



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: 7551-7564

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

---

## Analisis Dampak Literasi Keuangan, *Financial Technology*, Orientasi Pasar terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Medan

Ahmad Agung Satrio, Austin Alexander Parhusip

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Potensi Utama, Medan

[ahmadagung076@gmail.com](mailto:ahmadagung076@gmail.com), [parhusip.austinalexander@gmail.com](mailto:parhusip.austinalexander@gmail.com)

### Abstrak

*Pola pertumbuhan yang fluktuatif namun konsisten ke atas juga menegaskan peran UMKM sebagai penyangga utama ketahanan ekonomi lokal di tengah ketidakpastian global. Secara makro, hal ini menunjukkan bahwa ekosistem UMKM di Indonesia semakin matang dan siap terintegrasi dalam sistem ekonomi formal. Perkembangan dunia usaha semakin cepat seiring kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah perusahaan mandiri yang dijalankan oleh perorangan ataupun juga suatu badan usaha, dimana badan usaha yang dimaksud tidak mempunyai hubungan dengan perusahaan lain atau bentuk cabang dari perusahaan lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, financial technology, dan orientasi pasar terhadap kinerja keuangan UMKM kuliner di Kota Medan. Persaingan yang semakin ketat membuat pelaku usaha perlu memiliki kemampuan mengelola keuangan, memanfaatkan teknologi, dan berorientasi pada kebutuhan konsumen. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner kepada 100 pelaku UMKM kuliner. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Secara parsial, literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan, financial technology berpengaruh positif namun tidak signifikan, sedangkan orientasi pasar berpengaruh positif signifikan dan menjadi variabel paling dominan. Dengan demikian, orientasi pasar menjadi faktor utama peningkatan kinerja keuangan UMKM kuliner, sementara literasi keuangan dan financial technology berperan sebagai pendukung.*

*Kata kunci: Literasi Keuangan, Financial Technology, Orientasi Pasar, Kinerja Keuangan, UMKM*

### 1. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha semakin cepat seiring kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor usaha yang menghasilkan berbagai macam produk dan jasa serta memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan usaha sebagai jalan keluar dalam menanggulangi masalah pengangguran (Ardila et al., 2020). Perkembangan usaha yang signifikan menuntut pelaku UMKM yang sudah ada untuk tetap bertahan agar mampu bersaing dengan pelaku UMKM yang akan bermunculan dimasa kini dan di masa yang mendatang (Putri, 2020). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah perusahaan mandiri yang dijalankan oleh perorangan ataupun juga suatu badan usaha, dimana badan usaha yang dimaksud tidak mempunyai hubungan dengan perusahaan lain atau bentuk cabang dari perusahaan lain. Usaha ini mempunyai kuasanya sendiri atas jalannya sebuah usaha serta keputusan yang diambil merupakan keputusan yang diambil oleh pemilik usaha itu sendiri tanpa ada paksaan ataupun campur tangan dari pihak yang berkepentingan (Hutabarat et al., 2022).

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 menetapkan pembagian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berdasarkan parameter omset tahunan dan nilai modal sendiri. Usaha Mikro mencakup bisnis dengan omset tahunan Rp1 miliar hingga Rp2 miliar dan modal sendiri maksimal Rp1 miliar, Mencakup usaha rumahan seperti warung kelontong atau bengkel kecil. Untuk Usaha Kecil, Kriteria yang berlaku adalah omset tahunan Rp2 miliar sampai Rp15 miliar dengan modal sendiri antara Rp1 miliar hingga Rp5 miliar, yang umumnya meliputi usaha seperti kafe lokal atau toko retail skala kecil. Sementara itu, Usaha Menengah diklasifikasikan sebagai bisnis dengan omset tahunan Rp15 miliar sampai Rp50 miliar dan modal sendiri Rp5 miliar hingga Rp10 miliar, mencakup usaha seperti restoran berjaringan terbatas atau produsen makanan kemasan. Dijelaskan bahwa jumlah UMKM mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dari tahun 2019 hingga 2024. Pada tahun 2019, jumlah UMKM tercatat sebanyak 1.206 unit. Jumlah ini kemudian meningkat secara signifikan pada tahun 2020 menjadi

---

Analisis Dampak Literasi Keuangan, Financial Technology, Orientasi Pasar terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Medan

10.235 unit. Peningkatan yang sangat tajam ini menunjukkan adanya perubahan dinamika ekonomi masyarakat, terutama sebagai dampak dari pandemi COVID-19 yang mendorong banyak orang untuk memulai usaha sendiri sebagai bentuk adaptasi terhadap situasi krisis.

Secara holistik, dinamika ini merefleksikan adaptasi UMKM Medan dalam menghadapi disrupsi ekonomi pascapandemi. Transformasi struktural terjadi melalui kolaborasi antara respons bottom-up (kreativitas masyarakat dalam membuka usaha alternatif) dan top-down (dukungan regulasi serta infrastruktur digital dari pemerintah). Pola pertumbuhan yang fluktuatif namun konsisten ke atas juga menegaskan peran UMKM sebagai penyangga utama ketahanan ekonomi lokal di tengah ketidakpastian global. Secara makro, hal ini menunjukkan bahwa ekosistem UMKM di Indonesia semakin matang dan siap terintegrasi dalam sistem ekonomi formal. Peningkatan penyaluran kredit yang sejalan dengan perbaikan kinerja keuangan UMKM mencerminkan potensi besar sektor ini dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Dengan penguatan sisi pembiayaan, UMKM tidak hanya dapat mempertahankan eksistensinya, tetapi juga berpeluang untuk tumbuh, berinovasi, dan melakukan ekspansi pasar secara lebih luas.

Adanya perbedaan tren posisi kredit UMKM antara tingkat nasional (Indonesia secara keseluruhan) dan daerah (Kota Medan) dalam periode tahun 2019 hingga 2021. Secara nasional, posisi kredit UMKM mengalami sedikit penurunan pada tahun 2020, yakni dari Rp1.107.240 miliar pada tahun 2019 menjadi Rp1.088.333 miliar. Penurunan ini bisa dikaitkan dengan dampak pandemi COVID-19 yang memengaruhi seluruh sektor ekonomi. Namun, pada tahun-tahun berikutnya, posisi kredit UMKM di tingkat nasional menunjukkan pemulihan dan bahkan mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Pada tahun 2021, angka kredit naik menjadi Rp1.221.015 miliar dan terus meningkat hingga mencapai Rp1.457.132 miliar pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum, pelaku UMKM di Indonesia mulai bangkit kembali dan mendapatkan kepercayaan dari lembaga keuangan untuk menerima pembiayaan. Sementara itu, kondisi di Kota Medan justru menunjukkan tren yang berlawanan. Pada tahun 2019, posisi kredit UMKM di kota ini tercatat sebesar Rp22.525.252 juta (atau sekitar Rp22,5 triliun). Namun, pada tahun 2020 terjadi penurunan menjadi Rp20.360.809 juta dan kembali turun di tahun 2021 menjadi Rp19.904.538 juta. Tidak seperti tren nasional yang membaik, penurunan ini mencerminkan bahwa UMKM di Kota Medan belum pulih secara optimal dari dampak pandemi. Penurunan terus-menerus ini bisa terjadi karena beberapa faktor, seperti menurunnya permintaan kredit dari pelaku UMKM, ketatnya persyaratan pembiayaan dari lembaga keuangan, atau lambatnya pemulihan ekonomi di tingkat lokal.

