

**“DIGITAL ADOPTION AND FINANCIAL PERFORMANCE: EVIDENCE  
FROM INDONESIAN SMES IN FOOD AND BEVERAGE SECTOR”**

**SKRIPSI**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA  
2023**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kezia Audrey Sazkhya Sinaga  
NIM : 12190455  
Program studi : Akuntansi  
Fakultas : Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

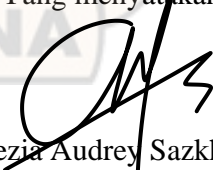
**“DIGITAL ADOPTION AND FINANCIAL PERFORMANCE: EVIDENCE  
FROM INDONESIAN SMES IN FOOD AND BEVERAGE SECTOR”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 30 Juni 2023

Yang menyatakan

  
(Kezia Audrey Sazkhya Sinaga)  
NIM.12190455

**HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Akuntansi

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat – Syarat

Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Akuntansi

**Disusun Oleh:**

**KEZIA AUDREY SAZKHYA SINAGA**

**12190455**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2023**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul:

**“DIGITAL ADOPTION AND FINANCIAL PERFORMANCE: EVIDENCE  
FROM INDOONESIAN SMES IN FOOD AND BEVERAGE SECTOR”**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**KEZIA AUDREY SAZKHYA SINAGA**

12190455

dalam Ujian Skripsi Program Studi Akuntansi

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Akuntansi pada tanggal 21 Juni 2023

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Christine Novita Dewi, SE., M.Acc., Akt.,  
CA., CMA., CPA. (Ketua Tim Penguji)
2. Dielanova Wynni Yuanita, S.E., M.Sc, BKP.  
(Dosen Penguji)
3. Rossalina Christanti, S.E, M.Acc.  
(Dosen Pembimbing)



Yogyakarta, 03 Juli 2023

Disahkan Oleh,

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Akuntansi



Dr. Perminas Pangeran, SE., M. Si.

Christine Novita Dewi, SE, MAcc, Ak, CA. CMA., CPA.

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

### **DIGITAL ADOPTION AND FINANCIAL PERFORMANCE: EVIDENCE FROM INDONESIAN SMES IN FOOD AND BEVERAGE SECTOR**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 8 Juni 2023



Kezia Audrey Sazkhya Sinaga

12190455

## HALAMAN MOTTO

“Karena itu Aku berkata kepadamu: apa saja yang kamu minta dan doakan  
percayalah bahwa kamu telah menerimanya, maka hal itu akan diberikan  
kepadamu”.

- Markus 11:24 -





## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan penulis kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu menyertai, memberikan kekuatan, dan kesehatan kepada saya hingga saat ini.
2. Keluarga besar saya terutama kepada kedua orang tua Bapak Helfri Sinaga dan Ibu Leita Rauli serta adik tersayang Gilbert Sinaga yang selalu mendukung saya meskipun terkadang saya suka mengeluh.
3. Ibu Rossalina Christanti, S.E.,M.Acc selaku dosen pembimbing yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk mengikuti MBKM Merdeka Meneliti dan memberikan arahan sejak awal bimbingan hingga terselesaikannya tugas akhir ini.
4. Ibu Christine Novita Dewi yang tidak pernah lelah untuk membimbing dan memberikan nasehat kepada saya agar saya bisa terus berkembang dalam menjalani hidup.
5. Sahabat saya Nadia Magdalena Santoso, Nevia Tio Rombe, Agnes Febrina Lero dan Kunti Yuliandari yang selalu mendukung sejak awal semester.
6. NIM 1806134386 yang telah mendukung saya pada hari-hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan Tugas Akhir. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan saya hingga saat ini.
7. Terima kasih kepada keluarga Fintech Center UNS yang telah membantu dan mendukung saya dan partner saya Jenni Irene dalam proses pengerjaan Tugas Akhir.
8. Pihak-pihak lain yang telah mendukung saya dalam proses pengerjaan.

## KATA PENGANTAR

Segala syukur dan puji hanya bagi Tuhan Yesus Kristus, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam memperoleh gelar Sarjana Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana dengan judul **“DIGITAL ADOPTION AND FINANCIAL PERFORMANCE: EVIDENCE FROM INDONESIAN SMES IN FOOD AND BEVERAGE SECTOR”** penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak terlepas oleh bantuan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si., CSA., CRP. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
2. Ibu Christine Novita Dewi, SE., M.Acc., Ak., CA., CPA. selaku Kepala Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
3. Ibu Rossalina Christanti, S.E.,M.Acc selaku dosen pembimbing yang telah dengan penuh kesabaran telah memberikan motivasi, arahan, bimbingan sejak awal bimbingan hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Keluarga besar saya terutama kepada kedua orang tua Bapak Helfri Sinaga dan Ibu Leita Rauli serta adik tersayang Gilbert Sinaga yang selalu mendukung saya meskipun terkadang saya suka mengeluh.



5. NIM 1806134386 yang telah mendukung saya pada hari-hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan Tugas Akhir. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan saya hingga saat ini.
6. Keluarga besar Fintech Center UNS yang telah membantu dan mendukung saya dan partner saya Jenni Irene dalam proses pengerjaan Tugas Akhir.
7. Seluruh teman seperjuangan yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang selalu mendukung dan mengerjakan bersama-sama.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu.

