

**PENGARUH INKLUSI KEUANGAN, *DIGITAL PAYMENT*, DAN PRODUK
RAMAH LINGKUNGAN TERHADAP KINERJA UMKM
(Studi UMKM *Food & beverages* Bandar Lampung)**

SKRIPSI

Oleh

M REYHAN PAHLEVI

2156051009



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2025

ABSTRAK

PENGARUH INKLUSI KEUANGAN, DIGITAL PAYMENT, DAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN TERHADAP KINERJA UMKM (Studi UMKM *Food & Beverages* Bandar Lampung)

Oleh

M Reyhan Pahlevi

Penelitian ini mengkaji inklusi keuangan, *digital payment*, dan produk ramah lingkungan terhadap kinerja UMKM studi UMKM *food & beverages* Bandar Lampung. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research*. Sampel pada penelitian ini adalah pelaku UMKM *food & beverages* Bandar Lampung, dengan jumlah responden sebanyak 100, yang dilakukan dengan teknik *purposive sampling* secara *accidental sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan pertama inklusi keuangan berpengaruh signifikan dengan arah hubungan yang positif terhadap kinerja UMKM, kedua digital payment berpengaruh signifikan dengan arah hubungan yang positif terhadap kinerja UMKM, ketiga produk ramah lingkungan berpengaruh signifikan dengan arah hubungan yang positif terhadap kinerja UMKM, terakhir secara simultan inklusi keuangan, digital payment, dan produk ramah lingkungan berpengaruh signifikan dengan arah hubungan yang positif terhadap kinerja UMKM.

Kata kunci: Inklusi Keuangan, Digital Payment, Produk Ramah Lingkungan, dan Kinerja UMKM

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF FINANCIAL INCLUSION, DIGITAL PAYMENTS, AND PRODUCTS ENVIRONMENTALLY FRIENDLY TO THE PERFORMANCE OF MSMES (MSME *Food & Beverages* Study in Bandar Lampung)

By

M Reyhan Pahlevi

This study examines the inclusion of finance, *digital payments*, and environmentally friendly products on the performance of MSMEs in the Bandar *Lampung food & beverages* MSME study . This research is a quantitative research with an explanatory research approach. The sample in this study is MSME *food & beverages* actors in Bandar Lampung, with a total of 100 respondents, which was carried out by *purposive sampling* technique by *accidental sampling*. Data analysis was carried out using descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The results of this study show that first, financial inclusion has a significant effect on the direction of a positive relationship on the performance of MSMEs, second, digital payments have a significant effect on the direction of a positive relationship on the performance of MSMEs, third, environmentally friendly products have a significant effect on the direction of a positive relationship on the performance of MSMEs, and finally simultaneously financial inclusion, digital payments, and environmentally friendly products have a significant effect on the direction of positive relationships to the performance of MSMEs.

Keywords: Financial Inclusion, *Digital Payment*, Eco-Friendly Products, and MSME Performance

**PENGARUH INKLUSI KEUANGAN, *DIGITAL PAYMENT*, DAN PRODUK
RAMAH LINGKUNGAN TERHADAP KINERJA UMKM
(Studi UMKM *Food & beverages* Bandar Lampung)**

Oleh :

M REYHAN PAHLEVI

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

Pada

**Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

Judul Skripsi : **PENGARUH INKLUSI KEUANGAN,
DIGITAL PAYMENT, DAN PRODUK
RAMAH LINGKUNGAN TERHADAP
KINERJA UMKM (Studi UMKM *Food &
Beverages* Bandar Lampung)**

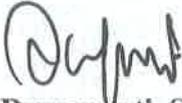
Nama Mahasiswa : **M Reyhan Pahlevi**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2156051009**

Program Studi : **Ilmu Administrasi Bisnis**

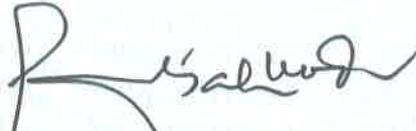
Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**




Damayanti, S.A.N., M.A.B.
NIP. 198101062005012002


May Roni, S.A.B., M.Si.
NIP. 199105152023211034

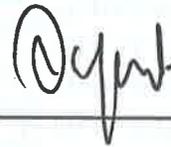
2. Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis


Dr. Ahmad Rifa'i, S.Sos., M.Si.
NIP. 197502042000121001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

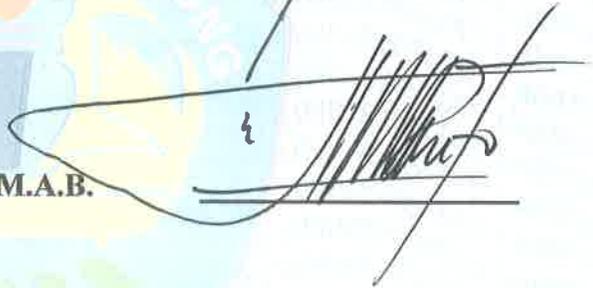
Ketua : **Damayanti, S.A.N., M.A.B.**



Sekretaris : **May Roni, S.A.B., M.Si.**



Penguji : **Dr. Supto, S.Sos., M.A.B.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.
NIP. 197608212000032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **12 Juni 2025**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik tanpa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 10 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



M. Reyhan Pahlevi
NPM. 2156051009

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama M Reyhan Pahlevi, lahir di Bandar Lampung pada tanggal 21 Oktober 2002, dan merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Heri dan Ibu Hera. Latar belakang pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis yaitu dengan menyelesaikan pendidikannya di Sekolah Dasar Kartika II-6 pada tahun 2009-2015, Sekolah Menengah Pertama di SMP Kartika II-2 Bandar Lampung pada tahun 2015-2018, dan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 16 Bandar Lampung pada tahun 2018-2021. Kemudian pada tahun 2021, penulis kembali melanjutkan pendidikan sebagai mahasiswa Strata Satu (S1) Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung melalui jalur SMMPTN.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam organisasi Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Administrasi Bisnis. Penulis menjadi anggota bidang P&K pada tahun 2023. Penulis telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama 40 hari di Desa Margo Mulyo, Kec. Mesuji Timur, Kabupaten Mesuji, Prov. Lampung pada tahun 2024. Selanjutnya penulis mengikuti program Magang & Studi Independen Bersertifikat (MSIB) sebanyak 2 kali yaitu di Infinite Learning sebagai Cyber Security dan AI, dan terakhir di PT BTPN Syariah sebagai Fasilitator Pendamping

MOTTO

“Mengenal orang lain adalah sebuah kecerdasan, mengenal diri sendiri adalah kebijaksanaan sebenarnya; Menguasai orang lain adalah sebuah kekuatan, menguasai diri sendiri adalah kekuasaan yang sebenarnya”

(Sun Tzu)

“”

“Akan datang zaman orang tidak puas dengan sedikit, tidak kenyang dengan banyak, perhatian mereka hanya urusan perut, agama mereka uang, dan kiblat mereka perempuan”

(Ali bin Abi Thalib)

“”

“Jangan buang hari ini dengan mengkhawatirkan hari esok, gunung pun terasa datar ketika kita sampai ke puncaknya”

(Phi Delta Kappan)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat serta karunia-Nya, yang telah memberikan hamba kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.

Sebuah karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua,

Bapak Heri dan Ibu Hera

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya. Karya ini adalah bentuk rasa syukur atas segala pengorbanan dan kasih sayang kalian dalam setiap langkah penulis.