Meskipun UMKM secara nasional menunjukkan pemulihan yang cukup kuat dalam hal pembiayaan, hal yang sama belum sepenuhnya terjadi di Kota Medan. Oleh karena itu, diperlukan perhatian khusus dan strategi yang lebih tepat sasaran dari pemerintah daerah dan lembaga keuangan agar pelaku UMKM di Medan dapat mengakses pembiayaan secara lebih mudah dan turut mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Berdasarkan prasarana awal menggambarkan bahwa mayoritas UMKM di Kota Medan telah menunjukkan kemajuan dalam hal perencanaan, profitabilitas, dan strategi pemasaran. Namun demikian, diperlukan peningkatan kapasitas dan pendampingan lebih lanjut terutama dalam aspek pemasaran dan manajemen keuangan agar seluruh UMKM mampu meningkatkan kinerja keuangannya secara berkelanjutan. Faktor pertama yang dibutuhkan oleh pelaku bisnis adalah literasi keuangan yang dimana nantinya literasi keuangan ini akan mengatur bagaimana cara mengelola dan berinvestasi kepada perusahaan lain atau pembisnis lainnya, oleh karena itu literasi keuangan sangat berpengaruh pada kinerja keuangan.

Pentingnya literasi keuangan bagi UMKM terlihat dari beberapa aspek krusial. Pertama, pengelolaan arus kas yang baik memungkinkan pelaku UMKM untuk memenuhi kewajiban jangka pendek seperti pembayaran supplier dan gaji karyawan, sekaligus menyisihkan dana untuk pengembangan usaha. Kedua, perencanaan keuangan yang matang membantu UMKM dalam mengalokasikan sumber daya secara optimal, baik untuk operasional sehari-hari maupun ekspansi bisnis. Ketiga, pemahaman tentang instrumen keuangan memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan berbagai produk perbankan dan fintech, seperti pinjaman modal, asuransi usaha, atau layanan pembayaran digital, yang dapat meningkatkan efisiensi bisnis. Literasi keuangan juga berperan penting. Berdasarkan hasil survei nasional literasi dan inklusi keuangan (SNLIK) pada indeks literasi keuangan di Indonesia di tahun 2022 sebesar 49,68%, yang artinya sebanyak 49,68% yang memahami kondisi dan konsep keuangan dalam pengelolaan keuangan. Sementara 50,32% yang tidak memahami kondisi dan konsep keuangan dalam pengelolaan keuangan. Sedangkan, di tahun 2023 indeks literasi keuangan di Indonesia sebanyak 65,43%, yang artinya sebanyak 65,43% yang memahami kondisi dan konsep keuangan dalam pengelolaan keuangan. Sementara 34,57% yang tidak memahami konsep dan kondisi keuangan dalam pengelolaan keuangan. Kenaikan indeks literasi keuangan di Indonesia menunjukkan adanya peningkatan pemahaman masyarakat terhadap konsep dan produk keuangan.

Mengacu pada data yang didapat mengindikasikan bahwa pelaku UMKM di Kota Medan memiliki tingkat literasi keuangan yang cukup baik dalam hal pengetahuan dasar, perilaku finansial, pengelolaan tabungan, dan pemahaman tentang pentingnya investasi. Namun demikian, aspek seperti kedisiplinan dalam pencatatan keuangan masih memerlukan peningkatan agar pengelolaan keuangan UMKM dapat dilakukan secara lebih optimal dan profesional. Faktor lain yang mempengaruhi kinerja keuangan UMKM adalah *financial technology*. Dalam sektor keuangan untuk mempermudah pengusaha muda dalam menjalankan bisnis atau usahanya, para pengusaha dapat menggunakan *financial technology* yang biasa dikenal dengan teknologi keuangan. Dalam hal ini *financial technology* memberi alternatif yang dapat membantu pengusaha untuk memperluas layanan finansial yang memadai. Munculnya era digital, perusahaan internet, perusahaan teknologi, dan lembaga teknologi keuangan yang secara aktif memanfaatkan teknologi digital untuk memberdayakan keuangan. Mereka terus-menerus menciptakan model bisnis baru, mempromosikan transformasi dan peningkatan lembaga keuangan tradisional dan meningkatkan adanya kemampuan dengan mendorong teknologi keuangan digital untuk dapat pembangunan (Su et al., 2021).

Menurut Gomber et al. (2017), automasi layanan keuangan melalui *financial technology* mampu meningkatkan efisiensi hingga 40% terutama pada bisnis skala kecil, dengan contoh penggunaan QRIS atau dompet digital mengurangi ketergantungan pada transaksi tunai, meminimalkan risiko kesalahan pencatatan. Sejalan dengan hal ini, teknologi dalam bidang keuangan atau diistilahkan dengan financial technology (fintech) juga mengalami perkembangan yang pesat (Ahmad & Nasution, 2022). Perkembangan teknologi masa kini bukan lagi hal yang dianggap asing oleh masyarakat Indonesia. Perkembangan teknologi yang terjadi saat ini mengalami 3 perkembangan yang pesat yang akan memberikan kemudahan dalam mengakses suatu informasi serta kemudahan dalam mengelola sumber dayanya secara efektif dan efisien (Gumelar et al, 2020). Perkembangan internet yang pesat telah melahirkan inovasi-inovasi khususnya dalam financial technology yang akan memenuhi kebutuhan masyarakat baik itu dalam pemberian akses layanan finansial serta proses transaksi. Fintech merupakan istilah yang populer dalam beberapa tahun terakhir ini (Ika et al., 2021).

Berdasarkan data menunjukkan bahwa jumlah UMKM yang masuk dalam ekosistem digital terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2021, ada sekitar 16,4 juta UMKM yang sudah menggunakan platform digital seperti e-commerce, media sosial, atau aplikasi keuangan untuk menjalankan usahanya. Kemudian di tahun 2022, jumlah ini naik menjadi 20,76 juta UMKM. Artinya, banyak pelaku UMKM mulai sadar bahwa menggunakan teknologi digital bisa membantu mereka memperluas pasar dan mempercepat proses bisnis. Lalu di tahun 2023, angkanya kembali naik hingga 24 juta UMKM. Kenaikan ini menunjukkan bahwa semakin banyak pelaku UMKM yang merasa terbantu dengan teknologi digital, baik dalam hal promosi, transaksi, maupun pengelolaan usaha sehari-hari. Pertumbuhan ini kemungkinan besar didukung oleh adanya dorongan dari pemerintah dan berbagai pihak lain seperti Kadin Indonesia, yang aktif memberikan pelatihan, program digitalisasi, dan kemudahan akses teknologi bagi UMKM. Selain itu, perubahan gaya hidup masyarakat yang makin terbiasa belanja dan bertransaksi secara online juga membuat UMKM mau tidak mau harus ikut beradaptasi.

Data lainnya menjelaskan bahwa adopsi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia menunjukkan tren yang terus meningkat dari tahun 2019 hingga tahun 2023. Pada tahun 2019, jumlah UMKM pengguna QRIS tercatat sebanyak 1,53 juta unit atau sebesar 2,38% dari total 64,2 juta UMKM. Jumlah ini masih tergolong sangat kecil, mencerminkan bahwa pemanfaatan teknologi pembayaran digital masih pada tahap awal di kalangan pelaku usaha kecil dan menengah saat itu. Namun, dalam lima tahun berikutnya, terjadi lonjakan yang cukup signifikan dalam jumlah dan persentase UMKM yang menggunakan QRIS. Pada tahun 2020, jumlah pengguna meningkat menjadi 5,22 juta UMKM atau sekitar 8,09%. Kenaikan ini kemungkinan besar dipicu oleh percepatan digitalisasi selama masa pandemi COVID-19, di mana sistem pembayaran nontunai menjadi alternatif utama dalam menjaga keamanan transaksi. Tren positif ini berlanjut pada tahun 2021 dengan jumlah pengguna QRIS sebesar 10,03 juta UMKM (15,53%), lalu meningkat lebih lanjut pada tahun 2022 menjadi 15,48 juta (23,96%). Puncaknya terjadi pada tahun 2023, di mana sebanyak 27,23 juta UMKM telah menggunakan QRIS, atau sekitar 41,65% dari total 65,4 juta UMKM di Indonesia. Kenaikan ini mencerminkan adanya adopsi teknologi digital yang semakin diterima oleh pelaku UMKM, didorong oleh berbagai kebijakan pemerintah dan Bank Indonesia dalam mendorong inklusi keuangan serta perluasan penggunaan QRIS di berbagai sektor ekonomi.