Yogyakarta, 8 Juni 2023



Kezia Audrey Sazkhya Sinaga



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Komponen dan Tautan.....	4
1.2.1 Komponen dan Tautan Pertama.....	4
1.2.2 Komponen dan Tautan Kedua.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kontribusi Penelitian .....	6
1.6 Batasan Masalah .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	7
2.2 Peneliti Sebelumnya .....	8
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	9
2.3.1 Pengaruh Adopsi Digital terhadap Kinerja Keuangan UMKM.....	9
2.3.2 Pengaruh Literasi Keuangan sebagai Moderasi.....	11
2.3.3 Pengaruh Inklusi Keuangan sebagai Moderasi.....	12
BAB III METODA PENELITIAN .....	13
3.1 Data dan Sumber .....	13
3.2 Populasi dan Sampel.....	13
3.3 Definisi Variabel dan Pengukurannya .....	13
3.4 Desain Penelitian .....	14
3.5 Model Statistis dan Uji Hipotesis .....	14
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	16
4.1 Sampel Penelitian .....	16
4.2 Statistik Deskriptif.....	17
4.3 Uji Hipotesis.....	17
4.4 Pembahasan .....	19
BAB V KESIMPULAN DAN KETERBATASAN.....	23
5.1 Kesimpulan.....	23
5.2 Keterbatasan .....	23

5.3 Penelitian Selanjutnya.....	23
DAFTAR PUSTAKA.....	25
LAMPIRAN.....	34



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peneliti Sebelumnya.....	8
Tabel 3.1 Definisi Variabel dan Pengukuran .....	14
Tabel 4.1 Sampel Penelitian.....	16
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif .....	17
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	18
Tabel 4.4 Uji R-Square .....	18
Tabel 4.5 Uji Hipotesis .....	18
Tabel 4.6 Uji Moderasi Literasi Keuangan.....	19
Tabel 4.7 Uji Moderasi Inklusi Keuangan.....	19



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komponen dan Tautan Pertama.....	4
Gambar 1.2 Komponen dan Tautan Kedua.....	5



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner.....	34
Lampiran 2 Hal Persetujuan.....	36
Lampiran 3 Kartu Konsul .....	37
Lampiran 4 Hasil Turnitin .....	39
Lampiran 5 Lembar Revisi .....	40
Lampiran 6 Poin Keaktifan.....	41





# “DIGITAL ADOPTION AND FINANCIAL PERFORMANCE: EVIDENCE FROM INDONESIAN SMES IN FOOD AND BEVERAGE SECTOR”

**Kezia Audrey Sazkhya Sinaga**  
**12190455**

**Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis**  
**Email: [kezia.sinaga@students.ukdw.ac.id](mailto:kezia.sinaga@students.ukdw.ac.id)**

## ABSTRAK

Adopsi digital saat ini mulai dimanfaatkan oleh pelaku usaha UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak dari adopsi teknologi digital terhadap kinerja keuangan. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan survey terhadap 520 UMKM sektor makanan dan minuman di Indonesia, analisis data dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Variabel yang menjadi perhatian dalam penelitian ini adalah keuangan digital, pembayaran digital, dan pemasaran digital. Selanjutnya, literasi keuangan dan inklusi keuangan diusulkan sebagai moderasi. Hasil menunjukkan bahwa keuangan digital, pembayaran digital dan pemasaran digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, sehingga dapat disimpulkan bahwa UMKM yang mengadopsi teknologi digital cenderung memiliki kinerja yang lebih baik. Lebih lanjut, moderasi literasi keuangan dan inklusi keuangan tidak mampu memperkuat hubungan keuangan digital, pembayaran digital dan pemasaran digital terhadap kinerja keuangan. Implikasi penelitian ini adalah pentingnya bagi pemilik usaha untuk mempertimbangkan adopsi teknologi digital agar dapat meningkatkan kinerja keuangan. Banyaknya usaha yang mengalami peningkatan kinerja keuangan, maka akan diikuti pula dengan peningkatan perekonomian Indonesia. Adapun keterbatasan selama penelitian ini dilakukan, seperti jumlah sampel UMKM golongan besar yang tidak sebanding dengan golongan lainnya, serta hasil penelitian yang tidak dapat diterapkan secara luas pada sektor lain.

**Kata kunci:** *Adopsi Digital, Kinerja Keuangan, UMKM Indonesia*

**DUTA WACANA**

**“DIGITAL ADOPTION AND FINANCIAL PERFORMANCE: EVIDENCE  
FROM INDONESIAN SMES IN FOOD AND BEVERAGE SECTOR”**

**Kezia Audrey Sazkhya Sinaga  
12190455**

***Faculty of Business Accounting Study Program  
Duta Wacana Christian University  
Email: kezia.sinaga@students.ukdw.ac.id***