Keluarga besar ,

Almamater Kebanggaan,

Universitas Lampung

SANWACANA

Alhamdulillahirabbil'alamin, Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan karunia dan hidayah-Nya sehingga saat ini penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi besar kita, Muhammad Shalallaahu 'Alayhi Wa Sallam beserta keluarga dan para sahabat, semoga kita semua mendapatkan syafa'at beliau di Yaumul Akhir kelak. Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Inklusi Keuangan, *Digital Payment*, dan Produk Ramah Lingkungan terhadap Kinerja UMKM (Studi UMKM *Food & Beverages* di Bandar Lampung)”** disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

Selesainya penulisan skripsi ini adalah berkat motivasi dan pengarahan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Anna Gustina, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;
2. Bapak Prof. Dr. Noverman Duadji, M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerjasama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;
3. Bapak Dr. Arif Sugiono, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;
4. Bapak Dr. Robi Cahyadi Kurniawan, S.IP, M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;

5. Bapak Dr. Ahmad Rifa'I, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;
6. Bapak Prasetya Nugeraha, S.A.B., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung serta selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan ilmu, nasihat, dan wejangannya selama perkuliahan;
7. Ibu Damayanti, S.A.N., M.A.B., selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta selalu memberikan semangat. Terima kasih banyak Bu atas bimbingan, wawasan, arahan, kritik, serta saran dan masukan yang telah diberikan sehingga penulis selalu yakin untuk dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Semoga Ibu senantiasa dalam lindungan Allah, diberikan kesehatan, keberkahan, kemudahan dalam segala urusan, dan diberikan rahmat serta pahala yang melimpah atas kebaikan Ibu;
8. Bapak May Roni, S.A.B., M.Si selaku Dosen Pembimbing Pembantu yang telah bersedia meluangkan waktunya, membimbing penulis dengan sabar, memberikan masukan, arahan, motivasi, ilmu, serta segala bentuk bantuan kepada penulis hingga skripsi ini selesai. Terima kasih banyak Pak sudah menjadi dosen yang baik dan selalu memberi teladan. Semoga Bapak selalu dalam lindungan Allah SWT;
9. Bapak Dr. Suropto, S.Sos., M.A.B., selaku Dosen Penguji Utama yang bersedia meluangkan waktu, memberikan arahan dan masukan kepada penulis agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih Pak, semoga Bapak diberikan kesehatan selalu dan semoga Allah SWT membalas kebaikan-kebaikan Bapak;
10. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, yang telah memberikan banyak ilmu, bimbingan, dan nasihat kepada penulis selama masa perkuliahan;

11. Seluruh Staff Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, atas bantuan, dan arahan selama masa perkuliahan serta dalam proses pengerjaan skripsi;
12. Kedua orang tua saya. Bapak Heri dan Ibu Hera. Terima kasih atas segala kasih sayang, doa, dan nilai-nilai kehidupan yang telah kalian tanam. Terima kasih atas perjuangan, kebaikan, dan ketulusan yang selalu menjadi teladan untuk saya dan doa-doa yang senantiasa kalian panjatkan.
13. Teman-teman ABINILA 2021. Terima kasih telah kebersamai selama masa perkuliahan ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat serta dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan. Sekali lagi terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Bandar Lampung, Juni 2025

M. Reyhan Pahlevi
NPM. 2156051009

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR RUMUS	vii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 <i>Theory Resource-Based View (RBV)</i>	8
2.2 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah	9
2.2.1 Pengertian UMKM	9
2.2.2 Kriteria UMKM.....	9
2.2.3 Manfaat UMKM	11
2.2.4 Pengelolaan UMKM.....	12
2.2.5 Pengembangan UMKM.....	13
2.2.6 Indikator Kinerja UMKM.....	14
2.3 Inklusi Keuangan.....	14
2.3.1 Definisi Inklusi Keuangan	14
2.3.2 Peran Inklusi Keuangan.....	15
2.3.3 Indikator Inklusi Keuangan	16
2.4 <i>Digital payment</i>	16
2.4.1 Pengertian <i>Digital payment</i>	16
2.4.2 Jenis-Jenis <i>Digital payment</i>	17

2.4.3	Manfaat <i>Digital payment</i>	18
2.4.4	Indikator <i>Digital payment</i>	18
2.5	Produk Ramah Lingkungan	19
2.5.1	Konsep Produk Ramah Lingkungan.....	19
2.5.2	Karakteristik Produk Ramah Lingkungan	20
2.5.3	Dampak Produk Ramah Lingkungan	20
2.5.4	Indikator Produk Ramah Lingkungan	21
2.6	Penelitian Terdahulu.....	22
2.7	Kerangka Berpikir.....	25
2.8	Pengembangan Hipotesis.....	28
III.	METODE PENELITIAN	29
3.1	Jenis Penelitian	29
3.2	Populasi dan Sampel.....	29
3.2.1	Populasi	29
3.2.2	Sampel.....	30
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.3.1	Data Primer	31
3.4	Variabel Penelitian	32
3.5	Metode Analisis Data	36
3.5.1	Statistik Deskriptif.....	36
3.5.2	Uji Instrumen.....	36
3.5.3	Analisis Regresi Linear Berganda	37
3.5.4	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.5.5	Pengujian Hipotesis.....	39
3.5.6	Koefisien Determinasi (R ²).....	39
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1	Gambaran Umum	41
4.2	Analisis Statistik Deskriptif.....	42
4.2.1	Karakteristik Responden.....	42
4.2.2	Distribusi Jawaban Responden	46
4.3	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	53

4.4.1 Uji Normalitas.....	54
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	55
4.4.3 Uji Multikolinieritas.....	56
4.5 Uji Hipotesis.....	57
4.5.1 Uji t.....	57
4.5.2 Uji F.....	58
4.6 Koefisien Determinasi (R ²).....	58
4.7 Pembahasan.....	59
4.7.1 Pengaruh Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM.....	59
4.7.2 Pengaruh <i>Digital payment</i> Terhadap Kinerja UMKM.....	62
4.7.3 Pengaruh Produk Ramah Lingkungan Terhadap Kinerja UMKM.....	64
4.7.4 Pengaruh Inklusi Keuangan, <i>Digital payment</i> , dan Produk Ramah Lingkungan Terhadap Kinerja UMKM.....	66
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran.....	70
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Industri Kreatif di Kota Bandar Lampung tahun 2021.....	5
Tabel 2.1 Kriteria UMKM.....	10
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Populasi Penelitian.....	29
Tabel 3.2 Skala Likert	32
Tabel 3.3 Operasional Variabel	33
Tabel 3.4 Uji Validitas	37
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.1 Nilai <i>Mean</i>	47
Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Responden Variabel Inklusi Keuangan.....	47
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Digital payment</i>	48
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Produk Ramah Lingkungan.....	50
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kinerja UMKM	51
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4.8 Hasil Uji t	56
Tabel 4.9 Hasil Uji F	57
Tabel 4.10 Hasil Uji R.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah UMKM di Negara Asean tahun 2023	1
Gambar 1.2 Data Jumlah UMKM di Indonesia.....	2
Gambar 2.1 Model Hipotesis	28
Gambar 4.1 Presentase Responden Berdasarkan Usia	42
Gambar 4.2 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Gambar 4.3 Presentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
Gambar 4.4 Presentase Responden Berdasarkan Lama Berdirinya Usaha.....	44
Gambar 4.5 Presentase Responden Berdasarkan Omzet Perbulan.....	45
Gambar 4.6 Presentase Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan.....	45
Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	54
Gambar 4.8 Hasil Uji Normalitas P-P Plot.....	55
Gambar 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56

DAFTAR RUMUS

Rumus	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	31
Rumus 3.2 Rumus Regresi Linear Berganda.....	37
Rumus 4.1 Rumus Interval Kelas.....	46

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi khususnya dengan adanya integrasi ekonomi di Asia Tenggara, yaitu penyatuan ekonomi (Economic Union) yang menjadikan Asia Tenggara menjadi suatu komunitas perekonomian dengan basis produksi tunggal membuat UMKM harus mampu mempertahankan eksistensinya ditengah gempuran ekonomi global (Sarfiyah *et al.*, 2019). UMKM dituntut untuk mampu bersaing dan menciptakan produk yang dapat diterima,tidak hanya oleh konsumen dalam negeri (Indonesia) tetapi juga konsumen di Asia Tenggara (Gustika & Susena, 2022).



Sumber: ASEANstats, 2023

Gambar 1.1 Jumlah UMKM di Negara ASEAN Tahun 2023

Gambar 1.1 Menunjukkan data yang diperoleh dari ASEANstats pada tahun 2023, Indonesia menempati urutan tertinggi dengan jumlah UMKM sebanyak 84,9 % unit usaha secara keseluruhan. Vietnam menempati urutan kedua dengan jumlah UMKM terpaut jauh di bawah Indonesia yaitu sebanyak 7,2 % unit usaha. Secara umum dalam perekonomian nasional, UMKM memiliki peran utama dalam kegiatan ekonomi sebagai penyedia lapangan kerja, pencipta pasar baru, pemain penting dalam perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat serta kontribusinya terhadap PDB dan neraca pembayaran (Hidayat *et al.*, 2022).

