E-ISSN: 3025-0994
Halaman 1620-1633
Volume 4 Nomor 4 Tahun 2026

Pengaruh *Financial Technology*, Pengelolaan Modal Kerja, Inovasi Produk, dan *Digital Marketing* Terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Wonosobo

Eka Silvana Nurrohmah[1], Tati' Faoziakh[2], Nabilla Nuzulul Nasa[3], Muhammad Asif Maulana Akbar[4]

[1,2,3,4] Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sains Al-Qur'an Jawa Tengah di Wonosobo
e-mail: ekasilvna@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *financial technology*, pengelolaan modal kerja, inovasi produk, dan *digital marketing* terhadap kinerja keuangan usaha mikro di Kabupaten Wonosobo. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal dengan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert 1–5 kepada 101 pelaku usaha mikro yang dipilih secara purposive sampling. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, serta regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil uji F menunjukkan bahwa keempat variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (F = 5,488; sig. 0,001). Secara parsial, hanya *digital marketing* yang berpengaruh positif dan signifikan (β = 0,268; sig. < 0,001), sedangkan *financial technology*, pengelolaan modal kerja, dan inovasi produk tidak berpengaruh signifikan. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,152 menunjukkan bahwa 15,2% variasi kinerja keuangan dapat dijelaskan oleh model, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain. Pelaku usaha mikro disarankan memperkuat pemanfaatan *digital marketing* secara konsisten, dan pemerintah daerah disarankan menyediakan pelatihan serta pendampingan yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Financial Technology, Modal Kerja, Inovasi Produk, Digital Marketing, Kinerja Keuangan

Abstract

This study aimed to analyze the effect of financial technology, working capital management, product innovation, and digital marketing on the financial performance of micro enterprises in Wonosobo Regency. The study employed a quantitative causal-associative approach using primary data collected through a five-point Likert questionnaire from 101 micro business owners selected by purposive sampling. The data were analyzed using descriptive statistics, validity and reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression in SPSS. The F test showed that the four variables simultaneously had a significant effect on financial performance (F = 5.488; sig. 0.001). Partially, only digital marketing had a positive and significant effect (β = 0.268; sig. < 0.001), while financial technology, working capital management, and product innovation had no significant effect. The Adjusted R Square of 0.152 indicates that the model explains 15.2% of the variation in financial performance, while the remainder is influenced by other factors. Micro business owners are advised to use digital marketing consistently, and local government is advised to provide continuous training and mentoring.

Keywords: Financial Technology, Working Capital, Product Innovation, Digital Marketing, Financial Performance

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Keberlangsungan UMKM sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha mengelola usahanya, khususnya aspek keuangan. Keberhasilan UMKM dipengaruhi oleh kemampuan mengelola sumber daya keuangan secara optimal untuk mencapai kinerja keuangan yang baik (Rismayanti et al., 2025).

Kabupaten Wonosobo memiliki potensi UMKM yang cukup besar. Data BPS pada Tabel 1 menunjukkan jumlah UMKM tercatat 34.010 unit pada tahun 2021, turun menjadi 31.079 unit pada 2022, kemudian naik menjadi 31.903 unit pada 2023 dan 32.030 unit pada 2024. Struktur usaha didominasi usaha mikro yang meningkat dari 31.100 unit pada 2021 menjadi 31.442 unit pada 2024. Dari sisi omzet pada Tabel 2, usaha mikro meningkat dari Rp565,06 miliar pada 2021 menjadi Rp643,17 miliar pada 2024, sedangkan omzet usaha kecil berubah dari Rp1.429,52 miliar menjadi Rp980,00 miliar pada periode yang sama.

Tabel 1. Jumlah UMKM Kabupaten Wonosobo tahun 2021–2024 (unit)

Skala Usaha	2021	2022	2023	2024
Usaha Mikro	31.100	31.205	31.317	31.442
Usaha Kecil	2.564	485	488	490
Usaha Menengah	321	76	76	76
Usaha Besar	25	22	22	22
Total UMKM	34.010	31.079	31.903	32.030

Sumber: BPS Kabupaten Wonosobo dalam Angka 2021–2024

Tabel 2. Omzet UMKM Kabupaten Wonosobo tahun 2021–2024 (miliar rupiah)

Skala Usaha	2021	2022	2023	2024
Usaha Mikro	565,06	624,41	640,74	643,17
Usaha Kecil	1.429,52	970,00	976,00	980,00
Usaha Menengah	215,59	1.140,00	1.140,00	1.140,00
Usaha Besar	77,58	1.100,00	1.100,00	1.100,00

Sumber: BPS Kabupaten Wonosobo dalam Angka 2021–2024

Kinerja keuangan merupakan indikator utama keberhasilan usaha dan dapat digunakan untuk mengetahui tingkat kesehatan keuangan serta efektivitas pengelolaannya (Halijah & Fitriah, 2024). Beberapa faktor diduga memengaruhinya. *Financial technology* mempercepat transaksi dan mempermudah akses pembiayaan (Rismayanti et al., 2025). Pengelolaan modal kerja yang efektif menjaga keseimbangan antara likuiditas dan profitabilitas (Fitri et al., 2025). Inovasi produk meningkatkan daya saing dan minat konsumen (Halijah & Fitriah, 2024), sedangkan *digital marketing* memperluas jangkauan pasar dengan biaya relatif rendah (Shidiq et al., 2024).

