oleh beberapa penelitian terdahulu. Al Munawaroh & Widuri (2025) menemukan bahwa literasi keuangan dan digital memiliki pengaruh langsung terhadap performa UMKM melalui persepsi kegunaan teknologi. Dewi & Suryanawa (2024) menunjukkan bahwa implementasi sistem keuangan berbasis teknologi bersama literasi finansial berkontribusi positif terhadap kinerja usaha.

Demikian pula, Tanjung & Ruhmi (2023) serta Pane (2024) menegaskan bahwa kombinasi penggunaan *e-commerce* dan literasi keuangan memberikan pengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha kecil. Sementara itu, minat penggunaan ulang pada platform digital seperti *ShopeeFood* dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas jangkauan pasar UMKM kuliner (D. M. Putri & Susanti, 2023).

Berdasarkan hasil studi-studi tersebut, maka diduga bahwa ketiga variabel dalam penelitian ini literasi keuangan, teknologi finansial, dan minat penggunaan *ShopeeFood* secara simultan memiliki dampak signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM.

Kerangka *TPB* dan *TAM* dapat diintegrasikan untuk menjelaskan pengaruh gabungan dari literasi keuangan, pemanfaatan teknologi finansial, dan minat penggunaan ulang *ShopeeFood* terhadap kinerja keuangan UMKM. *TPB* menjelaskan bahwa perilaku aktual pelaku usaha terbentuk dari niat, yang dipengaruhi oleh sikap, norma sosial, dan persepsi kontrol. Ketiga variabel bebas dalam penelitian ini berkaitan erat dengan komponen tersebut: literasi memperkuat keyakinan dalam pengambilan keputusan keuangan, sebagai perilaku nyata berbasis teknologi, dan minat *e-commerce* sebagai refleksi dari niat perilaku.

Sementara itu, *TAM* menjelaskan bagaimana persepsi terhadap manfaat dan kemudahan dari teknologi digital membentuk sikap dan kecenderungan penggunaan. Ketika literasi dan pengalaman teknologi meningkat, maka

penerimaan terhadap sistem digital juga meningkat. Kombinasi dari ketiga faktor tersebut secara teoritis mendukung tercapainya kinerja keuangan yang lebih baik bagi pelaku UMKM.

H4: Literasi keuangan, *financial technology*, dan minat penggunaan ulang *ShopeeFood* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data melalui uji hipotesis, dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan, *financial technology*, dan minat penggunaan ulang *ShopeeFood* memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM kuliner di Kota Surakarta, dengan uraian sebagai berikut:

1. Literasi keuangan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman pelaku UMKM dalam mengelola keuangan usaha, maka semakin baik pula kemampuan mereka dalam mengambil keputusan finansial yang berdampak pada peningkatan kinerja keuangan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H1 diterima.
2. *Financial technology* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Artinya, pemanfaatan teknologi keuangan mampu meningkatkan efisiensi transaksi, mempercepat proses pembayaran, serta mempermudah pengelolaan arus kas, sehingga memberikan dampak positif terhadap kinerja keuangan usaha. Dengan demikian, dapat disimpulkan H2 diterima.
3. Minat penggunaan ulang *ShopeeFood* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Temuan ini mengindikasikan bahwa

pelaku UMKM yang memiliki minat tinggi untuk terus memanfaatkan *ShopeeFood* sebagai sarana pemasaran dan penjualan cenderung mengalami peningkatan volume penjualan dan profitabilitas, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan kinerja keuangan. Dengan demikian, dapat disimpulkan H3 diterima.

4. Literasi keuangan, *financial technology*, dan minat penggunaan ulang *shopeefood* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola keuangan, pemanfaatan teknologi keuangan, serta minat berkelanjutan dalam menggunakan platform *shopeefood* secara bersama-sama mampu meningkatkan efisiensi operasional, volume penjualan, dan profitabilitas usaha. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H4 diterima.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Penelitian mendatang diharapkan dapat memperluas cakupan wilayah dan jumlah sampel agar hasil yang diperoleh lebih menggambarkan kondisi sebenarnya. Selain itu, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kepercayaan, kepuasan pelanggan, maupun risiko penggunaan teknologi guna

memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kinerja keuangan UMKM berbasis digital.

2. Pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi finansial secara berkelanjutan, khususnya melalui platform seperti *ShopeeFood*. Pemanfaatan teknologi ini dapat membantu meningkatkan efisiensi transaksi, memperluas jangkauan pasar, dan mendorong peningkatan kinerja keuangan usaha.
3. Pihak penyedia layanan digital diharapkan lebih aktif dalam memberikan edukasi dan pendampingan bagi mitra UMKM agar penggunaan fitur-fitur teknologi dapat dimaksimalkan. Upaya peningkatan literasi digital dan finansial bagi pelaku usaha juga perlu diperkuat guna mendukung keberlanjutan ekosistem ekonomi digital yang produktif.
4. Pemerintah daerah maupun lembaga pendukung UMKM diharapkan terus mendorong program pemberdayaan digital dan pelatihan manajemen keuangan bagi pelaku usaha mikro dan kecil. Hal ini penting untuk menciptakan ekosistem usaha yang adaptif, inovatif, serta mampu bersaing di tengah perkembangan teknologi dan ekonomi digital.

Daftar Pustaka

- [OJK], O. J. K. (2024). Edukasi Keuangan. Retrieved from <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx#:~:text=Literasi Keuangan adalah pengetahuan%2C keterampilan,untuk mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat.>
- Afridhianika, A. N., Harisudin, M., & Handayani, S. M. (2024). THE ROLE OF E-TRUST AND BRAND IMAGE ON REPURCHASE INTENTION SHOPEE FOOD. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 8(1), 1–13.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al-Adwan, A. S., Al-Debei, M. M., & Dwivedi, Y. K. (2022). E-Commerce in High Uncertainty Avoidance Cultures: The Driving Forces of Repurchase and Word-of-Mouth Intentions. *Technology in Society*, 71, 102118.
- Al Munawaroh, F., & Widuri, R. (2025). The Role of Digital Payment Adoption in Mediating the Effect of Financial Literacy, Performance Expectancy, Effort Expectancy, and Digital Literacy on Smes Performance. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 103(12), 5275–5291.
- Ambali, A. K., Fasa, M. I., Islam, U., Raden, N., Lampung, I., & Lampung, B. (2025). ANALISIS PERAN E-COMMERCE DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGEMBANGAN KINERJA UMKM KOTA. 3(4).
- Anggraeni, I. S. K., Sumarmawati, E. D., & Fardani, F. F. (2023). PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI FINTECH PADA PERILAKU KEUANGAN PEREMPUAN PEMILIK UMKM DI KOTA SURAKARTA Ika Septi Kurnia Anggraeni. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 4(2), 1–21. <https://doi.org/10.34012/jebim.v4i2.3453>
- AntaraNews. (2022). Riset: GoFood pilihan utama, ShopeeFood beri harga paling kompetitif. Retrieved from <https://www.antaranews.com/berita/2940405/riset-gofood-pilihan-utama-shopeefood-beri-harga-paling-kompetitif>
- Arif Panuntun. (2025). Pengaruh Delivery Order ShopeeFood, Harga dan Jumlah Order Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Pada Daerah Kabupaten Sleman. *Journal of Sustainability and Science Economics*, 3(1), 9–16. <https://doi.org/10.62337/jsse.v3i1.46>
- Ariyati, I. M., Agustina, F., & 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), 1–15. <https://doi.org/10.24903/je.v10i1.1337>
- Asisa, W., Aulia, P., Dalianti, N., & Handa, Y. R. (2022). Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan Digital Payment terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar. *HUMAN: Journal of Social Humanities and Science*, 1(1), 1–28. <https://doi.org/10.58738/human.v1i1.424>