**ABSTRACT**

*Digital adoption is now starting to be utilized by SMEs business actors. This study aims to examine the impact of digital technology adoption on financial performance. Data collection in this study used a survey of 520 SMEs in the food and beverage sector in Indonesia, data analysis was carried out using the purposive sampling method. The variables of concern in this study are digital finance, digital payments, and digital marketing. Furthermore, financial literacy and financial inclusion are proposed as moderation. The results show that digital finance, digital payments and digital marketing have a positive and significant influence on the financial performance of SMEs, so it can be concluded that SMEs that adopt digital technology tend to have better performance. Furthermore, moderation of financial literacy and financial inclusion are unable to strengthen the relationship between digital finance, digital payments and digital marketing to financial performance. The implication of this research is that it is important for business owners to consider the adoption of digital technology in order to improve financial performance. The number of businesses that experience an increase in financial performance, will also be followed by an increase in the Indonesian economy. The limitations during this study were conducted, such as the number of large SMEs samples that were not comparable to other groups, as well as research results that could not be widely applied to other sectors.*

**Keyword:** *Digital Adoption, Financial Performance, Indonesian SMEs*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

UMKM berperan sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi karena peran penting dalam meningkatkan perekonomian suatu negara (Charoenrat & Harvie, 2014). UMKM menjadi perhatian khusus bagi Pemerintah di berbagai negara, salah satunya di Indonesia. Perhatian tersebut tentu saja agar sektor UMKM bisa menjalankan perannya secara optimal sebagai penyokong perekonomian nasional (Hartarto, 2022). Berdasarkan (ASEAN Investment Report 2022), jumlah UMKM di Indonesia sebesar 65.465.5 juta. Faktanya, peran dan andil UMKM pada perekonomian dapat dibuktikan dari penyerapan tenaga kerja, jumlah unit usaha, dan berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB). Di Indonesia, untuk kontribusi PDB sebesar 60,5% sedangkan untuk kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja sebesar 96,9%. Namun, tidak dapat dipungkiri kondisi dalam lingkungan usaha yang semakin kompetitif saat ini, daya saing UMKM khususnya di negara-negara berkembang, seperti Indonesia sangat dipengaruhi oleh kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan teknologi (Najib & Kiminami, 2011). Oleh karena itu, sangat penting untuk mengetahui proses adopsi dan perilaku UMKM di Indonesia terhadap teknologi baru (Najib & Fahma, 2020). Adopsi digital dari penelitian ini berfokus pada tiga hal, yaitu pemasaran digital, pembayaran digital dan keuangan digital. Pertama, keuangan digital, yaitu layanan keuangan digital yang ditawarkan dalam saluran digital seperti PoS, ATM, Mesin Setoran Tunai, dan lainnya dengan fasilitas internet. Dengan penggunaan layanan tersebut nantinya diharapkan dapat

meringankan kendala pembiayaan UMKM. Kedua, pembayaran digital. Apasrawirote & Yawised (2021) penggunaan pembayaran digital pada UMKM merupakan alat strategi pendukung yang menggabungkan unsur pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan. Adopsi pembayaran digital berperan penting bagi konsumen dan merchant dalam melakukan pembayaran dan memberikan informasi pembayaran (Igudia, 2018). Terakhir, pemasaran digital yang merupakan bentuk upaya dalam memasarkan produk yang ditawarkan. Pemasaran digital dianggap mampu meningkatkan daya jual produk, terkhusus untuk UMKM (Purba et al., 2021). Berdasarkan data dari situs resmi Kominfo (Doni, 2022), kondisi UMKM di Indonesia yang sudah masuk ke dalam ekosistem digital sekitar 8 juta UMKM sudah *go online*, peningkatan ini cukup signifikan jika dibandingkan tahun sebelumnya. Pada akhirnya adopsi digital dapat memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak, bagi pemilik usaha selain meningkatkan penjualan juga memungkinkan penjual untuk mencatat setiap transaksi yang dilakukan, disisi lain konsumen merasa nyaman dengan kemudahan dalam melakukan pemesanan dan transaksi pembayaran.

Dengan adanya perkembangan internet dan media digital lainnya, masyarakat memiliki akses yang lebih besar dalam mengembangkan kehidupan digitalnya ke berbagai produk dan layanan keuangan yang ada, sehingga perlu adanya pengambilan keputusan keuangan yang kompleks oleh masyarakat. Untuk mengurangi kesalahan keuangan, maka masyarakat perlu meningkatkan literasi keuangan untuk mencapai efisiensi pasar dan kesejahteraan sosial yang lebih baik. ADB (2016), menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan dan kesadaran yang rendah terhadap saluran keuangan digital dapat mengurangi patronase pelanggan terhadap saluran keuangan digital untuk melakukan platform keuangan dasar.

Literasi keuangan menjadi sumber pengetahuan untuk membantu usaha dapat beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang berubah dan dapat memanfaatkan perubahan yang terjadi (Ye & Kulathunga, 2019). Tujuan dari literasi keuangan adalah untuk menyediakan informasi yang dibutuhkan untuk menganggarkan, menghemat keuangan, dan membuat keputusan investasi yang bijaksana (Adomako et al., 2016). Hussain et al (2018) menyatakan bahwa sumber daya pengetahuan, seperti literasi keuangan dan pengalaman bisnis dapat mempertahankan kinerja UMKM dengan baik.