Beberapa jenis e- wallet yang secara konsisten digunakan oleh masyarakat Indonesia dari tahun 2019 hingga 2022, terutama dalam mendukung aktivitas transaksi digital, termasuk oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). OVO menunjukkan tingkat penggunaan yang tinggi sejak awal, yaitu sebesar 81,4% pada tahun 2019. Meskipun sempat menurun drastis menjadi 38,2% di tahun 2020, OVO kembali mengalami peningkatan yang signifikan hingga mencapai 70% pada tahun 2022. Hal ini menunjukkan bahwa OVO tetap menjadi pilihan utama masyarakat, termasuk pelaku UMKM, karena kemudahan dan cakupan layanannya yang luas. ShopeePay mulai

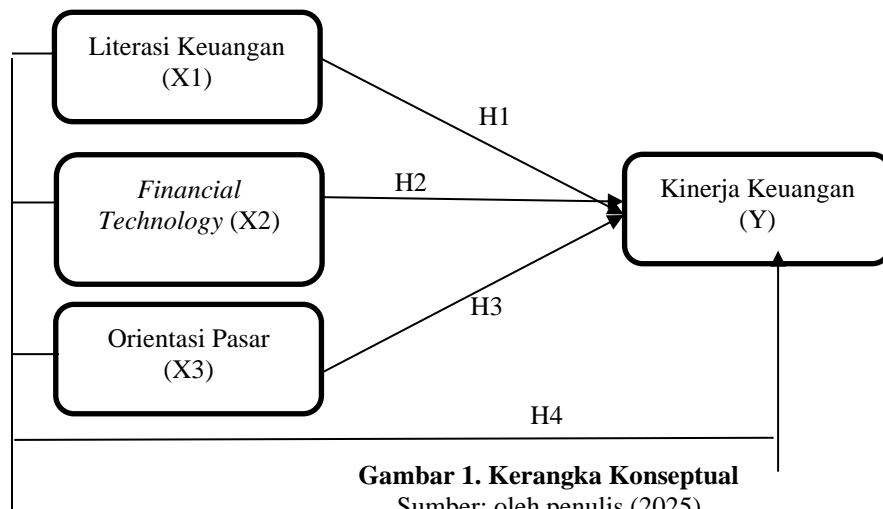
tercatat penggunaannya pada tahun 2020 sebesar 15,6%, lalu meningkat secara signifikan menjadi 56,4% di tahun 2021 dan 60% di tahun 2022. Kenaikan ini sejalan dengan tingginya penggunaan platform e-commerce Shopee yang terintegrasi dengan ShopeePay, menjadikannya salah satu alat pembayaran digital favorit, terutama untuk transaksi jual beli online oleh UMKM. LinkAja menunjukkan pertumbuhan yang lebih moderat. Penggunaan LinkAja berada di angka 13,9% pada 2020, naik menjadi 18,4% pada 2021, dan 27% pada 2022. Meskipun pertumbuhannya tidak setinggi kompetitor lain, LinkAja tetap menjadi alternatif e-wallet yang digunakan terutama di lingkungan BUMN dan instansi pemerintahan.

Selanjutnya Gopay, sebagai bagian dari ekosistem Gojek, juga memperlihatkan tren serupa. Pada tahun 2019, Gopay memiliki tingkat penggunaan tertinggi sebesar 83,3%, namun sempat turun menjadi 13,2% pada tahun 2020. Meskipun demikian, pada tahun 2021 dan 2022, Gopay kembali meningkat tajam menjadi 58,4% dan 71%, yang menunjukkan pemulihan kepercayaan dan peningkatan penggunaan di kalangan masyarakat. Sementara itu, DANA juga mengalami lonjakan penggunaan. Dari 12,2% di tahun 2020, meningkat menjadi 55,7% pada 2021 dan mencapai 61% di tahun 2022. Kemudahan transaksi, integrasi dengan QRIS, serta banyaknya promosi dan kerja sama dengan merchant membuat DANA semakin diminati oleh masyarakat. Kategori Lainnya yang mencakup e-wallet selain lima besar di atas, mencatat angka 78,3% pada 2019 dan 6,9% pada 2020. Penurunan ini menunjukkan adanya konsolidasi pengguna ke beberapa platform besar yang lebih dominan di pasar. Dalam hal ini financial technology yang mengatakan tidak diakibatkan karena pelaku usaha UMKM tidak memahami financial technology dan kurang mendapatkan peluang untuk belajar memahami, kurangnya pemahaman bisa menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka dimasa yang akan datang.

Orientasi pasar adalah budaya organisasi yang paling efektif dan efisien dalam menciptakan perilaku yang diperlukan untuk penciptaan nilai unggul bagi pelanggan sehingga dapat menghasilkan kinerja bisnis yang unggul secara berkesinambungan. Orientasi pasar juga melakukan pendekatan yang berfokus pada pemahaman dan pemenuhan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Dalam praktiknya, orientasi pasar mencakup beberapa elemen penting, seperti pemahaman yang mendalam tentang pelanggan, pengembangan produk yang sesuai, serta penerapan strategi pemasaran yang efektif. Dengan mengadopsi orientasi pasar, UMKM diharapkan dapat meningkatkan daya saing, inovasi, dan pada akhirnya, kinerja keuangan mereka. Kemampuan memantau strategi pesaing juga dilaporkan oleh seluruh responden. Dalam konteks persaingan bisnis modern, pemantauan ini tidak hanya terbatas pada observasi harga atau promosi, tetapi mencakup penggunaan teknologi seperti competitive intelligence tools berbasis AI (Chen & Wang, 2023). Sayangnya, mayoritas UMKM di negara berkembang masih mengandalkan metode manual, seperti bertanya langsung ke pelanggan atau mengunjungi toko pesaing. Jika UMKM di Medan bisa menggunakan alat digital seperti SEMrush untuk menganalisis pesaing, maka hal ini bisa menjadi keunggulan usaha yang lebih jelas dan terukur. Kolaborasi internal antar tim (pemasaran, operasional, keuangan) yang dikatakan berjalan baik oleh seluruh responden juga patut diapresiasi. Penelitian Sull et al. (2022) menegaskan bahwa koordinasi lintas departemen menjadi kunci dalam menghadapi disrupsi pasar, seperti fluktuasi permintaan atau krisis supply chain. Namun, efektivitas kolaborasi ini perlu didukung oleh sistem komunikasi terintegrasi.

Kota Medan sebagai salah satu kota terbesar di Indonesia memiliki potensi pasar yang besar. Namun, banyak UMKM yang masih beroperasi dengan pendekatan yang kurang berorientasi pada pasar, sehingga mengakibatkan rendahnya kinerja keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak orientasi pasar terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Medan. Dengan memahami hubungan ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang bagaimana orientasi pasar dapat mempengaruhi kinerja keuangan, serta memberikan rekomendasi bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerja mereka. Berdasarkan fenomena di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan berjudul “Analisis Dampak Literasi Keuangan, *Financial Technology*, Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Medan”.

Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**  
Sumber: oleh penulis (2025)

Mengacu pada latar belakang masalah, rumusan, dan tujuan penelitian maka peneliti dapat menyatakan hipotesis ialah:

- H1: Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Medan
- H2: *Financial technology* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Medan
- H3: Orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Medan
- H4: Literasi keuangan, *financial technology* dan orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Medan

## 2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan ialah pendekatan asosiatif yaitu untuk mengetahui hubungan antar satu variabel atau lebih (Sugiyono, 2021). Sedangkan metode penelitian yang digunakan ialah metode kuantitatif. Sumber data ialah data primer dan data sekunder. Penelitian dilaksanakan bagi seluruh UMKM di Kota Medan. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Maret 2025 – September 2025. Populasi penelitian ini terdiri dari ialah seluruh UMKM di Kota Medan pada Tahun 2025 berjumlah 46.807 UMKM.