- Aswirah, A., Arfah, A., & Alam, S. (2024). Perkembangan Dan Dampak Financial Technology Terhadap Inklusi Keuangan Di Indonesia: Studi Literatur. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 13(2), 1–7. <https://doi.org/10.37476/jbk.v13i2.4642>
- Athaya, M. Z. (2025). PENGARUH KEPUASAN TERHADAP PENGGUNAAN QRIS DENGAN PENDEKATAN TAM DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA.
- Azis, M. A. H., & Effendy, L. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Sumber Daya Manusia dan Teknologi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Akuntansi Manado (JAIM)*, 5(1), 1–17. <https://doi.org/10.53682/jaim.vi.8756>
- Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Kota Surakarta. (2023). *Kajian Digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta Tahun 2023*. Surakarta.
- Banowaty, R. S. (2021). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Electronic Commerce Terhadap Kinerja Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2), 1–20.
- Bawala, D. S. J., & Tanaamah, A. R. (2024). Evaluation of Fintech Use Using Methods Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 5(8), 3088–3101. <https://doi.org/10.59141/jist.v5i8.1329>
- Bidasari, B., Idrus, M. I., Burhami, A. H., & Ass, S. B. (2023). Analisis Kinerja Keuangan UMKM Frozen Food Sebelum dan Sesudah Mendapatkan Pinjaman dari KSP Mitra Dhuafa. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2), 1–14. <https://doi.org/10.46918/point.v5i2.2088>
- Bisnis.com. (2025). ShopeeFood Tumbuh Pesat, Siap Tantang Dominasi Gojek dan Grab di Asean? Retrieved from https://ekonomi.bisnis.com/read/20250219/12/1840716/shopeefood-tumbuh-pesat-siap-tantang-dominasi-gojek-dan-grab-di-asean?utm_source_
- BPS Jawa Tengah Tengah. (2025). *Pertumbuhan Ekonomi Jawa Tengah Triwulan Iii Tahun 2013*. (50), 1–7. Retrieved from <http://jateng.bps.go.id/>
- Budiyanto, A., Lubis, I., Pamungkas, I. B., & Maulana, A. E. (2025). Technology Acceptance Model, Trust, and Financial Behavior in Shaping Consumer Well-Being: Insights From Fintech Adoption in Urban Indonesia. *Innovative Marketing*, 21(2), 197–210. [https://doi.org/10.21511/im.21\(2\).2025.16](https://doi.org/10.21511/im.21(2).2025.16)
- Chaidir, M., Yulianti, G., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Bangsa, K. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM di Indonesia*. 4(April).
- Christine, C., Wendi, W., Pratamawati, S., & ... (2023). The Influence Of Fintech On Profit Growth In Umkm In Pangkalpinang City. ... : *Educational Journal of ...*, 6(3), 1911–1918. Retrieved from <https://jurnal.usk.ac.id/riwayat/article/view/34005%0Ahttps://jurnal.usk.ac.id/riwayat/article/viewFile/34005/18943>
- D'surya, L. F., Santoso, H. W., & Hariadi, S. (2025). Unravelling P2P Platform Failures: A Systematic Literature Review Of Key Determinants. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(2), 1481–1504. Retrieved from https://repository.ubaya.ac.id/48527/%0Ahttps://repository.ubaya.ac.id/48527/2/HENRYCUS_UNRAVELLING_P2P_PLATFORM_FAILURES_A