Pada tahun 2023 pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp9.580 triliun. UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja. (Kadin, 2023).

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64.19	65.47	64	65.46	65	66
Pertumbuhan (%)		1.98%	-2.24%	2.28%	-0,70%	1,52%

Sumber: Kadin Indonesia

Gambar 1.2 Data Jumlah UMKM di Indonesia

Gambar 1.2 Menunjukkan bahwa jumlah UMKM pada tahun 2018 sampai tahun 2023 terus mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. Namun, terjadi penurunan jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2020 akibat adanya pandemi Covid-19, dan pada 2021 mulai kembali pulih secara signifikan hal ini akibat banyak stimulus yang pemerintah berikan terhadap UMKM. Akan tetapi pada tahun 2022 UMKM kembali mengalami penurunan, hal ini terjadi karena pemerintah mulai mencabut beberapa stimulus yang ada karena kondisi pandemi yang berangsur membaik. Selanjutnya, pada tahun 2023 UMKM kembali bangkit dan mengalami peningkatan yang cukup signifikan, hal ini mengindikasikan bahwa kinerja umkm semakin membaik pada tahun 2023.

Kinerja UMKM merupakan hasil atau evaluasi kerja perusahaan yang dicapai oleh seseorang atau kelompok dengan pembagian kegiatan berupa tugas dan perannya pada periode tertentu dengan standar dari perusahaan tersebut (Mutegi *et al.*, 2015). Indikator untuk mengukur kinerja suatu UMKM dapat dilihat dari laba, pertumbuhan penjualan, dan pembayaran kewajiban bisnis (Ismanto *et al.*, 2020). Perkembangan kinerja UMKM ini juga dipengaruhi oleh berbagai aspek antara lain yaitu aspek permodalan, pemasaran, dan pengelolaan keuangan (Rainanto, 2019).

Dari beberapa pernyataan oleh peneliti terdahulu terkait aspek-aspek pada kinerja UMKM, aspek keuangan menjadi salah satu hal penting yang berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Permodalan, pertumbuhan laba dan pengelolaan keuangan dapat ditingkatkan dengan memahami literasi keuangan. Oleh karena itu, perilaku para pelaku UMKM yang telah memahami inklusi keuangan dapat memberikan dorongan

atau pengaruh yang positif terhadap kinerja bisnisnya dengan menerapkan inklusi keuangan sebagai bentuk pengambilan keputusan dan perencanaan keuangan.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendefinisikan inklusi keuangan adalah ketersediaan akses masyarakat terhadap berbagai produk, layanan, dan lembaga keuangan. Akses ini harus sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat. OCBC NISP menyatakan Inklusi keuangan merupakan aspek penting dalam pertumbuhan ekonomi. Hal ini karena inklusi keuangan dapat membantu masyarakat memanfaatkan produk dan layanan keuangan dengan tepat dan baik. Inklusi keuangan juga dapat membantu pemerataan tingkat perekonomian di seluruh lapisan Masyarakat. Menurut Hilmawati & Kusumaningtias (2021) menyatakan Inklusi keuangan dibutuhkan para pelaku UMKM guna mendapatkan kemudahan dalam setiap proses bisnisnya dan salah satu faktor pendukung suatu bisnis adalah permodalan. Lakuma *et al*, (2019) pada penelitiannya di UMKM Uganda menyatakan bahwa inklusi keuangan memiliki dampak yang positif terhadap UMKM kategori menengah namun tidak signifikan terhadap UMKM kategori mikro dan kecil.

Selain itu, semakin rendah inklusi keuangan maka tingkat kinerja keuangan akan rendah. Hal tersebut disebabkan karena inklusi keuangan menjadi salah satu aspek yang dibutuhkan dalam penambahan modal bagi para pelaku UMKM sehingga diharapkan terjadi peningkatan dan pengembangan usahanya. Penelitian oleh Iko Putri Yanti, (2019) menunjukkan bahwa apabila inklusi keuangan ditingkatkan, maka inklusi keuangan akan mampu memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan suatu bisnis. Sebaliknya Hilmawati & Kusumaningtias, (2021) pada penelitiannya menjelaskan hasil bahwa Inklusi keuangan tidak berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM, hal ini berarti bahwa kinerja UMKM dipengaruhi oleh aspek maupun factor yang lainnya.

Selain itu, faktor berikutnya yang juga berpengaruh kepada kinerja UMKM adalah pembayaran digital, di mana merupakan sebagai satu diantara sarana transaksi dengan mengoperasikan alat elektronik seperti layanan perbankan melalui SMS, perbankan internet, perbankan seluler, dan dompet digital, di mana aktivitas pembayaran cuma bisa digunakan melalui smartphone (Handayani & Soeparan, 2022). Beberapa manfaat dari penggunaan *digital payment* yaitu membantu transaksi jual beli dan sistem pembayaran menjadi lebih efektif, efisien, dan ekonomis. Selain itu, aktivitas keuangan dapat dilakukan di mana saja dengan mudah, aman, dan terkendali (Daud *et al.*, 2022).

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *digital payment* atau pembayaran digital adalah salah satu jenis *FinTech* yang menerapkan teknologi finansial dalam sistem pembayaran online. Sistem pembayaran online ini dilakukan melalui dompet elektronik atau yang biasa disebut uang digital. Berdasarkan penelitian oleh Daud *et al.*, (2022) menunjukkan pesatnya kemajuan digitalisasi pemasaran telah meningkatkan kinerja keuangan UMKM sehingga proses penjualan dan pemasaran yang lebih praktis dan mudah dilakukan melalui media. Aulia *et al.*, (2022) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kemudahan *digital payment* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Perkembangan teknologi yang terjadi serta kebiasaan masyarakat dalam hal *cashless society* dan hampir sebagian masyarakat membawa gadget yang menjadikan pelaku usaha harus menyesuaikan kebiasaan tersebut dengan menerapkan *digital payment* pada usaha agar nantinya pelaku UMKM tidak terancam punah atau tertinggal. Selanjutnya (Indah, 2024) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa pembayaran digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan di UMKM Kota Pangkalpinang. Ini menandakan bahwa semakin banyaknya transaksi digital yang dilakukan oleh pelaku UKM, akan semakin meningkatkan kinerja keuangan di UMKM tersebut.

Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa juga tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreatifitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju (Disperindag, 2013). Semakin pesatnya perkembangan bisnis saat ini, juga berpengaruh pada meningkatnya masalah-masalah lingkungan yang semakin kompleks (Santoso & Rengganis, 2016). Di mana permasalahan lingkungan ini telah menjadi isu strategis yang perlu dikaji dan diselesaikan oleh beberapa pihak. Salah satu permasalahan lingkungan yang dihadapi masyarakat saat ini adalah pencemaran sampah. Di mana sampah menjadi masalah yang sangat besar bagi lingkungan. Hal ini dikarenakan sampah sangat sulit untuk ditangani karena jumlahnya yang sangat banyak dan ada beberapa sampah yang sulit untuk di daur ulang seperti sampah plastik yang masih sering ditemukan. Selain itu, kurangnya kesadaran masyarakat dalam menjaga lingkungan juga berdampak pada berbagai kerusakan dan penurunan kualitas lingkungan. Kerusakan lingkungan yang sering terjadi saat ini, seperti pencemaran udara, pencemaran air, pencemaran tanah, perubahan iklim dan *global warming* (pemanasan global) merupakan salah satu bukti nyata kerusakan lingkungan yang terjadi saat ini.

Green product juga memiliki banyak manfaat bagi lingkungan, dengan menerapkan strategi *green product* dalam bisnisnya, secara tidak langsung dapat

mengurangi pencemaran dan polusi udara yang dihasilkan dari proses produksi. Kemasan pada *green product* yang ramah lingkungan dan dapat didaur ulang dapat mengurangi jumlah sampah yang ada. Selain itu, konsumen berfikir bahwa dengan mengkonsumsi atau menggunakan *green product*, mereka secara langsung berkontribusi dalam mengurangi jumlah pencemaran lingkungan.

