

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA UMKM DENGAN ADOPSI FINTECH SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Awalia Dian Pratiwi¹, Fitri Utami², Edi Jatmiko³,
M. Abdur Rohman Wahid⁴, Pipit Afifah⁵, Siti Kholijah⁶
¹²³⁴STAI Darussalam Lampung, ⁶UIN Jurai Siwo Lampung
awaliadian2117@gmail.com

Abstract

Background: Digital financial literacy and product innovation are crucial for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the digital economy era. However, empirical studies examining the mediating role of fintech adoption in the relationship between these variables and MSME performance remain limited in Indonesia. Methods: This study employs a quantitative approach using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with a sample of 200 MSME actors in Indonesia who have adopted digital technology for at least one year. Results: Digital financial literacy and product innovation have a positive and significant effect on fintech adoption and MSME performance. Fintech adoption mediates the influence of digital financial literacy and product innovation on MSME performance. Conclusions: MSMEs with strong digital financial literacy and product innovation capability can enhance their performance through fintech adoption. Contributions: This research enriches the literature on digital finance and innovation with a mediation perspective that has not been extensively studied in Indonesia.

Keywords: *Digital Financial Literacy, Product Innovation, Fintech Adoption, MSME Performance*

Abstrak

Latar Belakang: Literasi keuangan digital dan inovasi produk menjadi faktor penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era ekonomi digital. Namun, studi empiris yang menguji peran mediasi adopsi fintech dalam hubungan variabel-variabel tersebut dengan kinerja UMKM masih terbatas di Indonesia. Metode: Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) pada sampel 200 pelaku UMKM di Indonesia yang telah mengadopsi teknologi digital minimal satu tahun. Hasil: Literasi keuangan digital dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi fintech dan kinerja UMKM. Adopsi fintech memediasi pengaruh literasi keuangan digital dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM. Kesimpulan: UMKM yang memiliki literasi keuangan digital dan kemampuan inovasi produk yang baik dapat meningkatkan kinerja melalui adopsi fintech. Kontribusi: Penelitian ini memperkaya literatur tentang keuangan digital dan inovasi dengan perspektif mediasi yang belum banyak diteliti di Indonesia.

Kata Kunci: *Literasi Keuangan Digital, Inovasi Produk, Adopsi Fintech, Kinerja UMKM*

PENDAHULUAN

Ekonomi digital telah mengubah lanskap bisnis global secara fundamental. Indonesia, sebagai negara dengan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara, mengalami pertumbuhan yang signifikan dengan nilai transaksi digital diproyeksikan mencapai USD 130 miliar Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2023). Transformasi ini membawa peluang sekaligus tantangan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,07% dan penyerapan 97% tenaga kerja nasional. Namun demikian, masih banyak UMKM yang menghadapi kendala dalam mengoptimalkan kinerja di era digital, terutama terkait dengan kemampuan mengelola keuangan digital dan mengembangkan inovasi produk yang sesuai dengan tuntutan pasar yang dinamis.

Permasalahan literasi keuangan digital menjadi isu krusial bagi UMKM di Indonesia. Survei *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan* (2025) menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia baru mencapai 39,1%, sementara inklusi keuangan mencapai 85,1%. Kesenjangan yang lebar antara literasi dan inklusi keuangan ini mengindikasikan bahwa meskipun akses terhadap layanan keuangan terus meningkat, pemahaman tentang pengelolaan keuangan digital masih sangat rendah. Padahal, literasi keuangan digital menjadi kunci bagi UMKM untuk memanfaatkan teknologi finansial (*fintech*) secara optimal dalam mengakses pembiayaan, mengelola arus kas, dan melakukan transaksi digital. Tandilino dkk., (2025) menyebutkan bahwa rendahnya literasi keuangan digital ini menyebabkan banyak UMKM belum mampu memanfaatkan berbagai fitur *fintech* yang tersedia, sehingga kinerja usaha mereka tidak optimal.

Di sisi lain, inovasi produk juga menjadi faktor penting yang sering kali terabaikan dalam upaya peningkatan kinerja UMKM. UMKM yang berinovasi mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat. Menurut Rohaeni dkk., (2026) Inovasi memungkinkan UMKM menciptakan nilai tambah, membedakan diri dari pesaing, dan memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah. Namun realitas di lapangan menunjukkan bahwa banyak UMKM di Indonesia masih terjebak pada pola produksi konvensional dan kurang berani melakukan inovasi produk, baik dari segi desain, kemasan, maupun fungsionalitas. Kondisi ini menyebabkan produk yang dihasilkan kurang kompetitif dan tidak mampu menarik minat konsumen, terutama di pasar digital yang menuntut diferensiasi produk yang jelas.