SYSTEMATIC LITERATURE.pdf

- Databoks.katadata. (2023). Perkembangan yang Dialami UMKM Kuliner Setelah Pakai Delivery Online (OFD) (2022). Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/ekonomi-makro/statistik/10cafbf35d585c0/pakai-delivery-online-umkm-kuliner-akui-ada-perkembangan-dari-pendapatan-hingga-jumlah-toko>
- Dewi, N. M. G. N., & Suryanawa, I. K. (2024). The Influence Of Accounting Information System Implementation, E- Commerce, Financial Literacy, And Access To Capital On MSME Performance. *Jurnal Ekonomi*, 13(2), 541–554. <https://doi.org/10.54209/ekonomi.v13i02>
- Dhara Kartika, & Musmini, L. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Minat Menggunakan E-commerce Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Pada Masa Pandemi *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 1–11. Retrieved from <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/view/35273%0Ahttps://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/download/35273/21390>
- Diah, P., Junitasari, K., Indrajaya, I. G. B., Wantara, I. G. A., & Wibhi, K. (2023). *Pemahaman Penggunaan Financial Technology (Fintech) Dalam Konteks Sistem Pembayaran Dan Layanan Keuangan*.
- Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan P. K. S. (2025). *Data UMKM Kita Tahun 2025*. Surakarta.
- Dinas Koperasi dan UMKM. (2024). Data UMKM binaan se Jawa Tengah 2024. Retrieved from Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Tengah website: [31/download/statistik-ukm-binaan.xlsx](https://dinas.kopasri.go.id/31/download/statistik-ukm-binaan.xlsx)
- Dwiana, H., & Gunarto, M. (2024). The Effect of Financial Literacy and Payment Gateway on Financial Performance in MSMEs in Palembang City. *International Journal of Finance Research*, 5(3), 404–418. <https://doi.org/10.47747/ijfr.v5i3.2100>
- Ekonomi, K., Kusumawati, A., Nugraha, R. A. Z., Nurrahman, A., Saputri, A., Achmadi, C. R., ... Yogyakarta, D. I. (2025). *Sinergi Financial Literacy , Fintech , dan Financial Behaviour dalam Mendorong Kinerja UMKM Universitas Negeri Yogyakarta , Indonesia*. 1–21.
- Feriyanto, O., Qur'anisa, Z., Herawati, M., Lisvi, & Putri, M. H. (2024). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Akses Keuangan Di Era Digital. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4(3), 1–16. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v4i3.1573>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Fitria, I. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan dan Perilaku Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Palembang. *Konsumen & Konsumsi : Jurnal Manajemen*, 3(1), 545–567. <https://doi.org/10.32524/kkjm.v3i1.1116>
- Fitriana Annisa, Indriayu Mintasih, & Harini. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja UMKM Kuliner Di Kota

- Surakarta. *BISE : Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 7(1), 1–9.
- Goodstats.id. (2025). Daftar E-commerce Paling Sering Diakses 2025, Shopee Masih Juara. Retrieved from <https://goodstats.id/article/e-commerce-paling-sering-diakses-2025-shopee-masih-juara-wyZqk>
- Hasyim, T. M., & Hasibuan, D. R. (2022). Analisis Peranan Fintech Dan E-Commerce Terhadap Perkembangan Umkm. *Keunis*, 10(2), 19–28. <https://doi.org/10.32497/keunis.v10i2.3490>
- Indonesia, K. D. dan I. I. (Kadin. (2024). UMKM Non Pertanian Dominasi Struktur Ekonomi Nasional. Retrieved from <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Indonesia, K. (2023). Kadin Indonesia Dorong Percepatan Digitalisasi UMKM Melalui ISSE 2023. Retrieved from <https://kadin.id/kabar/kadin-indonesia-dorong-percepatan-digitalisasi-umkm-melalui-isse-2023/>
- Indonesia, K. D. dan I. (2024). Data dan Statistik UMKM Indonesia. Retrieved from <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kamal, A. H., Cheumar, M. T., Hasanah, H., & Sudibyo, T. D. (2023). Analysis of Paylater Customer Intentions in E-Commerce with the Planned Behavior Method Theory Approach. *Al-Mashrof: Islamic Banking and Finance*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.24042/al-mashrof.v4i1.17485>
- Khairunnisa, S., R, A. R., Darwis, R. H., Ekonomi, F., Agama, I., Negeri, I., & Bone, I. (2025). *Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang E-Commerce Pada Pengguna Zalora*. 8(1), 432–443.
- Laili, T., Maulida, A., & Prima, S. P. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan Dan Financial Technology Terhadap Perilaku Keuangan. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 14(8.5.2017), 2003–2005. Retrieved from www.aging-us.com
- Mawarni, A. R., Riswan, R., Triatmaja, M. F., & Hidayah, R. (2023). Pengaruh Financial Technology, E-Commerce, Literasi Keuangan Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Umkm Di Kabupaten Batang Dengan Pengetahuan Akuntansi Sebagai Variabel Moderasi. *Neraca*, 19(2), 29–47. <https://doi.org/10.48144/neraca.v19i2.1684>
- Miftahurrohmah, Putri, G. A., & Purwanto. (2022). *Pengaruh Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Di Kabupaten Sragen (Studi Pada UMKM Sektor Mebel di Kabupaten Sragen)*. (September 2022), 1–9.
- Mustika, M., Kesuma, I. M., Aprianto, R., & Riance, A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pertumbuhan Usaha Pada UMKM Kota Lubuklinggau. *Niagawan*, 9(2), 102–107.
- Mutmainah, S. (2023). PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEEFOOD. In *Accident Analysis and Prevention* (Vol. 183).
- Negarawati, E., & Rohana, S. (2024). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Akses Keuangan Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 3(4), 46–60. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v3i4.2712>