Selain literasi keuangan, inklusi keuangan diyakini dapat mengembangkan UMKM sebab pelaku usaha memahami konsep dasar produk keuangan, melakukan perencanaan dan pengelolaan keuangan dengan baik, serta penipuan dan usaha yang tidak sehat di pasar keuangan (OJK, 2016). Hal ini didukung pula oleh penelitian yang dilakukan Terzi (2015) dalam penelitiannya tersebut menunjukkan bahwa semakin meningkatnya inklusi keuangan oleh UMKM, maka dapat memberikan kontribusi positif bagi keberhasilan UMKM dan pada akhirnya dapat meningkatkan stabilitas keuangan suatu negara. Penggunaan digital dapat mendorong inklusi untuk mencapai pembangunan berkelanjutan terutama di negara berkembang (Jamil, 2020). Akses masyarakat terhadap penggunaan teknologi menjadi faktor penting dalam meningkatkan kualitas hidup karena memberikan kesempatan untuk memperoleh informasi dan layanan yang bermanfaat (Ragnedda & Gladkova, 2020). Inklusi keuangan pada UMKM memiliki potensi manfaat keuangan makro, seperti pertumbuhan ekonomi (Manzoor et al., 2021), lapangan kerja yang lebih tinggi, pengentasan kemiskinan, efektivitas kebijakan ekonomi makro dan stabilitas keuangan makro (Ahmed et al., 2011).



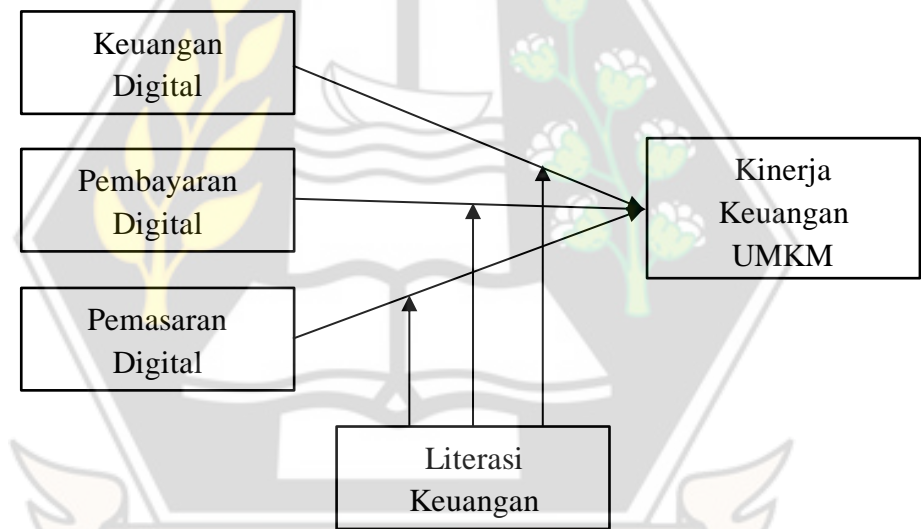
Dari paparan yang sudah dijelaskan, penelitian ingin membahas peran adopsi digital terhadap kinerja keuangan UMKM. Penelitian ini menjadi penelitian terbaru dari peneliti sebelumnya (Daud et al., 2022) dimana penelitian ini berfokus terhadap sektor makanan dan minuman di Indonesia dengan moderasi literasi keuangan dan inklusi keuangan.

## 1.2 Komponen dan Tautan

Komponen dan Tautan pada penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

### 1.2.1 Komponen dan Tautan Pertama

Komponen pertama merupakan komponen yang mewakili moderasi literasi keuangan.

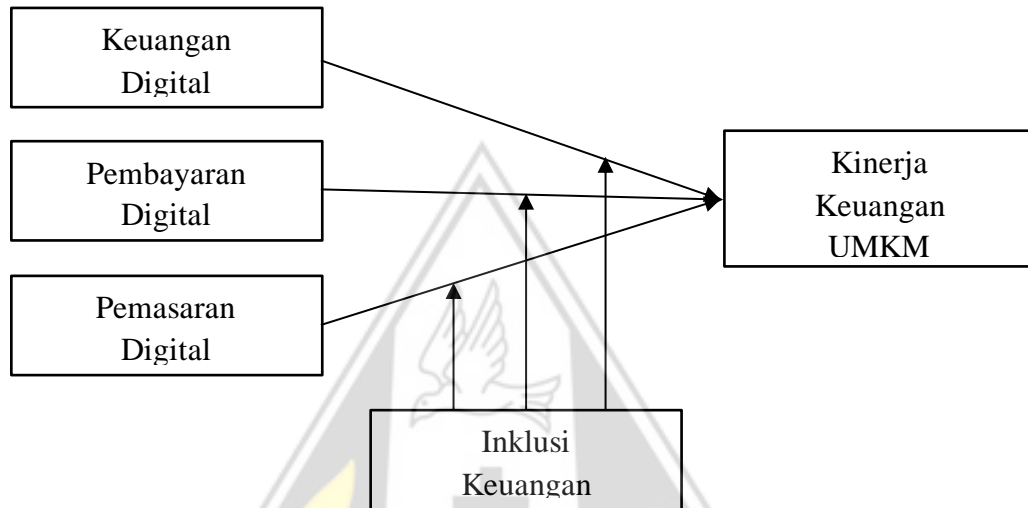


Gambar 1.1 Komponen dan Tautan Pertama



### 1.2.2 Komponen dan Tautan Kedua

Komponen kedua merupakan komponen yang mewakili moderasi inklusi keuangan.