Hasil penelitian Teece dkk. (1997) adopsi *fintech* berperan sebagai jembatan yang menghubungkan literasi keuangan digital dan inovasi produk dengan kinerja UMKM. *Fintech* mempermudah akses pembiayaan, meningkatkan efisiensi transaksi, dan memperluas jangkauan pasar. Namun demikian, adopsi *fintech* di kalangan UMKM masih menghadapi berbagai hambatan, seperti kurangnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur teknologi, dan kekhawatiran tentang keamanan transaksi. Sejalan dengan hal tersebut, Rahayu dkk. (2025) menyebutkan bahwa banyak UMKM yang belum memahami manfaat penggunaan *fintech* secara komprehensif, sehingga mereka enggan beralih dari sistem konvensional ke sistem digital. Padahal, integrasi *fintech* dalam operasional UMKM dapat mendorong efisiensi biaya, kecepatan layanan, dan akses terhadap pasar yang lebih luas, yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja usaha secara keseluruhan.

Berdasarkan penelusuran literatur mendalam, ditemukan beberapa celah penelitian (*research gap*) penting yang mendasari urgensi penelitian ini. Pertama, terdapat ketidakkonsistenan hasil empiris (*empirical inconsistency*) terkait pengaruh langsung literasi keuangan digital dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM. Di satu sisi, studi terdahulu menunjukkan pengaruh positif yang kuat, namun di sisi lain, beberapa riset menemukan bahwa peningkatan kapabilitas internal ini tidak selalu berimplikasi langsung pada profitabilitas akibat tingginya biaya investasi teknologi dan risiko operasional di lapangan. Kedua, model penelitian terdahulu masih bersifat terfragmentasi. Sejauh ini, belum ada model komprehensif yang mengintegrasikan variabel literasi keuangan digital dan inovasi produk secara simultan sebagai prediktor kinerja UMKM. Padahal dalam realitas bisnis, keputusan keuangan dan strategi inovasi produk merupakan dua pilar internal yang bergerak bersamaan dan saling memengaruhi orientasi pasar perusahaan. Ketiga, keterbatasan utama dari studi terdahulu adalah belum dijelaskannya mekanisme proses bagaimana kapabilitas internal tersebut dikonversi menjadi capaian kinerja. Oleh karena itu, adopsi *fintech* dipilih sebagai variabel mediator karena bertindak sebagai kapabilitas dinamis (*enabling infrastructure*) yang menjembatani potensi kognitif pelaku usaha. Literasi yang tinggi dan produk yang inovatif hanya akan menjadi potensi pasif jika tidak disalurkan melalui platform pembayaran digital, efisiensi transaksi, dan akses pembiayaan cepat yang disediakan oleh *fintech*. Penggabungan perspektif keuangan dan inovasi ke dalam satu model mediasi terintegrasi ini diharapkan dapat menyelesaikan perdebatan teoretis sekaligus memberikan gambaran holistik mengenai transformasi digital UMKM. (Hutabarat dkk., 2026)

KAJIAN PUSTAKA

Penelitian ini menggunakan *Teori Resource-Based View* (RBV) dan *Dynamic Capability* sebagai landasan teoritis. Lubis (2022) menyebutkan bahwa RBV yang menjelaskan bahwa keunggulan bersaing perusahaan berasal dari sumber daya internal yang berharga, langka, sulit ditiru, dan tidak dapat disubstitusi (VRIN). Literasi keuangan digital dan inovasi produk merupakan kapabilitas internal yang dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi UMKM. *Dynamic Capability* yang dikemukakan oleh melengkapi RBV dengan menjelaskan bagaimana perusahaan mengintegrasikan, membangun, dan mengonfigurasi ulang kompetensi untuk merespons lingkungan yang dinamis. Dalam konteks ini, adopsi *fintech* merupakan kapabilitas dinamis yang memungkinkan UMKM beradaptasi dengan perubahan teknologi dan pasar.

Berdasarkan *Buku Statistik Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (2025)* Literasi keuangan digital didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk memahami dan menggunakan informasi keuangan digital untuk pengambilan keputusan yang efektif. Penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan digital memengaruhi akses terhadap layanan keuangan formal, pengelolaan keuangan, dan kinerja UMKM. UMKM dengan literasi keuangan digital yang baik lebih mampu memanfaatkan *fintech* untuk pembayaran, pinjaman, dan pengelolaan keuangan. Hutabarat dkk. (2026) menyebutkan bahwa Literasi keuangan digital merupakan perluasan dari konsep literasi keuangan konvensional yang mencakup kombinasi kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan individu untuk menggunakan layanan dan produk keuangan digital secara aman guna mencapai kesejahteraan finansial. Di era ekonomi digital, literasi ini tidak lagi terbatas pada pemahaman tentang perbankan dasar, melainkan bermigrasi pada kecakapan mengoperasikan aplikasi keuangan, memahami risiko siber (*cybersecurity*), serta mengenali legalitas platform finansial. Bagi pelaku usaha, literasi keuangan digital menjadi modal kognitif yang krusial untuk meminimalkan asimetri informasi dan mengoptimalkan tata kelola modal kerja melalui instrumen berbasis teknologi.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menurut Bakar & Venkatachalam (2025) adalah entitas ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Karakteristik utama UMKM di negara berkembang umumnya meliputi keterbatasan modal modal kerja, ketergantungan pada pembiayaan informal, serta fleksibilitas yang tinggi terhadap perubahan pasar. Dalam lanskap industri modern, kinerja UMKM tidak lagi hanya diukur dari pertumbuhan aset atau