Kinerja keuangan mencerminkan kemampuan usaha menghasilkan laba, menjaga stabilitas keuangan, mengelola aset, dan mempertahankan keberlangsungan usaha (Ananda et al., 2023; Auliyah & Saleh, 2024). Pada UMKM, kinerja keuangan dapat dilihat dari peningkatan pendapatan, pertumbuhan laba, efisiensi biaya operasional, dan kestabilan arus kas. Kinerja keuangan yang baik membantu pelaku usaha mengambil keputusan bisnis, menyusun strategi pengembangan, serta meningkatkan kepercayaan lembaga keuangan, sehingga usaha mampu bertahan dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil (Arifuddin et al., 2023).

Financial technology adalah inovasi layanan keuangan berbasis teknologi digital yang membuat transaksi lebih cepat, mudah, dan efisien. Bentuknya antara lain pembayaran digital, QRIS, dompet digital, mobile banking, pinjaman daring, dan aplikasi pencatatan keuangan. Bagi UMKM, fintech mempermudah akses pembiayaan, mempercepat pembayaran, dan meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan, serta mendorong sistem keuangan yang lebih inklusif (Arifuddin et al., 2023; Rismayanti et al., 2025).

Pengelolaan modal kerja adalah proses mengatur aset lancar dan kewajiban lancar agar kegiatan operasional, seperti pembelian bahan baku, pembayaran tenaga kerja, dan biaya operasional lain, berjalan lancar. Pengelolaan modal kerja berkaitan dengan keseimbangan antara likuiditas dan profitabilitas (Asadi et al., 2021) serta mencakup pengelolaan kas, persediaan, piutang, dan utang usaha. Kekurangan modal kerja dapat mengganggu produksi, menunda pembayaran kewajiban jangka pendek, dan menurunkan kemampuan usaha menghasilkan laba (Rizal et al., 2022).

Inovasi produk adalah kemampuan usaha menciptakan atau mengembangkan produk yang memiliki nilai tambah bagi konsumen, baik melalui desain, kualitas, fitur, kemasan, maupun produk baru. Inovasi yang berkelanjutan membantu usaha menyesuaikan diri dengan tren dan preferensi konsumen sehingga meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar (Putri & Triyanto, 2023; Sari et al., 2024). Sementara itu, *digital marketing* adalah strategi pemasaran yang memanfaatkan internet dan media digital, seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp Business, untuk mempromosikan produk serta membangun hubungan dengan konsumen dengan biaya yang relatif rendah (Aflagaly & Kusumowati, 2025; Shidiq et al., 2024).

Penelitian terdahulu memberikan hasil yang beragam. (Rismayanti et al., 2025) dan (Arifuddin et al., 2023) menemukan bahwa *financial technology* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. (Fitri et al., 2025) dan (Sidabutar et al., 2025) menemukan pengaruh positif pengelolaan modal kerja, tetapi (Rizal et al., 2022) menemukan bahwa pengaruh modal kerja terbatas karena hanya perputaran piutang yang signifikan. (Halijah & Fitriah, 2024) serta (Putri & Triyanto, 2023) menemukan pengaruh positif inovasi produk, sedangkan (Shidiq et al., 2024), (Widiastuti & Indriastuti, 2026), dan (Aflagaly & Kusumowati, 2025) menemukan bahwa *digital marketing* berpengaruh signifikan. Ringkasan penelitian terdahulu disajikan pada Tabel 3. Perbedaan hasil tersebut menjadi dasar perlunya pengujian ulang pada konteks usaha mikro di Wonosobo.

Tabel 3. Ringkasan penelitian terdahulu

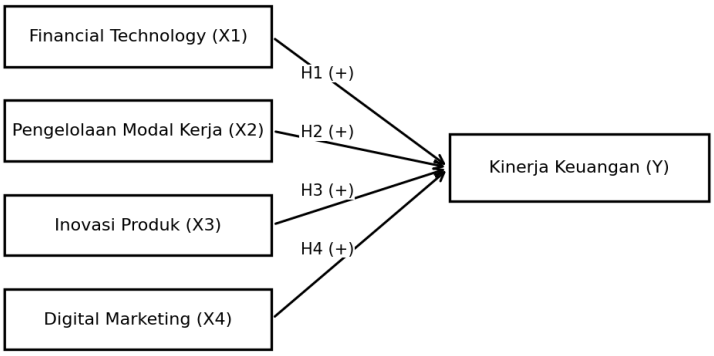
Peneliti (tahun)	Variabel	Hasil
Rismayanti et al. (2025)	Pengetahuan keuangan, *financial technology*, inklusi keuangan	Berpengaruh positif dan signifikan
Arifuddin et al. (2023)	Literasi keuangan, *financial technology*	Berpengaruh positif dan signifikan
Fitri et al. (2025)	Pengelolaan modal kerja, ROE	Berpengaruh positif dan signifikan
Rizal et al. (2022)	Pengelolaan modal kerja	Pengaruh terbatas; hanya perputaran piutang signifikan
Halijah & Fitriah (2024)	Inovasi produk	Berpengaruh positif
Putri & Triyanto (2023)	Literasi keuangan, inovasi produk, harga	Berpengaruh parsial dan simultan
Shidiq et al. (2024)	Literasi keuangan, *digital marketing*, inovasi produk	Literasi tidak signifikan; *digital marketing* dan inovasi produk signifikan

Widiastuti & Indriastuti (2026)	Literasi keuangan, *financial technology*, *digital marketing*	Berpengaruh positif dan signifikan
Aflagaly & Kusumowati (2025)	E-wallet, *digital marketing*	Berpengaruh signifikan

Sumber: diolah dari berbagai jurnal (2023–2026)

Dalam praktiknya, pelaku UMKM di Wonosobo masih menghadapi persoalan pengelolaan keuangan. Pemasukan dan pengeluaran sering tidak dicatat dengan rapi sehingga laporan keuangan tidak tersusun sistematis dan arus kas sulit dikendalikan (Diskominfo, 2024). Kondisi ini menunjukkan kesenjangan antara kondisi ideal dan kenyataan (*phenomena gap*). Selain itu, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) karena hasil penelitian terdahulu mengenai keempat variabel tersebut belum konsisten; sebagian menemukan pengaruh signifikan, sebagian lain tidak.

