



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 3 (2025) pp: 3362-3383

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

## Pengaruh Literasi Keuangan dan Tingkat Akses Informasi terhadap Inovasi Bisnis pada pelaku UMKM di Kecamatan Gido

Sweetch Lestari Larosa<sup>1</sup>, Perlindungan Faebudodo Hulu<sup>2</sup>, Serniati Zebua<sup>3</sup>, Idarni Harefa<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nias

<sup>1</sup>sweethlestari@gmail.com, <sup>2</sup>perlinhl@unias.ac.id, <sup>3</sup>serniezuea97@gmail.com, <sup>4</sup>idarniharefa@gmail.com

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana literasi keuangan dan tingkat akses informasi mempengaruhi inovasi bisnis di kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Gido, Kabupaten Nias. Landasan penelitian ini adalah pentingnya literasi keuangan dan akses informasi sebagai faktor pendukung bagi keberlanjutan dan daya saing UMKM di era digital. Dalam penelitian ini, teknik kuantitatif dikombinasikan dengan strategi asosiatif. Data dikumpulkan dari UMKM menggunakan kuesioner, dan analisis dilakukan menggunakan pendekatan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kreativitas organisasi. Demikian pula, tingkat akses informasi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap inovasi perusahaan. Di saat yang sama, literasi keuangan dan jumlah informasi yang tersedia memiliki dampak besar terhadap inovasi bisnis di kalangan UMKM di Kecamatan Gido. Temuan ini menyiratkan bahwa pengembangan kreativitas perusahaan membutuhkan fondasi yang kuat dalam literasi keuangan serta kapasitas untuk memperoleh dan menggunakan pengetahuan. Oleh karena itu, inisiatif untuk meningkatkan literasi keuangan dan memberi mereka akses yang lebih besar terhadap informasi diperlukan untuk mendorong daya saing UMKM dan pertumbuhan organisasi yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Literasi Keuangan, Akses Informasi, Inovasi Bisnis, dan UMKM

### 1. Latar Belakang

UMKM atau usaha mikro, kecil, dan menengah, sangat penting bagi perekonomian Indonesia karena menyediakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan lokal, untuk mendorong perluasan ekonomi regional. Salah satu industri-industri penting yang menopang perekonomian lokal adalah UMKM. Namun, UMKM menghadapi sejumlah kendala, mulai dari kurangnya pengetahuantentang pengelolaankeuangan yang bijaksana hingga terbatasnya akses terhadap keuangan dan pasar. Literasi keuangan dan tingkat akses informasi bagi pelaku usaha merupakan dua faktor yang mempengaruhi pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM.

Kemampuan memahami dan menggunakan konsep serta kemampuan keuangan dalam kehidupan sehari-hari, khususnya manajemen bisnis, dikenal sebagai literasi keuangan. kinerja keuangan UMKM dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh literasi keuangan, mengutip penelitian Putri dkk. (2023). Studi ini menyoroti bagaimana peningkatan literasi keuangan dapat membantu UMKM dalam pengelolaan peningkatan situasi keuangan, yang pada gilirannya meningkatkan kesuksesan bisnis. Menurut OECD (2020), Kemampuan untuk memahami dan menerapkan konsep serta risiko keuangan dikenal sebagai literasi keuangan serta dorongan, kepercayaan diri, dan keterampilan yang diperlukan untuk Membuat keputusan yang bijak dalam berbagai situasi keuangan. Hal ini meningkatkan kesejahteraan finansial individu dan masyarakat secara keseluruhan serta memungkinkan partisipasi dalam perekonomian.

Pemahaman yang kuat tentang keuangan akan membantu pelaku bisnis dalam manajemen risiko, investasi, pembiayaan, dan perencanaan keuangan dalam konteks UMKM. Di sisi lain, kurangnya literasi keuangan dapat mengakibatkan pilihan investasi yang tidak logis dan pengelolaan modal yang buruk, termasuk pencatatan yang tidak memadai. Tingkat aksesibilitas informasi memiliki dampak signifikan terhadap inovasi bisnis di UMKM, selain literasi keuangan. Tingkat dimana Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mampu memperoleh, memahami, dan menerapkan informasi yang relevan untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan operasional mereka disebut sebagai tingkat akses informasi. Akses terhadap teknologi digital, pengetahuan tentang permintaan konsumen dan tren industri, taktik pemasaran, serta ketersediaan sumber pendanaan hanyalah beberapa topik yang dibahas dalam informasi ini.

Dalam studinya tahun 2020 yang berjudul “Kinerja UMKM: Bagaimana Akses Informasi dan Kualitas Sumber Daya Manusia Mempengaruhi Akses Modal,” Aris Sulistiogo menyatakan bahwa UMKM dapat lebih mudah memperoleh modal ketika mereka memiliki akses informasi yang baik. Hal ini, pada gilirannya, dapat membantu mereka dalam membuat pilihan bisnis yang lebih bijaksana dengan memperoleh informasi dan data yang mereka butuhkan. Menurut penelitian Masbullah (2023), UMKM dapat memperoleh manfaat dari peningkatan produktivitas dan inovasi ketika manajemen pengetahuan diterapkan melalui media sosial. Integrasi teknologi informasi dan komunikasi dalam model bisnis UMKM dapat mendorong inovasi dan keberlanjutan perusahaan, menurut sebuah studi oleh Amory dkk. (2025). Telah terbukti bahwa UMKM lebih kompetitif ketika mereka menggunakan sistem manajemen berbasis cloud, media sosial, dan e-commerce. Teori pandangan berbasis sumber daya (Barney, 1991) menyatakan bahwa salah satu sumber daya terpenting untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui inovasi produk dan layanan adalah akses terhadap informasi yang memadai.

Agar UMKM dapat bersaing secara efektif, mereka harus memiliki akses terhadap informasi terkini dan relevan serta mengelola informasi tersebut dengan baik. UMKM dapat membuat rencana bisnis yang lebih kreatif dengan memiliki akses terhadap pengetahuan tentang tren industri, teknologi yang sedang berkembang, persyaratan hukum, dan prospek bisnis. Namun, keterbatasan akses terhadap informasi terus menjadi hambatan signifikan bagi pengembangan UMKM di banyak bidang, baik akibat kurangnya infrastruktur digital maupun kurangnya pemahaman di kalangan pelaku usaha tentang pentingnya informasi. Ketidaktahuan akan manajemen keuangan ini seringkali menyebabkan UMKM kesulitan dalam menjalankan perusahaan, menyimpan catatan keuangan yang akurat, dan memperoleh pendanaan resmi dari bank dan lembaga keuangan lainnya. Dari segi informasi, banyak UMKM masih beroperasi secara tradisional dengan sedikit inovasi. Hal ini ditunjukkan oleh minimnya teknologi digital yang digunakan dalam operasional perusahaan, terbatasnya pilihan barang dan jasa yang ditawarkan, serta minimnya teknik pemasaran yang kreatif. Situasi ini berkaitan erat dengan rendahnya literasi keuangan UMKM dan terbatasnya akses terhadap informasi terkait pengembangan usaha.

Dalam konteks Inovasi bisnis pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kemampuan untuk menciptakan, mengembangkan, menyediakan, dan meningkatkan barang, jasa, prosedur, atau model bisnis guna memenuhi permintaan klien dan meningkatkan efisiensi operasional. Menurut Stephen Robbins (1994), inovasi bisnis adalah penerapan konsep-konsep baru untuk meluncurkan atau meningkatkan barang, jasa, atau prosedur yang sudah ada.

Inovasi bisnis merupakan isu penting yang perlu ditangani, terutama di sektor UMKM. Kenyataannya, banyak UMKM yang masih menjalankan usahanya dengan cara konvensional dan tidak mampu berinovasi dalam produk, layanan, maupun rencana bisnis mereka. Pengembangan produk, penerapan teknologi digital, atau strategi baru untuk pemasaran dan penyediaan layanan adalah beberapa contoh inovasi ini. Inovasi dalam lingkungan UMKM mencakup kecerdasan pemasaran dan kemampuan untuk melakukan penyesuaian guna memperluas pasar, yang dapat meningkatkan penjualan dan laba. Selain itu, UMKM dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi dengan menciptakan dan menangkap nilai dengan cara-cara baru melalui inovasi model bisnis, seperti transformasi digital. UMKM dapat meningkatkan daya saing di pasar dan loyalitas konsumen dengan memproduksi barang berkualitas tinggi dan mengembangkan strategi bisnis yang inovatif. Keterbatasan dana, literasi keuangan yang tidak memadai, akses informasi yang terbatas, dan pemahaman yang terbatas tentang tren dan kebutuhan konsumen merupakan hambatan utama inovasi yang sering dihadapi UMKM. UMKM merasa sulit untuk berekspansi, kehilangan pangsa pasar, dan menjadi kurang kompetitif akibat kurangnya inovasi ini.