omzet konvensional, melainkan juga dari kapasitas adaptasi digital (*digital agility*) yang mereka miliki untuk mempertahankan keberlanjutan bisnis di tengah iklim persaingan yang kompetitif.

Inovasi produk menurut Tarigan & Salsabila (2025) adalah kemampuan UMKM untuk menciptakan atau mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan tren pasar. Menurut Kholijah dkk. (2025) Inovasi memungkinkan UMKM meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan pendapatan. UMKM yang berinovasi lebih mampu bertahan di tengah persaingan dan memanfaatkan peluang digital.

Adopsi *fintech* menurut Rani & Desiyanti (2024) adalah penggunaan teknologi finansial oleh UMKM dalam operasional bisnis, termasuk pembayaran digital, pinjaman online, dan pengelolaan keuangan. Penelitian Rani & Desiyanti (2024) menunjukkan *fintech* meningkatkan efisiensi transaksi dan memperluas akses pembiayaan. *Fintech* menjadi katalis yang menghubungkan kapabilitas internal UMKM dengan kinerja.

Financial Technology (Fintech) didefinisikan sebagai inovasi teknologi di bidang jasa keuangan yang menghasilkan model bisnis, aplikasi, proses, atau produk baru yang berdampak material terhadap penyediaan layanan keuangan. Dalam perkembangannya, *fintech* bertransformasi menjadi berbagai bentuk utilitas seperti *digital payment*, *peer-to-peer (P2P) lending*, hingga *equity crowdfunding*.

Di Indonesia, perkembangan teknologi ini melahirkan dikotomi sistem melalui kehadiran *Fintech Syariah*. Berbeda dengan *fintech* konvensional yang beroperasi berbasis bunga (*interest-based*), *fintech syariah* mengintegrasikan teknologi keuangan dengan prinsip-prinsip hukum Islam (*sharia compliance*). Operasional *fintech syariah* wajib terbebas dari unsur *riba* (kelebihan bayar yang diperjanjikan), *gharar* (ketidakpastian atau spekulasi), dan *maysir* (perjudian) sesuai dengan hasil penelitian Edi Jatmiko dkk. (2024). Hubungan hukum antara penyedia platform, pendana (*munwarrik/shahibul maal*), dan pelaku usaha (*mudharib*) diatur menggunakan skema akad-akad syariah, seperti:

- Akad Mudharabah dan Musyarakah: Skema bagi hasil dan kemitraan modal untuk pendanaan produktif.
- Akad Murabahah: Skema jual beli dengan keterbukaan margin keuntungan untuk pengadaan bahan baku atau aset UMKM.
- Akad Qardhul Hasan: Pinjaman kebajikan tanpa imbalan yang ditujukan untuk pemberdayaan usaha mikro.

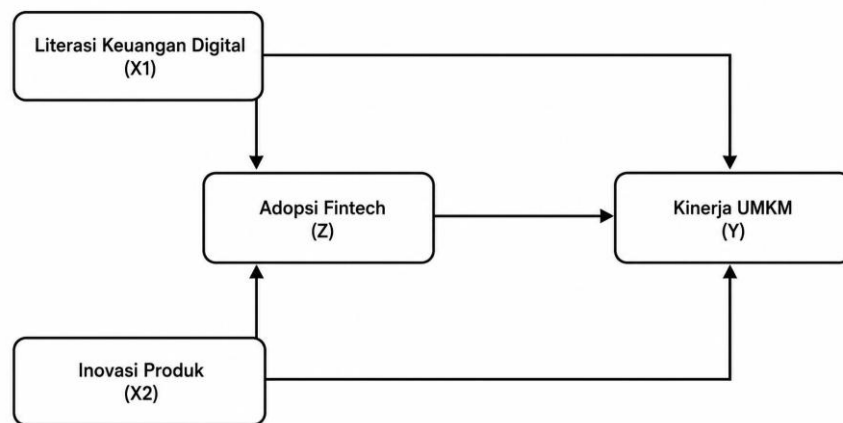
Berdasarkan hasil penelitian Utami & Kholijah (2025) Integrasi adopsi *fintech* (khususnya *fintech syariah*) di kalangan UMKM memiliki implikasi makro yang signifikan terhadap penguatan ekosistem ekonomi syariah di Indonesia. **Pertama**, *fintech syariah* bertindak sebagai akselerator *financial inclusion* bagi kelompok pelaku usaha yang dikategorikan *unbankable* (tidak memenuhi syarat perbankan formal) tetapi mengedepankan prinsip halal (*halal-conscious*). Teknologi ini memangkas hambatan geografis dan birokrasi, sehingga modal dari masyarakat dapat mengalir langsung ke sektor riil UMKM secara inklusif.