Gambar 1.2 Komponen dan Tautan Kedua

### 1.3 Rumusan Masalah

Kesenjangan ini menimbulkan tiga pertanyaan penelitian utama:

1. Apakah adopsi digital oleh UMKM di sektor makanan dan minuman dapat meningkatkan kinerja keuangan UMKM?
2. Apakah literasi keuangan memiliki peran penting dalam hubungan antara adopsi digital dengan kinerja keuangan UMKM?
3. Apakah inklusi keuangan memiliki peran penting dalam hubungan antara adopsi digital dengan kinerja keuangan UMKM?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis support adopsi digital terhadap kinerja keuangan UMKM dengan fokus pada sektor makanan dan minuman di Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun manajerial.

#### **1.5 Kontribusi Penelitian**

Kontribusi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pengembangan Penelitian

Penelitian ini berusaha untuk mengisi kesenjangan kritis dalam literatur adopsi digital terhadap kinerja UMKM di Indonesia sebagai salah satu negara dengan ekonomi pasar yang besar.

2. Bagi Pemerintah

Penelitian ini bisa menjadi bahan pertimbangan pemerintah untuk terus memberikan dukungan. Dukungan ini bisa melalui pemberian edukasi kepada UMKM di Indonesia agar dapat meningkatkan kinerja keuangan melalui adopsi digital

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai pengaruh adopsi digital terhadap kinerja keuangan UMKM.

## 1.6 Batasan Masalah

Berdasarkan analisis masalah yang telah diuraikan, batasan pada penelitian ini, yaitu responden penelitian hanya untuk UMKM pada sektor makanan dan minuman yang sudah mengadopsi digital di Pulau Jawa.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN PENELITIAN SELANJUTNYA**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa adopsi digital berpengaruh signifikan dan positif terhadap UMKM sektor makanan dan minuman di Indonesia. Temuan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi digital dapat memiliki kinerja keuangan yang lebih baik. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan inklusi keuangan tidak mampu memperkuat hubungan antara adopsi digital terhadap kinerja keuangan. Implikasi yang dapat diterapkan adalah pelaku usaha sudah seharusnya meningkatkan kualitas dari penggunaan digital yang akan terus berkembang. Lebih lanjut, pemerintah juga dapat semakin konsisten untuk menyediakan pelatihan penggunaan digital untuk memberikan dukungan yang kuat terhadap UMKM.

#### **5.2 Keterbatasan**

Keterbatasan dalam penelitian ini dibatasi oleh responden yang digunakan, yaitu responden UMKM pada sektor makanan dan minuman untuk golongan besar masih tergolong sedikit dan hanya memakai model TAM.

#### **5.3 Penelitian Selanjutnya**

Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan cakupan sektor yang lebih luas dan beragam, variabel lain yang mempengaruhi adopsi teknologi digital, mengadopsi

model lain, seperti UTAUT, serta wilayah sampel di berbagai kota mulai dari Sabang sampai Merauke untuk menggeneralisasi temuan-temuan ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abbasi, T., & Weigand, H. (2017). *The Impact of Digital Financial Services on Firm's Performance: a Literature Review*. <http://arxiv.org/abs/1705.10294>
- Aburahmah, L., Alrawi, H., Izz, Y., & Syed, L. (2016). Online Social Gaming and Social Networking Sites. *Procedia Computer Science*, 82, 72–79. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2016.04.011>
- ADB. (2016). *ACCELERATING FINANCIAL INCLUSION IN SOUTH-EAST ASIA WITH DIGITAL FINANCE ASIAN DEVELOPMENT BANK*.
- Adomako, S., Danso, A., & Ofori Damoah, J. (2016). The moderating influence of financial literacy on the relationship between access to finance and firm growth in Ghana. *Venture Capital*, 18(1), 43–61. <https://doi.org/10.1080/13691066.2015.1079952>
- Affandi, A., Sobarna, A., Erlangga, H., Onny Siagian, A., Purwanto, A., & Amin Effendy, A. (2020). Optimization of MSMEs Empowerment in Facing Competition in the Global Market during the COVID-19 Pandemic Time. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(11), 1506–1515.
- Affandi, Y., Anugrah, D. F., & Bary, P. (2019). Human capital and economic growth across regions: a case study in Indonesia. *Eurasian Economic Review*, 9(3), 331–347. <https://doi.org/10.1007/s40822-018-0114-4>
- Agbenyo, W., Danquah, F. O., & Shuangshuang, W. (2018). Budgeting and Its Effect on the Financial Performance of Listed Manufacturing Firms: Evidence from Manufacturing Firms Listed on Ghana Stock Exchange Impact of Financial Inclusion on economic growth in Ghana View project Budgeting and Its Effect on the Financial Performance of Listed Manufacturing Firms: Evidence from Manufacturing Firms Listed on Ghana Stock Exchange. *Research Journal of Finance and Accounting*, 9(8), 12–22. <https://www.researchgate.net/publication/324951715>
- Ahmed, V., Wahab, M. A., & Mahmood, H. (2011). *Effectiveness of HRD for developing SMEs in South Asia*.



