

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi saat ini, terdapat banyak inovasi usaha baru yang bermunculan. Usaha-usaha tersebut tidak hanya dimiliki oleh perusahaan besar, melainkan juga dimiliki oleh masyarakat dalam bentuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut Farida *et al.* (2019) UMKM merupakan kegiatan ekonomi kerakyatan yang berdiri sendiri, berskala kecil, dan dikelola oleh sekelompok masyarakat atau keluarga. Kota Bandar Lampung mengalami perkembangan UMKM yang cukup pesat, data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021 jumlah UMKM di provinsi Lampung berjumlah 150.999 naik 3.443 dari tahun 2020 yang berjumlah 147.556, jumlah tersebut di dominasi oleh UMKM yang ada di kota Bandar Lampung, dimana 78,5% jumlah UMKM pada tahun 2021 berasal dari kota Bandar Lampung (BPS, 2023).

UMKM mempunyai peran yang sangat signifikan dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia, sebagai penggerak utama dalam perekonomian nasional. Berdasarkan informasi yang diterbitkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM, sektor UMKM turut berperan dalam meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61%, setara dengan Rp9.580 triliun. Bahkan, kontribusi UMKM terhadap lapangan kerja mencapai 97% dari total tenaga kerja (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Kontribusi UMKM yang sangat signifikan belum didukung oleh ketersediaan akses terhadap sumber daya modal, pelatihan, dan pengembangan keterampilan dalam mengelola usaha serta mengatasi keterbatasan sumber daya, sehingga upaya untuk menciptakan usaha yang berkelanjutan masih terbatas. Beberapa faktor penyebabnya meliputi, pemanfaatan teknologi yang belum sepenuhnya dimaksimalkan dan tingkat literasi keuangan yang rendah (Nur Hamida *et al.*, 2023).

Perdagangan elektronik (*e-commerce*) dapat diartikan dengan proses jual-beli barang dan layanan yang dilakukan melalui internet. *E-commerce* menggunakan teknologi digital dan berbagai *platform online* untuk menjalankan berbagai aspek bisnis, termasuk pemasaran, penjualan, dan transaksi. *E-commerce* memungkinkan pelaku usaha untuk mencapai konsumen yang lebih luas,

memperluas cakupan pasar, dan meningkatkan volume penjualan. Selain itu, hal ini memberikan kemudahan kepada konsumen, memungkinkan mereka untuk dengan mudah mengakses produk dan membandingkan harga (Octavia *et al.*, 2020). Pemanfaatan *e-commerce* oleh UMKM memiliki potensi untuk memperluas jangkauan pasar, menciptakan peluang pekerjaan, dan berdampak positif pada berbagai sektor pendukung bisnis *e-commerce* lainnya, yang dapat berkontribusi pada percepatan pertumbuhan ekonomi Indonesia (Silvia *et al.*, 2022).



Gambar 1. Pertumbuhan *e-commerce*

Sumber: katadata.co.id

E-commerce menjadi semakin populer seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, menyajikan pilihan alternatif dalam sistem perdagangan. Data dari katadata.co.id menunjukkan bahwa Indonesia menempati peringkat pertama dengan persentase pengguna *e-commerce* tertinggi di dunia pada tahun 2021 (Lidwina, 2021). Fenomena *e-commerce* mencerminkan perkembangan teknologi, proses, dan praktik transaksi tanpa keterlibatan kertas. Dampak dari *e-commerce* juga sangat besar terhadap pertumbuhan sosial dan ekonomi masyarakat saat ini.

Literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami, mengelola, merancang rencana dan strategi, serta mengalokasikan sumber daya keuangan, termasuk modal dan pendapatan, guna mencapai kesejahteraan finansial dan

meningkatkan standar hidup (Lusardi, 2012). Menurut Aribawa. (2016) menjelaskan bahwa mayoritas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kurang menjalankan manajemen keuangan secara efektif, dimana mereka cenderung mengelola keuangan usaha mereka tanpa sistem yang terstruktur. Para pelaku UMKM sering kali mencampuradukkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha, sehingga hasil pengelolaan keuangan tidak optimal. Untuk dapat tetap bersaing dan bertahan dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif, UMKM sebaiknya menggunakan *e-commerce* dan meningkatkan pemahaman terhadap literasi keuangan sebagai alat dan sumber daya untuk bersaing efektif dengan usaha lain yang ada saat ini. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja UMKM. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan semakin baik penerapan *e-commerce* dan literasi keuangan yang dimiliki oleh pelaku UMKM, akan membuat kinerja UMKM menjadi lebih baik (Ramadhani *et al.*, 2022).

Penelitian ini merupakan pengembangan dari studi yang dilakukan oleh Ramadhani *et al.* (2022). Penelitian sebelumnya meneliti pengaruh *e-commerce* dan literasi keuangan di Kabupaten Cianjur dan Bandung Barat, dengan fokus pada makanan tradisional. Perbedaan utama antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya adalah pada objek penelitian, penelitian ini akan difokuskan pada UMKM dari berbagai sektor di Kota Bandar Lampung.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Penerapan *E-commerce* dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan UMKM (Studi pada UMKM di Bandar Lampung)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan beberapa masalah yang nantinya akan menjadi pedoman dalam penelitian sebagai berikut:

1. Apakah penerapan *e-commerce* memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM di Kota Bandar Lampung?
2. Apakah penerapan literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM di Kota Bandar Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

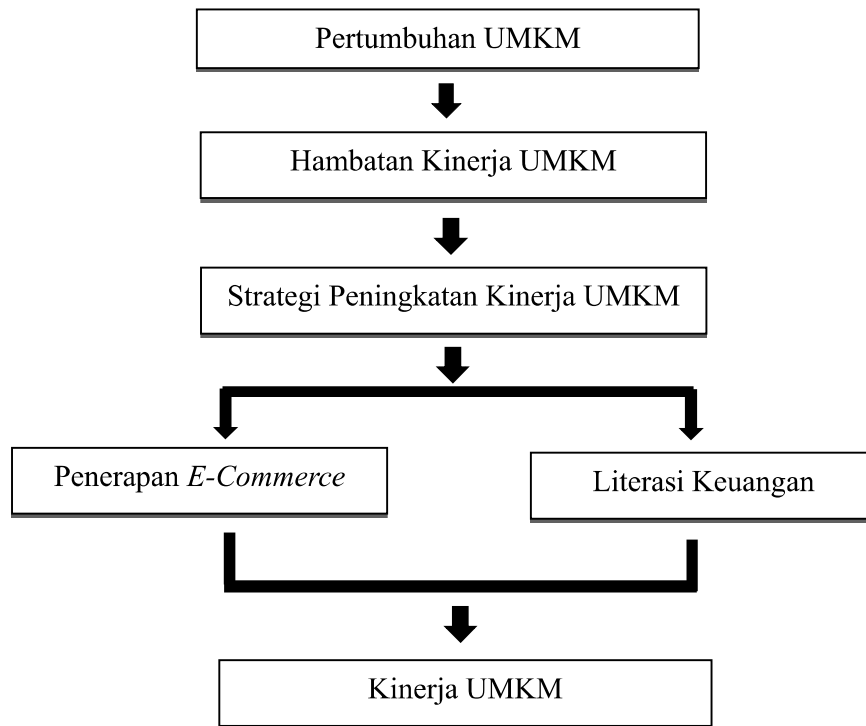
1. Menguji pengaruh penerapan *e-commerce* terhadap kinerja UMKM di Kota Bandar Lampung.
2. Menguji pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM di Kota Bandar Lampung.