Kedua, penggunaan *fintech syariah* menciptakan transparansi dan keadilan distributif yang menjadi pilar utama ekonomi syariah. Melalui sistem pencatatan digital yang *real-time*, perhitungan bagi hasil dalam akad *mudharabah* atau *musyarakah* dapat dilakukan secara lebih akurat, jujur, dan akuntabel. Hal ini meminimalkan potensi konflik (*dispute*) antar-pihak dan mendorong terciptanya hubungan kemitraan bisnis jangka panjang yang etis.

Ketiga, adopsi teknologi finansial yang berbasis syariah memperkuat struktur rantai pasok halal (*halal value chain*). Ketika pelaku UMKM sektor makanan kuliner, fashion, atau kerajinan memanfaatkan pembiayaan syariah dan gerbang pembayaran digital syariah, ekosistem industri halal dari hulu ke hilir akan terbentuk secara kokoh. Implikasi akhirnya adalah penguatan ketahanan ekonomi nasional, di mana pertumbuhan kinerja UMKM tidak hanya didorong oleh kapitalisme digital, melainkan oleh keadilan ekonomi yang merata dan berkelanjutan sesuai dengan prinsip *maqashid syariah* (kemaslahatan umat).

Berdasarkan kajian pustaka, diajukan hipotesis sebagai berikut:

- H1: Literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *fintech*.
- H2: Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *fintech*.
- H3: Literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.
- H4: Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.
- H5: Adopsi *fintech* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.
- H6: Adopsi *fintech* memediasi pengaruh literasi keuangan digital terhadap kinerja UMKM.
- H7: Adopsi *fintech* memediasi pengaruh inovasi produk terhadap kinerja UMKM. Kerangka konseptual penelitian disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei eksplanatori. Lokasi penelitian difokuskan pada pelaku UMKM di Provinsi Lampung dan Jawa Barat, mengingat wilayah ini memiliki pertumbuhan adopsi teknologi digital yang signifikan di tingkat lokal. Pengumpulan data lapangan dan waktu penelitian dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu terhitung sejak bulan Maret hingga Mei 2026.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM di Provinsi Lampung yang telah mengintegrasikan teknologi digital dalam operasional usahanya. Mengingat ukuran populasi yang tidak diketahui secara pasti (*unknown population*), penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria penarikan sampel yang ditetapkan meliputi: (1) pelaku UMKM yang telah menjalankan usahanya minimal dua tahun; (2) telah mengadopsi dan menggunakan platform *fintech* (seperti *digital payment*, *e-commerce*, atau pembiayaan digital) minimal selama satu tahun; dan (3) bersedia berpartisipasi menjadi responden secara sukarela.

Teknik penyebaran kuesioner dilakukan secara kombinasi (*hybrid*) untuk mengoptimalkan tingkat respons (*response rate*). Kuesioner fisik didistribusikan secara langsung oleh peneliti di beberapa sentra UMKM kuliner dan perdagangan, sedangkan kuesioner digital berbasis *Google Form* disebarakan melalui jaringan komunitas UMKM setempat. Ukuran sampel ditetapkan sebanyak 200 responden. Jumlah ini telah memenuhi ambang batas metodologis PLS-SEM, yaitu minimal 10 kali dari total jumlah indikator variabel laten yang diukur dalam model penelitian.

Seluruh variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan skala Likert 1-5 (Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju). Sumber rujukan, dimensi, dan jumlah indikator untuk setiap variabel laten dijabarkan secara rinci pada Tabel berikut:

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel Laten	Dimensi / Indikator Pengukuran	Jumlah Indikator	Sumber Rujukan Utama
Literasi Keuangan Digital (X1)	1. Pengetahuan dasar <i>fintech</i> & fitur nya	4	Hutabarat dkk. (2026)
	2. Keterampilan mengoperasikan produk keuangan digital		
	3. Pemahaman mengenai risiko siber & penipuan online		
	4. Sikap & perilaku bijak dalam bertransaksi digital		
Inovasi Produk (X2)	1. Pembaruan desain dan varian produk	4	Diadaptasi dari Tarigan & Salsabila (2025); Asdiansyuri & Octavia (2025)
	2. Peningkatan kualitas dan fungsionalitas bahan baku		
	3. Keunikan dan estetika kemasan (packaging)		
	4. Kecepatan merespons tren produk baru di pasar		
Adopsi <i>Fintech</i> (Z)	1. Intensi/keinginan menggunakan teknologi keuangan	4	Diadaptasi dari Rani & Desiyanti (2024); Rohaeni dkk. (2026)
	2. Penggunaan rutin kemudahan metode pembayaran digital		
	3. Pemanfaatan platform untuk akses pembiayaan usaha		
	4. Integrasi <i>fintech</i> dalam pencatatan laporan keuangan		
Kinerja UMKM (Y)	1. Pertumbuhan volume penjualan atau omzet harian	4	Diadaptasi dari Asdiansyuri & Octavia (2025); Tandilino dkk. (2025)
	2. Peningkatan profitabilitas/keuntungan usaha		
	3. Perluasan jangkauan pasar dan jumlah pelanggan baru		
	4. Keberlanjutan usaha (business sustainability)		
Total Indikator		16	