**Tabel 1. Data Pertumbuhan UMKM di Kota Medan**

TAHUN	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Jumlah UMKM	1.206	10.235	12.457	15.953	40.624	46.807

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Antara Sumut (2025)

Adapun teknik penarikan sampel menggunakan *purposive sampling* ialah pengambilan sampel dengan mempertimbangkan kriteria tertentu. Maka, kriteria yang ditentukan ialah responden harus memiliki usaha UMKM di bidang Kuliner. Responden harus UMKM yang berada di Kota Medan. Responden telah menjalankan usaha kuliner nya lebih dari dua tahun. Responden telah menggunakan aplikasi *financial technology* lebih dari dua tahun. Serta responden yang memiliki usaha kuliner dengan sertifikasi halal. Untuk memperkecil jumlah populasi maka peneliti menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{46.807}{1+46.807(e)^2}$$

$$n = \frac{46.807}{1+46.807(0,1)^2}$$

$$n = \frac{46.807}{1+468,07}$$

$$n = \frac{46.807}{469,07}$$

n = 99,78 ; disesuaikan oleh peneliti menjadi 100

Sehingga, adapun jumlah sampel dalam penelitian ini ialah 100 responden yaitu UMKM di Kota Medan.

### 3. Hasil dan Diskusi

#### Hasil

#### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan, *Financial Technology*, Orientasi Pasar dan Kinerja Keuangan**

Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
KK1	0,769	0,361	Valid
KK2	0,776	0,361	Valid
KK3	0,496	0,361	Valid
KK4	0,736	0,361	Valid
KK5	0,728	0,361	Valid
KK6	0,369	0,361	Valid
LK1	0,817	0,361	Valid
LK2	0,710	0,361	Valid
LK3	0,833	0,361	Valid
LK4	0,744	0,361	Valid
LK5	0,551	0,361	Valid
LK6	0,579	0,361	Valid
FT1	0,639	0,361	Valid
FT2	0,745	0,361	Valid
FT3	0,554	0,361	Valid
FT4	0,865	0,361	Valid
FT5	0,911	0,361	Valid
FT6	0,444	0,361	Valid
FT7	0,679	0,361	Valid
FT8	0,554	0,361	Valid
FT9	0,620	0,361	Valid
FT10	0,668	0,361	Valid
FT11	0,865	0,361	Valid
FT12	0,911	0,361	Valid
OP1	0,702	0,361	Valid
OP2	0,633	0,361	Valid
OP3	0,596	0,361	Valid
OP4	0,593	0,361	Valid
OP5	0,607	0,361	Valid
OP6	0,596	0,361	Valid

Sumber: Olahan Data SPSS (2025)

Merujuk pada Tabel 2. diketahui bahwa nilai *corrected item total correlation* berada  $> 0,361$ , maka dinyatakan seluruh item pernyataan valid/sah.

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Inovasi Produk, Free Layanan After Sales, Kualitas Informasi dan Keputusan Pembelian**

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,801	Reliabel/Handal
<i>Financial Technology</i> (X2)	0,902	Reliabel/Handal
Orientasi Pasar (X3)	0,674	Reliabel/Handal
Kinerja Keuangan (Y)	0,686	Reliabel/Handal

Sumber: Olahan Data SPSS (2025)

Merujuk pada Tabel 3. diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* seluruh variabel berada  $> 0,60$  maka dinyatakan seluruh item pernyataan reliabel/andal.

### Hasil Uji Normalitas

**Tabel 4. Hasil Uji Kolmogorove-Smirnov  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.56770533
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.060
Kolmogorov-Smirnov Z		.065
<b>Asymp. Sig. (2-tailed)</b>		<b>.200<sup>d</sup></b>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Olahan Data SPSS (2025)

Merujuk pada Tabel 4. di atas diketahui bahwa hasil uji kolmogorove-smirnov memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,200 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang di uji berdistribusi normal.

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 5. Hasil Uji Gletsjer Heteroskedastistas**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.758	1.210		1.453	.150
	Literasi Keuangan	.005	.050	.014	.103	.918
	Financial Technology	.034	.028	.164	1.228	.222
	Orientasi Pasar	-.098	.060	-.282	-1.632	.106

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber: Olahan Data SPSS (2025)

Merujuk pada Tabel 5. di atas hasil uji Glejser di atas, nilai signifikansi dari ketiga variabel independen tersebut  $>$  dari  $0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. dari  $0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Hasil Uji Multikolinearitas

**Tabel 6. Hasil Uji Multikolienaritas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta	Beta	Tolerance	VIF
(Constant)	1.043	2.100			.508	1.969
Literasi Keuangan	.375	.086	.351		.561	1.783
Financial Technology	.057	.049	.090		.334	2.993
Orientasi Pasar	.513	.104	.490		.508	1.969

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

Sumber: Olahan Data SPSS (2025)

Merujuk pada Tabel 6. diketahui bahwa hasil uji multikolinearitas untuk variabel literasi keuangam, financial technology dan orientasi pasar > 0,10 dan VIF < 10 maka penelitian ini dinyatakan terbebas dari masalah multikolinearitasi.

### Hasil Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta	Beta	Tolerance	VIF
(Constant)	1.043	2.100			.508	1.969
Literasi Keuangan	.375	.086	.351		.561	1.783
Financial Technology	.057	.049	.090		.334	2.993
Orientasi Pasar	.513	.104	.490		.508	1.969

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

Sumber: Olahan Data SPSS (2025)

Mengacu Tabel 7. dijelaskan bahwa persamaan regresinya dari nilai-nilai diatas adalah:

$$Y = 1.043 + 0,375 X1 + 0,057 X2 + 0,513 X3 + e$$

Keterangan:

1. Koefisien Dari persamaan regresi menunjukkan nilai konstanta sebesar 1.043 yang berarti variabel literasi keuangan (X1), financial technology (X2), dan orientasi pasar (X3) dalam keadaan konstan sebesar 1.043
2. Dari persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien b1 = 0, 375 menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan variabel Literasi Keuangan akan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan sebesar 37,5%
3. Dari persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien b2 = 0,057 menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan variabel Financial Technology akan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan sebesar 5,7%
4. Dari persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien b3 = 0,513 menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan variabel Orientasi Pasar akan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan sebesar 51,3%.

### Hasil Uji Parsial (Uji-t)

**Tabel 8. Hasil Uji Parsial (Uji-t)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				Correlations			
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients					
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part
(Constant)	1.043	2.100		.496	.621			
Literasi Keuangan	.375	.086	.351	4.368	.000	.718	.407	.250
Financial Technology	.057	.049	.090	1.174	.243	.527	.119	.067
Orientasi Pasar	.513	.104	.490	4.947	.000	.789	.451	.283

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

Sumber: Olahan Data SPSS (2025)

Mengacu pada Tabel 8. diketahui bahwa angka-angka variabel bebas saling mempengaruhi variabel terikat.

1. Diketahui nilai  $t$  hitung  $4,368 > t$  tabel  $1,984$  dan nilai signifikansi untuk variabel Literasi Keuangan (X1)  $0,000 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kinerja Keuangan (Y).
2. Diketahui nilai  $t$  hitung  $1,174 > t$  tabel  $1,984$  dan nilai signifikansi untuk variabel Financial Technology (X2)  $0,243 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa variabel Financial Technology (X2) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel Kinerja Keuangan (Y).
3. Diketahui nilai  $t$  hitung  $4,947 > t$  tabel  $1,984$  dan nilai signifikansi untuk variabel Orientasi Pasar (X3)  $0,000 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa variabel Orientasi Pasar (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kinerja Keuangan (Y).