Hubungan antarvariabel dijelaskan melalui teori *Resource Based View* (RBV), yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif ditentukan oleh kemampuan mengelola sumber daya internal secara efektif (Purba & Prima, 2024). Teknologi keuangan, modal kerja, inovasi produk, dan pemasaran digital dipandang sebagai sumber daya strategis UMKM. Pengaruh *financial technology* diharapkan positif karena meningkatkan efisiensi transaksi dan pengelolaan keuangan (Rismayanti et al., 2025; Widiastuti & Indriastuti, 2026). Pengelolaan modal kerja yang baik menjaga kestabilan arus kas sehingga mendukung laba usaha (Fitri et al., 2025). Inovasi produk menciptakan nilai tambah yang mendorong penjualan (Halijah & Fitriah, 2024), dan *digital marketing* memperluas pasar serta meningkatkan penjualan (Aflagaly & Kusumowati, 2025; Shidiq et al., 2024). Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis penelitian, yang model hubungannya ditunjukkan pada Gambar 1, adalah: H1, *financial technology* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan; H2, pengelolaan modal kerja berpengaruh positif; H3, inovasi produk berpengaruh positif; dan H4, *digital marketing* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM di Wonosobo.



Gambar 1. Model penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dengan ekstensi, yaitu menambahkan variabel *digital marketing* dan menggabungkan *financial technology*, pengelolaan modal kerja, dan inovasi produk dalam satu model pada UMKM di Wonosobo. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh keempat variabel tersebut terhadap kinerja keuangan UMKM di Wonosobo, baik secara parsial maupun simultan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausal untuk mengetahui pengaruh *financial technology* (X1), pengelolaan modal kerja (X2), inovasi produk (X3), dan *digital marketing* (X4) terhadap kinerja keuangan (Y) (Juliana et al., 2026). Populasi penelitian adalah usaha mikro di Kabupaten Wonosobo sebanyak 32.030 unit menurut BPS tahun 2024 (Hardani et al., 2020). Ukuran sampel dihitung dengan rumus

Slovin pada tingkat kesalahan 10%, yaitu n = N/(1 + Ne²) = 32.030/(1 + 32.030 × 0,01) = 99,69, dibulatkan menjadi 100 responden. Sampel dipilih secara *purposive sampling* dengan kriteria: berdomisili di Wonosobo, masih aktif menjalankan usaha, pernah memanfaatkan layanan *financial technology*, dan melakukan kegiatan pemasaran.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan secara langsung maupun melalui Google Form dengan skala Likert 1–5 (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju), sedangkan data sekunder berasal dari buku, jurnal, dan data BPS. Setiap variabel diukur dengan enam pernyataan, dengan definisi operasional pada Tabel 4. Kinerja keuangan diukur melalui peningkatan pendapatan, peningkatan laba, efisiensi biaya, dan stabilitas keuangan. *Financial technology* diukur melalui kemudahan transaksi, kecepatan layanan, efisiensi pengelolaan keuangan, dan kemudahan akses layanan. Pengelolaan modal kerja diukur melalui pengelolaan kas, piutang, persediaan, dan efisiensi penggunaan modal. Inovasi produk diukur melalui pengembangan produk baru, perbaikan kualitas, variasi, dan keunikan produk. *Digital marketing* diukur melalui penggunaan media sosial, promosi digital, interaksi dengan pelanggan, dan jangkauan pemasaran digital.

Tabel 4. Definisi operasional dan pengukuran variabel

Variabel	Indikator	Skala
Kinerja Keuangan (Y)	Peningkatan pendapatan, peningkatan laba, efisiensi biaya operasional, stabilitas keuangan	Likert 1–5
Financial Technology (X1)	Kemudahan transaksi, kecepatan layanan, efisiensi pengelolaan keuangan, kemudahan akses layanan	Likert 1–5
Pengelolaan Modal Kerja (X2)	Pengelolaan kas, piutang, persediaan, efisiensi penggunaan modal kerja	Likert 1–5
Inovasi Produk (X3)	Pengembangan produk baru, perbaikan kualitas, variasi produk, keunikan produk	Likert 1–5
Digital Marketing (X4)	Penggunaan media sosial, promosi digital, interaksi dengan pelanggan, jangkauan pemasaran digital	Likert 1–5

Sumber: diolah dari kajian pustaka

Analisis data dengan SPSS meliputi statistik deskriptif, uji validitas (*corrected item-total correlation* > 0,30), uji reliabilitas (Cronbach's Alpha > 0,70), uji ketepatan model (uji F), uji asumsi klasik (normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk, multikolinearitas dengan Tolerance > 0,10 dan VIF < 10, serta heteroskedastisitas dengan scatterplot), regresi linear berganda, uji t, dan koefisien determinasi. Model regresi yang digunakan adalah $Y = a + \beta1X1 + \beta2X2 + \beta3X3 + \beta4X4 + \varepsilon$, dengan taraf signifikansi 0,05.

Pengambilan keputusan uji F dan uji t didasarkan pada nilai signifikansi. Apabila signifikansi kurang dari 0,05, model dinyatakan layak dan variabel independen dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sehingga hipotesis diterima. Apabila signifikansi lebih dari 0,05, hipotesis ditolak. Koefisien determinasi (R^2) bernilai 0 sampai 1; semakin besar nilainya, semakin besar kemampuan variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Heteroskedastisitas diuji dengan mengamati pola titik antara nilai prediksi terstandar (ZPRED) dan residual terstandar (ZRESID); model dinyatakan bebas heteroskedastisitas apabila titik menyebar acak tanpa pola tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan peneliti. Pelaku usaha yang menjadi responden berasal dari berbagai jenis usaha sehingga data mencerminkan keberagaman usaha mikro yang aktif di Wonosobo.