Oleh karena itu, dengan menerapkan inovasi di berbagai aspek operasionalnya, UMKM harus senantiasa beradaptasi dan siap menghadapi perubahan ekonomi. Menciptakan barang atau jasa baru, teknik manufaktur yang lebih efektif, atau model bisnis alternatif untuk meningkatkan daya saing merupakan contoh inovasi bisnis.

UMKM telah memantapkan diri sebagai komponen vital perekonomian nasional dan berpotensi menurunkan angka pengangguran secara signifikan serta mendorong ekspansi ekonomi. Lebih dari 97% pekerja Indonesia dipekerjakan oleh UMKM yang juga menyumbang sekitar 61% PDB negara. UMKM harus mampu berinovasi di era digital yang semakin berkembang agar dapat bersaing dengan perusahaan yang semakin agresif. Pertumbuhan dan kelangsungan UMKM dalam menghadapi perubahan kondisi pasar sangat bergantung pada inovasi bisnis. Namun, pemahaman UMKM tentang literasi keuangan dan kemampuan mereka untuk memperoleh informasi yang relevan bagi pengembangan bisnis tidak dapat dipisahkan dari kemampuan mereka untuk berinovasi.

Literasi keuangan merupakan salah satu kompetensi terpenting yang harus dimiliki UMKM. Jika UMKM memiliki pemahaman yang kuat tentang konsep keuangan, pengelolaan keuangan, dan perencanaan keuangan, mereka dapat membuat keputusan bisnis yang lebih baik. Literasi keuangan, sebagaimana didefinisikan oleh Otoritas Jasa

Keuangan (OJK) pada tahun 2014, adalah seperangkat sikap, keterampilan, dan pengetahuan yang meningkatkan pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan untuk mencapai kesejahteraan.

Dengan 170 desa dan 10 kecamatan, Kabupaten Nias memiliki luas wilayah 1.842,51 km<sup>2</sup> dan jumlah penduduk sekitar 152.774 jiwa (2017), atau 83 jiwa per km<sup>2</sup>. Kecamatan Gido memiliki tingkat perkembangan UMKM yang relatif tinggi karena merupakan salah satu tempat dengan potensi UMKM yang cukup besar. Pada tahun 2024, terdapat 683 UMKM yang beroperasi di Kecamatan Gido, yang tersebar di 21 (dua puluh satu) desa, menurut data statistik Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Nias.

Kehadiran strategis UMKM di Kecamatan Gido berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan perluasan ekonomi regional. Namun, kurangnya akses terhadap informasi bisnis dan kurangnya pengetahuan tentang pengelolaan keuangan terus menghambat pertumbuhan banyak UMKM. Hanya 38,25% masyarakat Indonesia yang melek keuangan, menurut studi yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2022, menunjukkan masih kurangnya kesadaran masyarakat terhadap konsep dan produk keuangan. Banyak UMKM di Kecamatan Gido kurang memiliki pelaporan keuangan yang cepat dan terorganisir serta kurang tertarik menggunakan teknologi informasi untuk pengembangan perusahaan, sehingga menimbulkan masalah bagi perkembangan UMKM di wilayah tersebut.

Mayoritas UMKM di Kecamatan Gido masih terdapat beberapa belum memiliki pemahaman literasi keuangan yang kuat dalam mengelola dana mereka, menurut pengamatan. Ketidadaan buku kas dan data keuangan lainnya memperjelas hal ini. Hambatan signifikan lainnya adalah akses terhadap informasi yang tepat waktu dan relevan, banyak UMKM kesulitan menggunakan sumber informasi seperti konsultasi dan pelatihan bisnis. Hal ini mempersulit mereka untuk beradaptasi dengan teknologi baru, mengikuti perkembangan pasar, dan menciptakan barang dan jasa baru dengan mempromosikannya di media sosial.

Penelitian "Pengaruh Literasi Keuangan dan Tingkat Akses Informasi terhadap Inovasi Bisnis pada UMKM di Kecamatan Gido" merupakan salah satu penelitian yang menarik untuk dilakukan oleh penulis dengan mempertimbangkan fenomena dan permasalahan yang telah disebutkan sebelumnya. Studi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih lanjut tentang hubungan antara akses informasi, literasi keuangan, dan inovasi bisnis, serta sejauh mana elemen-elemen ini mendukung inovasi yang lebih besar dalam usaha UMKM. Hasil penelitian ini berpotensi berfungsi sebagai peta jalan untuk mengembangkan kebijakan yang lebih berhasil efisien untuk meningkatkan kapasitas dan keberlanjutan UMKM di Kecamatan Gido serta

menawarkan rekomendasi strategis kepada para pemangku kepentingan guna meningkatkan daya saing UMKM di wilayah itu.

### **Identifikasi Masalah**

Rendahnya Literasi Keuangan UMKM, masih terdapat pelaku UMKM yang masih belum memiliki pemahaman yang baik tentang pengelolaan keuangan, minimnya pencatatan keuangan seperti buku kas, laporan laba rugi, dan laporan neraca, serta kesulitan dalam mengakses sumber pendanaan formal seperti perbankan dan lembaga lainnya. UMKM memiliki akses informasi yang terbatas. Sulit menemukan informasi mengenai rencana pertumbuhan bisnis kreatif karena minimnya pengetahuan mengenai tren industri, teknologi perusahaan, dan persyaratan pemerintah. Infrastruktur dan keterampilan yang diperlukan untuk mengakses informasi digital tidak tersedia di semua UMKM. Pentingnya pengetahuan dalam meningkatkan daya saing belum di pahami dengan baik. Masih terdapat UMKM minim inovasi. Beroperasi secara tradisional dengan sedikit inovasi. Teknologi digital jarang digunakan dalam operasional perusahaan, dan terdapat keterbatasan teknik pemasaran kreatif serta berbagai barang dan jasa. Keterbatasan ini diduga disebabkan oleh kurangnya informasi dan literasi keuangan.

### **Rumusan Masalah**

Apakah ada Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Inovasi Bisnis pada pelaku UMKM di Kecamatan Gido? Apakah ada Pengaruh Tingkat Akses Informasi terhadap Inovasi Bisnis pada pelaku UMKM Kecamatan gido? Apakah Literasi Keuangan dan Tingkat Akses Informasi berpengaruh secara simultan terhadap Inovasi Bisnis pada pelaku UMKM Kecamatan gido?

### **Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh literasi keuangan terhadap inovasi bisnis pada pelaku UMKM di Kecamatan Gido. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh tingkat akses informasi terhadap inovasi bisnis pada

pelaku UMKM di Kecamatan Gido. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh simultan antara literasi keuangan dan tingkat akses informasi terhadap inovasi bisnis pada pelaku UMKM di Kecamatan Gido.

### **Literasi Keuangan**

Seorang pemilik bisnis perlu mampu mengatur, menjalankan, dan mengawasi penggunaan manajemen keuangan di perusahaannya, untuk mengoptimalkan keuntungan, mereka juga harus memiliki kemampuan untuk membuat keputusan yang efektif dan efisien. Seorang pemilik bisnis perlu memiliki pemahaman yang kuat tentang manajemen keuangan, atau literasi keuangan, agar dapat membuat keputusan keuangan yang bijaksana.

Mendukung kesejahteraan finansial individu dan masyarakat membutuhkan pengetahuan keuangan. Literasi keuangan yang tinggi membuat orang lebih mampu mengelola pendapatan, menghindari utang yang berlebihan, dan melakukan investasi yang bijaksana (Fernandes, Lynch, & Netemeyer, 2021). Lebih lanjut, dengan menurunkan kredit macet dan meningkatkan kesejahteraan sosial, literasi keuangan yang kuat mendukung stabilitas ekonomi suatu negara, menurut OECD (*Organization for Economic Co-Operation and Development*) (2020).

Potrich dkk. (2017) mendefinisikan literasi keuangan sebagai seperangkat perilaku, sikap, dan pengetahuan keuangan yang dibutuhkan untuk membuat keputusan keuangan yang bijaksana dan pada akhirnya mencapai kesejahteraan keuangan pribadi. Literasi keuangan yang didefinisikan oleh Atkinson dan Messy (2018) adalah memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang konsep dan risiko keuangan, beserta kemampuan, dorongan, dan keyakinan diri untuk menggunakan pengetahuan dan pemahaman ini guna membuat keputusan keuangan yang bijaksana yang akan meningkatkan kesejahteraan keuangan individu dan masyarakat secara keseluruhan. Literasi keuangan, menurut laporan OECD (*Organization for Economic Co-Operation and Development*) 2018, adalah proses di mana konsumen keuangan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang konsep, produk, dan risiko keuangan serta kemampuan dan keyakinan diri yang diperlukan untuk menjadi lebih sadar akan peluang dan risiko keuangan.