- Alalwan, A. A., Baabdullah, A. M., Rana, N. P., Tamilmani, K., & Dwivedi, Y. K. (2018). Examining adoption of mobile internet in Saudi Arabia: Extending TAM with perceived enjoyment, innovativeness and trust. *Technology in Society*, 55, 100–110. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2018.06.007>
- Alvara Beyond Insight. (2022). *Digitalization of MSMEs: The Impact of Digital Platforms on Culinary MSMEs Report*. [www.alvara-strategic.com](http://www.alvara-strategic.com)
- Angeles, I. T. (2022). The Moderating effect of Digital and Financial Literacy on the Digital Financial Services and Financial Behavior of MSMEs. *Review of Economics and Finance*, 20(20), 505–515.
- Apasrawirote, D., & Yawised, K. (2021). The Factors Influencing the Adoption of E-Payment System by SMEs. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 15(8), 1–18. <https://www.researchgate.net/publication/352560708>
- Appendino, M., Blancher, N. R., Bibolov, A., Fouejieu A., A., Li, J. (Research A., Ndoye, A., Panagiotakopoulou, A., Shi, W. (Economist), Sydorenko, T., International Monetary Fund. Middle East and Central Asia Department, & International Monetary Fund. (2019). *Financial inclusion of small and medium-sized enterprises in the Middle East and Central Asia*. *ASEAN Investment Report 2022*. (2022).
- Bank Indonesia. (2022). *KONSUMENNYA SAJA SUDAH DIGITAL, UMKM-NYA JUGA DONG!* Bank Indonesia.
- Bayrakdaroğlu, A., & Şan, F. B. (2014). Financial Literacy Training as a Strategic Management Tool among Small – Medium Sized Businesses Operating in Turkey. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 150, 148–155. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.09.019>
- Brancati, E. (2015). Innovation financing and the role of relationship lending for SMEs. *Small Business Economics*, 44, 449–473. <https://doi.org/10.1007/s11187-014-9603-3>
- Charoenrat, T., & Harvie, C. (2014). The efficiency of SMEs in Thai manufacturing: A stochastic frontier analysis. *Economic Modelling*, 43, 372–393. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2014.08.009>

- Daud, I., Nurjannah, D., Mohyi, A., Ambarwati, T., Cahyono, Y., Haryoko, A. D. E., Handoko, A. L., Putra, R. S., Wijoyo, H., Ari-Yanto, A., & Jihadi, M. (2022). The effect of digital marketing, digital finance and digital payment on finance performance of Indonesian SMEs. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 37–44. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.10.006>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- De Luna, I. R., Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2019). Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied. *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 931–944. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.09.018>
- Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., & Hess, J. (2020). The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and Opportunities to Expand Access to and Use of Financial Services. *World Bank Economic Review*, 34, S2–S8. <https://doi.org/10.1093/wber/lhz013>
- Dermawan, T. (2019). PENGARUH LITERASI, INKLUSI DAN PENGELOLAAN KEUANGAN TERHADAP KINERJA DAN KEBERLANJUTAN UMKM (STUDI PADA PELAKU USAHA MIKRO MAHASISWA UNIVERSITAS BRAWIJAYA). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(1).
- Doni. (2022). *UMKM Naik Kelas, UMKM Go Digital*.
- García-Pérez-de-Lema, D., Ruiz-Palomo, D., & Diéguez-Soto, J. (2021). Analysing the roles of CEO's financial literacy and financial constraints on Spanish SMEs technological innovation. *Technology in Society*, 64. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101519>
- Gustika, G. S., Suharmiyati, & Corrina, F. (2021). PENINGKATAN PENDAPATAN DI MASA PANDEMI DENGAN MENGAPLIKASIKAN LITERASI KEUANGAN MELALUI SOSIALISASI DIGITAL MARKETING BAGI PELAKU USAHA UMKM DI DESA JAPURA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 147–164.
- Hakim, M. S., Oktavianti, V., & Gunarta, I. K. (2018). Determining factors that contribute to financial literacy for small and medium enterprises. *IOP*

- Conference Series: Materials Science and Engineering*, 337(1).  
<https://doi.org/10.1088/1757-899X/337/1/012064>
- Hartarto, A. (2022). *Pembiayaan UMKM* (I. Simorangkir, Ed.; 1st ed.). RajaGrafindo Persada.
- Hilmawati, M. R. N., & Kusumaningtias, R. (2021). Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 10(1), 135–152.
- Hindasah, L., & Nuryakin, N. (2020). The relationship between organizational capability, organizational learning and financial performance. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 625–633.  
<https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO8.625>
- Huang, Y., Xu, T., Yin, Y., & Zhou, Z. (2022). Analysis of the Impact of Digital Finance Development on Household Consumption of Urban and Rural Residents in China-Microscopic Evidence from Chinese Families. *Frontiers in Humanities and Social Sciences*, 2(5), 194–202.
- Hussain, J., Salia, S., & Karim, A. (2018). Is knowledge that powerful? Financial literacy and access to finance: An analysis of enterprises in the UK. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(6), 985–1003.  
<https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2018-0021>
- Igudia, O. P. (2018). Electronic Payment Systems Adoption by SMEs in Nigeria: A Literature Review. *Nigerian Journal of Management Sciences*, 6(2), 150–165.  
<https://doi.org/10.15580/GJAS.2018.3.031218042>
- Irmawati, H. R., Majid, J., & Suhartono, S. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Perusahaan Dimoderasi Oleh Financial Technology. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 3(2), 142–159.  
<https://doi.org/10.46367/jps.v3i2.785>
- Jamil, S. (2020). Journalism for sustainable development: The imperative of journalists' rights to freedom of expression and access to information for promoting sustainable development in Pakistan. *Journal of Applied Journalism and Media Studies*, 9(3), 271–291. [https://doi.org/10.1386/ajms\\_00016\\_1](https://doi.org/10.1386/ajms_00016_1)