1.4 Kontribusi Penelitian

1. Aspek teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan kontribusi signifikan pada literatur akademis terkait dengan *e-commerce*, literasi keuangan, dan UMKM, dengan mempelajari ketiganya bersama-sama, penelitian ini dapat membantu kita memahami lebih baik apa saja yang memengaruhi keuangan UMKM. Hal ini diharapkan juga dapat membantu mengembangkan pemahaman teoritis terkait dengan hubungan antara *e-commerce*, literasi keuangan, dan kinerja keuangan UMKM.
2. Aspek praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi UMKM dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperbaiki strategi pemasaran *online*, dan memperkuat daya saing mereka. Selain itu, temuan ini memiliki implikasi untuk pengembangan program literasi keuangan, penyempurnaan kurikulum pendidikan bisnis, serta formulasi kebijakan pemerintah dalam mendukung pemberdayaan ekonomi lokal. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bersifat akademis tetapi juga memberikan kontribusi nyata bagi perkembangan dan kesinambungan UMKM di Bandar Lampung.

1.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diuraikan, dapat disusun kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2. Bagan Kerangka Pemikiran

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Atribusi

Menurut Suardana & Musmin dalam Wismanjaya & Werastuti. (2022), teori atribusi adalah konsep yang menguraikan faktor-faktor yang memengaruhi individu dalam pelaksanaan suatu perilaku. Evaluasi kinerja dapat dilakukan dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang berasal dari individu itu sendiri maupun dari lingkungannya. Teori ini dirumuskan oleh Heider. (1958), yang meyakini bahwa tindakan seseorang dipengaruhi oleh gabungan faktor internal dan eksternal. Oleh karena itu, teori atribusi diterapkan karena dapat menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM, baik yang bersumber dari dalam diri individu maupun dari luar.

2.1.2 Kinerja UMKM

Menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang atau perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriterianya usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

4. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Menurut Aribawa. (2016), kinerja UMKM mencerminkan seberapa baik seseorang bekerja dalam perusahaan, sesuai dengan tugas yang diberikan dalam waktu tertentu dan sesuai dengan standar perusahaan. Jika UMKM bekerja dengan baik, maka UMKM akan menjadi lebih kuat dan memiliki peran yang penting dalam perekonomian nasional. Berdasarkan perspektif bisnis menurut (Wulandari, 2019) UMKM dapat diklasifikasikan ke dalam empat kategori, meliputi:

1. UMKM sektor informal, seperti contohnya pedagang kaki lima.
2. UMKM Mikro, mengacu pada pelaku usaha mikro yang memiliki keahlian sebagai pengrajin, tetapi kurang memiliki semangat kewirausahaan untuk mengembangkan bisnisnya.
3. Usaha Kecil Dinamis, merupakan kelompok UMKM yang mampu berwirausaha dengan cara menjalin kerjasama.
4. *Fast Moving Enterprise*, merujuk pada UMKM yang memiliki kewirausahaan yang handal dan siap untuk melakukan transformasi menjadi bisnis yang lebih besar.

Menurut Lestari 2020 dalam Savera *et al* (2021), terdapat beberapa indikator dari kinerja UMKM, yaitu:

1. Kenaikan penjualan
2. Pertumbuhan modal
3. Peningkatan jumlah karyawan
4. Pertumbuhan pasar
5. Peningkatan keuntungan atau laba perusahaan.

2.1.3 E- Commerce

Menurut Mujiyana & Elissa. (2013), *e-commerce* dapat dijelaskan sebagai kegiatan perdagangan yang memanfaatkan alat elektronik seperti telepon dan internet. *E-commerce* mencakup seluruh aspek bisnis elektronik yang melibatkan

jaringan global, mencakup berbagai tahapan seperti pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran bagi pelanggan. *E-commerce* merupakan *platform* yang memfasilitasi proses jual-beli dan pemasaran produk elektronik. Pertumbuhan sektor *e-commerce* diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan usaha para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut Rainer *et al.* (2004), menyatakan bahwa *e-commerce* menggambarkan proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, jasa, atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet. Sedangkan menurut Laudon & Laudon. (2003) sebagai pemanfaatan teknologi digital dan internet untuk menjalankan proses bisnis utama dalam perusahaan. *e-commerce* adalah proses jual beli barang atau jasa secara elektronik yang melibatkan transaksi menggunakan internet, jaringan, dan teknologi digital lainnya.