### **Indikator Literasi Keuangan**

Menurut Sri Rahayu Dinun Amin dan Heni Purwa Pamungkas (2022), Indikator Literasi keuangan adalah:

1. Memiliki pengetahuan akuntansi dasar
2. Dapat memahami manfaat pengelolaan keuangan
3. Dapat mengelola keuangan secara efektif
4. Mengetahui syarat yang diperlukan untuk mendapatkan pinjaman dari Bank
5. Mengetahui manfaat dan fasilitas yang ditawarkan oleh Bank
6. Dapat menganalisis kinerja keuangan secara berkala
7. Membuat pembukuan kas perhari
8. Aktif melakukan bimbingan dan binaan terhadap karyawan
9. Melakukan budgeting dalam mendukung planning yang ada
10. Mampu melakukan penyusunan anggaran belanja per bulan
11. Sikap berani mengambil risiko dalam pengambilan keputusan
12. Dapat mengatur strategi untuk meminimalkan risiko keuangan
13. Membuat target planning selanjutnya

### **Tingkat Akses Informasi**

Akses informasi merujuk pada kemampuan individu atau organisasi untuk memperoleh, memahami, dan memanfaatkan informasi yang tersedia guna mendukung pengambilan keputusan bisnis. Akses informasi yang memadai memungkinkan pelaku usaha untuk mengikuti tren pasar, memahami kebutuhan konsumen, serta mengidentifikasi peluang inovasi. Menurut World Bank (2018), akses informasi yang memadai berperan dalam meningkatkan transparansi dan efisiensi dalam pengambilan keputusan bisnis.

Sementara itu McQuail (2020), menyatakan bahwa tingkat akses informasi mencakup tiga aspek utama, yaitu ketersediaan informasi, kemudahan akses, dan kemampuan individu atau organisasi dalam memahami serta memanfaatkan informasi tertentu. Menurut UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) 2019, akses informasi yang baik merupakan hak fundamental yang mendukung pembangunan sosial dan ekonomi. Floridi (2018), informasi yang mudah diakses akan mendorong inovasi, meningkatkan daya saing, serta mempercepat pertumbuhan ekonomi dalam suatu usaha sehingga dengan informasi yang cukup, pelaku UMKM dapat mengoptimalkan strategi bisnis, meningkatkandaya saing,sertamemperluasjaringanusaha mereka. Sehingga dampak keterbatasan akses informasi dapat berdampak negatif pada individu maupun organisasi. Menurut Brynjolfsson & McAfee (2019), keterbatasan informasi dapat menghambat inovasi bisnis sehingga Hilbert (2020), menambahkan bahwa ketimpangan akses informasi dapat memperbesar kesenjangan sosial dan ekonomi masyarakat.

### **Indikator Tingkat Akses Informasi**

Menurut OECD (*Organisation For Economic Co-operation and Development*) 2018, akses informasi dapat diukur melalui:

1. Ketersediaan Informasi : Kemudahan memperoleh informasi yang relevan.
2. Kualitas Informasi : Keakuratan dan relevansi informasi yang diperoleh.
3. Kemampuan Memanfaatkan Informasi : Kemampuan individu dalam menggunakan informasi untuk pengambilan keputusan strategis.
4. Sumber Informasi: Beragamnya sumber informasi yang digunakan (internet, media sosial, pelatihan, dan jaringan bisnis).

### **Inovasi Bisnis**

Kemampuan perusahaan untuk mengadopsi prosedur, produk, layanan,dan metode baru dengan cepat sebagai respons terhadap perubahan lingkungan bisnis guna mencapai keunggulan kinerja dikenal sebagai kapabilitas inovatif (Agyapong, 2018). Di sisi lain, inovasi didefinisikan oleh Robbins & Coulter (2016) sebagai transformasi konsep orisinal menjadi barang atau proses praktis. Untuk mendapatkan keunggulan atas pesaing, perusahaan yang mampu berinovasi dapat memimpin dan mengurangi peluang pesaing untuk melakukan hal yang sama. Akibatnya, bisnis harus mampu memberikan evaluasi baru, konsep baru, dan barang serta jasa mutakhir yang memenuhi kebutuhan klien. Menurut Wang (2019), inovasi adalah kecenderungan perusahaan untuk merangkul dan mendorong konsep, eksperimen, dan proses kreatif baru yang dapat menghasilkan barang, jasa, atau kemajuan teknologi baru. "Inovasi bisnis adalah temuan baru yang berbeda dari temuan yang ada saat ini atau yang sebelumnya dikenal (ide, proses, atau alat)," menurut KBBI (2021).

Menurut studi-studi yang telah disebutkan sebelumnya, inovasi bisnis adalah proses menciptakan barang, jasa, rencana bisnis, atau taktik periklanan baru atau yang telah disempurnakan untuk meningkatkan daya saing perusahaan (Schumpeter, 1934). Inovasi produk, proses, pemasaran, atau model bisnis, serta taktik pemasaran baru atau yang telah disempurnakan untuk meningkatkan daya saing, merupakan contoh inovasi. Dalam konteks UMKM, inovasi bisnis mencakup modifikasi metode produksi, taktik pemasaran, dan teknologi dengan tujuan meningkatkan produktivitas dan daya saing, menurut OECD (2019). Menurut Drucker (2020), inovasi bisnis merupakan faktor utama yang menentukan kemampuan perusahaan untuk tetap berkelanjutan, terutama bagiUMKM yang harus bersaing dengan persaingan global dan perubahan permintaan konsumen.

### **Indikator Inovasi Bisnis**

Aspek-aspek inovasi berikut dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur inovasi di UMKM, menurut Bahrendkk. (2018; Hamali, 2014):

1. Inovasi dalam Produk
2. Inovasi dalam Proses
3. Inovasi dalam Pemasaran
4. Inovasi dalam Organisasi

## Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017), hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang dinyatakan dalam bentuk pertanyaan.

1. Hipotesis Pertama (H1): Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi bisnis pada pelaku UMKM di Kecamatan Gido.
2. Hipotesis Kedua (H2): Tingkat akses informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi bisnis pada pelaku UMKM di Kecamatan Gido.
3. Hipotesis Ketiga (H3): Literasi keuangan dan tingkat akses informasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi bisnis pada pelaku UMKM di Kecamatan Gido.

## 2. Metode Penelitian

### 2.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Sugiyono (2014,55) menyatakan pendekatan asosiatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, mencari peranan, pengaruh, dan hubungan yang bersifat sebab akibat, yaitu antara variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*).

### 2.2. Variabel Penelitian

Menurut Uma Sekarang (2011: 115) Variabel penelitian adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Sementara menurut Sugiyono (2010: 2) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Terikat (Dependent Variable) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Pengaruh Literasi Keuangan (X1) dan Tingkat Akses Informasi (X2).
2. Variabel Bebas (Independent Variable) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Inovasi Bisnis (Y).

### 2.3. Populasi Dan Sampel Penelitian

#### 2.3.1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2017:215) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya manusia tetapi juga objek dan benda- benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau objek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Pada penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang ada di Kecamatan Gido dengan berjumlah 683 UMKM.

#### 2.3.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2018 : 131) sampel penelitian adalah faktor dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak memungkinkan mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus bentuk-bentuk representatif (mewakili). Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu Non-probability sampling yang merupakan teknik pengambilansampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel jenis non-probability sampling yang yang dipilih untuk digunakan adalah purposive sampling. Dimana teknik ini melibatkan pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian harus memiliki kriteria-kriteria sebagai berikut :

1. Merupakan pelaku UMKM (Usaha, Mikro, Kecil dan menengah) yang memiliki Surat Izin Usaha
2. Merupakan pelaku UMKM (Usaha, Mikro, Kecil dan menengah) yang sudah memiliki NPWP
3. Merupakan pelaku UMKM (Usaha, Mikro, Kecil dan menengah) yang memproduksi suatu produk.
4. Merupakan pelaku UMKM (Usaha, Mikro, Kecil dan menengah) yang telah beroperasi minimal satu tahun.
5. Maka berdasarkan criteria diatas, yang menjadi sampel pada penelitian ini sebanyak 136 pelaku UMKM.

#### 2.4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk teknik pengumpulan data dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer, yaitu data-data yang didapat dari hasil pengisian kuesioner dari responden dengan memberikan seperangkat pertanyaan yang harus diisipadabelangket atau kuesioner yang telah disediakan. Kuesioner pada penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert merupakan skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial dengan rentang nilai 1-5 yang diberikan oleh responden (Ningrum, 2018). Untuk data primer dalam penelitian ini, yaitu hasil pengisian kuesioner dari jawaban responden yang ditujukan pada pelaku UMKM di Kecamatan Gido yang memenuhi kriteria sebagai responden yang dimaksud.

#### 2.5. Teknik Analisis Data

##### 2.5.1. Uji Validitas Data

Menurut Sugiyono (2019), validitas mengukur seberapa akurat data yang terjadi pada objek penelitian dibandingkan dengan data yang dilaporkan oleh peneliti.

##### 2.5.2. Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas menunjukkan derajat konsistensi dari data atau temuan. Menurut Sugiyono (2019), jika data tidak reliabel, maka tidak bisa diproses lebih lanjut dan bisa mengarah pada kesimpulan yang bias. Uji reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi hasil pengukuran yang dilakukan lebih dari satu kali.