Kuesioner dibagikan kepada pelaku usaha mikro di Wonosobo mulai awal Juni hingga akhir Juli 2026. Seluruh 101 kuesioner kembali dan dapat diolah (tingkat pengembalian 100%), sehingga 101 responden digunakan sebagai sampel. Responden berasal dari usaha kuliner, seperti katsu dan rice bowl, warung makan, dan cireng, serta usaha nonkuliner, seperti mebel, sarung jok mobil, toko sembako, dan florist. Distribusi kuesioner disajikan pada Tabel 5, sedangkan statistik deskriptif disajikan pada Tabel 6.

Tabel 5. Distribusi kuesioner penelitian

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebarkan	101
Kuesioner yang kembali	101
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang tidak dapat diolah	0
Kuesioner yang dapat diolah	101

Sumber: data primer yang diolah (2026)

Tingkat pengembalian kuesioner mencapai 100% karena seluruh kuesioner yang disebarkan kembali dalam keadaan lengkap dan memenuhi syarat untuk diolah. Pengumpulan data berlangsung selama kurang lebih delapan minggu, sehingga jumlah sampel yang dianalisis sebanyak 101 responden.

Tabel 6. Hasil analisis statistik deskriptif

Variabel	N	Min	Maks	Mean	Std. Deviasi
Financial Technology (FT)	101	6,00	30,00	24,2871	6,56405
Pengelolaan Modal Kerja (PMK)	101	16,00	30,00	25,6634	4,00818
Inovasi Produk (IP)	101	16,00	30,00	25,3861	4,02981
Digital Marketing (DM)	101	11,00	30,00	23,3663	4,87180
Kinerja Keuangan (KK)	101	17,00	30,00	25,4653	2,74796

Sumber: data primer yang diolah (2026)

Seluruh variabel memiliki nilai rata-rata yang tinggi dibandingkan skor maksimum 30, sehingga mayoritas responden menilai positif penggunaan *financial technology*, pengelolaan modal kerja, inovasi produk, *digital marketing*, dan kinerja keuangan usahanya. Standar deviasi *financial technology* paling besar (6,56405), yang menunjukkan pemanfaatan layanan keuangan digital antarresponden paling bervariasi.

Uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan valid karena nilai *corrected item-total correlation* melebihi 0,30. Seluruh variabel juga reliabel karena nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,70, sebagaimana diringkas pada Tabel 7, sedangkan rincian setiap butir disajikan pada Tabel 8 sampai Tabel 12.

Tabel 7. Hasil uji validitas dan reliabilitas

Variabel	Rentang Corrected Item-Total Correlation	Cronbach 's Alpha	Keterangan
Financial Technology	0,888 – 0,940	0,972	Valid dan reliabel

Pengelolaan Modal Kerja	0,682 – 0,745	0,895	Valid dan reliabel
Inovasi Produk	0,635 – 0,793	0,893	Valid dan reliabel
Digital Marketing	0,753 – 0,877	0,937	Valid dan reliabel
Kinerja Keuangan	0,332 – 0,647	0,748	Valid dan reliabel

Sumber: data primer yang diolah (2026)

Tabel 8. Hasil uji validitas butir variabel *Financial Technology* (X1)

Butir pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
Pembayaran digital (QRIS, e-wallet, mobile banking) memudahkan transaksi usaha saya	0,918	0,966
Pembayaran digital membuat pelayanan kepada pelanggan lebih cepat	0,940	0,964
Saya lebih mudah mencatat pemasukan dan pengeluaran dengan bantuan aplikasi keuangan atau pembayaran digital	0,888	0,969
Saya mudah menggunakan layanan keuangan digital untuk kebutuhan usaha	0,912	0,967
Penggunaan pembayaran digital membantu mengurangi kesalahan dalam transaksi	0,891	0,969
Saya merasa layanan keuangan digital membantu kelancaran usaha saya	0,907	0,967

Sumber: data primer yang diolah (2026)

Pada variabel *financial technology*, butir tentang pelayanan pelanggan yang lebih cepat memiliki korelasi tertinggi (0,940), sedangkan butir pencatatan dengan aplikasi memiliki korelasi terendah (0,888). Seluruh butir sangat kuat mengukur variabel ini.

Tabel 9. Hasil uji validitas butir variabel Pengelolaan Modal Kerja (X2)

Butir pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
Saya selalu memastikan uang kas usaha cukup untuk menjalankan usaha sehari-hari	0,718	0,876
Saya mencatat setiap pemasukan dan pengeluaran usaha secara rutin	0,725	0,875
Saya mengatur stok barang agar tidak terlalu banyak atau terlalu sedikit	0,704	0,878
Modal usaha yang saya miliki digunakan sesuai kebutuhan usaha	0,745	0,872
Saya memisahkan uang usaha dengan uang pribadi	0,682	0,882

Saya merencanakan penggunaan modal usaha sebelum mengeluarkan biaya	0,730	0,875

Sumber: data primer yang diolah (2026)

Pada variabel pengelolaan modal kerja, korelasi butir berkisar 0,682 – 0,745. Butir penggunaan modal sesuai kebutuhan paling kuat (0,745), sedangkan butir pemisahan uang usaha dan pribadi paling rendah (0,682), yang sejalan dengan temuan awal bahwa keuangan usaha dan pribadi sering masih tercampur.