- Jappelli, T., & Padula, M. (2013). Investment in financial literacy and saving decisions. *Journal of Banking and Finance*, 37(8), 2779–2792. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2013.03.019>
- Kim, D. W., Yu, J. S., & Hassan, M. K. (2018). Financial inclusion and economic growth in OIC countries. *Research in International Business and Finance*, 43, 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2017.07.178>
- Klapper, L., El-Zoghbi, M., & Hess, J. (2016). *Achieving the Sustainable Development Goals The Role of Financial Inclusion*. [www.cgap.org](http://www.cgap.org)
- Kleijnen, M., de Ruyter, K., & Wetzels, M. (2007). An assessment of value creation in mobile service delivery and the moderating role of time consciousness. *Journal of Retailing*, 83(1), 33–46. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2006.10.004>
- Lipsman, A., Mudd, G., Rich, M., & Bruich, S. (2012). How Brands Reach (and Influence) Fans Through Social-Media Marketing. *Journal of Advertising Research*, 4(3), 40–52. <https://doi.org/10.2501/JAR-52-1-040-052>
- Lontchi, C. B., Yang, B., & Su, Y. (2022). The Mediating Effect of Financial Literacy and the Moderating Role of Social Capital in the Relationship between Financial Inclusion and Sustainable Development in Cameroon. *Sustainability (Switzerland)*, 14(22). <https://doi.org/10.3390/su142215093>
- Lusardi, A., Mitchell, O. S., & Curto, V. (2014). Financial literacy and financial sophistication in the older population. *Journal of Pension Economics and Finance*, 13(4), 347–366. <https://doi.org/10.1017/S1474747214000031>
- Madan, K., & Yadav, R. (2016). Behavioural intention to adopt mobile wallet: a developing country perspective. *Journal of Indian Business Research*, 8(3), 227–244. <https://doi.org/10.1108/JIBR-10-2015-0112>
- Mandell, L., & Klein, L. S. (2007). Motivation and Financial Literacy. *Financial Services Review*, 16, 105–116.
- Manzoor, F., Wei, L., & Siraj, M. (2021). Small and medium-sized enterprises and economic growth in Pakistan: An ARDL bounds cointegration approach. *Heliyon*, 7(2). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06340>
- Manzoor, U., Baig, S. A., Hashim, M., & Sami, A. (2020). Impact of Social Media Marketing on Consumer's Purchase Intentions: The Mediating role of



- Customer Trust. *International Journal of Entrepreneurial Research*, 3(2), 41–48. <https://doi.org/10.31580/ijer.v3i2.1386>
- Mulani, J., Chi, G., & Yang, J. (2015). Effects of the budgetary process on SME's performance: An Exploratory study based on Selected SME's in India. *Research Journal of Finance and Accounting Wwww.Iiste.Org ISSN*, 6(14). [www.iiste.org](http://www.iiste.org)
- Najib, M., & Fahma, F. (2020). Investigating the adoption of digital payment system through an extended technology acceptance model: An insight from the Indonesian small and medium enterprises. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 10(4), 1702–1708. <https://doi.org/10.18517/ijaseit.10.4.11616>
- Najib, M., & Kiminami, A. (2011). Innovation, cooperation and business performance: Some evidence from Indonesian small food processing cluster. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 1(1), 75–96. <https://doi.org/10.1108/20440831111131523>
- Noviana, I. P. T., & Darma, G. S. (2020). Exploring Digital Marketing Strategies During the New Normal Era in Enhancing the Use of Digital Payment. *Jurnal Mantik*, 4(3), 2257–2262. <https://iocscience.org/ejournal/index.php/mantik>
- Octavina, L. A., & Rita, M. R. (2021). Digitalisasi umkm, literasi keuangan, dan kinerja keuangan : Studi pada masa pandemi Covid-19. *Journal of Business and Banking*, 11(1), 73–92. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2552>
- OJK. (2016). *OJK MEMBERDAYAKAN UMKM MELALUI LITERASI DAN INKLUSI KEUANGAN*.
- Ozili, P. K. (2018). Impact of digital finance on financial inclusion and stability. *Borsa Istanbul Review*, 18(4), 329–340. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2017.12.003>
- Park, C.-Y., & Mercado, R. V. (2015). *Financial Inclusion, Poverty, and Income Inequality in Developing Asia*. [www.adb.org](http://www.adb.org)
- Parveen, F., Jaafar, N. I., & Ainin, S. (2016). Social media's impact on organizational performance and entrepreneurial orientation in organizations. *Management Decision*, 54(9), 2208–2234. <https://doi.org/10.1108/MD-08-2015-0336>