##### 2.5.3. Uji Asumsi Klasik (Uji Prasyarat)

###### 1. Uji Normalitas

Menurut Nistiana *et al.*, (2022) Uji ini digunakan untuk menentukan apakah variabel memiliki distribusi yang normal atau tidak. Menurut Nistiana *et al.* (2022), model regresi yang baik adalah yang memiliki data yang terdistribusi normal atau mendekati normal. Jika signifikansi lebih besar dari 0,05, data dianggap memiliki distribusi normal.

###### 2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas terjadi jika terdapat hubungan linear yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel independen dalam model regresi. Menurut Mardiatmoko (2020), multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Jika nilai VIF < 10 dan *Tolerance* > 0,1, maka tidak ada multikolinearitas.

###### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini mengukur apakah terdapat ketidaksamaan varian residual dalam model regresi. Menurut Mardiatmoko (2020), uji Glejser digunakan untuk menguji heteroskedastisitas dengan meregresikan variabel independen terhadap nilai absolut residual. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dan nilai absolut residual > 0,05, maka tidak ada heteroskedastisitas.

##### 2.5.4. Uji Koefisien Korelasi

###### Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan di mana variabel-variabel independen dalam suatu model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau hampir sempurna satu sama lain. Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* merupakan penanda multikolinearitas, menurut Mardiatmoko (2020). Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan VIF kurang dari 10, multikolinearitas tidak ada.

## Uji Heteroskedastisitas

Uji ini memeriksa varians residual yang tidak proporsional dalam model regresi. Uji Glejser memeriksa heteroskedastisitas dengan meregresikan variabel-variabel independen berdasarkan nilai absolut residual (Mardiatmoko, 2020). Jika nilai absolut residual dan nilai signifikansiantar variabel independen lebih besar dari 0,05, maka heteroskedastisitas tidak ada. Heteroskedastisitas juga dideteksi menggunakan grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED. Jika titik-titik tersebar di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y dan tidak ada pola yang jelas, data dianggap heteroskedastik

### 2.5.5. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda adalah perpanjangan dari regresi linear sederhana. Metode ini digunakan untuk meneliti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Inovasi Bisnis

X1 = Literasi Keuangan

X2 = Tingkat Akses Informasi a = Konstanta

b1-b2 = Koefisien regresi Variabel Bebas e = error

### 2.5.6 Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji t (Parsial)

Amelia *et al.*, (2020) menyatakan bahwa uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen/bebas (literasi keuangan dan tingkat akses informasi) secara parsial mempengaruhi variabel dependen/terikat (inovasi bisnis) secara individual.

Hipotesis yang diuji adalah:

Hipotesis Pertama

Ha1: Terdapat pengaruh antara literasi keuangan dengan inovasi bisnis

H01: Tidak terdapat pengaruh antara literasi keuangan dengan inovasi bisnis

Hipotesis Kedua

Ha1 : Terdapat pengaruh antara tingkat akses informasi dengan inovasi bisnis

H01 : Tidak terdapat pengaruh antara tingkat akses informasi dengan inovasi bisnis

#### 2. Uji f (Simultan)

Menurut Ghozali (2024) uji F digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Penilaian dilakukan berdasarkan signifikansi nilai F pada *Output* regresi. Jika nilai signifikansi < 0,05 ( $\alpha=5\%$ ) maka model regresi dapat dianggap valid atau memprediksi variabel dependen/terikat. Ini menunjukkan bahwa semua variabel independen secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen/terikat, atau dengan kata lain, hipotesis diterima.

Menurut Kelembagaan & Publikasi (2023) langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

#### 1. Menentukan formulasi hipotesis

Ha: Model penelitian layak digunakan

H0: Model penelitian tidak layak digunakan

#### 2. Menentukan derajat kepercayaan 95% ( $\alpha=5\%$ ).

#### 3. Menentukan signifikansi

Nilai signifikansi ( $p$ -value) < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa model penelitian layak digunakan.

Nilai signifikansi ( $p$ -value) > 0,05 maka Ha ditolak dan H0 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa model penelitian tidak layak digunakan.

### 2.5.7. Pengujian Koefisien Determinan

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dinyatakan dalam persentase. Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi adalah  $0 < \text{Koefisien Determinan} < 1$ . Nilai Koefisien Determinan yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas.

## 3. Hasil dan Diskusi

### 3.1. Analisis Data

#### 3.1.1. Uji Validitas

##### Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan

Uji validitas digunakan untuk mengukur usaha atau valid tidaknya suatu kuesioner, sebuah item pertanyaan atau kuesioner dikatakan sah atau valid apabila item pertanyaan tersebut mampu menunjukkan kecenderungan nilai kebenaran.

**Tabel 1** Hasil Pengujian Validitas Variabel X1

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.01	43.4926	39.793	.363	.800
X1.02	43.1912	37.963	.454	.793
X1.03	43.2574	37.970	.553	.787
X1.04	43.2794	38.618	.417	.796
X1.05	43.3235	38.339	.399	.798
X1.06	43.2500	38.026	.462	.793
X1.07	43.3456	39.324	.453	.795
X1.08	43.1471	37.134	.558	.786
X1.09	43.6544	38.806	.475	.793
X1.10	43.1397	38.491	.516	.790
X1.11	43.4044	39.354	.361	.800
X1.12	43.3456	38.480	.412	.797
X1.13	43.3382	38.507	.407	.797
X1.14	43.3897	39.810	.241	.811
X1.15	43.3088	39.993	.278	.806

Sumber: Output SPSS v.22

Hasil pengujian validitas variabel X1 dalam Item-Total Statistics yang disajikan dan dengan membandingkan nilai r-tabel sebesar 0,1672, sehingga dapat dilihat bahwa seluruh item kuesioner X1.01 hingga X1.15 dinyatakan valid. Pernyataan validitas ditentukan dengan membandingkan nilai "*Corrected Item-Total Correlation*" dari setiap item dengan nilai r- tabel. Jika nilai "*Corrected Item-Total Correlation*" lebih besar dari 0,1672, maka item tersebut dianggap valid. Maka dari data yang ditampilkan, semua item menunjukkan nilai "*Corrected Item-Total Correlation*" yang berada di atas 0,1672. Bahkan, item dengan nilai terendah, yaitu X1.14, masih memiliki nilai korelasi sebesar 0,241, yang mana lebih besar dari 0,1672. Oleh karena itu, tidak ada item yang perlu dipertimbangkan untuk dihapus berdasarkan kriteria.

Uji Validitas Variabel Tingkat Akses Informasi

**Tabel 2** Hasil Pengujian Validitas Variabel X2

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's AlphaifItem Deleted
X2.01	44.6029	27.456	.269	.740
X2.02	44.5735	27.239	.260	.741
X2.03	44.4559	28.176	.201	.745
X2.04	44.6691	27.038	.289	.738
X2.05	44.3529	27.267	.320	.735
X2.06	44.8015	25.271	.535	.713
X2.07	44.6838	25.907	.437	.723
X2.08	44.5221	25.362	.495	.717
X2.09	44.9559	25.405	.468	.719
X2.10	44.4559	25.820	.486	.719
X2.11	44.5441	27.020	.317	.735
X2.12	44.4265	27.846	.212	.745
X2.13	44.3971	26.952	.363	.731
X2.14	44.6985	27.501	.211	.747
X2.15	44.3603	26.973	.349	.732

Sumber: Output SPSSv.22

Berdasarkan nilai-nilai yang ada dikolom "*Corrected Item-Total Correlation*" pada table 4.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel X2 diatas, maka untuk setiap pernyataan dari X2.01 hingga X2.15, semua angka tersebut dengan membandingkan nilai r-tabel sebesar 0,1672. Nilai item X2.01 memiliki nilai 0,269, X2.14 memiliki nilai 0,260, dan seterusnya. Ini menunjukkan bahwa semua 15 pernyataan X2.01 sampai X2.15 dalam kuesioner dinyatakan valid. Dimana setiap pernyataan yang diajukan kepada responden sudah tepat dan mampu mengukur aspek yang diteliti.

Selain itu, tabel ini juga menampilkan kolom "*Cronbach's Alpha if Item Deleted*". Dengan demikian melihat bahwa *corrected item-total correlation* > r-tabel, secara keseluruhan hasil uji validitas ini sangat baik. Semua pernyataan dalam kuesioner Variabel X2 telah terbukti valid, yang berarti instrument penelitian ini layak dan dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian.