Tabel 10. Hasil uji validitas butir variabel Inovasi Produk (X3)

Butir pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
Saya berusaha menghadirkan produk baru sesuai kebutuhan pelanggan	0,635	0,888
Saya terus memperbaiki kualitas produk yang saya jual	0,635	0,886
Saya menyediakan beberapa variasi produk agar pelanggan memiliki lebih banyak pilihan	0,708	0,876
Produk yang saya jual memiliki keunikan dibandingkan produk sejenis di pasaran	0,793	0,862
Saya menerima masukan pelanggan untuk mengembangkan produk	0,773	0,865
Saya mengikuti tren pasar dalam mengembangkan produk usaha	0,752	0,868

Sumber: data primer yang diolah (2026)

Pada variabel inovasi produk, butir keunikan produk memiliki korelasi tertinggi (0,793), sedangkan butir menghadirkan produk baru dan memperbaiki kualitas produk memiliki korelasi terendah (masing-masing 0,635). Seluruh butir tetap melampaui batas 0,30.

Tabel 11. Hasil uji validitas butir variabel *Digital Marketing* (X4)

Butir pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
Saya menggunakan media sosial untuk mempromosikan usaha	0,832	0,923
Saya rutin mengunggah informasi atau promosi produk di media digital	0,761	0,934
Saya berkomunikasi dengan pelanggan melalui media sosial atau aplikasi pesan	0,753	0,933
Pemasaran digital membantu usaha saya menjangkau lebih banyak pelanggan	0,877	0,919
Informasi produk saya lebih mudah diketahui pelanggan melalui media digital	0,839	0,922
Media digital membantu meningkatkan penjualan usaha saya	0,847	0,921

Sumber: data primer yang diolah (2026)

Pada variabel *digital marketing*, butir pemasaran digital membantu menjangkau lebih banyak pelanggan memiliki korelasi tertinggi (0,877), sedangkan butir komunikasi dengan pelanggan melalui media sosial memiliki korelasi terendah (0,753).

Tabel 12. Hasil uji validitas butir variabel Kinerja Keuangan (Y)

Butir pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
Pendapatan usaha saya meningkat dalam beberapa waktu terakhir	0,647	0,661
Keuntungan usaha saya meningkat dalam beberapa waktu terakhir	0,582	0,682
Saya mampu mengendalikan biaya operasional usaha dengan baik	0,332	0,747
Kondisi keuangan usaha saya cukup stabil untuk menjalankan usaha	0,533	0,698
Arus kas usaha saya berjalan dengan lancar	0,418	0,729
Usaha saya berkembang lebih baik dibandingkan sebelumnya	0,402	0,736

Sumber: data primer yang diolah (2026)

Pada variabel kinerja keuangan, korelasi butir paling beragam (0,332 – 0,647). Butir pengendalian biaya operasional memiliki korelasi terendah (0,332), tetapi masih di atas 0,30 sehingga dipertahankan. Hal ini juga menjelaskan Cronbach's Alpha variabel ini (0,748) yang lebih rendah dibanding variabel lain.

Uji ketepatan model menghasilkan F hitung 5,488 dengan signifikansi 0,001 (< 0,05), sehingga model regresi layak digunakan dan *financial technology*, pengelolaan modal kerja, inovasi produk, dan *digital marketing* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

Uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov 0,200 dan Shapiro-Wilk 0,287, keduanya lebih besar dari 0,05, sehingga residual berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai Tolerance berkisar 0,595 – 0,963 dan VIF berkisar 1,039 – 1,682, sehingga tidak terdapat korelasi yang mengganggu antarvariabel independen. Nilai VIF tertinggi dimiliki *digital marketing* (1,682) dan *financial technology* (1,668), yang menandakan kedua variabel memiliki keterkaitan sedang tetapi masih dalam batas aman (VIF < 10).

Uji heteroskedastisitas melalui scatterplot menunjukkan titik-titik menyebar acak di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y tanpa membentuk pola mengerucut, melebar, atau bergelombang, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, model memenuhi asumsi klasik yang disyaratkan untuk analisis regresi linear berganda. Ringkasan uji ketepatan model, asumsi klasik, dan koefisien determinasi disajikan pada Tabel 13, sedangkan hasil regresi linear berganda dan uji t disajikan pada Tabel 14.

Tabel 13. Ringkasan uji ketepatan model dan uji asumsi klasik

Pengujian	Statistik	Nilai	Keputusan
Uji F (ketepatan model)	F hitung; Sig.	5,488; 0,001	Model layak
Normalitas	Kolmogorov-Smirnov Sig.	0,200	Normal (> 0,05)
Normalitas	Shapiro-Wilk Sig.	0,287	Normal (> 0,05)

Multikolinearitas	Tolerance	0,595 – 0,963	Bebas (> 0,10)
Multikolinearitas	VIF	1,039 – 1,682	Bebas (< 10)
Koefisien determinasi	R; R Square	0,431; 0,186	–
Koefisien determinasi	Adjusted R Square	0,152	15,2%

Sumber: data primer yang diolah (2026)

Tabel 14. Hasil analisis regresi linear berganda dan uji t

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Keputusan
(Konstanta)	21,061	2,665	–	7,902	0,000	–
Financial Technology	-0,033	0,050	-0,078	-0,658	0,512	H1 ditolak
Pengelolaan Modal Kerja	0,004	0,064	0,006	0,069	0,945	H2 ditolak
Inovasi Produk	-0,046	0,064	-0,067	-0,719	0,474	H3 ditolak
Digital Marketing	0,268	0,067	0,474	3,973	0,000	H4 diterima

Variabel dependen: Kinerja Keuangan (KK). Sumber: data primer yang diolah (2026)

Persamaan regresi yang diperoleh adalah KK = 21,061 − 0,033FT + 0,004PMK − 0,046IP + 0,268DM. Hanya *digital marketing* yang memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05, sedangkan ketiga variabel lainnya memiliki signifikansi di atas 0,05. Koefisien determinasi menunjukkan Adjusted R Square sebesar 0,152, artinya keempat variabel menjelaskan 15,2% variasi kinerja keuangan dan 84,8% sisanya dijelaskan variabel lain di luar model.