- Peter, M. K., Kraft, C., & Lindeque, J. (2020). Strategic action fields of digital transformation: An exploration of the strategic action fields of Swiss SMEs and large enterprises. *Journal of Strategy and Management*, 13(1), 160–180. <https://doi.org/10.1108/JSMA-05-2019-0070>
- Pollák, F., & Markovič, P. (2021). Size of business unit as a factor influencing adoption of digital marketing: Empirical analysis of SMEs operating in the central European market. *Administrative Sciences*, 11(3). <https://doi.org/10.3390/admsci11030071>
- Prahiawan, W., Fahlevi, M., Juliana, J., Purba, J. T., & Tarigan, S. A. A. (2021a). The role of e-satisfaction, e-word of mouth and e-trust on repurchase intention of online shop. *International Journal of Data and Network Science*, 5(4), 593–600. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.8.008>
- Prahiawan, W., Fahlevi, M., Juliana, J., Purba, J. T., & Tarigan, S. A. A. (2021b). The role of e-satisfaction, e-word of mouth and e-trust on repurchase intention of online shop. *International Journal of Data and Network Science*, 5(4), 593–600. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.8.008>
- Purba, M. I., Simanjutak, D. C. Y., Malau, Y. N., Sholihat, W., & Ahmadi, E. A. (2021). The effect of digital marketing and e-commerce on financial performance and business sustainability of MSMEs during COVID-19 pandemic in Indonesia. *International Journal of Data and Network Science*, 5(3), 275–282. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.6.006>
- Purwanto, A., & Sudargini, Y. (n.d.). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Analysis for Social and Management Research: A Literature Review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4). <https://doi.org/10.7777/jiemar.v2i4>
- Putra, P. O. H., & Santoso, H. B. (2020). Contextual factors and performance impact of e-business use in Indonesian small and medium enterprises (SMEs). *Heliyon*, 6. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e03568>
- Pyo, H., & Lee, S. (2017). Are there spillover effects of large firms' growth in supply chain networks? Evidence from the Korean economy. *Applied Economics Letters*. <https://doi.org/10.1080/13504851.2017.1412065>

- Ragnedda, M., & Gladkova, A. (2020). Understanding digital inequalities in the Global South. In *Global Transformations in Media and Communication Research - A Palgrave and IAMCR Series* (pp. 17–30). Palgrave Macmillan, Cham.
- Rai, A., Patnayakuni, R., & Seth, N. (2006). Firm Performance Impacts of Digitally-enabled Supply Chain Integration Capabilities. In *MIS Quarterly* (Vol. 30, Issue 2). [https://scholarworks.gsu.edu/cis\\_facpub](https://scholarworks.gsu.edu/cis_facpub)<http://misq.org/firm>
- Resmi, S., Pahlevi, R. W., & Sayekti, F. (2019). Is There a Pattern of Relationships between Financial Literacy, Tax Literacy, Business Growth, and Competitive Advantage on Creative MSMEs in Yogyakarta. *Journal of Advanced Management Science*, 136–141. <https://doi.org/10.18178/joams.7.4.136-141>
- Rombe, E., Zahara, Z., Santi, I. N., & Rahadhini, M. D. (2021). Exploring E-mobile banking implementation barriers on Indonesian millennial generation consumers. *International Journal of Data and Network Science*, 5(4), 579–586. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.8.010>
- Sharma, S. K., & Sharma, M. (2019). Examining the role of trust and quality dimensions in the actual usage of mobile banking services: An empirical investigation. *International Journal of Information Management*, 44, 65–75. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.013>
- Shellyna, S., & Yuwono, W. (2022). Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi. *Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 05(02), 152–172. <https://doi.org/10.35138/organu>
- Sun, Y. H., Zhang, T. Y., Wang, X. N., & Li, D. Y. (2021). Status, Problems and Prospects of Digital Inclusive Finance in China. *J. Quant. Tech. Econ*, 38, 43–59.
- Tahar, A., Riyadh, H. A., Sofyani, H., & Purnomo, W. E. (2020). Perceived ease of use, perceived usefulness, perceived security and intention to use e-filing: The role of technology readiness. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 537–547. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.537>
- Terzi, N. (2015). Financial Inclusion and Turkey. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*. <https://doi.org/10.5901/ajis.2015.v4n1s2p269>



- Thathsarani, U. S., & Jianguo, W. (2022). Do Digital Finance and the Technology Acceptance Model Strengthen Financial Inclusion and SME Performance? *Information (Switzerland)*, *13*(8). <https://doi.org/10.3390/info13080390>
- Wong, D., Liu, H., Meng-Lewis, Y., Sun, Y., & Zhang, Y. (2022). Gamified money: exploring the effectiveness of gamification in mobile payment adoption among the silver generation in China. *Information Technology and People*, *35*(1), 281–315. <https://doi.org/10.1108/ITP-09-2019-0456>
- Yang, L., & Zhang, Y. (2020). Digital financial inclusion and sustainable growth of small and micro enterprises-evidence based on China's new third board market listed companies. *Sustainability (Switzerland)*, *12*(9). <https://doi.org/10.3390/su12093733>
- Ye, J., & Kulathunga, K. M. M. C. B. (2019). How does financial literacy promote sustainability in SMEs? A developing country perspective. *Sustainability (Switzerland)*, *11*(10). <https://doi.org/10.3390/su11102990>
- Zhu, H., Zhang, Z., Huang, Y., & Mao, W. (2021). Quantile heterogeneous impact of R&D on firm growth in Chinese manufacture: how ownership, firm size and sectors matter? *Applied Economics*, *53*(28), 3267–3287. <https://doi.org/10.1080/00036846.2021.1873235>