Uji Validitas Variabel Inovasi Bisnis (Y)

**Tabel 3** Hasil Pengujian Validitas Variabel Y

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y01	45.2426	36.111	.428	.791
Y02	44.9044	36.606	.380	.795
Y03	45.0956	36.176	.421	.792
Y04	44.9632	37.828	.235	.805
Y05	45.0515	36.805	.297	.801
Y06	45.1912	35.489	.428	.791
Y07	45.1544	35.391	.484	.787
Y08	45.1985	33.686	.592	.778
Y09	45.4118	34.970	.479	.787
Y10	45.1544	33.732	.586	.778
Y11	44.9044	36.532	.416	.792
Y12	45.0294	36.251	.380	.795
Y13	45.0000	36.533	.362	.796
Y14	45.1912	36.245	.338	.798
Y15	44.9338	37.010	.356	.796

Sumber: Output SPSSv.22

Hasil Pengujian Validitas Variabel Y diatas, semua nilai di kolom "*Corrected Item-Total Correlation*" untuk setiap pernyataan dari Y01 hingga Y15, menunjukkan semua angka tersebut lebih besar dari 0,1672. Dimana item Y01 memiliki nilai 0,428; Y04 memiliki nilai 0,235; dan Y15 memiliki nilai 0,356. Karena seluruh item menunjukkan nilai korelasi yang melebihi angka r-tabel, maka ke semua 15 pernyataan yaitu Y01 sampai Y15 dalam kuesioner Anda untuk Variabel Y dinyatakan VALID. Artinya, setiap pernyataan yang diajukan sudah tepat dan mampu mengukur aspek yang ingin diteliti dan layak digunakan untuk mengumpulkan data penelitian validitas ini. Selain itu, kolom "*Cronbach's Alpha if Item Deleted*" memberikan gambaran tentang konsistensi internal skala.

Dengan melihat bahwa *corrected item-total correlation* > r- tabel, maka secara keseluruhan analisis validitas menunjukkan bahwa instrument penelitian yaitu kuesioner Variabel X1 yang digunakan sudah baik karena semua pernyataan yang ada di dalam nya telah terbukti valid dalam mengukur variabel yang diteliti. Sehingga instrument penelitian bisa dilanjutkan dan digunakan untuk analisis selanjutnya.

### 3.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai kestabilan dan konsistensi reponden dalam menjawab pertanyaan dalam kuesioner. Data kuesioner harus andal (reliable), yang berartidatatersebut memberikanukuran yang konsistensaat digunakan untuk pengukuran berulang kali. Data kuesioner dianggap andal jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

#### Uji Reliabilitas Literasi Keuangan (X1)

**Tabel 4** Hasil Uji Reliabilitas X1

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.807	15

*Sumber: Output SPSSv. 22*

Hasil Uji Reliabilitas X1 data yang berikan terlihat bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk kuesioner adalah sebesar 0,807, dan kuesioner tersebut terdiri dari 15 pernyataan (item). Angka 0,807 ini menunjukkan bahwa kuesioner Variabel X1 memiliki tingkat keandalan yang sangat baik dan tinggi. Hal ini menyatakan bahwa pernyataan-pernyataan dalam kuesioner sangat konsistendalam mengukur hal yang sama, dan jika digunakan pada waktu atau responden yang berbeda, kemungkinan besar akan memberikan hasil yang konsisten pula. Dengan demikian, kuesioner Variabel X1 dapat dipercaya sebagai alat ukur yang stabil dan konsisten.

#### Uji Reliabilitas Tingkat Akses Informasi (X2)

**Tabel 5** Hasil Uji Reliabilitas X2

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.746	15

*Sumber: Output SPSSv.22*

Reliability Statistic di atas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,746. Jika nilai Cronbach's Alpha ini dibandingkan dengan batas yang ditentukan, yaitu  $0,746 > 0,60$ , maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan dalam variabel tingkat akses informasi adalah reliabel. Ini berarti hasil pengukuran variabel tingkat akses informasi konsisten dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas Inovasi Bisnis (Y)

**Tabel 6** Hasil Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.763	15

Sumber: Output SPSS v.22

Reliability Statistic di atas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,763. Jika nilai Cronbach's Alpha ini dibandingkan dengan batas yang ditentukan, yaitu  $0,763 > 0,60$ , maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan dalam variabel inovasi bisnis adalah reliabel. Hal ini berarti hasil pengukuran variabel inovasi bisnis konsisten dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam penelitian

3.1.3. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi memiliki distribusi yang normal (Ghozali, 2016).

Data dianggap berdistribusi normal jika nilai *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan hasil signifikan (Sig)  $> 0,05$ . Hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 7** Hasil Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

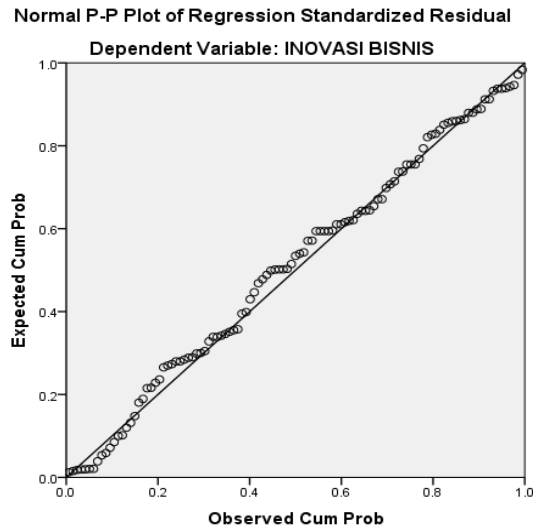
		Unstandardized Residual
N		136
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.32714639
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.043
	Negative	-.057

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Output SPSS v.22

Hasil Uji Normalitas terlihat bahwa jumlah data (N) adalah 136. Nilai rata-rata residual adalah 0, dan standar deviasinya sekitar 2,33. Nilai Test Statistic adalah 0,057, dan nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) adalah 0,200. Nilai signifikansi ini lebih besar dari 0,05, yang berarti tidak terdapat bukti yang cukup untuk menolak hipotesis nol. Dengan kata lain, data residual dianggap berdistribusi normal.

Selain itu, analisis statistik untuk uji normalitas dilengkapi dengan analisis grafik yang dapat dilihat pada gambar berikut ini:



**Gambar 1** Grafik Normal P-Plot

Sumber: Output SPSSv.22

Dari gambar di atas, merupakan Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual, yang digunakan untuk menguji normalitas residual dalam analisis regresi. Pada plot ini, sumbu horizontal menunjukkan *Observed Cumulative Probability* (probabilitas kumulatif yang diamati), sedangkan sumbu vertikal menunjukkan *Expected Cumulative Probability* (probabilitas kumulatif yang diharapkan jika distribusi residual normal).

Dari plot tersebut, terlihat bahwa titik-titik residual sebagian besar menyebar dekat atau mengikuti garis diagonal lurus yang merepresentasikan distribusi normal. Pola ini mengindikasikan bahwa residual dari model regresi menyebar secara normal, karena tidak ada penyimpangan ekstrem atau pola melengkung yang mencolok dari garis.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas residual terpenuhi, dan ini mendukung validitas model regresi linear yang digunakan terhadap variabel dependen Inovasi Bisnis. Namun, untuk memastikan secara statistik, sebaiknya juga dilengkapi dengan uji formal seperti *Shapiro-Wilk* atau *Kolmogorov-Smirnov* dengan nilai signifikansi (Sig.) > 0,05 sebagai indikator data berdistribusi normal.

#### Uji Multikolinieritas

**Tabel 8** Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	12.967	2.180		5.948	.000		
	LITERASI KEUANGAN	.403	.044	.536	9.202	.000	.748	1.338
	TINGKAT AKSES INFORMASI	.364	.048	.446	7.649	.000	.748	1.338

a. Dependent Variable: INOVASI BISNIS

Sumber: Output SPSSv.22

Hasil pengujian menunjukkan bahwa terlihat pada kolom Standardized Coefficients (Beta), diketahui bahwa Literasi Keuangan (Beta = 0,536) memiliki pengaruh relative lebih besar dibanding Tingkat Akses Informasi (Beta = 0,446) terhadap InovasiBisnis. Nilai VIF (Variance Inflation Factor) untuk kedua variabel sebesar 1,338 menunjukkan bahwa tidak terdapat masalahmultikolinearitas karena nilai nya masih jauh di bawah ambang batas 10. Hal ini juga diperkuatolehnilaiTolerancesebesar0,748(>0,1),yang mengindikasikan hubungan antar variabel independen tidak saling tergantung secara signifikan.

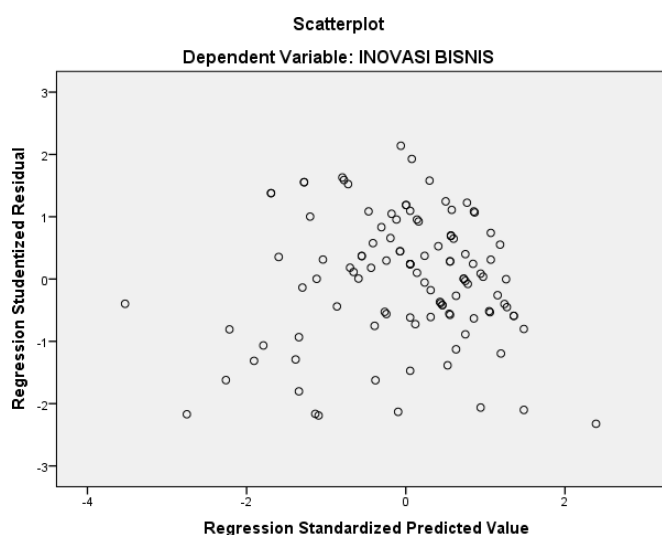
Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa model regresiyang digunakan sudah baik, dan kedua variable Literasi Keuangan dan Tingkat Akses Informasi berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan Inovasi Bisnis.

#### Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan mengamati pola titik-titik pada scatterplot regresi. Dasar pengambilan keputusan dalam metode ini adalah sebagai berikut:

Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit), maka itu menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik yang tersebar di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



**Gambar 2** Hasil uji heteroskedastisitas

*Sumber: Output SPSS v.22*

Berdasarkan grafik scatterplot pada gambar di atas, terlihat bahwa titik-titik tersebar secara acak di sekitar sumbu horizontal tanpa membentuk pola tertentu, seperti pola kipas atau lengkungan. Penyebaran yang acak ini mengindikasikan bahwa asumsi homoskedastisitas terpenuhi, atau dengan kata lain, tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas yang berarti. Hal ini mendukung bahwa model regresi yang digunakan memiliki performa yang stabil di seluruh rentang prediksi dan hasil estimasi koefisiennya dapat dipercaya.

#### 3.1.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linier berganda digunakan untuk peneliti seberapa kuat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

**Tabel 9** Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.967	2.180		5.948	.000
	LITERASI KEUANGAN	.403	.044	.536	9.202	.000
	TINGKAT AKSES INFORMASI	.364	.048	.446	7.649	.000

a. Dependent Variable: INOVASI BISNIS

Sumber: *Output SPSS v.22*

Hasil persamaan regresi pada tabel di atas dapat dinyatakan dalam persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 12,967 + 0,403X_1 + 0,364X_2 + e$$

**Keterangan:**

Y = Inovasi Bisnis

X<sub>1</sub> = Literasi Keuangan

X<sub>2</sub> = Tingkat Akses Informasi

e = Error

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen, Literasi Keuangan dan Tingkat Akses Informasi, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Inovasi Bisnis. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi (Sig.) kedua variabel sebesar 0,000, yang lebih kecil dari ambang batas 0,05. Artinya, peningkatan pada literasi keuangan maupun akses informasi akan secara nyata mendorong peningkatan inovasi dalam bisnis.

Secara khusus, Literasi Keuangan memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap inovasi bisnis dibandingkan Tingkat Akses Informasi, sebagaimana terlihat dari nilai koefisien Beta sebesar 0,536, lebih tinggi dibanding Beta Tingkat Akses Informasi yang sebesar 0,446. Selain itu, nilai konstanta sebesar 12,967 menunjukkan bahwa ketika kedua variabel independen bernilai nol, nilai dasar inovasi bisnis masih berada pada tingkat tersebut.

Dengan demikian, model regresi ini valid dan menunjukkan bahwa untuk meningkatkan inovasi bisnis, upaya peningkatan literasi keuangan serta kemudahan dalam mengakses informasi menjadi faktor kunci yang perlu diperhatikan dan dikembangkan.

3.1.5 Analisis Korelasi

Analisis korelasi dilakukan untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel, khususnya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Berikut adalah tabel yang merupakan hasil uji korelasi yang dilakukan peneliti atas variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, dan Y:

**Tabel 10** Hasil Analisis Korelasi

**Correlations**

		LITERASI KEUANGAN	TINGKAT AKSES INFORMASI	INOVASI BISNIS
LITERASI KEUANGAN	Pearson Correlation	1	.477**	.433**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	136	136	136
TINGKAT AKSES INFORMASI	Pearson Correlation	.477**	1	.553**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	136	136	136
INOVASI BISNIS	Pearson Correlation	.433**	.553**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	136	136	136

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSSv.22

Berdasarkan hasil analisis korelasi Pearson pada tabel 4.14 di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara ketiga variabel yang diteliti, yaitu Literasi Keuangan, Tingkat Akses Informasi, dan Inovasi Bisnis. Korelasi antara Literasi Keuangan dan Inovasi Bisnis menunjukkan nilai sebesar 0,433 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi literasi keuangan, maka semakin tinggi pula tingkat inovasi bisnis yang dilakukan.

Selanjutnya, hubungan antara Tingkat Akses Informasi dengan Inovasi Bisnis memiliki nilai korelasi 0,553 dan nilai signifikansi 0,000, yang berarti akses informasi yang baik sangat berpengaruh terhadap peningkatan inovasi bisnis. Sementara itu, hubungan antara Literasi Keuangan dengan Tingkat Akses Informasi juga kuat dengan signifikansi 0,000, yang menunjukkan bahwa individu yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih mudah mengakses dan memanfaatkan informasi.

Dengan demikian, ketiga variabel ini saling berkaitan secara positif dan signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa peningkatan literasi keuangan dan akses informasi merupakan dua faktor penting yang dapat mendorong peningkatan inovasi dalam bisnis.

### 3.1.6. Koefisien Determinasi

Untuk satu variabel bebas, digunakan R Square, sedangkan dalam penelitian ini terdapat dua atau lebih variabel bebas, sehingga digunakan Adjusted R Square.

**Tabel 11** Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.852 <sup>a</sup>	.726	.721	2.349

a. Predictors: (Constant), TINGKAT AKSES INFORMASI, LITERASI KEUANGAN

Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai koefisien determinasi di atas adalah sebagai berikut:

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2459>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,721 \times 100\%$$

$$KD = 72,1\%$$

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi pada tabel Model Summary, diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,726 menunjukkan bahwa sebesar 72,6% variasi dalam variabel Inovasi Bisnis dapat dijelaskan oleh variabel Literasi Keuangan dan Tingkat Akses Informasi. Ini menandakan bahwa kedua variabel independen tersebut memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap inovasi bisnis. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,721 memperkuat keandalan model dengan menunjukkan bahwa hasil tetap konsisten meskipun telah disesuaikan dengan jumlah prediktor dan sampel.

Sedangkan nilai Standard Error of the Estimate sebesar 2,349 mencerminkan tingkat kesalahan prediksi yang relatif rendah, sehingga model ini dapat dikatakan akurat dalam memprediksi inovasi bisnis. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan dan Tingkat Akses Informasi merupakan faktor penting yang secara signifikan memengaruhi inovasi bisnis.

### 3.1.7. Uji f (Simultan)

**Tabel 12 Hasil Uji f**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1578.193	2	789.096	143.059	.000 <sup>b</sup>
	Residual	595.717	108	5.516		
	Total	2173.910	110			

a. Dependent Variable: INOVASI BISNIS

b. Predictors: (Constant), TINGKAT AKSES INFORMASI, LITERASI KEUANGAN

Sumber: Output SPSSv.22

Berdasarkan tabel ANOVA (Analysis of Variance) yang disajikan, kita dapat menyimpulkan hasil Uji F (simultan) untuk model regresi ini. Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (prediktor) yang dimasukkan dalam model secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dari tabel tersebut, terlihat bahwa nilai F-hitung adalah 143,059 dengan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar 0,000.

Karena nilai signifikansi (0,000) ini lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ), maka dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan dan Tingkat Akses Informasi secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Inovasi Bisnis. Artinya, kombinasi dari kedua variabel prediktor tersebut berperan penting dalam menjelaskan atau memprediksi variasi pada Inovasi Bisnis.

### 3.1.8. Uji t (Parsial)

**Tabel 13 Hasil Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.967	2.180		5.948	.000
	LITERASI KEUANGAN	.403	.044	.536	9.202	.000
	TINGKAT AKSES INFORMASI	.364	.048	.446	7.649	.000

a. Dependent Variable: INOVASI BISNIS

Berdasarkan hasil uji t pada tabel Hasil Uji t Coefficients, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen, yaitu Literasi Keuangan dan Tingkat Akses Informasi, memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap

---

variabel dependen Inovasi Bisnis. Dengan jumlah responden sebanyak 136 dan jumlah variabel independen sebanyak 2, maka derajat kebebasan (df) adalah 133 ( $df = n - k = 136 - 3$ ). Berdasarkan nilai t tabel untuk df 133 pada taraf signifikansi 5% (dua arah), diperoleh nilai t tabel sebesar 1,978. Pengaruh Literasi Keuangan (X1) dan Tingkat Akses Informasi (X2) dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Hasil Pengujian Variabel Literasi Keuangan (X1)

Nilai t hitung untuk variabel Literasi Keuangan adalah 9,202, dimana uji hipotesis 1 menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai t hitung sebesar  $9,202 > t$  tabel sebesar 1,978. Maka  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{01}$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Inovasi Bisnis.

b. Hasil Pengujian Variabel Tingkat Akses Informasi (X2)

Nilai t hitung untuk variabel Tingkat Akses Informasi adalah 7,649. Nilai tersebut jauh lebih besar daripada nilai t tabel 1,978, dengan nilai signifikansi (Sig.) dari variabel Tingkat Akses Informasi adalah 0,000, yang berada jauh di bawah batas signifikansi 0,05. Uji hipotesis 2 menunjukkan nilai t hitung sebesar  $7,649 > t$  tabel sebesar 1,978. Ini memperkuat bukti bahwa hasilnya signifikan secara statistik, maka  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{02}$  ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Tingkat Akses Informasi berpengaruh signifikan terhadap Inovasi Bisnis. Artinya, Tingkat Akses Informasi secara parsial memberikan kontribusi positif dan signifikan dalam meningkatkan Inovasi Bisnis.