Sedangkan untuk melihat besarnya kontribusi pengaruh dari masing masing variabel bebas terhadap variabel terikat dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus Beta x Zero order. Beta adalah koefisien yang telah distandardkan, sedangkan zero order merupakan korelasi parsial dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut ini adalah perhitungan untuk memperoleh pengaruh ataupun nilai kontribusi parsial dari setiap variabel bebas:

$$\begin{aligned} \text{Literasi Keuangan} &= 0,351 \times 0,718 \times 100\% = 0,252 \text{ atau } 25\% \\ \text{Financial Technology} &= 0,090 \times 0,527 \times 100\% = 0,047 \text{ atau } 5\% \\ \text{Orientasi Pasar} &= 0,490 \times 0,789 \times 100\% = 0,386 \text{ atau } 40\% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas diketahui bahwa kontribusi terbesar terdiri dari variabel Orientasi Pasar (X3) sebesar 40%. Dalam hal ini orientasi pasar berkontribusi sangat besar terhadap kinerja keuangan UMKM Kuliner di Kota Medan.

### Hasil Uji Simultan (Uji-F)

**Tabel 9. Hasil Uji Simultan (Uji-F)**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	530.878	3	176.959	69.820	.000 <sup>b</sup>
	Residual	243.312	96	2.535		
	Total	774.190	99			

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

b. Predictors: (Constant), Orientasi Pasar, *Financial Technology*, Literasi Keuangan

Sumber: Olahan Data SPSS (2025)

Mengacu pada Tabel 9. diketahui nilai F hitung  $69,820$  dari hasil  $a = 5\%$ , dan nilai F tabel  $2,70$ . Kesimpulan dari tabel diatas adalah nilai F hitung  $69,820 > F$  tabel  $2,70$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Literasi Keuangan, Financial Technology dan Orientasi Pasar secara bersama- sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan Pada UMKM Kuliner di Kota Medan.

### Hasil Uji Determinasi

**Tabel 10. Hasil Uji Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 <sup>a</sup>	.686	.676	1.59201

a. Predictors: (Constant), Orientasi Pasar, *Financial Technology*, Literasi Keuangan

b. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

Sumber: Olahan Data SPSS (2025)

Mengacu pada Tabel 10. dapat diketahui perolehan nilai Adjusted R Square diperoleh nilai sebesar  $0,676$  berarti  $67,6\%$  Variabel yang mempengaruhi kinerja keuangan umkm kuliner di kota medan dapat dijelaskan oleh literasi keuangan, *financial technology*, orientasi pasar. Sedangkan sisanya  $32,4\%$  dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## Diskusi

### **Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan**

Hasil Uji-t menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan dengan memiliki  $t$  hitung  $4,368 > t$  tabel  $1,984$ . Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman pelaku UMKM mengenai konsep keuangan, maka semakin baik pula kinerja keuangan usaha yang mereka jalankan. Penelitian ini mendukung hasil riset yang dilakukan oleh Wardani & Lutfi (2023) yang menemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja keuangan UMKM, khususnya dalam aspek efisiensi penggunaan modal dan pengambilan keputusan investasi. Begitu juga dengan Dewi & Artini (2021) yang menegaskan bahwa semakin tinggi literasi keuangan, semakin baik pelaku UMKM dalam menyusun strategi bisnis jangka panjang, sehingga kinerja keuangan dapat terjaga dengan stabil. Di sisi lain, temuan ini juga menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan dapat menjadi salah satu faktor penyebab lemahnya kinerja UMKM. Banyak pelaku usaha yang belum melakukan pencatatan keuangan sederhana, sehingga kesulitan dalam memisahkan antara keuangan pribadi dan usaha. Hal ini berdampak pada kurang optimalnya pengendalian arus kas serta pengambilan keputusan bisnis. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan melalui pelatihan, pendampingan, dan pemanfaatan teknologi akuntansi sederhana sangat diperlukan bagi UMKM.

Dengan literasi yang memadai, pelaku usaha lebih siap menghadapi tantangan eksternal, seperti persaingan bisnis maupun perubahan kondisi ekonomi. Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa masih terdapat sebagian kecil responden yang belum terbiasa melakukan pencatatan keuangan secara disiplin dan belum sepenuhnya memahami pentingnya investasi jangka panjang. Hal ini dapat menjadi kelemahan yang berpotensi menghambat pengembangan usaha di masa depan. Oleh karena itu, edukasi mengenai pengelolaan keuangan usaha, khususnya pencatatan transaksi dan strategi investasi, masih perlu diperkuat bagi pelaku UMKM kuliner di Kota Medan. Dalam konteks UMKM kuliner di Medan, hal ini sangat relevan mengingat banyak pelaku usaha yang sebelumnya hanya mengandalkan intuisi atau pengalaman. Dengan meningkatnya literasi keuangan, mereka dapat membuat keputusan yang lebih rasional, misalnya dalam menentukan harga pokok produksi, memperkirakan margin keuntungan, hingga menilai kelayakan ekspansi usaha. Penelitian ini sejalan dengan temuan Wardani & Lutfi (2023) yang membuktikan bahwa literasi keuangan yang baik meningkatkan efisiensi modal dan profitabilitas UMKM. Selain itu, Puspitaningtyas (2022) juga menekankan bahwa literasi keuangan mampu meningkatkan ketahanan UMKM di tengah persaingan dan ketidakpastian ekonomi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan merupakan salah satu faktor penting yang mampu meningkatkan kinerja keuangan UMKM kuliner. Semakin baik pemahaman pelaku usaha terhadap aspek keuangan, maka semakin besar peluang usaha mereka untuk tumbuh, berkembang, dan bertahan dalam persaingan pasar kuliner yang semakin kompetitif. Namun, perlu dicatat juga bahwa sebagian besar UMKM kuliner di Medan masih menghadapi keterbatasan dalam literasi keuangan. Banyak yang tidak melakukan pencatatan harian secara konsisten, sehingga sulit untuk memantau arus kas. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan masih menjadi tantangan yang perlu diperhatikan agar kinerja keuangan UMKM semakin membaik.

### **Pengaruh *Financial Technology* terhadap Kinerja Keuangan**

Berdasarkan uji-  $t$  yang dilakukan diketahui bahwa *financial technology* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja keuangan dengan memiliki  $t$  hitung  $1,174 < t$  tabel  $1,984$ . Penggunaan *financial technology* bagi UMKM Kuliner sangat kecil karena adanya ketidakpahaman menggunakan teknologi, terlebih lagi peneliti mendapatkan keluhan dari pelaku UMKM Kuliner bahwa sinyal juga menjadi kendala karena lama pembayarannya masuk ke aplikasi fintech pelaku UMKM. Meskipun kontribusinya relatif lebih kecil dibandingkan variabel lain. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan fintech memang membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan efisiensi dan kelancaran transaksi, namun bukan menjadi faktor utama yang menentukan keberhasilan finansial usaha. Beberapa alasan dapat menjelaskan kondisi ini. Pertama, tingkat adopsi fintech di kalangan UMKM kuliner masih rendah karena budaya transaksi tunai (cash-based) masih sangat dominan di masyarakat Medan. Kedua, keterbatasan literasi digital pelaku UMKM membuat mereka kurang percaya diri menggunakan aplikasi fintech. Ketiga, adanya keraguan terhadap keamanan sistem digital menimbulkan resistensi dalam adopsi teknologi. Hal ini sejalan dengan penelitian Purwanto (2020) yang menegaskan bahwa meskipun fintech potensial meningkatkan efisiensi usaha, adopsinya masih terkendala faktor kepercayaan, keterampilan, dan kebiasaan pelaku usaha.