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0 melalui pendekatan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Prosedur pengujian statistik dilakukan secara bertahap, mencakup evaluasi model pengukuran (*outer model*) untuk uji validitas dan reliabilitas, evaluasi model struktural (*inner model*) untuk melihat nilai R^2 dan prediktif relevansi Q^2 , serta diakhiri dengan uji hipotesis pengaruh langsung dan tidak langsung melalui metode *bootstrapping*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Bagian ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh. Hasil penelitian berupa data disajikan dalam bentuk tabel, gambar, dan deskripsi verbal.

Tabel 2 Karakteristik Responden

No.	Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	Jenis Kelamin	Laki-laki	84	42%
		Perempuan	116	58%
2.	Usia	20-30 Tahun	62	31%
		31-45 Tahun	98	49%
		45 Tahun	40	20%
3.	Pendidikan	SMA/Sederajat	74	37%
		Diploma	42	21%
		Sarjana	68	34%
		Pascasarjana	16	8%
4.	Sektor Usaha	Kuliner	58	29%
		Fashion	38	19%
		Kerajinan	30	15%
		Perdagangan	40	20%
		Jasa	26	13%
		Lain-lain	8	4%

Sumber Data: Data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 1, responden didominasi oleh perempuan (58%) dengan rentang usia produktif 31-45 tahun (49%). Tingkat pendidikan responden bervariasi dengan mayoritas berpendidikan SMA/ sederajat (37%) dan Sarjana (34%). Sektor usaha yang paling banyak digeluti adalah kuliner (29%) dan perdagangan (20%).

Evaluasi model pengukuran (*outer model*) menunjukkan semua variabel memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas seperti disajikan pada Tabel 3.

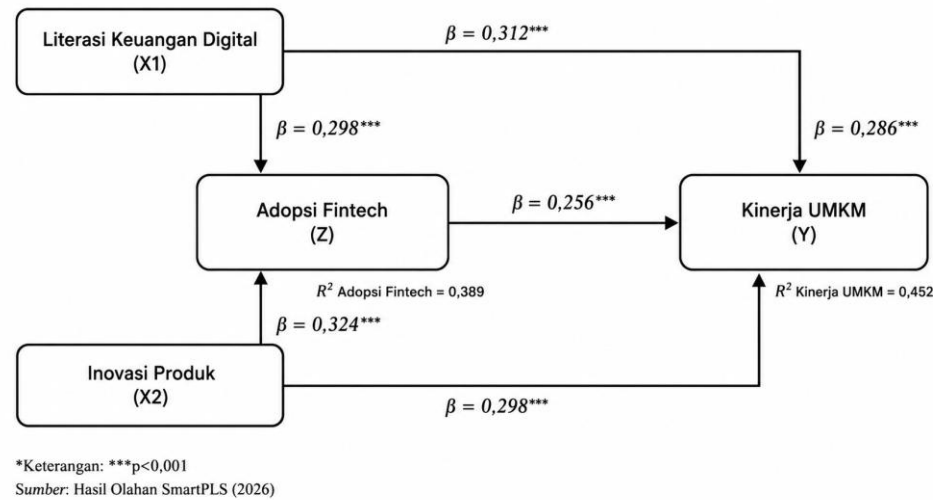
Tabel 3 Hasil Uji Validitas Konvergen dan Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's α	Composite Reliability (CR)	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
1.	Literasi Keuangan Digital	0,845	0,891	0,618	Valid & Reliabel
2.	Inovasi produk	0,832	0,878	0,592	Valid & Reliabel
3.	Adopsi <i>Fintech</i>	0,861	0,899	0,625	Valid & Reliabel
4.	Kinerja UMKM	0,848	0,887	0,609	Valid & Reliabel

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 3, seluruh variabel penelitian menunjukkan nilai *Cronbach's α* dan *Composite Reliability* (CR) di atas 0,70, yang mengindikasikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang baik dan konsistensi internal yang tinggi. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk keempat variabel juga berada di atas ambang batas yang direkomendasikan yaitu 0,50, dengan rentang antara 0,592 hingga 0,625. Hal ini menegaskan bahwa setiap indikator dalam masing-masing variabel mampu menjelaskan lebih dari setengah varians dari konstruk yang diukurnya, sehingga instrumen dinyatakan valid secara konvergen. Dengan demikian, seluruh variabel Literasi Keuangan Digital, Inovasi Produk, Adopsi *Fintech*, dan Kinerja UMKM memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Hasil evaluasi model struktural (*inner model*) disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Model Penelitian dengan Koefisien Jalur

Berdasarkan Gambar 1, nilai R^2 untuk Adopsi *Fintech* adalah 0,389 (38,9%) dan untuk Kinerja UMKM adalah 0,452 (45,2%). Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan prediktif relevansi yang baik.