Green product juga dapat menghemat energi dan dapat mengurangi atau menghilangkan penggunaan agen beracun, polusi, dan limbah (Okada *et al.*, 2010). Berdasarkan penelitian Usada & Murni, (2020) menunjukkan hasil pembahasan dari model yang dirancang bahwa yang mempunyai pengaruh terhadap kinerja UKM berbasis lingkungan adalah *green product*. Dari faktor *green product* tersebut didapatkan faktor kritis yang menjadi rekomendasi strategi UKM dalam meningkatkan kinerjanya. (Primadhita *et al.*, 2023) hasil penelitiannya menemukan bahwa inovasi hijau berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja UMKM makanan dan minuman.

Tabel 1.1 Industri Kreatif di Kota Bandar Lampung Tahun 2021

No	Sektor	Jumlah	Persen
1	Arsitektur	108	0,30
2	Desain Interior	6	0,02
3	Desain Komunikasi Visual	2	0,01
4	Desain Produk	156	0,43
5	Film/Animasi	5	0,01
6	Fotografi	272	0,75
7	Kriya	2.819	7,81
8	Kuliner	26.118	72,32
9	Musik	281	0,78
10	Fashion	5.370	14,87
11	Aplikasi	55	0,15
12	Penerbitan	692	1,92
13	Periklanan	18	0,05
14	Televisi dan Radio	21	0,06
15	Seni Pertunjukan	104	0,29
16	Seni Rupa	86	0,24
	Jumlah	36.113	100

Sumber: Badan Pusat Statistik (2021)

Tabel 1.1 menunjukkan data dari Badan Pusat Statistik tahun 2021 tentang jumlah dan rincian sektor UMKM di Bandar Lampung sebanyak 36.113 yang terbagi di 16 sektor. Dan sektor kuliner (*food & beverages*) mendominasi karena memiliki presentase paling tinggi yaitu 72,32% sehingga angka tersebut melampaui dari 50% UMKM di Bandar Lampung.

Berdasarkan data tersebut, peneliti tertarik meneliti mengenai kondisi terkini terkait kinerja UMKM pada sektor *food & beverages* di Bandar Lampung dengan menghubungkan dengan fenomena yang ada pada aspek inklusi keuangan, *digital payment*, dan produk ramah lingkungan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pemahaman terkait inklusi keuangan, *digital payment*, dan produk ramah lingkungan dengan kinerja UMKM di Bandar Lampung. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Inklusi Keuangan, Digital payment, dan Produk Ramah Lingkungan Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus Food & beverages di Bandar Lampung)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah Inklusi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM *Food & beverages* di Bandar Lampung?
2. Apakah *Digital payment* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM *Food & beverages* di Bandar Lampung?
3. Apakah Produk Ramah Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM *Food & beverages* di Bandar Lampung?
4. Apakah Inklusi Keuangan, *Digital payment*, dan Produk Ramah Lingkungan berpengaruh secara simultan terhadap Kinerja UMKM *Food & beverages* di Bandar Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, dapat diketahui bahwa penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh Inklusi Keuangan terhadap Kinerja UMKM *Food & beverages* di Bandar Lampung.
2. Mengetahui pengaruh *Digital payment* terhadap Kinerja UMKM *Food & beverages* di Bandar Lampung.
3. Mengetahui pengaruh Produk Ramah Lingkungan terhadap Kinerja UMKM *Food & beverages* di Bandar Lampung.
4. Mengetahui pengaruh Inklusi Keuangan, *Digital payment*, dan Produk Ramah Lingkungan secara simultan terhadap Kinerja UMKM *Food & beverages* di Bandar Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang keuangan dan pemasaran mengenai inklusi keuangan, *digital payment*, dan produk ramah lingkungan pada UMKM. Penelitian ini juga dapat membantu banyak pihak agar dapat menambah wawasan termasuk dalam penyelesaian penulisan karya ilmiah.

2. Manfaat Praktis

Hasil Penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi untuk menambah wawasan dan pengetahuan terhadap pihak yang terlibat dalam proses pembuatan skripsi ini, antara lain:

- a. Sebagai masukan kepada pelaku UMKM, khususnya pelaku UMKM *Food & beverages* di Bandar Lampung dalam menjalankan bisnisnya dan menjadi solusi yang efektif untuk mengambil keputusan.
- b. Menjadi referensi bagi berbagai pihak, baik kepentingan umum hingga akademis, dalam memberikan informasi mengenai permasalahan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Theory *Resource-Based View (RBV)*

Teori *RBV* adalah bahwa jika perusahaan menerima sumber daya yang berharga, memiliki keterampilan berharga yang berwujud dan tidak berwujud serta harus memiliki kemampuan bagi perusahaan untuk mengasimilasi dan menerapkan, maka keunggulan kinerja yang berkelanjutan ada, dan mencapai keunggulan kompetitif (Barney, 1991).

Kehadiran teori *RBV* yang dicetuskan oleh Barney, 1991 disebabkan oleh munculnya keraguan dari dua asumsi *five force*. Dua asumsi tersebut yaitu pertama, perusahaan yang berada dalam suatu kelompok strategis, yang dalam hal ini sumber daya perusahaan tersebut dapat dikontrol dengan strategi yang sama berlaku di perusahaan lain. Asumsi kedua, apabila sumber daya heterogenitas yang terdapat dalam suatu perusahaan atau organisasi berkembang, maka heterogenitas ini tidak akan bertahan lama.

Hal ini dikarenakan sumber daya yang digunakan perusahaan tersebut mempunyai mobilitas yang tinggi. Artinya adalah perusahaan lain dapat dengan mudah memiliki sumber daya tersebut karena dapat diperjual belikan di pasar. Sebuah perusahaan memiliki sumber daya yang berharga jika berhasil menerapkan strategi sumber daya yang digunakan dengan cara yang menciptakan efektivitas dan efisiensi. Menyebarkan sumber daya yang berharga dapat membantu menemukan peluang dan menetralkan ancaman di sekitarnya, artinya pesaing tidak memiliki sumber daya yang sama dengan perusahaan lain dan tidak dapat menerapkan strategi yang sama.

Perusahaan yang bersaing mungkin juga memiliki sumber daya yang berharga. Namun, itu juga membutuhkan sumber daya yang tidak dapat ditiru sepenuhnya oleh pesaing. Jika sebuah perusahaan memiliki sumber daya yang tidak dapat ditiru oleh pesaing, sumber daya tersebut akan berharga (Dasuki, 2021) Mengacu pada teori *RBV*, perusahaan yang dimaksud pada penelitian ini adalah UMKM, akan terus unggul dalam persaingan apabila mereka memiliki strategi yang berbeda dengan para pesaingnya dan strategi tersebut sulit untuk ditiru. Jika pesaing-pesaing potensial gagal dalam meniru dan mengimplementasi strategi sumber daya tertentu, maka UMKM dapat dikatakan memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Selain itu, UMKM dapat mencapai keunggulan bersaing, jika perputaran sumber daya UMKM tersebut mempunyai pergerakan yang rendah. Pergerakan sumber daya yang rendah akan membuat sumber daya tersebut menjadi bernilai, tidak dapat ditiru, dan tidak dapat diganti, sehingga *RBV*

dijadikan sebagai *Grand Theory*, karena *RBV* mampu memberikan penjelasan mengenai sumber daya internal perusahaan atau UMKM yang mempunyai value serta potensi dalam menjalankan keberlangsungan usaha untuk mencapai suatu keunggulan bersaing.

2.2 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

2.2.1 Pengertian UMKM

UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan usaha yang dimiliki individu atau badan usaha. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah maka pengertian UMKM adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini (Republik Indonesia, 2008).