Mayoritas responden menyatakan merasa nyaman menggunakan aplikasi fintech seperti GoPay, OVO, DANA, QRIS, maupun layanan perbankan digital untuk menunjang transaksi usaha. Responden juga mengakui bahwa

fintech mempermudah proses pembayaran, mempercepat penerimaan dana, menghemat waktu transaksi, serta memfasilitasi berbagai metode pembayaran yang lebih fleksibel. Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran fintech telah meningkatkan aksesibilitas layanan keuangan bagi pelaku UMKM, sehingga mereka dapat melayani pelanggan dengan lebih cepat dan praktis. Penelitian ini juga mendukung temuan Nugroho & Purwanto (2020), yang menyatakan bahwa pemanfaatan fintech mampu meningkatkan efisiensi transaksi, mempercepat aliran kas, serta mendukung pertumbuhan penjualan UMKM. Dengan demikian, meskipun pengaruh fintech terhadap kinerja keuangan tidak sebesar literasi keuangan atau orientasi pasar, penggunaannya tetap penting sebagai faktor pendukung efisiensi dan inovasi dalam pengelolaan usaha. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya sebagian kecil responden yang masih menghadapi kendala dalam pemanfaatan fintech, seperti keterbatasan jaringan internet, biaya administrasi tertentu, atau kurangnya pemahaman dalam memanfaatkan fitur aplikasi secara optimal.

Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan pemanfaatan fintech tidak hanya bergantung pada ketersediaan aplikasi, tetapi juga membutuhkan dukungan infrastruktur dan literasi digital yang baik dari pelaku UMKM, sebagian besar UMKM kuliner di Medan memang sudah menggunakan dompet digital atau QRIS, tetapi masih sebatas untuk transaksi dengan konsumen. Pemanfaatan fintech untuk pencatatan keuangan, pembiayaan, atau strategi pemasaran digital belum banyak diterapkan. Dengan demikian, dampak fintech terhadap kinerja keuangan masih belum optimal dan dapat disimpulkan bahwa financial technology berperan sebagai fasilitator yang meningkatkan efisiensi transaksi dan memperlancar arus kas UMKM kuliner di Kota Medan. Meskipun pengaruhnya terhadap kinerja keuangan tidak sebesar variabel lainnya, fintech tetap menjadi instrumen penting yang membantu pelaku usaha beradaptasi dengan perkembangan digital dan memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih cepat dan moderna.

### **Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Keuangan**

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan diketahui  $t$  hitung  $4,947 > t$  tabel  $1,984$  yang dimana variabel orientasi pasar mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan nilai  $t$  hitung yang lebih besar adanya tingkat kinerja keuangan terhadap orientasi pasar bahwa semakin baik pelaku UMKM memahami kebutuhan pelanggan, memperhatikan strategi pesaing, serta menjaga koordinasi antar fungsi dalam usaha, maka semakin baik pula kinerja keuangan yang mereka capai. Mayoritas responden dalam penelitian ini menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa mereka berusaha memahami kebutuhan serta keluhan pelanggan, memantau strategi pemasaran dan harga pesaing, serta menjalin kerja sama yang baik antara bagian pemasaran, keuangan, dan operasional. Temuan ini memperlihatkan bahwa pelaku UMKM kuliner di Kota Medan menyadari pentingnya orientasi pasar sebagai strategi utama dalam menjaga daya saing dan meningkatkan kinerja usaha.

Dalam kondisi nyata, UMKM Kuliner di Kota Medan dikenal sangat kompetitif dengan banyaknya usaha baru yang bermunculan. UMKM yang berhasil bertahan umumnya adalah mereka yang mampu menyesuaikan produk sesuai tren konsumen, seperti makanan kekinian, minuman kopi, hingga kuliner berbasis lokal yang dikemas modern. Selain itu, strategi pelayanan yang baik dan inovasi menu turut meningkatkan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Indriani & Wuryani (2020), yang menyatakan bahwa orientasi pasar berperan besar dalam meningkatkan kinerja UMKM, khususnya melalui peningkatan kepuasan pelanggan dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar. Penelitian Setiawan (2022) juga menegaskan bahwa orientasi pasar merupakan faktor kunci yang menentukan keberlanjutan UMKM di tengah persaingan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Wardani & Lutfi (2023) yang menekankan bahwa orientasi pasar merupakan strategi bertahan hidup bagi UMKM karena langsung memengaruhi omzet dan keberlangsungan usaha. Berbeda dengan literasi keuangan dan fintech yang berfungsi sebagai faktor pendukung, orientasi pasar lebih nyata dalam memberikan kontribusi terhadap kinerja keuangan. Oleh karena itu, orientasi pasar dapat dikatakan sebagai faktor strategis yang harus terus diperkuat oleh UMKM kuliner di Medan. Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa masih ada sebagian kecil responden yang belum konsisten dalam memperhatikan keluhan pelanggan maupun strategi pesaing. Kondisi ini dapat melemahkan daya saing jangka panjang jika tidak segera diperbaiki. Oleh karena itu, penting bagi UMKM kuliner untuk lebih meningkatkan penerapan orientasi pasar secara menyeluruh dan berkesinambungan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar merupakan faktor yang paling dominan dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM kuliner di Kota Medan. Keberhasilan usaha kuliner tidak hanya ditentukan oleh kemampuan mengelola keuangan atau memanfaatkan teknologi, tetapi terutama oleh kemampuan memahami pasar, melayani kebutuhan pelanggan, serta bersaing secara strategis

## **Pengaruh Literasi Keuangan, *Financial Technology* dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Keuangan**

Berdasarkan tabel uji F diketahui secara simultan Literasi Keuangan, *Financial Technology*, Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan UMKM Kuliner di Kota Medan memiliki nilai F hitung  $69,820 > F$  tabel  $2,699$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hasil dari analisis data ini membuktikan bahwa ketiga variabel yaitu literasi keuangan, *financial technology* dan orientasi pasar secara bersama sama berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM Kuliner di Kota Medan. Dari sisi literasi keuangan, mayoritas responden telah memahami perbedaan antara pendapatan dan keuntungan, menyadari pentingnya pencatatan keuangan, serta mampu memisahkan keuangan pribadi dengan usaha. Pemahaman yang baik mengenai risiko pinjaman dan manfaat investasi jangka panjang turut mendukung keberlanjutan usaha. Hal ini selaras dengan penelitian terbaru Aristei dkk. (2024) yang menegaskan bahwa literasi keuangan meningkatkan akses pembiayaan UMKM, dan Frees dkk. (2024) yang menemukan bahwa literasi keuangan berdampak positif pada kesehatan finansial. Dengan demikian, literasi keuangan terbukti menjadi bekal penting bagi UMKM kuliner dalam mengambil keputusan strategis, menjaga arus kas, dan meningkatkan keuntungan.

Selanjutnya, *financial technology* (*fintech*) juga memberikan kontribusi positif meskipun relatif lebih kecil dibanding variabel lain. Mayoritas responden merasa nyaman menggunakan *fintech* seperti GoPay, OVO, DANA, maupun QRIS untuk mendukung transaksi bisnis sehari-hari. *Fintech* terbukti mempercepat aliran kas, menghemat waktu, dan memberikan fleksibilitas metode pembayaran, sehingga meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Temuan ini sejalan dengan penelitian Chen & Guo (2024) yang menyatakan bahwa *fintech* mendorong inovasi bisnis dan pengembangan UMKM melalui digitalisasi dan akses modal yang lebih luas. Dengan kata lain, *fintech* berfungsi sebagai fasilitator yang memperkuat kinerja keuangan UMKM dengan menyediakan layanan keuangan yang cepat, murah, dan mudah diakses.

Sementara itu, orientasi pasar terbukti menjadi variabel yang paling dominan memengaruhi kinerja keuangan UMKM kuliner. Responden menunjukkan kecenderungan yang kuat untuk memahami kebutuhan pelanggan, memperhatikan keluhan, memantau strategi pesaing, serta menjaga koordinasi antar fungsi dalam usaha. Hal ini mendukung teori Narver & Slater (1990) dan diperkuat oleh penelitian terbaru Yaqub dkk. (2024) serta Kaushik & Dangwal (2023), yang menegaskan bahwa orientasi pasar berperan besar dalam meningkatkan kinerja usaha melalui inovasi, adaptasi terhadap perubahan pasar, serta kepuasan pelanggan. Dengan orientasi pasar yang kuat, UMKM kuliner di Kota Medan mampu menjaga keberlangsungan usaha di tengah kompetisi bisnis yang semakin ketat. Implikasi praktisnya adalah pelaku UMKM kuliner di Medan perlu menyeimbangkan antara manajemen internal (literasi keuangan), pemanfaatan teknologi (*fintech*), dan strategi eksternal (orientasi pasar). Dengan mengintegrasikan ketiga aspek ini, UMKM tidak hanya mampu bertahan di tengah persaingan, tetapi juga dapat berkembang dan meningkatkan daya saing di pasar kuliner yang semakin dinamis.