Hasil uji hipotesis efek langsung disajikan pada Tabel 3.

Tabel 4 Hasil Uji Hipotesis (Efek Langsung)

No.	Hipotesis	Hubungan	Original Sample	T-Statistic	P-Values	Kesimpulan
1.	H1	LKD → Adopsi <i>Fintech</i>	0,298	4,123	0,000	Diterima
2.	H2	IP → Adopsi <i>Fintech</i>	0,324	4,567	0,000	Diterima
3.	H3	LKD → Kinerja UMKM	0,286	3,876	0,000	Diterima
4.	H4	IP → Kinerja UMKM	0,298	4,234	0,000	Diterima
5.	H5	Adopsi <i>Fintech</i> → Kinerja UMKM	0,256	3,654	0,000	Diterima

Keterangan: LKD = Literasi Keuangan Digital; IP = Inovasi Produk

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 3, seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ ($p < 0,05$). Nilai *T-Statistic* untuk kelima hubungan berada di atas nilai kritis 1,96, yang mengindikasikan bahwa seluruh pengaruh langsung adalah signifikan secara statistik. Pengaruh terbesar ditemukan pada hubungan Inovasi Produk terhadap Adopsi *Fintech* ($\beta = 0,324$; $T = 4,567$), diikuti oleh Literasi Keuangan Digital terhadap Adopsi *Fintech* ($\beta = 0,298$; $T = 4,123$) dan Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM ($\beta = 0,298$; $T = 4,234$). Sementara itu, pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Kinerja UMKM ($\beta = 0,286$; $T = 3,876$) dan Adopsi *Fintech* terhadap Kinerja UMKM ($\beta = 0,256$; $T = 3,654$) juga menunjukkan kontribusi yang positif dan signifikan, meskipun dengan

koefisien yang sedikit lebih rendah. Secara keseluruhan, temuan ini mengindikasikan bahwa seluruh variabel eksogen dan mediasi memiliki pengaruh langsung yang bermakna terhadap variabel endogen dalam model penelitian.

Hasil uji hipotesis efek mediasi disajikan pada Tabel 4.

Tabel 5 Hasil Uji Hipotesis (Efek Mediasi)

No.	Hipotesis	Hubungan	Original Sample	T-Statistic	P-Values	Kesimpulan
1.	H6	LKD → Adopsi <i>Fintech</i> → Kinerja UMKM	0,076	2,876	0,004	Diterima
2.	H7	IP → Adopsi <i>Fintech</i> → Kinerja UMKM	0,083	3,012	0,003	Diterima

Sumber Data: Data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji efek mediasi menunjukkan bahwa adopsi *fintech* secara signifikan memediasi pengaruh literasi keuangan digital terhadap kinerja UMKM (H6: $\beta = 0,076$; $T = 2,876$; $p = 0,004$) serta pengaruh inovasi produk terhadap kinerja UMKM (H7: $\beta = 0,083$; $T = 3,012$; $p = 0,003$). Kedua nilai T-Statistic berada di atas 1,96 dan nilai P-Values di bawah 0,05, sehingga H6 dan H7 dinyatakan diterima. Meskipun koefisien efek mediasi tergolong kecil (0,076 dan 0,083), signifikansi statistik yang kuat mengindikasikan bahwa adopsi *fintech* berperan sebagai saluran parsial yang menerjemahkan kapabilitas internal UMKM baik dari sisi pemahaman keuangan digital maupun orientasi inovasi menjadi peningkatan kinerja usaha yang nyata. Temuan ini memperkuat argumen bahwa *fintech* bukan sekadar alat transaksi, melainkan infrastruktur strategis yang menghubungkan kompetensi internal dengan outcome bisnis.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Adopsi *Fintech* dan Kinerja UMKM

Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *fintech* ($\beta=0,298$, $p<0,001$) serta kinerja UMKM ($\beta =0,286$, $p<<0,001$). Interpretasi dari temuan ini mengindikasikan bahwa pemahaman kognitif mengenai fitur keamanan, manajemen risiko siber, dan efisiensi biaya layanan digital merupakan modal dasar yang krusial. Pelaku usaha yang melek finansial digital tidak sekadar menggunakan teknologi untuk mengikuti tren, melainkan mampu mengelola arus kas secara *real-time* dan membuat keputusan taktis yang meminimalkan pemborosan modal kerja.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Tandilino dkk. (2025) yang menegaskan bahwa tingginya literasi digital dapat mengikis kecemasan individual dan mempercepat migrasi UMKM ke ekosistem keuangan modern. Implikasinya, otoritas moneter dan lembaga keuangan perlu merancang program pendampingan yang tidak hanya berfokus pada aspek

teknis cara pakai aplikasi, melainkan pada edukasi mendalam mengenai manajemen risiko finansial digital, termasuk pengenalan produk *fintech* syariah yang bebas dari unsur *riba* untuk menarik minat pelaku UMKM yang mengutamakan kesesuaian syariah (*halal-conscious*).