E-commerce menjadi peluang signifikan bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnis mereka dan memungkinkan mereka menjalankan strategi pemasaran dengan jangkauan global, sehingga membuka peluang untuk ekspansi ke pasar internasional (Nur Hamida *et al.*, 2023). Menurut Suyatno (2003), terdapat beberapa indikator dari penerapan *e-commerce*, yaitu:

1. Perspektif komunikasi
2. Perspektif proses bisnis
3. Perspektif layanan
4. Perspektif *online*

2.1.4 Literasi Keuangan

Menurut OJK. (2017), literasi keuangan adalah pemahaman, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku dalam rangka memperbaiki kualitas pengambilan keputusan serta pengelolaan keuangan guna mencapai kesejahteraan finansial masyarakat. Literasi keuangan merujuk pada kemampuan atau pemahaman seseorang atau masyarakat dalam mengelola keuangan secara efektif, yang sesuai dengan kebutuhan dan situasi ekonomi yang dihadapi (Septiani & Wuryani, 2019). Menurut Ramadhani *et al* (2022), literasi keuangan melibatkan pemahaman, pengelolaan, perencanaan, dan alokasi sumber daya keuangan, termasuk modal dan pendapatan, untuk mencapai kesejahteraan finansial dan meningkatkan taraf hidup. Dari penjelasan tersebut, bisa

disimpulkan bahwa literasi keuangan adalah pengetahuan dasar yang diperlukan untuk mengelola keuangan dengan efektif, sesuai dengan kebutuhan masa depan guna mencapai kesejahteraan. Menurut Wulandari (2019), terdapat beberapa indikator untuk mengukur tingkat literasi keuangan, yaitu:

1. Pengetahuan
2. Sikap
3. Perilaku

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penelitian tentang kinerja UMKM yang bisa digunakan sebagai acuan dalam penelitian:

1. Ramadhani *et al.* (2022) melakukan penelitian terhadap kinerja UMKM di kabupaten Cianjur dan kabupaten Bandung Barat. Hasil penelitian tersebut adalah literasi keuangan dan penerapan *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja UMKM, hal ini mengindikasikan semakin baiknya literasi keuangan dan penerapan *e-commerce* yang dimiliki dan diterapkan maka akan semakin baik kinerja UMKM.
2. Penelitian pada kinerja UMKM di kota Magelang yang dilakukan Savera *et al.* (2021) dengan variabel dependen yaitu kinerja UMKM dan variabel independen yang digunakan adalah pengaruh *e-commerce*, budaya organisasi, penggunaan sistem informasi akuntansi dan literasi keuangan. Kesimpulan dari penelitian tersebut bahwa *e-commerce* dan literasi keuangan memiliki efek positif terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Magelang. Namun, budaya organisasi dan penggunaan sistem informasi akuntansi tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja UMKM.
3. Pada penelitian yang dilakukan oleh Nur Hamida *et al.* (2023) terhadap konsumen kinerja UMKM di kota Kediri. Dengan variabel dependen yaitu kinerja UMKM dan variabel independen adalah literasi keuangan, akses permodalan, dan minat menggunakan *e-commerce*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas yakni literasi keuangan, akses permodalan, dan minat menggunakan *e-commerce* dapat mempengaruhi