### 3.2. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Inovasi Bisnis pelaku UMKM di Kecamatan Gido

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh literasi keuangan terhadap inovasi bisnis pada pelaku UMKM di Kecamatan Gido. Berdasarkan hasil uji statistik yang ditampilkan melalui tabel ANOVA dan Coefficients, penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan dan Tingkat Akses Informasi berpengaruh signifikan terhadap Inovasi Bisnis, baik secara simultan maupun parsial. Nilai F hitung sebesar 143,059 dengan signifikansi 0,000 mengindikasikan bahwa secara bersama-sama, kedua variabel independen memberikan kontribusi yang sangat signifikan terhadap variasi dalam inovasi bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan valid untuk digunakan dalam memprediksi inovasi bisnis berdasarkan literasi keuangan dan tingkat akses informasi.

Secara parsial, hasil uji t memperkuat temuan tersebut. Variabel Literasi Keuangan memiliki nilai t hitung sebesar 9,202, dengan nilai signifikansi 0,000, yang jauh lebih kecil dari batas signifikansi 0,05 dan juga lebih besar dari t tabel sebesar 1,978. Ini berarti bahwa hipotesis alternatif ( $H_{a1}$ ) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap inovasi bisnis dapat diterima, dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki individu atau pelaku usaha, maka semakin besar pula kemampuannya dalam berinovasi dalam kegiatan bisnisnya. Pemahaman yang baik terhadap pengelolaan keuangan mendorong pengambilan keputusan yang lebih cermat, alokasi sumber daya yang lebih efisien, serta keberanian untuk mengadopsi strategi baru dalam bisnis.

Hasil ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Lusardi dan Mitchell (2017) yang menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan salah satu faktor penting dalam pengambilan keputusan ekonomi, termasuk dalam kegiatan usaha. Literasi keuangan bukan hanya sekadar kemampuan menghitung atau memahami informasi keuangan, tetapi juga mencakup aspek kognitif dan sikap mental dalam mengelola risiko, merencanakan masa depan, dan bertindak secara rasional dalam kondisi ketidakpastian. Oleh karena itu, penguatan literasi keuangan menjadi langkah strategis dalam mendorong tumbuhnya inovasi yang berkelanjutan dalam dunia usaha, khususnya di kalangan pelaku UMKM dan wirausahawan pemula.

Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian dari Putri, R. D. & Suryanto (2021) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan menjadi salah satu penentu utama dalam pengembangan usaha kecil dan menengah, khususnya dalam menciptakan strategi inovatif dan efisiensi keuangan. Dalam konteks penelitian ini, UMKM yang memiliki pemahaman keuangan yang baik dan akses informasi yang memadai cenderung lebih inovatif dalam menjalankan usahanya.

Dengan demikian, temuan dalam penelitian ini tidak hanya relevan secara statistik, tetapi juga konsisten dengan berbagai teori ekonomi dan manajemen yang menekankan pentingnya kompetensi finansial dan informasi dalam pengembangan usaha yang inovatif. Implikasinya, pelatihan literasi keuangan dan peningkatan akses informasi

dapat menjadi fokus utama dalam program pemberdayaan UMKM dan pengembangan kewirausahaan agar mampu bersaing di era yang serba cepat dan berbasis informasi.

Bagi UMKM di Kecamatan Gido, temuan ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan usaha skala kecil dan menengah di daerah tersebut. Banyak pelaku UMKM di Gido yang masih menghadapi kendala dalam mengelola keuangan usaha secara efektif, mulai dari pencatatan transaksi, pengelolaan modal kerja, hingga pengambilan keputusan investasi. Rendahnya literasi keuangan sering kali menyebabkan kesalahan dalam pengelolaan keuangan, yang berdampak pada stagnasi usaha dan rendahnya daya saing di pasar. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan bukan hanya menjadi kebutuhan, melainkan keharusan untuk mendorong pertumbuhan usaha yang lebih adaptif dan inovatif.

Pelaku UMKM yang memiliki pemahaman keuangan yang baik akan lebih mampu memanfaatkan peluang usaha, menyesuaikan diri dengan perubahan pasar, dan mengembangkan produk atau layanan baru sesuai kebutuhan konsumen. Di Kecamatan Gido, yang sebagian besar pelaku usahanya bergerak di sektor perdagangan, kuliner, dan kerajinan, inovasi sangat dibutuhkan untuk mempertahankan eksistensi dan menarik minat konsumen lokal maupun dari luar daerah. Misalnya, inovasi dalam strategi pemasaran digital, kemasan produk, atau pengelolaan layanan pelanggan bisa sangat efektif bila didukung oleh kemampuan dalam menyusun anggaran, mengelola biaya, dan memperkirakan hasil usaha.

Lebih lanjut, sinergi antara literasi keuangan dan akses informasi menjadi kunci bagi UMKM di Gido untuk berkembang secara berkelanjutan. Pemerintah daerah, lembaga keuangan, dan institusi pendidikan dapat mengambil peran penting dalam memberikan pelatihan dan pendampingan secara berkala bagi para pelaku usaha. Program pemberdayaan yang terarah akan membantu UMKM di Gido tidak hanya bertahan, tetapi juga tumbuh menjadi unit usaha yang inovatif, mandiri, dan berkontribusi nyata terhadap perekonomian lokal. Dengan demikian, investasi pada peningkatan kapasitas literasi keuangan bagi pelaku UMKM di Kecamatan Gido dapat menjadi fondasi strategis menuju penguatan ekonomi kerakyatan yang lebih inklusif dan berdaya saing.

### 3.3. Apakah Tingkat Akses Informasi berpengaruh terhadap Inovasi Bisnis pada Pelaku UMKM di Kecamatan Gido

Penelitian ini memperlihatkan bahwa variabel Tingkat Akses Informasi berpengaruh signifikan terhadap Inovasi Bisnis. Hasil uji t memperlihatkan bahwa nilai t hitung sebesar 7,649, dengan nilai signifikansi 0,000, yang kembali menunjukkan bahwa pengaruhnya nyata secara statistik. Hasil ini memperkuat pandangan dari Floridi (2018), bahwa informasi yang mudah diakses akan mendorong inovasi, meningkatkan daya saing, serta mempercepat pertumbuhan ekonomi dalam suatu usaha. Dengan informasi yang cukup, pelaku UMKM dapat mengoptimalkan strategi bisnis, meningkatkan daya saing, serta memperluas jaringan usaha mereka.

Pelaku usaha yang memiliki akses informasi yang baik dapat lebih cepat dalam mengenali tren pasar, memahami kebutuhan konsumen, serta mengetahui perubahan regulasi dan teknologi. Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian dari Siregar, T. & Hutapea, Y. (2018) yang menunjukkan bahwa akses informasi yang luas dan kemampuan manajemen keuangan secara signifikan meningkatkan kemampuan inovasi UMKM dalam menghadapi persaingan bisnis. Dengan demikian, pelaku UMKM yang memiliki akses informasi memadai memiliki peluang lebih besar untuk menciptakan atau mengadaptasi inovasi dalam produk, proses, maupun strategi pemasaran.

Secara teoritis, akses informasi yang memadai memungkinkan pelaku UMKM untuk lebih cepat dalam mengidentifikasi dan memahami dinamika pasar, seperti tren konsumen yang berkembang, preferensi yang berubah, serta kebutuhan yang belum terpenuhi. Selain itu, akses terhadap informasi teknologi terbaru dan perubahan regulasi industri memungkinkan UMKM untuk beradaptasi, mengadopsi praktik terbaik, dan bahkan mengembangkan solusi baru yang inovatif.

Bagi pelaku UMKM di Kecamatan Gido, hal ini berarti bahwa kemampuan untuk memperoleh informasi yang relevan dan terkini, misalnya tentang tren pasar, teknologi baru, pelatihan, regulasi pemerintah, atau kebutuhan konsumen, adalah kunci penting untuk bertahan dan berkembang. Ketika pelaku UMKM mendapatkan informasi secara cepat dan akurat, mereka bisa lebih siap menyesuaikan produk, mengubah strategi pemasaran, atau bahkan menciptakan hal baru yang lebih dibutuhkan pasar. Akses informasi yang baik memungkinkan UMKM lebih cepat dalam mengidentifikasi peluang baru, memahami dinamika persaingan, dan merespons perubahan lingkungan bisnis dengan menciptakan atau mengadaptasi inovasi dalam produk, proses operasional, maupun cara mereka memasarkan usahanya. Kemampuan ini pada gilirannya akan meningkatkan daya saing UMKM di tengah persaingan pasar dan membuka peluang perluasan jaringan usaha.