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Adopsi *Fintech* dan Kinerja UMKM

Inovasi produk terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *fintech* ($\beta=0,324$, $p<0,001$) dan kinerja UMKM ($\beta=0,298$, $p<0,001$). Koefisien jalur yang tinggi ini menginterpretasikan bahwa orientasi inovatif internal bertindak sebagai pendorong psikologis dan operasional yang sangat kuat. UMKM yang adaptif dalam memodifikasi produk, kemasan, maupun varian layanan secara alami memiliki keterbukaan yang tinggi terhadap teknologi. Mereka memandang *fintech* bukan sebagai beban administratif, melainkan instrumen strategis untuk mendukung diferensiasi produk mereka di pasar digital yang kompetitif.

Hasil riset ini sejalan dengan studi Asdiansyuri & Octavia (2025) yang menyatakan bahwa inovasi produk dan adopsi teknologi memiliki hubungan timbal balik yang saling memperkuat. Implikasi praktisnya, pengembangan kapasitas inovasi produk di tingkat pelaku usaha harus berjalan simultan dengan digitalisasi operasional. UMKM yang inovatif memerlukan ekosistem *fintech*—seperti gerbang pembayaran digital atau platform pembiayaan berbasis syariah (*mudharabah/musyarakah*) untuk mempercepat rantai pasok dan memperluas jangkauan pasar tanpa terjebak dalam perang harga.

Pengaruh Adopsi *Fintech* dan Peran Mediasinya

Adopsi fintech terbukti berpengaruh langsung terhadap kinerja UMKM ($\beta=0,256$, $p<0,001$) serta sukses bertindak sebagai mediator parsial bagi pengaruh literasi keuangan digital ($H6:\beta=0,076$) dan inovasi produk ($H7:\beta=0,083$) terhadap kinerja. Interpretasi atas model mediasi ini menjelaskan bahwa kapabilitas internal UMKM (baik berupa pengetahuan keuangan maupun kreativitas produk) tidak akan menghasilkan dampak kinerja yang optimal jika tidak diaktualisasikan melalui infrastruktur digital (*enabling infrastructure*). *Fintech* menyederhanakan birokrasi transaksi dan mempercepat perputaran modal usaha yang konkrit.

Secara empiris, peran mediasi ini mendukung temuan Tandilino dkk. (2025) mengenai fungsi teknologi keuangan sebagai jembatan transmisi modal dan efisiensi. Implikasi teoritis dan praktisnya mengarah pada Teori *Resource-Based View* (RBV) dan *Dynamic Capability*, di mana literasi dan inovasi bertindak sebagai sumber daya internal (aset pasif), sedangkan adopsi *fintech* (termasuk *fintech* syariah) adalah kapabilitas dinamis yang mengonfigurasi aset

tersebut menjadi keunggulan kompetitif di lapangan. Oleh karena itu, kebijakan stimulus UMKM di masa depan wajib mengintegrasikan aspek literasi, dorongan inovasi, dan kemudahan akses platform teknologi finansial ke dalam satu cetak biru pemberdayaan yang padu.

Implikasi Teoritis

Berdasarkan Teori Resource-Based View (RBV), literasi keuangan digital dan inovasi produk merupakan sumber daya internal yang berharga (*valuable*), langka (*rare*), sulit ditiru (*imperfectly imitable*), dan terorganisasi dengan baik (*organized*). Kedua sumber daya ini menjadi keunggulan kompetitif bagi UMKM. Sementara itu, berdasarkan *Dynamic Capability* Teece dkk. (1997), adopsi *fintech* merupakan kapabilitas dinamis yang memungkinkan UMKM mengintegrasikan sumber daya tersebut untuk merespons perubahan lingkungan bisnis yang dinamis. UMKM yang memiliki kapabilitas dinamis lebih adaptif terhadap perubahan teknologi dan preferensi konsumen.