- Nofranita, W., Nurul Ulya, & Fitri Yulianis. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Teknologi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan UMKM. *Jurnal Akademi Akuntansi Indonesia Padang*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.31933/xmwq6905>
- Novitasari, J. (2023). Literasi Keuangan, Financial Technology, Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Halal Di Kabupaten In *ARSY :Aplikasi Riset kepada Masyarakat* (Vol. 4). Retrieved from [http://eprints.iain-surakarta.ac.id/7808/1/SKRIPSI JUNI YATI NOVITASARI LENGKAP%28OK%29.pdf](http://eprints.iain-surakarta.ac.id/7808/1/SKRIPSI_JUNI_YATI_NOVITASARI LENGKAP%28OK%29.pdf)
- Nugroho, A. P., Fauzan, N., & Bagus, A. D. (2025). Digital Experience and Reuse Intention in Online Food Delivery Platforms. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 4810, 1–22.
- Nurul, R., Iriana, H., Murniningsih, R., & Annisa, F. (2021). *The Influence of Fintech on the Financial Inclusion of MSMEs in Magelang City*. (114), 1–10.
- OJK, I. (2025). UMKM Mendunia Strategi Peningkatan Skala Bisnis Menembus Pasar Nasional dan Internasional. Retrieved from https://institute.ojk.go.id/ojk-institute/id/capacitybuilding/upcoming/4941/umkm-mendunia-strategi-peningkatan-skala-bisnis-menembus-pasar-nasional-dan-internasional?utm_source_
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). Infografis Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022. *Ojk.Go.Id*, Info terkini : Berita dan Kegiatan. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx#:~:text=Hasil SNLIK 2022 menunjukkan indeks,2019 yaitu 76,19 persen.>
- Pane, A. A. (2024). Enhance Micro, Small and Medium Enterprises' financial performance through ecommerce, capitals and experience. *Enhance Micro, Small and Medium Enterprises' Financial Performance*, 15, 59–69.
- Putri, D. M., & Susanti, A. (2023). Pengaruh E-Service Quality, Online Customer Rating Dan Price Consciousness Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna Shopeefood Di Kota Surakarta. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi*, 3(1), 23–35. <https://doi.org/10.23969/jrie.v3i1.45>
- Putri, E. Y., Kudanci, & Rosalina, E. (2024). Pengaruh Customer Experience dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan Ulang Aplikasi E-Commerce Minimarket Alfagift (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Alfagift Pada Followers Instagram @alfagift_idn) Eka Yulia. *JAProf: Jurnal Administrasi Profesional*, 05(02), 1–12.
- Rahmawati, M., Pratiwi, S. R., Wahyuni, R., Kartini, K., & Asas, I. (2024). UMKM Cakap Digital melalui Penerapan E-Commerce: Studi Empiris di Kota Tarakan. *Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 10(2), 318–331. <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v10i2.2790>
- Salma, Z., Literasi, P., Sistem, P. E., Keuangan, P. L., Sistem, E. D. A. N., Akuntansi, I., & Salma, Z. (2024). *UMKM DI KECAMATAN MEDAN BARU SKRIPSI OLEH : PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN E-COMMERCE DAN SISTEM*

INFORMASI AKUNTANSI SKRIPSI OLEH : ZAHARA SALMA.