terhadap variabel terikat kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

4. Octavia *et al.* (2020) melakukan penelitian dengan judul “*Impact on E-commerce Adoption on Entrepreneurial Orientation and Market Orientation in Business Performance of Smes*”. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh signifikan orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan adopsi *e-commerce* terhadap kinerja bisnis UKM di provinsi Jambi.
5. Silvia *et al.* (2022) melakukan penelitian terhadap kinerja UMKM di kota Bandar Lampung. Dengan variabel dependen kinerja UMKM dan variabel independen sistem informasi akuntansi dan *e-commerce*. Hasil penelitian tersebut adalah sistem informasi akuntansi dan *e-commerce* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Bandar Lampung.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Anggrian Iin *et al.* (2023) terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Dompu menunjukkan hasil bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM pada pelaku UMKM di Kabupaten Dompu.
7. Triandra *et al.* (2019), melakukan penelitian dengan judul analisis pengaruh *e-commerce* terhadap peningkatan kinerja UMKM (studi kasus pada UMKM di Kabupaten Sumbawa. Hasil penelitian tersebut adalah *e-commerce* tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Sumbawa.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Variabel yang digunakan	Alat Analisis	Hasil
1	Ramadhani <i>et al.</i> (2022) pada Jurnal Riset Akuntansi (JRA)	Variabel independen pada penelitian ini adalah literasi keuangan dan penerapan <i>e-commerce</i> . Variabel dependen yaitu kinerja UMKM.	Analisis Regresi berganda	Hasil penelitian tersebut adalah literasi keuangan dan penerapan <i>e-commerce</i> berpengaruh terhadap kinerja UMKM
2	Savera <i>et al.</i> (2021) pada	Variabel independen pada penelitian ini	Analisis Regresi	<i>E-commerce</i> dan literasi keuangan

	Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Universitas Tidar	adalah <i>e-commerce</i> , budaya organisasi, penggunaan sistem informasi akuntansi dan literasi keuangan. Variabel dependen yaitu kinerja UMKM.	berganda	memiliki efek positif terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Magelang. Namun, budaya organisasi dan penggunaan sistem informasi akuntansi tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja UMKM.
3	Nur Hamida <i>et al.</i> (2023) pada e_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi	Variabel independen pada penelitian ini adalah literasi keuangan, akses permodalan, dan minat menggunakan <i>e-commerce</i> . Variabel dependen yaitu kinerja UMKM.	Analisis Regresi berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas yakni literasi keuangan, akses permodalan, dan minat menggunakan <i>e-commerce</i> dapat mempengaruhi terhadap variabel terikat kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).
4	Octavia <i>et al.</i> (2020) Asian <i>Economic and Financial Review</i>	Variabel independen pada penelitian ini adalah orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan adopsi <i>e-commerce</i> . Variabel dependen yaitu kinerja UMKM.	Pemodelan Persamaan Struktur (SEM)	Hasil penelitian menunjukan pengaruh signifikan orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan adopsi <i>e-commerce</i> terhadap kinerja bisnis UKM.
5	Silvia <i>et al.</i> (2022) pada <i>Journal of Finance and Business Digital</i> (JFBD)	Variabel independen pada penelitian ini adalah sistem informasi akuntansi dan <i>e-commerce</i> . Variabel dependen yaitu kinerja UMKM.	Analisis Linear Berganda	Hasil penelitian tersebut adalah sistem informasi akuntansi dan <i>e-commerce</i> memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Bandar Lampung
6	(Anggrian Iin <i>et al.</i> 2023)) pada Jurnal Ilmiah Ekonomi dan	Variabel independen pada penelitian ini adalah inklusi keuangan, literasi	Analisis Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh

	Bisnis	keuangan dan pengelolaan keuangan.		terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Dompu.
		Variabel dependen yaitu kinerja UMKM		
7	Triandra et al. (2019)) pada Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia	Variabel independen pada penelitian ini adalah <i>e-commerce</i> Variabel dependen yaitu kinerja UMKM.	Analisis Linear Berganda	Hasil penelitian tersebut adalah <i>e-commerce</i> tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM

2.3 Perumusan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Penerapan *E-commerce* terhadap Kinerja UMKM

Pemasaran menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan performa suatu perusahaan. Salah satu alternatif untuk melaksanakan proses pembelian, penjualan, dan pemasaran adalah dengan memanfaatkan *e-commerce*, seperti yang disampaikan oleh (Purnata & Suardikha, 2019). Tujuan dari penggunaan *e-commerce* adalah untuk meningkatkan kemampuan dalam mendapatkan umpan balik dari pelanggan dengan cepat dan efisiensi biaya pemasaran. Tanpa memanfaatkan *e-commerce*, proses pemasaran UMKM dapat mengalami penurunan kinerja. *E-commerce* dapat menjadi alat bantu bagi pemilik usaha untuk memperluas cakupan perdagangan, memungkinkan penjualan produk secara luas tanpa terkendala oleh batasan wilayah. Penggunaan *e-commerce* oleh UMKM juga dapat mempercepat transaksi, membuatnya lebih efisien (Indriyani *et al.*, 2022)

Berdasarkan teori atribusi, penggunaan *e-commerce* merupakan faktor eksternal yang dapat dianggap sebagai strategi yang efisien dan efektif dalam mendukung kinerja UMKM. Selain itu, *e-commerce* juga merupakan opsi yang memudahkan individu dalam melakukan berbagai transaksi, baik pembelian maupun penjualan, kapan pun dibutuhkan. Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani *et al.* (2022) menyatakan bahwa semakin baik penerapan *e-commerce* yang diterapkan maka akan semakin baik kinerja UMKM. Penelitian serupa yang dilakukan oleh Savera *et al.* (2021) menyatakan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja UMKM. Ini juga sesuai dengan hasil

penelitian Nur Hamida *et al.* (2023) yang menunjukkan bahwa penerapan *e-commerce* dapat berperan dalam meningkatkan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berdasarkan pada penjelasan tersebut, maka dalam penelitian ini dibentuk suatu hipotesis sebagai berikut:

H1: Penerapan *e-commerce* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM yang ada di Kota Bandar Lampung.

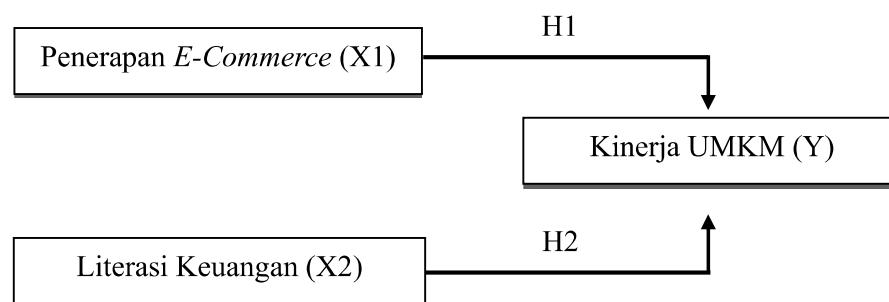
2.3.2 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM

Teori atribusi mengungkapkan bahwa tindakan seseorang dipengaruhi oleh gabungan faktor internal dan eksternal. Pemilik usaha yang memiliki pemahaman yang kuat tentang literasi keuangan dapat memberikan kontribusi yang positif dalam mengelola aspek keuangan. Literasi keuangan merujuk pada kemampuan atau pemahaman seseorang atau masyarakat dalam mengelola keuangan secara efektif, yang sesuai dengan kebutuhan dan situasi ekonomi yang dihadapi (Septiani & Wuryani, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani *et al.* (2022) menyatakan bahwa semakin baik literasi keuangan yang dimiliki pelaku usaha maka akan semakin baik kinerja UMKM. Ini juga sesuai dengan hasil penelitian Nur Hamida *et al.* (2023) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat berperan dalam meningkatkan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berdasarkan pada penjelasan tersebut, maka dalam penelitian ini dibentuk suatu hipotesis sebagai berikut:

H2: Literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM yang ada di Kota Bandar Lampung.

2.4 Model Penelitian



Gambar 3. Model Penelitian