Konstanta sebesar 21,061 berarti apabila *financial technology*, pengelolaan modal kerja, inovasi produk, dan *digital marketing* bernilai nol, kinerja keuangan bernilai 21,061. Koefisien *digital marketing* sebesar 0,268 berarti setiap kenaikan satu satuan skor *digital marketing* meningkatkan skor kinerja keuangan sebesar 0,268 satuan dengan variabel lain tetap. Koefisien *financial technology* (−0,033), pengelolaan modal kerja (0,004), dan inovasi produk (−0,046) sangat kecil dengan tingkat signifikansi jauh di atas 0,05, sehingga tidak dapat diartikan sebagai pengaruh yang nyata. Rangkuman pengujian hipotesis disajikan pada Tabel 15.

Tabel 15. Rangkuman pengujian hipotesis

Hipotesis	Pernyataan	t hitung	Sig.	Keputusan
H1	*Financial technology* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan	-0,658	0,512	Ditolak
H2	Pengelolaan modal kerja berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan	0,069	0,945	Ditolak
H3	Inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan	-0,719	0,474	Ditolak
H4	*Digital marketing* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan	3,973	0,000	Diterima

Sumber: data primer yang diolah (2026)

Hasil uji t menunjukkan *financial technology* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (sig. 0,512), sehingga H1 ditolak. Temuan ini berbeda dengan (Rismayanti et al., 2025) dan (Arifuddin et al., 2023) yang menemukan pengaruh positif signifikan.

Perbedaan ini kemungkinan terkait karakteristik usaha mikro yang masih banyak bertransaksi tunai dan memanfaatkan layanan keuangan digital hanya untuk pembayaran, belum untuk pencatatan keuangan atau akses pembiayaan, sehingga manfaatnya belum tercermin pada laba dan stabilitas keuangan. Hal ini sejalan dengan fenomena belum rapinya pencatatan keuangan pelaku usaha di Wonosobo. Koefisien yang bernilai negatif kecil (−0,033) tidak signifikan dan karenanya tidak dapat ditafsirkan sebagai penurunan kinerja. Hubungan ini diduga juga dipengaruhi korelasi dengan *digital marketing* (VIF 1,668), yang mengambil porsi penjelasan lebih besar.

Pengelolaan modal kerja tidak berpengaruh signifikan (sig. 0,945), sehingga H2 ditolak. Hasil ini tidak sejalan dengan (Fitri et al., 2025) dan (Sidabutar et al., 2025), tetapi sejalan dengan (Rizal et al., 2022) yang menemukan pengaruh modal kerja terhadap kinerja keuangan sangat terbatas. Skor pengelolaan modal kerja responden tinggi (rata-rata 25,66) dengan variasi kecil, sehingga perbedaan antarresponden kurang untuk menjelaskan perbedaan kinerja keuangan. Selain itu, pada usaha mikro, pengelolaan modal kerja sering bersifat sederhana dan belum terdokumentasi, sedangkan kinerja keuangan lebih ditentukan oleh volume penjualan.

Inovasi produk juga tidak berpengaruh signifikan (sig. 0,474), sehingga H3 ditolak. Temuan ini berbeda dengan (Halijah & Fitriah, 2024), (Putri & Triyanto, 2023), dan (Shidiq et al., 2024). Inovasi produk yang dilakukan pelaku usaha mikro, seperti variasi menu atau kemasan, kemungkinan belum cukup besar untuk meningkatkan pendapatan, atau dampaknya baru terlihat dalam jangka panjang melalui kegiatan promosi yang menjangkau konsumen. Dalam kerangka RBV, inovasi produk baru menjadi keunggulan kompetitif apabila disertai kemampuan memasarkannya.

Digital marketing berpengaruh positif dan signifikan (β = 0,268; sig. < 0,001), sehingga H4 diterima. Hasil ini konsisten dengan (Shidiq et al., 2024), (Widiastuti & Indriastuti, 2026), dan (Aflagaly & Kusumowati, 2025) yang menyatakan bahwa pemasaran digital memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan dengan biaya rendah. Menurut RBV, kemampuan memanfaatkan media sosial dan aplikasi pesan menjadi sumber daya strategis yang langsung berdampak pada pendapatan. *Digital marketing* juga merupakan satu-satunya variabel dengan koefisien beta standar yang besar (0,474), sehingga paling dominan dalam model.

Secara simultan, model layak (sig. 0,001), tetapi daya jelasnya terbatas (Adjusted R Square 15,2%). Artinya, kinerja keuangan usaha mikro di Wonosobo sangat dipengaruhi faktor lain, seperti literasi keuangan, orientasi kewirausahaan, kemampuan manajerial, dan kondisi permintaan, sebagaimana juga diteliti oleh (Putri & Triyanto, 2023) serta (Arifuddin et al., 2023). Hasil ini perlu ditafsirkan dengan hati-hati karena sampel terbatas pada 101 responden usaha mikro dan kuesioner dibagikan melalui dua cara, yaitu langsung dan daring, sehingga pemahaman responden terhadap pernyataan dapat berbeda.