2.2.2 Kriteria UMKM

Kriteria UMKM yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, akan tetapi terdapat perubahan melalui Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Tabel 2.1 Kriteria UMKM

INDIKATOR	UU UMKM	PP UMKM
Kelompok UMKM	UMKM dikelompokkan berdasarkan kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. Kekayaan bersih merupakan jumlah asset yang di kurangi dengan hutang atau kewajiban	UMKM dikelompokkan berdasarkan modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Modal usaha merupakan modal sendiri atau modal pinjaman untuk menjalankan kegiatan usaha
Kekayaan Bersih/Modal Usaha	1. Usaha Mikro: paling banyak Rp50 juta 2. Usaha Kecil: lebih dari Rp50juta – paling banyak Rp500juta 3. Usaha Menengah: lebih dari Rp500juta – paling banyak Rp10miliar (Diluar tanah dan bangunan tempat usaha)	1. Usaha Mikro: paling banyak Rp1 miliar 2. Usaha Kecil: lebih dari Rp1miliar – paling banyak Rp5miliar 3. Usaha Menengah: lebih dari Rp5miliar– paling banyak Rp10miliar (Diluar tanah dan bangunan tempat usaha)
Hasil Penjualan Tahunan	1. Usaha Mikro: paling banyak Rp300juta 2. Usaha Kecil: lebih dari Rp300juta – paling banyak Rp2,5miliar 3. Usaha Menengah: lebih dari Rp2,5miliar – paling banyak Rp50miliar	1. Usaha Mikro: paling banyak Rp2 miliar 2. Usaha Kecil: lebih dari Rp2 miliar – paling banyak Rp15miliar 3. Usaha Menengah: lebih dari Rp15miliar – paling banyak Rp50miliar

Sumber: *kontrakhukum.com*

Menurut Al Farisi *et al.* (2022) UMKM di kategorikan menjadi empat, adapun sebagai berikut:

1. *Livelihood Activities*, merupakan usaha berskala mikro kecil dan menengah yang mampu membuka peluang kesempatan kerja untuk mendapatkan penghasilan, yang lebih umum biasa disebut sektor informal, seperti pedagang kaki lima.
2. *Micro Enterprise*, yaitu suatu usaha mikro kecil dan menengah yang mempunyai sifat-sifat sebagai pengrajin namun belum mempunyai sifat-sifat kewirausahaan.
3. *Small Dynamic Enterprise*, yaitu sebuah usaha mikro kecil dan menengah yang telah mempunyai jiwa kewirausahaan serta mampu untuk menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.

4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan usaha mikro kecil dan menengah yang telah mempunyai jiwa wirausaha dan pelaku usaha akan melakukan pengembangan atau transformasi menjadi usaha berskala besar.

2.2.3 Manfaat UMKM

Al Farisi *et al.* (2022) menjabarkan beberapa manfaat UMKM, adapun sebagai berikut:

1. Penyumbang Terbesar Produk Domestic

Manfaat bisnis sektor UMKM adalah meningkatnya produk yang dihasilkan oleh dalam negeri. Produk-produk yang ada tidak hanya akan merambah pasar nasional saja tapi juga produk dalam negeri bisa merambah pasar internasional. Produk lokal banyak diminati oleh banyak orang. Contohnya produk kerajinan. Produk kerajinan dari Indonesia juga banyak yang terkenal sampai di luar negeri.

2. Terbukanya Lapangan Pekerjaan

Tidak dapat disangkal lagi bahwa sektor UMKM secara tidak langsung membuka potensi bagi orang-orang untuk mendapatkan pekerjaan. Hal ini bisa membantu pemerintah mengurangi jumlah angka pengangguran yang ada.

3. Solusi Masyarakat Kelas Menengah

Modal yang diperlukan untuk membuka usaha dalam sektor UKM Bisa dikatakan mudah. Banyak lembaga pemerintah yang membantu untuk memberikan bantuan pinjaman modal dengan jumlah nilai kredit yang kecil. Saat ini bank juga memberikan jaminan pinjaman modal dengan nilai perkreditan yang kecil.

4. Operasional yang Fleksibel

Struktur kepemimpinan dalam sektor UMKM relatif tidak besar. Setiap kepemimpinannya mempunyai wewenang dan tanggung jawab masing-masing. Tidak hanya itu biasanya untuk bisnis sektor UMKM lebih cenderung memikirkan selera konsumen dan trend yang berkembang saat ini.

Hasri *et al.* (2016) Mendefinisikan manfaat UMKM bagi perekonomian nasional diantaranya membuka lapangan kerja, sebagai penyumbang terbesar PDB, salah satu Solusi efektif bagi permasalahan ekonomi masyarakat kelas kecil dan menengah. Sedangkan manfaat UMKM bagi perekonomian daerah adalah meningkatkan pendapatan, memberdayakan masyarakat khususnya perempuan, mendapatkan pengalaman berwirausaha, memperkecil angka pengangguran di desa, mempererat rasa

kebersamaan, mengembangkan potensi masyarakat, mengembangkan usaha yang telah ada sebelumnya, serta menumbuhkan rasa ingin maju dan sebagainya. Adapun manfaat UMKM bagi pelaku UMKM sendiri antara lain: adanya kebebasan finansial, memiliki kemampuan mengontrol diri sendiri, melakukan perubahan dalam hidup serta menggali potensi diri, pengabdian diri dan mendapatkan pengakuan atas usaha, tahan banting, lebih fokus pada konsumen, mudah beradaptasi, menjadi penggerak ekonomi masyarakat yang inovatif dan fleksibel.

2.2.4 Pengelolaan UMKM

Menurut Hanim (2018) pengelolaan bisnis merupakan mengelola sumber daya yang dimiliki guna mencapai tujuan, seperti perencanaan, pengorganisasian, pengambilan keputusan, dan pengawasan. Objek yang dikelola sebagai berikut:

1. Pemasaran dan pasar, berarti pelaku usaha harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pembeli.
2. Produksi, berarti produk yang dihasilkan berkualitas.
3. Sumber Daya Manusia, berarti setiap individu mampu memberikan manfaat kepada organisasi.
4. Keuangan, berarti pelaku bisnis mengetahui keuntungan, kerugian, dan kekayaannya.
5. Kreativitas, berarti memikirkan hal yang belum pernah ada.
6. Inovasi, berarti melakukan hal yang belum pernah ada.

Menurut Handayani *et al.* (2023) strategi pengelolaan UMKM melalui 3 hal yaitu *Packaging, Branding dan Marketplace*.

1. *Packaging* (kemasan produk) adalah material yang membungkus dan melindungi produk.
2. *Branding* dari kata brand yang berarti merek. Jadi, branding artinya membangun kesadaran merek. Kemasan memudahkan pelanggan untuk melihat, mengenali, dan membedakan produk yang Anda jual dari pesaing Anda. Selain itu, kemasan yang menarik juga dapat menarik minat konsumen dan mengutamakan produk yang Anda jual dibandingkan produk lainnya.
3. *Marketplace* adalah situs yang menerapkan konsep pasar tradisional dan dikemas secara online. Selain berjualan secara offline (pemasaran secara langsung ke konsumen berupa toko, gerai dll) berjualan secara online banyak dilakukan oleh pelaku UMKM saat ini.

2.2.5 Pengembangan UMKM

Menurut Hanim (2018) pengembangan UMKM merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Upaya pengembangan UMKM di masa depan sebagai berikut:

1. Menciptakan Iklim Usaha yang Kondusif
Pemerintah perlu menjamin ketentraman dan keamanan berusaha serta penyederhanaan prosedur ijin usaha, keringanan pajak dan sebagainya.
2. Bantuan Modal
Guna membantu permodalan bagi UMKM, pemerintah perlu memperluas skim kredit khusus dengan persyaratan yang tidak memberatkan UMKM.
3. Perlindungan Usaha
Usaha yang tergolong ekonomi lemah, perlu diberikan perlindungan oleh pemerintah, baik melalui undang-undang atau peraturan pemerintah.
4. Pengembangan Kemitraan
Hal ini diperlukan guna menghindari terjadinya monopoli usaha serta untuk memperluas pangsa pasar dan pengelolaan bisnis yang lebih efisien.
5. Pelatihan
UMKM perlu diberikan pelatihan oleh pemerintah baik dalam aspek kewirausahaan, manajemen, administrasi, dan pengetahuan serta keterampilan guna pengembangan usahanya.
6. Memperkuat Asosiasi
Hal ini penting sebagai upaya peningkatan peran, seperti pengembangan jaringan informasi usaha yang sangat dibutuhkan untuk pengembangan usaha bagi anggotanya.
7. Mendirikan Sentra Usaha di Setiap Wilayah.
Hal ini bertujuan untuk mengkoordinasikan semua aktivitas yang berhubungan dengan upaya pengembangan UMKM ditingkat wilayah serta berfungsi untuk memberikan solusi bagi UMKM atas permasalahannya.
8. Mengembangkan Promosi
Hal ini bertujuan guna mempercepat proses kemitraan antara UMKM dengan usaha besar dibutuhkan media khusus dalam rangka mempromosikan produk-produk yang dihasilkan.