## **4. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai secara simultan, variabel literasi keuangan, *financial technology*, dan orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM kuliner di Kota Medan. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi pemahaman keuangan yang baik, pemanfaatan teknologi keuangan, serta kemampuan berorientasi pada pasar mampu memperkuat daya saing usaha. Ketiga variabel tersebut saling melengkapi: literasi keuangan membantu pengelolaan modal, *fintech* mempercepat transaksi dan akses pembiayaan, sementara orientasi pasar memastikan produk tetap relevan dengan kebutuhan konsumen. Literasi keuangan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM Kuliner. Hasil ini mempertegas bahwa semakin baik pemahaman pelaku usaha dalam mengelola arus kas, mencatat transaksi, serta mengambil keputusan investasi, maka semakin baik pula kinerja keuangan yang dicapai. Meskipun sebagian besar pelaku UMKM di Medan masih memiliki keterbatasan dalam pengelolaan akuntansi formal, adanya peningkatan kesadaran literasi keuangan menjadi kunci dalam menjaga stabilitas usaha. *Financial technology* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja keuangan. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun *fintech* mampu memberikan kemudahan transaksi, memperluas akses pembiayaan, serta meningkatkan efisiensi usaha, namun pemanfaatannya oleh UMKM kuliner di Medan masih terbatas. Faktor penyebabnya antara lain kurangnya pemahaman teknologi, keterbatasan akses internet di beberapa wilayah, serta kebiasaan pelaku usaha yang masih dominan menggunakan transaksi tunai. Dengan demikian, peran *fintech* belum sepenuhnya dioptimalkan dalam meningkatkan kinerja keuangan. Orientasi pasar memiliki pengaruh positif dan signifikan serta menjadi variabel yang paling dominan terhadap kinerja keuangan. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan UMKM dalam memahami kebutuhan pelanggan, memperhatikan strategi pesaing, dan menjalin kerja sama dengan mitra bisnis memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan penjualan dan laba usaha. Dalam persaingan ketat industri kuliner di Kota Medan, orientasi pasar menjadi strategi kunci agar UMKM tidak hanya bertahan, tetapi juga

berkembang secara berkelanjutan. Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka dapat dikemukakan beberapa saran ialah dengan Pelaku UMKM kuliner diharapkan dapat meningkatkan kapasitas pengetahuan dan keterampilan dalam bidang literasi keuangan, khususnya pada aspek pengelolaan arus kas, pencatatan transaksi, serta penyusunan laporan keuangan yang sederhana namun akurat. Hal ini penting dilakukan agar setiap keputusan bisnis dapat didasarkan pada data yang terukur, sehingga meminimalisir kesalahan dalam pengelolaan modal maupun perencanaan investasi. UMKM kuliner disarankan untuk lebih aktif memanfaatkan layanan *financial technology* tidak hanya sebatas sebagai sarana transaksi pembayaran, tetapi juga sebagai instrumen untuk mengakses pembiayaan, melakukan pencatatan keuangan secara digital, dan memperluas jaringan pemasaran melalui platform e-commerce maupun aplikasi keuangan. Pelaku UMKM perlu menempatkan orientasi pasar sebagai landasan utama dalam setiap strategi bisnis. Hal ini dapat diwujudkan dengan melakukan analisis kebutuhan dan preferensi konsumen, memperhatikan strategi pesaing, serta menjalin kerja sama dengan mitra usaha seperti pemasok, distributor, dan platform digital. Untuk menjaga keberlangsungan usaha, UMKM disarankan mengembangkan sistem manajemen yang terintegrasi, di mana aspek keuangan, pemasaran, dan operasional dapat berjalan secara selaras. Penerapan manajemen yang lebih profesional akan membantu UMKM tidak hanya dalam meningkatkan profitabilitas, tetapi juga dalam menjaga stabilitas usaha pada jangka panjang.

## Referensi

1. Acosta, P., Crespo, Á. H., & Agudo, J. C. (2018). Effect of market orientation on business performance: Mediating role of organizational learning and innovation. *Journal of Business Research*, 88, 182–190.
2. Alifah, N. (2022). Pengaruh financial technology terhadap kinerja keuangan UMKM di era digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(2), 150–162.
3. Al-Kubra, S. S., & Zulfikar, R. (2018). Kinerja Usaha Sebagai Dampak Dari Orientasi Pasar Melalui Keunggulan Bersaing (Survei Pada Sentra Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah & Bisnis*, 1(1).
4. Ardila, M., & Christiana, V. (2020). Pengelolaan keuangan usaha mikro sektor kuliner di Kecamatan Medan Denai. *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 12(2), 123-132.
5. Arifuddin, A., Rahmatullah, F., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Technology terhadap Kinerja Keuangan UMKM (Studi pada Cafe di Kota Kendari).
6. Aryo Prakoso, D. (2020). Literasi keuangan dan implikasinya terhadap UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 20(1), 55–66.
7. Azhari Hutabarat, A., Widodo, B., & Syahputra, R. (2022). Pengaruh modal usaha, penggunaan informasi akuntansi, dan sistem penjualan e-commerce terhadap kinerja keuangan UMKM. *Jurnal Administrasi Manajemen*, 1(1), 45-56.
8. Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik Industri Mikro dan Kecil Provinsi Sumatera Utara 2023.
9. Badan Pusat Statistik. (2024). Posisi kredit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pada bank umum.
10. Bakhtiar, F., Prayoga, R., & Mulya, A. (2022). Analisis literasi keuangan dan financial technology terhadap inklusi keuangan pada pelaku UMKM perempuan. *Akuntabel*, 19(2), 260-268.
11. Bank Indonesia. (2019). *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025 (Bab QRIS & UMKM)*.
12. Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2022). *Fundamentals of Financial Management* (16th ed.). Cengage Learning.
13. Dewi, I. G. A. A. O., & Artini, L. G. S. (2021). Financial literacy and business sustainability: Evidence from small enterprises. *International Journal of Business and Society*, 22(2), 567–582.
14. Fadilah, R., Sari, M., & Wulandari, D. (2022). Adoption of fintech services in MSMEs: Opportunities and challenges in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 10(1), 101–115.
15. Fadlan, M. A., & Syafruddin, S. (2023). Literasi Finansial dan Teknologi Digital dalam Meningkatkan Kinerja Keuangan UMKM di Aceh.
16. Fahmi, I. (2018). *Manajemen Keuangan Syariah (Edisi 1)*. Alfabeta.
17. Fajar, M., & Larasati, C. W. (2021). Peran Financial Technology (Fintech) dalam Perkembangan UMKM di Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Humanities, Management and Science Proceedings*, 1(2), 702–715. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>
18. Febriyani, A., & Rita, M. R. (2023). Determinan Kinerja UMKM: Fintech Lending, Modal Usaha & Orientasi Pasar. *Accounting and Financial Review*, 5(2).
19. Hartono, S., Amalia, L., & Hidayat, N. (2021). Pengaruh penggunaan fintech terhadap kinerja keuangan UMKM di era digital. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 15(2), 112-123.
20. Irawati, L., & Lubis, K. S. (2022). The Effect of Financial Literacy and Capital Management on MSME Performance. *Asean International Journal of Business*, 1(1).
21. Istiqomah, R., & Nurwulandari, R. (2024). Pengaruh FinLit, P2P Lending, dan Financial Attitude terhadap Kinerja UMKM di Jakarta.
22. Kadin Indonesia. (2023). *UMKM Indonesia – Data & Statistik*.
23. Katadata Insight Center. (2024, 24 Desember). Realisasi Penyaluran KUR Meningkat pada 2024 (tabel 2015-2024).
24. *Keuangan, Fintech P2P Lending & Payment Gateway terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Medan*.
25. Kr-Asia. (2019, 27 November). Mobile wallets and digital investments are Indonesia's most popular fintech products in 2019.
26. Kusuma, R., & Putri, L. A. (2023). Mediasi Literasi Keuangan pada Pengaruh Fintech dan Inklusi terhadap Kinerja UMKM.
27. Lestari, S. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Budi Utama.
28. Lubis, A. M., Nurbaiti, N., & Harahap, M. I. (2022). Pengaruh Literasi
28. Meidiva, F., dkk. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Orientasi Pasar & Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Egg Roll Waluh di Blora.
29. Mellinia, S. P., Budiarti, L., & Ulfah, P. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, dan Perilaku Pengelolaan Keuangan terhadap Kinerja UMKM di Kota Purwokerto.
30. Mezaluna, A. R., & Wibowo, E. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi terhadap Kinerja UMKM Surakarta.
31. Monica, N., & Ruzikna, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Technology terhadap Kinerja Keuangan UMKM Sektor Kuliner di Kecamatan Sail, Kota Pekanbaru.
32. Mukarromah, H., Amat, F., & Salim, S. (2020). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi kinerja keuangan UMKM. *Jurnal Ekonomi Usahawan*, 4(2), 25-34.