Implikasi Praktis

Penelitian ini memberikan implikasi bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan literasi keuangan digital melalui pelatihan dan pendampingan, serta mendorong inovasi produk sebagai strategi pengembangan usaha. Pemerintah dan lembaga keuangan perlu meningkatkan program edukasi keuangan digital yang terjangkau dan mudah diakses. Platform *fintech* perlu mengembangkan layanan yang ramah UMKM dengan fitur yang sederhana dan biaya yang kompetitif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan digital dan inovasi produk terbukti menjadi pendorong utama dalam mempercepat adopsi teknologi finansial (*fintech*) serta meningkatkan kinerja usaha pelaku UMKM. Lebih lanjut, adopsi *fintech* sukses bertindak sebagai jembatan transmisi (variabel mediasi) yang mengonversi modal kognitif berupa pemahaman keuangan digital dan kapasitas orientasi inovasi produk menjadi pencapaian kinerja usaha yang nyata dan berkelanjutan. Temuan ini membuktikan bahwa kapabilitas internal pelaku usaha akan memberikan dampak yang jauh lebih optimal bagi pertumbuhan bisnis ketika didukung oleh pemanfaatan infrastruktur teknologi keuangan modern.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat integrasi Teori *Resource-Based View* (RBV) dan *Dynamic Capability*, di mana literasi keuangan dan inovasi produk berfungsi sebagai sumber daya internal strategis, sementara adopsi *fintech* menjadi kapabilitas dinamis yang

mengonfigurasinya menjadi keunggulan kompetitif. Secara praktis, riset ini memberikan penegasan bahwa digitalisasi UMKM tidak boleh dilakukan secara parsial, melainkan harus menyatukan aspek edukasi keuangan, kreativitas produk, dan kesiapan adopsi platform digital ke dalam satu ekosistem operasional yang utuh.

DAFTAR PUSTAKA

- Asdiansyuri, U., & Octavia, Y. F. (2025). Pengaruh Adopsi Fintech, Literasi Keuangan, Digital Marketing, Inovasi Produk dan Modal Usaha terhadap Kinerja UMKM: (Studi pada UMKM di Desa Kalampa Kecamatan Woha). *Valid: Jurnal Ilmiah*, 23(1), 114–125. <https://doi.org/10.53512/valid.v23i1.606>
- Bakar, N. A. A., & Venkatachalam, K. R. (2025). The Relationship between Performance Expectancy and Social Media Usage. *Open Journal of Social Sciences*, 13(10), 585–596. <https://doi.org/10.4236/jss.2025.1310034>
- Buku Statistik Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2025.* (2025).
- Edi Jatmiko, Siti Kholijah, & Fitri Utami. (2024). ANALISIS PROMOSI CASHBACK PADA E-COMMERCE BUKALAPAK DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH. *EKSUDA: Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 4(1), 63–82. <https://doi.org/10.51226/eksyda.v4i1.653>
- Hutabarat, A. S., Effendy, M., & Setiawan, J. M. (2026). Pendampingan Penggunaan Mobile Banking dan QRIS untuk Peningkatan Transaksi UMKM. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 7(1), 42–52. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v7i1.4957>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2023). <https://www.ekon.go.id>
- Kholijah, S., Utami, F., & Hastuti, N. (2025). *Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Kopi Kalangan*. 03(01).
- Lubis, N. W. (2022). Resource Based View (RBV) in Improving Company Strategic Capacity. *Research Horizon*, 2(6), 587–596. <https://doi.org/10.54518/rh.2.6.2022.85>
- Rahayu, S., Syafe'i, D., Dahlia, D., Wiranata, H., & Sari, P. I. (2025). INOVASI PRODUK SEBAGAI MEDIASI PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA UMKM. *jesya*, 8(2), 1440–1457. <https://doi.org/10.36778/jesya.v8i2.2184>
- Rani, G. M., & Desiyanti, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Digital Payment Terhadap Kinerja UMKM Makanan & Minuman di Kota Padang: The Influence of Financial Literacy, Financial Inclusion, and Digital Payment, on The Performance of Food & Beverage MSMEs in Padang City. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 5(02), 161–174. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v5i02.1403>

- Rohaeni, N., Meutia, M., Indriana, I., & Januarsi, Y. (2026). Does FinTech Adoption Enhance MSME Performance? The Role of Financial Behaviour and Digital Financial Literacy. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 11(1), 107–126. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v11i1.982>
- Tandilino, C., Pontoh, G. T., Darmawati, D., & Indrijawati, A. (2025). Digital Financial Inclusion as a Mediator of Digital Financial Literacy and Government Support in MSME Performance. *International Journal of Financial Studies*, 13(4), 199. <https://doi.org/10.3390/ijfs13040199>
- Tarigan, A., & Salsabila, H. (2025). *PENGARUH INOVASI PRODUK DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA UMKM DI INDONESIA*. 25(1).
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199708\)18:7%3C509::AID-SMJ882%3E3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7%3C509::AID-SMJ882%3E3.0.CO;2-Z)
- Utami, F., & Kholijah, S. (2025). *Business Digitalization and Its Impact on MSME Revenue in the Digital Economy Era*.



© 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).