Menuru Shobaruddin (2020) Strategi UMKM dirancang guna pengembangan yang berlandaskan informasi relevan dan menyeluruh. Strategi mempunyai berbagai definisi

yang dapat diartikan sebagai sarana guna mencapai tujuan. Salah satu caranya adalah pengembangan UMKM membuat strategi berdasarkan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*). Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

2.2.6 Indikator Kinerja UMKM

Menurut Septiani & Wuryani, (2020) kinerja merupakan kapasitas perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Saat mengevaluasi kinerja, seperti tingkat pencapaian atau keberhasilan suatu perusahaan, diperlukan metrik. UMKM harus berkinerja baik di segala bidang, termasuk keuangan, produksi, distribusi, dan pemasaran, agar dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya, tumbuh, dan melayani kepentingan semua UMKM dengan sebaik-baiknya. Kinerja menjadi hal penting yang harus dicapai seitiap perusahaan, karena kinerja menjadi gambaran prestasi atau pencapaian perusahaan (Abdurrahman & Munandar, 2020). Menurut Evan *et al.* (2021) ukuran kinerja yang paling banyak digunakan oleh duniausaha adalah ukuran kinerja tradisional, dengan perspektif finansial.

Menurut Munizu (2010) menjelaskan terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja UMKM yaitu sebagai berikut

1. Pertumbuhan Keuntungan
2. Pertumbuhan Jumlah Pelanggan
3. Pertumbuhan Jumlah Penjualan
4. Pertumbuhan Jumlah Aset
5. Pertumbuhan Tenaga Kerja

2.3 Inklusi Keuangan

2.3.1 Definisi Inklusi Keuangan

Menurut (Sriary Bhegawati & Novarini, 2023) Inklusi keuangan merupakan individu atau pelaku usaha memiliki kemampuan untuk mengakses produk dan layanan keuangan seperti *transaction, payments, savings, credit dan insurance*. Akses keuangan memfasilitasi kehidupan sehari-hari, dan membantu individu atau bisnis serta

merencanakan segalanya mulai dari tujuan jangka panjang hingga keadaan darurat yang tidak terduga. Karena itu, inklusi keuangan merupakan faktor pendorong utama untuk mengurangi kemiskinan dan kesenjangan serta meningkatkan kemakmuran rakyat.

Inklusi keuangan adalah suatu konsep multidimensi, maka dampaknya terhadap ekonomi makro tergantung pada sifat alamiahnya. Pertama, inklusi keuangan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Akses rumah tangga dan perusahaan yang lebih baik terhadap beragam layanan perbankan dengan disertai oleh peningkatan penggunaan layanan keuangan, akan mendukung pertumbuhan yang lebih tinggi. Selain itu, sektor-sektor yang bergantung pada pembiayaan eksternal dapat bertumbuh lebih cepat di negara-negara dengan tingkat inklusi keuangan yang lebih tinggi. Kedua, bukti-bukti baru menunjukkan bahwa risiko stabilitas keuangan meningkat ketika akses terhadap kredit diperluas tanpa melalui supervisi yang memadai. Penyangga keuangan menurun dengan akses kepada kredit yang lebih luas, khususnya di negara-negara dengan pengawasan yang lebih lemah. Akhirnya, peningkatan jenis akses lainnya terhadap layanan keuangan tidak mempengaruhi stabilitas keuangan (Akyuwen & Waskito, 2018).

2.3.2 Peran Inklusi Keuangan

Inklusi keuangan memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi dan social dengan memberikan akses ke layanan keuangan formal terhadap masyarakat yang sebelumnya tidak terjangkau, inklusi keuangan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengurangi kemiskinan. Berdasarkan data Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan OJK tahun 2024 mencapai 75.02%. akan tetapi hasil tersebut jika kita mengacu pada Peraturan Presiden Nomor 114 Tahun 2020 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) menargetkan tingkat inklusi keuangan sebesar 90% pada tahun 2024. Hal ini berarti capaiannya masih jauh dari target.

Lalu untuk mendorong inklusi keuangan secara efektif, para pembuat kebijakan harus memprioritaskan reformasi kebijakan, menciptakan lingkungan yang mendukung bagi lembaga-lembaga keuangan untuk memperluas layanan mereka kepada masyarakat yang kurang terlayani. Merangkul layanan keuangan digital dapat secara signifikan meningkatkan aksesibilitas dan keterjangkauan, terutama bagi masyarakat terpencil (Suryaningrum *et al.*, 2023)

Menurut Syahrani & Pradesa, (2023) inklusi keuangan memiliki peranan penting bagi perekonomian. Keterbukaan terhadap akses keuangan atau inklusi keuangan bagi masyarakat menjadi salah satu kunci pembangunan dalam era digitalisasi saat ini. Peran

inklusi keuangan untuk meningkatkan *fintech* juga tercermin dalam beberapa karakter dasar *fintech* yaitu meningkatkan akses dan desentralisasi sistem keuangan, dimana kemajuan teknologi yang digunakan memungkinkan inklusi baik komunitas individu maupun UMKM yang tidak *bankable* untuk dapat berperan sebagai penyedia dan pengguna dana dalam sistem keuangan, meningkatkan transparansi, akuntabilitas dan kolaborasi lintas sektor, dimana teknologi dapat menjadi penyedia transparansi, penelusuran, pertanggungjawaban, dan pembagian informasi yang lebih besar kepada pemerintah, masyarakat dan swasta untuk saling bekerja sama, dan biaya yang lebih rendah melalui peningkatan efisiensi, kecepatan dan otomatisasi.

2.3.3 Indikator Inklusi Keuangan

Menurut Putri, (2019) dalam penelitiannya Indikator inklusi keuangan terbagi menjadi 4, yaitu sebagai berikut :

1. Dimensi akses

Yaitu faktor yang digunakan untuk mengukur kemampuan penggunaan jasa keuangan agar dapat melihat potensi hal-hal yang menjadi hambatan dalam membuka dan menggunakan rekening bank, seperti bentuk fisik layanan jasa keuangan (kantor bank, ATM dll).

2. Dimensi penggunaan

Yaitu faktor yang digunakan untuk mengukur penggunaan jasa keuangan dan produk, seperti frekuensi, waktu/lama penggunaan dan keteraturan.

3. Dimensi kualitas

Yaitu faktor yang digunakan untuk mengetahui ketersediaan produk dan jasa keuangan telah pelanggan.

4. Dimensi kesejahteraan

Yaitu faktor yang digunakan untuk mengukur dampak layanan keuangan terhadap tingkat kehidupan pengguna jasa.

Keempat dimensi ini (akses, penggunaan, kualitas, dan kesejahteraan) secara bersama-sama memberikan gambaran yang komprehensif mengenai tingkat inklusi keuangan. Inklusi keuangan yang tinggi tidak hanya berarti masyarakat memiliki akses ke layanan keuangan, tetapi juga aktif menggunakannya, merasa puas dengan kualitasnya, dan pada akhirnya memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan mereka. Memahami dan mengukur keempat dimensi ini penting untuk merancang kebijakan dan intervensi yang efektif dalam meningkatkan inklusi keuangan.

2.4 Digital payment

2.4.1 Pengertian Digital payment

Menurut Putri & Fitrijanti, (2022) *digital payment* atau disebut sebagai pembayaran digital merupakan jenis pembayaran yang menggunakan media elektronik seperti *sms banking, internet banking, mobile banking* dan dompet elektronik. Seluruh kegiatan tersebut dapat dilakukan hanya dengan menggunakan perangkat elektronik yaitu ponsel pintar. *Digital payment* merupakan sebuah inovasi perkembangan transaksi pembayaran dari masa ke masa. Dimulai pada tahun 1887 yaitu sebuah gagasan transaksi dengan menggunakan kartu kredit yang dijelaskan dalam novel Looking Backward pada tahun 1887. Era digital muncul dengan hadirnya internet pada tahun 1969 yang diciptakan oleh Tim Berners-Lee yang sekarang kita kenal dengan halaman internet dan situs yang mempermudah menemukan dan membagikan informasi. Kemudian internet berkembang menjadi media perdagangan (*E-Commerce*) pada pertengahan 1990-an. Transaksi terus berkembang pada tahun 1983 yaitu muncul gagasan tentang uang elektronik yang dimunculkan oleh David Lee Chaum yang mengemukakan ide mengenai *digital cash* dalam makalah penelitiannya. Selanjutnya pada tahun 1994 Stanford Federal Credit Union menjadi institusi pertama yang menawarkan layanan *online banking*. Pada masa tersebut sebagian besar layanan keuangan online menggunakan sistem *micro payment*. Pada tahun 1998 muncul sistem mobile payment dengan transaksi nirkabel yaitu Paypal. Setelah itu muncul industri *mobile payment* lainnya seperti Apple Pay dan Alipay.