33. Mulyanti, L., & Nurhayati, T. (2022). Financial technology sebagai solusi akses keuangan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 88–99.
34. Octaviani, A., & Widiyanto, T. (2019). Peran Orientasi Pasar Dan Pengembangan Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Kinerja Usaha. *Excellent : Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan*, 6(2).
35. Octavina, M., & Simorangkir, M. (2021). Digitalisasi UMKM, Literasi Keuangan, dan Kinerja Usaha di Solo.
36. Otoritas Jasa Keuangan. (2016). POJK No. 76/POJK.07/2016 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan.
37. Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017–2025).
38. Pangastuti, R. L., Yap, N., Kadiri, U., & Id, K. A. (2023). Literasi Keuangan, Financial Technology, Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan
39. Pasar, A. O., Utang, T., Keuangan, D. A. N. L., & Tobing, V. C. L. (n.d.). Analisis orientasi pasar, tingkat utang, dan literasi keuangan terhadap kinerja keuangan umkm di kota batam. 63–71.
40. Pemerintah Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
41. Pemerintah Republik Indonesia. (2021). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM.
42. Prabowo, A., & Risal T. (2023) Peran Enterpreneurial Orientation dan Social Media Marketing Terhadap Peningkatan Strategi Bersaing (UMKM) Coffee Shop Pada Era Modern Customer Di Kota Medan. *Jurnal Menara Ekonomi*
43. Prabowo, A., Dewi, A. F., Parhusip, A. A., Wijaya, M. R., & Tanjung, Y. (2025). *MODERN ENTREPRENEURSHIP (Enterpreneurial Mindset: Cara Berpikir Yang Mengubah Ide Menjadi Realitas)*. Serasi Media Teknologi.
44. Prabowo, A., Sari, P., Tanjung, Y., Roni, S., & Alfredo, R. H. (2025). SMART OFFICE, SMART NATION: Smart Office, Smart Nation: Mempersiapkan Generasi Unggul Melalui Standarisasi Uji Kompetensi Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 9(2), 208-218.
45. Prabowo, A., Tanjung, Y., Wahyuni, E. S., & Aspan, H. (2025). Transformasi Destinasi Pemasaran: Model Integratif Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Kawasan Objek Wisata Sidebu-Debu, Kabupaten Karo Sumatera Utara: Marketing Destination Transformation: An Integrative Model of Sustainable Tourism Development in the Sidebu-Debu Tourism Area, Karo Regency, North Sumatra. *Economic and Education Journal (Ecoducation)*, 7(2), 455-476.
46. Prabowo, A., Wahyuni, E. S., Tanjung, Y., Wijaya, M. R., & Adam, A. A. (2025). *Manajemen Pemasaran (Strategi Pemasaran Era Digital: Menguasai Tren dan Teknologi Sebagai Konsep Baru Meningkatkan Penjualan)*. Serasi Media Teknologi.
47. Prakoso, A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM se-Eks Karesidenan Besuki. *Valid Jurnal Ilmiah*, 17(2), 151–161.
48. Prasetyo, W., & Wijaya, R. (2020). Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Z. *Jurnal Riset Bisnis*, 9(3), 201-212.
49. Purwanto, H., Yandri, D., & Yoga, M. P. (2020). Perkembangan dan dampak financial technology terhadap perilaku manajemen keuangan di masyarakat. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi dan Bisnis*, 11(1), 35–49.
50. Safira, N., Sofyan, S., & Puspita, V. (2024). Pengaruh Orientasi Pasar, Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kerupuk Tuir di Kota Bengkulu. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 4(3), 67–82. <https://doi.org/10.47467/visa.v4i3.3813>
51. Sari, D., & Putra, H. (2021). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten X. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 45–55.
52. Septiani, N., & Wuryani. (2020). Pengukuran kinerja perusahaan: Sebuah tinjauan teoritis. *Jurnal Akuntansi Aktual*, 6(1), 1–10.
53. Siregar, D., Simanjuntak, H., & Sitepu, R. (2021). Peran orientasi pasar dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM di Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 14(2), 98-109.
54. Soetiono. (2018) Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia, Depok: RajaGrafindo Persada.
55. Statistik, B. P. (2023). Industri Makro dan Kecil. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/subject/170/industri-mikro-dan-kecil.html>
56. Subagia, I., & Effendi, K. A. (2023). Analisis Pertumbuhan Fintech Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Owner*, 7(4), 3052–3062.
57. Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian)*. Alfabeta: Bandung.
58. Susanti, A., Firmansyah, A., & Sari, R. (2018). Literasi keuangan dan dampaknya terhadap UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 133–141.
59. Suyanto, S. (2022). Analisis adopsi financial technology dengan model TAM pada UMKM. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 21(3), 245–258.
60. Suyanto, S. (2022). Faktor Demografi, Financial Technology, Dan Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm): Inklusi Keuangan Sebagai Mediasi. *Akuntansi Dewantara*, 6(1), 1–20.
61. The Jakarta Post. (2019, 9 Desember). Research shows GoPay remains most used Indonesian e-wallet service.
62. Triantoro, E. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Metro. *Politeknik Negeri Lampung*.
63. Umkm Halal Di Kabupaten .... ARSY :Aplikasi Riset Kepada Masyarakat, 4(1), 56–60. <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/7808/1/SKRIPSI JUNI YATI NOVITASARI LENGKAP %28OK%29.pdf>
64. Wahyono, D., & Hutahayan, B. (2020). Relationship between Market Orientation, Learning Orientation, Financial Literacy on Innovation and Performance of Textile SMEs in Java & Bali.
65. Wardani, A., & Lutfi, L. (2023). Market orientation and SMEs financial performance: Evidence from Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 15(2), 77–92.
66. Wicaksono, G., & Nuvriari, A. (2020). Meningkatkan Kinerja UMKM Industri Kreatif Melalui Pengembangan Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar (Kajian Pada Peran Serta Wirausaha Wanita Di Kecamatan Moyudan, Kabupaten Slen Moyudan, Kabupaten Sleman Propinsi DIY). *Jurnal Sosio Humaniora*, 3(4).
67. Widyastuti, M. (2024). Kinerja Keuangan & Finansial Teknologi melalui Literasi & Inklusi Keuangan UMKM di Jawa Timur.
68. Wijayanto, B., & Santoso, H. (2020). Analisis dampak financial technology terhadap kinerja keuangan UMKM di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(4), 330-339.
69. Yadi Heryadi, Dhiana Ekowati, & Dhety Chusumastuti. (2023). Pengaruh Kehadiran Media Sosial, Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisman : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 94–107.