Temuan ini memiliki beberapa implikasi. Bagi pelaku usaha mikro, peningkatan kinerja keuangan dalam jangka pendek lebih mungkin dicapai melalui promosi digital yang konsisten, misalnya unggahan rutin, konten yang menarik, dan komunikasi aktif dengan pelanggan melalui media sosial dan aplikasi pesan, daripada hanya mengandalkan promosi konvensional. Meskipun *financial technology*, modal kerja, dan inovasi produk belum signifikan secara statistik, ketiganya tetap penting sebagai sumber daya pendukung. Pencatatan keuangan yang rapi dan pemisahan keuangan usaha dari keuangan pribadi tetap perlu dibenahi agar manfaat pembayaran digital dan pengelolaan modal kerja dapat tercermin pada laba dan arus kas. Bagi pemerintah daerah, hasil ini mendukung perlunya pelatihan pemasaran digital dan manajemen keuangan, sebagaimana telah dijalankan melalui program pelatihan manajemen usaha dan keuangan UMKM di Wonosobo (Diskominfo, 2024).

Perbedaan hasil dengan sebagian penelitian terdahulu juga dapat dijelaskan oleh perbedaan objek penelitian. (Rismayanti et al., 2025), (Shidiq et al., 2024), dan (Arifuddin et al., 2023) meneliti UMKM kuliner atau kafe di wilayah perkotaan, sedangkan responden penelitian ini mencakup usaha mikro kuliner dan nonkuliner di Wonosobo yang skala usahanya lebih kecil. Pada skala tersebut, kegiatan keuangan sering dilakukan secara

sederhana oleh pemilik sendiri, sehingga variasi penggunaan *financial technology* dan praktik pengelolaan modal kerja belum cukup tajam membedakan kinerja keuangan antarusaha. Sebaliknya, kegiatan promosi lewat media sosial relatif mudah dilakukan siapa saja dan hasilnya cepat terlihat pada penjualan, sehingga pengaruhnya paling jelas tertangkap oleh model.

Selain itu, kinerja keuangan pada penelitian ini diukur melalui persepsi pelaku usaha menggunakan skala Likert, bukan data laporan keuangan. Skor kinerja keuangan responden cukup seragam (rata-rata 25,47; standar deviasi 2,75), sehingga variasi yang dapat dijelaskan oleh variabel independen menjadi terbatas. Keseragaman skor yang tinggi ini dapat menurunkan kekuatan uji statistik, terutama untuk variabel yang pengaruhnya kecil. Dengan demikian, hasil yang tidak signifikan pada tiga variabel tidak berarti ketiganya tidak penting, tetapi menunjukkan bahwa pengaruhnya belum dapat dibuktikan pada data dan konteks penelitian ini.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, sampel hanya 101 pelaku usaha mikro sehingga belum sepenuhnya menggambarkan seluruh populasi. Kedua, kuesioner dibagikan secara langsung dan daring, sehingga responden daring tidak mendapat penjelasan bila ada pernyataan yang kurang dipahami dan persepsi jawaban dapat berbeda. Ketiga, keempat variabel independen hanya menjelaskan 15,2% variasi kinerja keuangan, sehingga penelitian selanjutnya perlu menambah variabel lain yang relevan.

Hasil uji koefisien determinasi memperkuat kesimpulan bahwa kinerja keuangan usaha mikro tidak hanya ditentukan oleh variabel yang diteliti. Nilai R Square sebesar 0,186 dan Adjusted R Square sebesar 0,152 menunjukkan bahwa sebagian besar variasi kinerja keuangan, yaitu 84,8%, berasal dari faktor lain. Faktor tersebut dapat berupa literasi keuangan, orientasi kewirausahaan, kemampuan manajerial, lokasi usaha, harga, kualitas pelayanan, serta kondisi daya beli masyarakat Wonosobo. Oleh karena itu, pelaku usaha tidak cukup hanya memperbaiki satu aspek, tetapi perlu mengembangkan beberapa sumber daya secara bersamaan dan berkelanjutan.

Bagi lembaga pendamping dan perguruan tinggi, temuan ini dapat menjadi dasar penyusunan program pemberdayaan UMKM. Pelatihan yang hanya memperkenalkan aplikasi pembayaran digital atau teknik membuat produk baru kemungkinan belum cukup memengaruhi kinerja keuangan apabila tidak disertai pendampingan pencatatan keuangan dan strategi promosi yang terukur. Pendampingan yang menggabungkan pemasaran digital, pencatatan keuangan sederhana, dan perencanaan penggunaan modal kerja berpotensi memberikan dampak yang lebih nyata, terutama bagi pelaku usaha mikro yang masih mengandalkan transaksi tunai dan promosi konvensional.

Dari sisi teori, hasil penelitian ini hanya mendukung sebagian proposisi RBV. *Digital marketing* terbukti menjadi sumber daya yang bernilai dan berdampak langsung pada kinerja keuangan, tetapi tiga sumber daya lain belum menunjukkan pengaruh nyata pada usaha mikro. Hal ini menunjukkan bahwa sumber daya baru memberikan keunggulan apabila dimanfaatkan dengan kemampuan pengelolaan yang memadai. Karena penelitian ini berfokus pada usaha mikro dan memakai persepsi responden melalui kuesioner, peneliti selanjutnya disarankan menggunakan data keuangan objektif, seperti omzet dan laba bersih, serta membandingkan usaha mikro dengan usaha kecil dan menengah.