Menurut Kurniawan *et al.* (2022) *digital payment* merupakan teknologi yang memberikan pemikiran baru terhadap masyarakat tentang pembayaran non-tunai, yang secara signifikan sangat bermanfaat dan lebih aman dalam bertransaksi. Beberapa orang mengaitkan *digital payment* dengan dompet digital atau uang seluler yang dapat digunakan untuk membayar berbagai transaksi yang tersedia. Jaringan komputer dan sistem digital adalah dua jenis pembayaran elektronik yang paling umum, juga disebut sebagai uang digital. *Digital payment* adalah pembayaran yang dilakukan melalui perangkat digital. Pembayar dan penerima menggunakan mode digital guna transfer dan menerima uang dalam transaksi pembayaran.

2.4.2 Jenis-jenis Digital payment

Digital payment atau transaksi secara digital sekarang sudah menjadi kebutuhan dan mulai menjadi tren sistem transaksi di berbagai negara salah satunya Indonesia. Adapun

transaksi *digital payment* di Indonesia adalah Gopay, Ovo, Dana, Shopee Pay, Q-ris, Sakuku, Emoney dan lain-lain.

Menurut Rositasari (2022) terdapat banyak jenis dari pembayaran non-tunai digital dan kartu. Jenis-jenis pembayaran non tunai digital dan kartu yang tersedia di Indonesia antara lain adalah mobile banking, Credit Card, Debit Card, E-Money, E-Wallet, dan Internet Banking/Online Banking.

2.4.3 Manfaat *Digital payment*

Menurut Putri & Fitrijanti, (2022) melakukan transaksi pembayaran dengan menggunakan *digital payment* terdapat beberapa manfaat yang diperoleh sebagai berikut:

1. Transaksi menjadi lebih praktis.
2. Transaksi menjadi lebih aman.
3. Kenyamanan dalam melakukan transaksi.
4. Kecepatan transaksi.
5. Bisa digunakan untuk berbagai layanan.

Menurut Triana & Isyanto, (2024) Penerapan pembayaran digital juga membuka peluang untuk memperluas jangkauan pemasaran melalui platform digital seperti media sosial. Dengan demikian, dapat menjangkau lebih banyak pelanggan potensial dan membangun kehadiran online yang lebih kuat. Selain itu, dengan mengadopsi teknologi yang lebih maju dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Pemanfaatan pembayaran digital tidak hanya meningkatkan efisiensi dan kenyamanan bagi pelanggan, tetapi juga memperkuat daya saing industri.

Penggunaan sistem digital membutuhkan partisipasi dari individu, perusahaan, dan organisasi karena penyebaran smartphone dan perangkat terhubung internet yang semakin meluas. Hal ini menjadi tidak terelakkan karena teknologi tersebut menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari, memfasilitasi berbagai aktivitas seperti komunikasi, transaksi keuangan, pengelolaan informasi, dan lainnya. Perkembangan ini mempengaruhi cara kerja dan interaksi kita secara signifikan, dengan memungkinkan akses yang lebih mudah dan cepat terhadap layanan dan informasi di berbagai sektor (Suryanto, *et al.*, 2023)

2.4.4 Indikator *Digital payment*

Menurut Riska, (2019) indikator *digital payment* ada 5 yaitu sebagai berikut:

1. *Perceived Ease of Use* (Pesepsi kemudahan penggunaan)

Perspepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkatan dimana individu percaya bahwa teknologi informasi mudah untuk dipahami. Persepsi kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha baik waktu dan tenaga seseorang dalam mempelajari teknologi informasi.

2. *Perceived Usefulness* (Persepsi Manfaat)

Konsumen dapat menggunakan *digital payment* setelah mereka percaya bahwa menggunakan sistem seperti ini dapat meningkatkan efisiensi dalam melakukan berbagai transaksi. Semakin besar manfaat yang diberikan maka semakin besar pula keinginan konsumen membelanjakan produk atau jasa dengan menggunakan mobile payment.

3. *Perceived Credibility* (Persepsi Kredibilitas)

Persepsi kredibilitas didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap masalah privasi dan keamanan menggunakan *digital payment*. Semakin tinggi tingkat kredibilitas dari suatu teknologi maka akan meningkatkan intentitas penggunaan layanan *digital payment*.

4. *Social Influence* (Pengaruh Sosial)

Social Influence menunjukkan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh cara mempercayai orang lain sebagai akibat dari penggunaan *digital payment*.

5. *Behavior Intentions*

Penggunaan *digital payment* akibat faktor manfaat, kemudahan, kredibilitas, dan pengaruh sosial, mendorong seseorang untuk semakin sering menggunakan layanan mobile payment guna mempermudah individu dalam bertransaksi dan mendorong untuk lebih banyak menggunakan uangnya.

2.5 Produk Ramah Lingkungan

2.5.1 Konsep Produk Ramah Lingkungan

Menurut Melvianawati *et al.*, (2022) konsep produk ramah lingkungan adalah produk yang seminim mungkin untuk menimbulkan limbah yang berpotensi merusak lingkungan baik itu proses maupun hasil yang akan dipasarkan. (Astutik *et al.*, 2024) Pengolahan limbah padat menjadi produk bebas limbah merupakan salah satu tantangan besar dalam upaya menjaga keberlanjutan lingkungan. Limbah padat, terutama dari industri, rumah

tangga, hingga pertanian, dapat menjadi sumber pencemaran lingkungan jika tidak dikelola dengan baik. Untuk mengatasi masalah ini, pengembangan teknologi ramah lingkungan menjadi kunci penting. Teknologi ini tidak hanya bertujuan untuk mengurangi dampak negatif limbah padat terhadap lingkungan, tetapi juga untuk mengubahnya menjadi sumber daya yang bernilai. Sehingga, limbah padat dapat dikelola secara efisien dan berkelanjutan. Salah satu pendekatan yang digunakan dalam pengolahan limbah padat adalah dengan menerapkan konsep produksi bersih atau *zero waste production*.

2.5.2 Karakteristik Produk Ramah Lingkungan

Green product membantu menghemat energi untuk menjaga dan meningkatkan sumber daya lingkungan alam atau dan mengurangi atau menghilangkan penggunaan zat-zat beracun, polusi dan limbah. Ada beberapa karakteristik *green product* di antaranya, yaitu:

1. Produk tidak mengandung racun.
2. Produk lebih tahan lama.
3. Produk menggunakan bahan baku yang dapat didaur ulang.
4. Produk tidak menggunakan bahan yang dapat merusak lingkungan.
5. Selama penggunaan tidak merusak lingkungan.
6. Menggunakan kemasan yang sederhana dan menyediakan produk isi ulang.
7. Tidak membahayakan bagi kesehatan manusia dan makhluk hidup lainnya.
8. Tidak menghabiskan banyak energi dan sumber daya lainya selama pemrosesan, penggunaan dan penjualan.

Menurut Alfakihuddin *et al.* (2022) untuk memberikan lebih banyak kontribusi bagi lingkungan adalah dengan membuat pita kemasan mereka sendiri. Strategi ini dilakukan untuk mengurangi penggunaan lakban yang berlebihan dari perusahaan ekspedisi yang tanpa disadari dapat menghasilkan sampah plastik dalam jumlah besar selain itu penghapusan bubble wrap juga wajib dilakukan.