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2459>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

---

### 3.4. Apakah Literasi Keuangan dan Tingkat Akses Informasi berpengaruh secara Simultan terhadap Inovasi Bisnis pada Pelaku UMKM di Kecamatan Gido

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan dan Tingkat Akses Informasi berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap Inovasi Bisnis pada pelaku UMKM di Kecamatan Gido. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji F (ANOVA), di mana diperoleh nilai F hitung sebesar 143,059 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi tersebut jauh lebih kecil dari ambang batas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang melibatkan kedua variabel independen, yaitu Literasi Keuangan dan Tingkat Akses Informasi, berpengaruh secara signifikan dan serempak terhadap inovasi bisnis yang dilakukan oleh pelaku UMKM.

Dengan kata lain, ketika pelaku UMKM memiliki pemahaman keuangan yang baik dan sekaligus akses informasi yang memadai, mereka cenderung lebih mampu melakukan inovasi dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Inovasi tersebut dapat berupa penciptaan produk baru, peningkatan kualitas layanan, perbaikan proses produksi, penggunaan teknologi pemasaran digital, maupun strategi penjualan yang lebih efisien dan relevan dengan kebutuhan pasar.

Lebih jauh lagi, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,726 menunjukkan bahwa sebesar 72,6% variasi dalam Inovasi Bisnis dapat dijelaskan oleh Literasi Keuangan dan Tingkat Akses Informasi. Ini adalah angka yang sangat kuat dalam penelitian sosial, yang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut merupakan faktor dominan dalam memengaruhi kemampuan pelaku UMKM untuk berinovasi. Sisanya, sebesar 27,4%, kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain seperti pengalaman usaha, motivasi pribadi, dukungan pemerintah, atau kondisi pasar lokal.

Penjelasan ini juga sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh para ahli. OJK (2020) menyebutkan bahwa individu atau pelaku usaha dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih mampu dalam mengalokasikan sumber daya keuangan secara optimal, sehingga meningkatkan daya saing usaha mereka. Sementara itu, Floridi (2018) menekankan bahwa informasi yang mudah diakses dan dikelola akan memperkuat posisi usaha dalam lingkungan yang kompetitif, membantu pelaku bisnis untuk lebih cepat beradaptasi dan mengembangkan ide-ide baru. Hasil temuan penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian dari Anjani, P. R. & Wibowo, H. (2017) yang menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan membantu UMKM mengalokasikan sumber daya untuk inovasi, sementara akses teknologi memperluas wawasan pelaku usaha dalam mengembangkan ide-ide baru.

Dalam konteks Kecamatan Gido, pelaku UMKM yang memiliki literasi keuangan yang tinggi akan lebih mampu membuat perencanaan anggaran, menghitung laba rugi, dan mengelola modal dengan efektif. Di saat yang sama, ketika pelaku usaha juga memiliki akses informasi yang baik melalui internet, media sosial, jaringan komunitas, atau lembaga terkait, mereka dapat terus mengikuti perkembangan pasar dan teknologi, yang menjadi bahan bakar utama inovasi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan dan Tingkat Akses Informasi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Inovasi Bisnis pelaku UMKM di Kecamatan Gido. Oleh karena itu, upaya peningkatan pemahaman keuangan dan akses informasi sangat penting untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di wilayah ini. Pelatihan, pendampingan, dan fasilitasi akses teknologi merupakan langkah strategis yang sebaiknya diupayakan oleh pemerintah daerah maupun lembaga pendukung UMKM.

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Kecamatan Gido terkait pengaruh literasi keuangan dan tingkat akses informasi terhadap inovasi bisnis pada pelaku UMKM, peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal penting. Pertama, literasi keuangan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi bisnis. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,412 dengan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki pelaku UMKM, semakin baik pula kemampuan mereka dalam mengelola sumber daya keuangan untuk mendukung perkembangan produk, proses, maupun strategi pemasaran yang inovatif. Kedua, tingkat akses informasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi bisnis. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,985 dengan tingkat signifikansi  $0,004 < 0,05$ . Akses informasi yang cepat, akurat, dan relevan mempermudah pelaku UMKM dalam memahami tren pasar, mengidentifikasi peluang usaha baru, serta mengembangkan strategi bisnis yang kreatif dan adaptif. Ketiga, secara simultan literasi keuangan dan tingkat akses informasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap inovasi bisnis.

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 26,217 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Artinya, kombinasi dari kedua variabel tersebut berperan penting dalam mendorong peningkatan inovasi bisnis pada pelaku UMKM di Kecamatan Gido.

## Referensi

1. Ayu, I. I. A., & Gede, I. P. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Kota Denpasar. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(1), 1-9. <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wmbj>
2. Naufal, A., & Purwanto, B. (2022). Literasi Keuangan dan Pengaruhnya terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 15(3), 200-220.
3. Fitriana Nur Aini & Christina Dwi Astuti (2023). Pengaruh Inovasi teknologi , literasi keuangan terhadap kinerja keuangan dengan inklusi keuangan sebagai variable intervening kasus UMKM di Jabodetabek. <https://jurnal.kampuswiduri.ac.id/index.php/ebid/index>
4. Amir Hamzah & Dadang Suhardi (2019). Tingkat literasi keuangan dan *financial techonology* pada pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) Kabupaten Kuningan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*. <https://journal.unpak.ac.id/index.php/jimfe>
5. Brown, M., & Graf, R. (2018). Financial literacy and retirement planning in Switzerland. *Journal of Pension Economics & Finance*, 17(3), 367-389. Retrieved from <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-pension-economics-and-finance>
6. Fernandes, D., Lynch, J. G., & Netemeyer, R. G. (2021). Financial literacy, financial education, and downstream financial behaviors. *Management Science*, 69(4), 1357-1376. Retrieved from <https://pubsonline.informs.org/journal/mnsc>
7. Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2017). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44. Retrieved from <https://www.aeaweb.org/journals/jel>
8. Nistiana, M., Yulianti, A., & Prasetyo, H. (2022). Uji normalitas dalam analisis regresi. *Jurnal Statistika dan Ekonomika*, 10(1), 87-98. Retrieved from <https://statistika-ekonomika.org>
9. OECD. (2018). *Financial Literacy and Inclusion: Results from OECD/INFE Survey*. OECD Publishing. Retrieved from <https://www.oecd.org/financial-education>
10. Mathews, S., Bianchi, C., dan Glavas, C. (2021). Kinerja UKM internasional dalam lingkungan yang dinamis: pentingnya jenis strategi dan pengembangan kapabilitas. 39(2), 111-136, *International Small Business Journal*.
11. Rocha, A., dan Brown, R. (2020). Memetakan dinamika temporal keuangan kewirausahaan dalam konteks pandemi COVID-19: Ketidakpastian kewirausahaan. *Business Venturing Insights Journal*, 14, e00174.
12. Lynch Jr., J. G., Fernandes, D., & Netemeyer, R. G. (2021). Praktik keuangan hilir, pendidikan keuangan, dan literasi keuangan. 1-21 dalam *Ilmu Manajemen*, 67(1).
13. Ghozali (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
14. Ghozali (2024). *Aplikasi Analisis Multivariat IBM SPSS 26*. Lembaga & Publikasi, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2023. Modul Pelatihan Pengujian Statistik Penelitian. Pusat Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Tinggi, Jakarta.
15. Mitchell, O. S., dan A. Lusardi (2017). Signifikansi ekonomi literasi keuangan: teori dan data. *Jurnal Literatur Ekonomi*, 52(1), 5-44.
16. M. Nazir (2017). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
17. OECD. (2020). *Survei Internasional Literasi Keuangan Dewasa, yang dilakukan oleh OECD dan INFE*. OECD Publishing, Paris.
18. OECD. (2020). *Perangkat Global untuk Meningkatkan Literasi Keuangan UMKM*. OECD Publishing, Paris.
19. Kirch, G., Vieira, K. M., dan Potrich, A. C. G. (2017). Determinan literasi keuangan: Sebuah kajian dampak faktor demografi dan sosial ekonomi. 362-377 dalam *Revista Contabilidade & Finanças*, 28(74).
20. Suryanto, T., dan R. D. Putri (2021). Dampak literasi keuangan terhadap manajemen keuangan UMKM. 115-123 dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(2).
21. Nurjanah, N., Suryanto, T., dan Putri, R. D. (2023). Kinerja UMKM di Era Digital dan Literasi Keuangan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 14(1), 38-52.
22. J.A. Schumpeter (2018). *Teori Pembangunan Ekonomi*. Transaction Publishers, New Brunswick. (Edisi asli tahun 1934 telah dicetak ulang.)
23. Sugiyono (2017). *Metodologi penelitian R&D, kualitatif, dan kuantitatif*. Alfabeta di Bandung.