SIMPULAN

Digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM mikro di Wonosobo, sedangkan *financial technology*, pengelolaan modal kerja, dan inovasi produk tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Secara simultan keempat variabel berpengaruh signifikan dengan kemampuan menjelaskan sebesar 15,2%. Pelaku usaha mikro disarankan memanfaatkan media sosial dan platform digital secara konsisten dan menarik, sambil memperbaiki pencatatan keuangan dan pemanfaatan layanan keuangan digital. Pemerintah daerah disarankan menyelenggarakan pelatihan dan pendampingan pemasaran digital serta pengelolaan keuangan. Peneliti selanjutnya

disarankan menambah variabel seperti literasi keuangan atau orientasi kewirausahaan, memperbesar sampel, dan memperluas wilayah penelitian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Muhammad Asif Maulana Akbar, S.M., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, masukan, serta dukungan selama proses penyusunan artikel ini. Segala saran dan ilmu yang diberikan sangat membantu penulis dalam menyelesaikan artikel ini dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Aflagaly, D., & Kusumowati, D. (2025). Pengaruh E-Wallet Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Keuangan Umkm. 7(1), 36–43. Https://Doi.Org/10.26905/J.Bijak.V7i1.15086

Ananda, G. C., Faried, A. I., Syaula, M., & Malay, I. (2023). The Effect Of Financial Literacy And Financial Technology On Financial Performance (Case Study : Desa Kebun Kelapa). 1(2), 81–93. Https://Doi.Org/10.61306/Ijmea.V1i2.9

Arifuddin, Nurnaluri, S., & Intani, F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Kinerja Keuangan Umkm (Studi Kasus Pada Cafe Di Kota Kendari). Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 8(01), 298–310. Https://Doi.Org/10.33772/Jak.V8i1.54

Asadi, Mukoffi, A., & Susanti, R. A. D. (2021). Pengelolaan Modal Kerja Guna Menjaga Likuiditas Dan Profitabilitas. 16(4), 679–688. Https://Doi.Org/10.22437/Jpe.V16i4.14824

Auliyah, I., & Saleh, W. (2024). Kinerja Keuangan Perusahaan Ditinjau Dari Debt To Equity Ratio Dan Return On Asset : Literature Review. 3(2), 1001–1011. Https://Doi.Org/10.56799/Ekoma.V3i2.2941

Diskominfo. (2024). Wujudkan Multiplier Effect Ekonomi Daerah, Pemkab Wonosobo Gelar Pelatihan Manajemen Usaha Dan Keuangan Umkm. Diskominfo. Https://Diskominfo.Wonosobokab.Go.Id/Detail/Wujudkan-Multiplier-Effect-Ekonomi-Daerah-Pemkab-Wonosobo-Gelar-Pelatihan-Manajemen-Usaha-Dan-Keuangan-Umkm

Fitri, A. N., Muhariah, N. Al, & Wiranawata, H. (2025). Pengaruh Pengelolaan Modal Kerja Dan Return On Equity (Roe) Terhadap Kinerja Keuangan Pada Pt. Unilever Indonesia. Jurnal Ilmiah Ekonomika. Https://Doi.Org/10.54895/27qa0w07

Halijah, D. S., & Fitriah, E. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Keuangan Pada Umkm Minuman Kota Bandung. 147–154. Https://Doi.Org/10.29313/Jra.V4i2.5272

Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Cv. Pustaka Ilmu Group.

Juliana, Ondeng, S., & Rahman, U. (2026). Konsep Dasar Penelitian Kuantitatif. 10, 140–146. Https://Doi.Org/10.31004/Jptam.V10i1.35817

Purba, F. T. O., & Prima, A. P. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. 5(5), 3629–3641. Https://Doi.Org/10.47467/Elmal.V5i5.1772

Putri, A. R. R., & Triyanto, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Inovasi Produk, Dan Harga Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Kasus Pada Umkm Di Alun-Alun Sukoharjo). Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen, 1(2), 92–105. Https://Doi.Org/10.61722/Jiem.V1i2.72

Rismayanti, N. P. E., Gama, A. W. S., & Astiti, N. P. Y. (2025). Jurnal Emas Pengaruh Pengetahuan Keuangan , Financial Technology Dan Inklusi Keuangan Terhadap Jurnal Emas. Jurnal Emas, 6, 2937–2950. Https://Doi.Org/10.36733/Emas.V6i12.13232

Rizal, Irawan, D., Ali, J., & Hidayat, T. (2022). Pengaruh Pengelolaan Modal Kerja Terhadap Kinerja Keuangan Pada Pt. Argha Karya Prima Industri Tbk Yang Terdaftar Di Bursa

Efek Indonesia (Bei) Periode 2011-2020. Journal Neraca Peradaban, 2(September). Https://Doi.Org/10.55182/Jnp.V2i3.218

Sari, N. K. S. Y., Utami, N. M. S., Verawati, Y., Irwandika, G., & Vindiyastara, S. P. (2024). Mengoptimalkan Kapabilitas Inovasi, Kompetensi Dan Budaya Catur Purusa Artha Dalam Era Digital: Peran Kinerja Umkm. 1(3), 454–476. Https://Doi.Org/10.62237/Jnm.V1i3.187

Shidiq, Y., Wibowo, E., & Setyaningsih. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan , Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Keuangan Pada Umkm Kuliner Di Kecamatan Serengan Surakarta. 2(1), 192–203. Https://Doi.Org/10.62710/Rt11q756

Sidabutar, J. S., Siahaan, A. M., & Sinurat, M. (2025). Pengaruh Modal Kerja Dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Umkm (Studi Kasus Pada Pelaku Umkm Di Kecamatan Medan Tembung). Jurnal Akuntansi Nommensen, 4(1), 73–86. Https://Doi.Org/10.51622/Jan.V4i1.2769

Widiastuti, H. N., & Indriastuti, D. R. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan , Financial Technology , Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Kasus Pada Umkm Kecamatan Jatiyoso). 3(1), 858–872. Https://Doi.Org/10.62710/N787q874