- Shofyana, A. L., Sutono, S., & Alifiana, M. A. (2023). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Ulang Pada Konsumen Alfamart Pengguna ShopeePay*. 4(2), 213–227.
- Sirlian, M. M., Ballo, F. W., & Tiwu, M. I. H. (2024). Pengaruh E-Commerce dan Perilaku Konsumen Terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga Pengguna E-Commerce di Kota Kupang . *J-CEKI:Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(1), 3073–3089.
- Sodik, F., Zaida, A. N., & Zulmiati, K. (2022). *Analisis Minat Penggunaan Pada Fitur Pembelian Mobile Banking BSI : Pendekatan TAM Dan TPB*. 1(1), 35–53.
- Statistik, B. P. (2025). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2024. Retrieved from https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/02/05/2408/ekonomi-indonesia-tahun-2024-tumbuh-5-03-persen--c-to-c---ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2024-tumbuh-5-02-persen--y-on-y---ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2024-tumbuh-0-53-persen--q-to-q--.html?utm_source
- Sugiyono, P. D. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Etika Jurnalisme Pada Koran Kuning : Sebuah Studi Mengenai Koran Lampu Hijau* (Vol. 16). Alfabeta.
- Surakarta, B. P. S. K. (2025). Pertumbuhan Ekonomi Kota Surakarta Tahun 2024. Retrieved from <https://surakartakota.bps.go.id/id/pressrelease/2025/03/04/336/pertumbuhan-ekonomi-kota-surakarta-tahun-2024.html>
- Swandani, N. K., & Diatmika, i P. G. (2022). PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNA, KEPERCAYAAN DAN RISIKO TERHADAP MINAT PENGGUN fintech (Studi Kasus Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Klungkung). *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(2), 393–402.
- Tambunan, M., & Aziza, N. (2024). Pengaruh Financial Technology Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan. *Owner*, 8(2), 1491–1498. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i2.2049>
- Tanjung, A. A., & Ruhmi, I. (2023). The Influence of Financial Literacy, Fintech Peer To Peer Lending, and Payment Gateways on the Financial Performance of MSMEs in Medan City. *Quantitative Economics and Management Studies (QEMS)*, 4(4), 710–721. Retrieved from <https://doi.org/10.35877/454RI.qems1790>
- Tempo.co. (2024). *Prediksi Angka Pengguna E-Commerce di Indonesia 2024*. Retrieved from <https://www.tempo.co/data/data/prediksi-angka-pengguna-e-commerce-di-indonesia-2024-248394>
- Wardani, P. A. K., Reinaldy, F. R., & Tyas, I. P. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Makanan Dengan Menggunakan Jasa ShopeeFood. *Literasi: Jurnal Kajian Keislaman Multi-Perspektif*, 2(1), 163–192.
- Widyastuti, M. (2024). Kinerja Keuangan Dan Finansial Teknologi Melalui Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Umkm Di Jawa Timur. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 22(2), 1–20. <https://doi.org/10.32524/jkb.v22i2.1281>
- Wijaya, W. (2024). PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI E-COMMERCE DAN

- INOVASI DENGAN PENGAMBILAN RISIKO SEBAGAI MEDIASI PADA KINERJA UMKM. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 5(2), 1–13. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i2.1956>
- Winbaktianur, & Siregar, L. M. (2020). Kinerja Keuangan Usaha Mikro dan Kecil. *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, 5(02), 1–10. <https://doi.org/10.37366/akubis.v5i02.151>
- Yulianto, M. A., & Rita, M. R. (2023). MEDIASI PERILAKU PENGELOLAAN KEUANGAN DALAM PENGARUH FINTECH DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA USAHA. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 7(2), 1–21. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2023.v7.i2.5260>

LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER

PENGARUH LITERASI KEUANGAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* MINAT
PENGUNAAN ULANG *SHOPEEFOOD* TERHADAP KINERJA
KEUANGAN UMKM KULINER DI SURAKARTA

A. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda silang (✓) pada kolom yang paling menunjukkan kebenaran pernyataan dibawah ini berdasarkan penilaian:

1. Sangat tidak setuju (STS)
2. Tidak setuju (TS)
3. Setuju (S)
4. Sangat setuju (SS)

B. Identitas Responden

Nama Usaha:

Alamat (Kecamatan):

☐Serengan

☐Jebres

☐Pasar Kliwon

☐Laweyan

☐ Banjarsari

Jenis Usaha Kuliner:

☐ Makanan ☐ Minuman

Email:

No. HP:

Pendidikan Terakhir:

☐ SD ☐ SMP ☐ SMA/SMK ☐ Perguruan Tinggi

Lama Usaha:

☐ < 1 tahun ☐ 1–3 tahun ☐ 3–5 tahun ☐ > 5 tahun

Rata-rata Penghasilan Per Bulan :

☐ < Rp1.000.000 ☐ Rp1.000.000–3.000.000 ☐ Rp3.000.000–5.000.000
☐ > Rp5.000.000

Lama Bergabung dengan *ShopeeFood* :

☐ < 6 bulan ☐ 6 bulan–1 tahun ☐ 1–2 tahun ☐ > 2 tahun

Frekuensi Pesanan per Hari :

☐ < 10 pesanan ☐ 10–20 pesanan ☐ 21–40 pesanan ☐ > 40 pesanan

Apakah Anda menggunakan layanan keuangan digital (GoPay, OVO, DANA, ShopeePay)?

☐ Ya ☐ Tidak

Apakah Anda pernah mengikuti pelatihan pengelolaan keuangan usaha?

☐ Ya ☐ Tidak

C. Pertanyaan tentang literasi keuangan

No	Pernyataan	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
Literasi Keuangan (X1)					
1	Saya mampu menyusun anggaran usaha secara berkala.				
2	Saya memahami cara memanfaatkan pinjaman usaha secara bijak.				
3	Saya terbiasa menabung dari hasil usaha.				
4	Saya mampu mengambil keputusan keuangan yang tepat.				
5	Saya memiliki rencana keuangan jangka panjang untuk usaha saya.				

Sumber:(Azis & Effendy, 2024)

D. Pertanyaan tentang *financial technology*

No	Pernyataan	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
<i>Financial technology</i> (X2)					
1	Layanan <i>financial technology</i> memudahkan saya dalam melakukan transaksi usaha.				
2	Proses layanan keuangan digital berlangsung cepat.				
3	Saya merasa aman menggunakan <i>financial technology</i> untuk transaksi keuangan.				
4	Saya dapat mengakses layanan keuangan digital kapan saja.				
5	Saya mudah memperoleh pendanaan usaha melalui platform <i>FinTech</i> .				

Sumber:(Novitasari, 2023)

E. Pertanyaan tentang minat penggunaan ulang *ShopeeFood*

No	Pernyataan	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
Minat Penggunaan Ulang <i>ShopeeFood</i> (X3)					
1	Saya berniat untuk terus menggunakan <i>ShopeeFood</i> sebagai platform penjualan makanan/minuman usaha saya di masa mendatang.				
2	Saya bersedia melakukan transaksi penjualan berulang melalui <i>ShopeeFood</i> karena memberikan manfaat bagi usaha saya.				
3	Saya akan merekomendasikan <i>ShopeeFood</i> kepada pelaku usaha lain untuk digunakan dalam aktivitas penjualan kuliner.				
4	Saya lebih memilih menggunakan <i>ShopeeFood</i> dibandingkan platform pesan-antar makanan lain (misalnya GoFood, GrabFood).				

Sumber:(Afridhianika et al., 2024)