2.5.3 Dampak Produk Ramah Lingkungan

Menurut Astutik *et al.*, (2024) menekankan *reduce, reuse, dan recycle (3R)* sebagai strategi utama dalam mengelola limbah padat. Melalui penerapan 3R, limbah padat dapat dikurangi

secara signifikan sehingga mengurangi beban lingkungan. Selain itu, pengembangan teknologi ramah lingkungan juga mencakup inovasi dalam proses pengolahan limbah. Teknologi seperti *advanced composting*, telah banyak digunakan untuk mengubah limbah padat menjadi produk bernilai seperti kompos, *biogas*, dan *biochar*. Penggunaan teknologi ini tidak hanya membantu mengurangi volume limbah yang masuk ke tempat pembuangan akhir, tetapi juga menghasilkan produk yang dapat digunakan kembali atau dijual. Dalam konteks pengolahan limbah padat menuju produksi bebas limbah, kolaborasi antara pemerintah, industri, dan masyarakat sangat diperlukan.

Menurut Alfakihuddin *et al.* (2022) Oleh karena itu, mengubah fokus bisnis mereka menjadi bisnis berbasis keberlanjutan adalah hal mendasar untuk tujuan menyelamatkan bumi. Bahkan itu mungkin tindakan yang menantang, perubahan masih perlu dilakukan. Melakukan tindakan kecil bisa menjadi awal yang baik untuk mencapai masa depan yang lebih baik. Tindakan kecil mengarah pada dampak besar. Indonesia dapat membuat masa depan yang lebih cerah jika mulai memberikan kontribusi kecil bagi planet ini

2.5.4 Indikator Produk Ramah Lingkungan

Menurut Sumiati & Susanto, (2021) indikator produk ramah lingkungan terbagi menjadi 3 yaitu sebagai berikut:

1. *Green input* adalah material ramah lingkungan yang dijadikan sumber bahan baku dari produk. *Green input* terdiri dari komposisi produk, karakteristik bahan baku, keberadaan bahan pengawet, dan bahan baku yang organik.
2. *Green process* adalah langkah produksi yang memperhatikan dampak terhadap lingkungan. Konsumen bersedia membayar lebih mahal untuk produk yang ramah lingkungan. Proses ramah lingkungan seperti penggunaan energi yang efisien, penanganan limbah yang dapat mencegah kerusakan lingkungan dan ketahanan produk akan menjadikan kualitas produk lebih baik dari penampilan, tekstur, dan keamanan.
3. *Green output* adalah hasil dari produksi dengan dampak yang sangat minimal terhadap lingkungan. *Green output* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dengan mengadopsi sistem penjualan yang dapat menciptakan kondisi guna mengurangi dampak lingkungan. *Green output* terdiri dari penggunaan kemasan *biodegradable*, *eco label*, ketahanan produk, dan sertifikasi produk.

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

NO	JUDUL	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan/Perbedaan
1	<i>Financial inclusion and micro, small, and medium enterprises (MSMEs) growth in Uganda</i> (Lakuma <i>et al.</i> , 2019)	<p>Variabel X: Inklusi Keuangan</p> <p>Variabel Y: Pertumbuhan UMKM</p>	Inklusi keuangan berpengaruh positif terhadap UMKM kategori menengah namun tidak signifikan terhadap UMKM kategori mikro dan kecil di Uganda.	<p>Persamaan: Persamaan pada penelitian ini adalah penggunaan variabel independent yang sama.</p> <p>Perbedaan: Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada variabel dependen, penelitian sebelumnya mengukur pertumbuhan UMKM sedangkan pada penelitian ini mengukur kinerja UMKM secara menyeluruh. Terdapat perbedaan juga terhadap lokasi penelitian.</p>
2	<i>Measuring The Financial Performance Of Msmes From The Perspective Of Financial Literacy, Financial Inclusion And Financial Technology</i> (Marini <i>et al.</i> , 2024)	<p>Variabel X: Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, dan Teknologi Keuangan</p> <p>Variabel Y: Kinerja UMKM</p>	Inklusi keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kota Bengkulu.	<p>Persamaan: Persamaan pada penelitian ini adalah penggunaan variabel independent yang sama.</p> <p>Perbedaan: Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada variabel dependen, yang dimana penelitian sebelumnya hanya mengukur kinerja keuangan UMKM. Sedangkan penelitian ini mengukur kinerja UMKM keseluruhan.</p>
	Pengaruh Faktor Demografi, <i>Locus Of Control</i> ,	<p>Variabel X: Faktor Demografi, <i>Locus Of Control</i>,</p>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan	<p>Persamaan: Persamaan pada penelitian ini adalah penggunaan variabel independent yang sama.</p>

NO	JUDUL	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan/Perbedaan
3	Literasi Keuangan, dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan UMKM (Darmawan <i>et al.</i> , 2021)	Literasi Keuangan, dan Inklusi Keuangan Variabel Y: Kinerja keuangan UMKM	terhadap kinerja keuangan UMKM.	Perbedaan: Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada variabel dependen, yang dimana penelitian sebelumnya hanya mengukur kinerja keuangan UMKM. Sedangkan penelitian ini mengukur kinerja UMKM keseluruhan.
4	Pengaruh Inklusi Keuangan, dan Pengelolaan Keuangan, terhadap Kinerja UMKM Sektor Kuliner di Kota Yogyakarta (Mali, 2023)	Variabel X: Inklusi Keuangan, dan Pengelolaan Keuangan Variabel Y: Kinerja UMKM	Hasil penelitian yang menyatakan bahwa variabel independen inklusi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen kinerja UMKM.	Persamaan: Persamaan pada penelitian ini adalah penggunaan variabel independent yang sama. Perbedaan: Perbedaan pada penelitiannya sebelumnya kinerja UMKM mengukur sektor kuliner. Sedangkan penelitian ini mengukur kinerja UMKM <i>food & beverages</i> dan juga terdapat perbedaan tempat.
5	Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan <i>Digital payment</i> Terhadap Kinerja UMKM Makanan & Minuman di Kota Padang (Rani & Desiyanti, 2024)	Variabel X: Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan <i>Digital payment</i> Variabel Y: Kinerja UMKM	Hasil penelitian inklusi keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM Makanan dan Minuman di Kota Padang. <i>Digital payment</i> berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM makanan dan minuman di Kota Padang.	Persamaan: Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terdapat pada variabel inklusi keuangan dan <i>digital payment</i> . Perbedaan: Perbedaan pada penelitian sebelumnya terdapat pada kinerja UMKM makanan saja, sedangkan pada penelitian ini pada UMKM <i>Food & Beverages</i>
	Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan <i>Digital payment</i> terhadap Kinerja UMKM	Variabel X: Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan <i>Digital payment</i> .	Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial adanya pengaruh positif dan signifikan kemudahan <i>digital payment</i> terhadap kinerja	Persamaan: Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terdapat pada variabel <i>digital payment</i> . Perbedaan:

NO	JUDUL	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan/Perbedaan
6	di Kota Makassar (P. Aulia <i>et al.</i> , 2022)	Variabel Y: Kinerja UMKM	UMKM di kota Makassar.	Perbedaan pada penelitian sebelumnya terdapat pada kinerja UMKM gabungan, sedangkan pada penelitian ini hanya pada UMKM Food & Beverages
7	Pengaruh Literasi Keuangan dan Digital Marketing terhadap Kinerja UMKM yang Dimediasi oleh Financial Technology (Damayanti <i>et al.</i> , 2024)	Variabel X: Literasi Keuangan dan Digital Marketing Variabel Y: Kinerja UMKM Variabel Z: Financial Technology	hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis pada uji langsung memiliki pengaruh yang bersifat positif dan signifikan. Literasi keuangan dan <i>digital marketing</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>fintech based payment gateway</i> . Sementara itu, <i>fintech based payment gateway</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.	Persamaan: Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terdapat pada penggunaan variabel Y yaitu sama sama mengukur kinerja UMKM. Perbedaan: Perbedaan pada penelitian sebelumnya adalah penelitian sebelumnya menggunakan variabel moderasi sedangkan penelitian ini tidak ada variabel moderasi
8	Pengaruh Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan, Literasi Keuangan Dan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja UMKM (Iarrahmah & Susanti, 2021)	Variabel X : Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan, Literasi Keuangan, dan Teknologi Informasi Variabel Y : Kinerja UMKM	Hasil penelitian menunjukan semua variabel x memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja UMKM.	Persamaan: Persamaan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja UMKM melalui faktor keuangan dan non keuangan. Perbedaan: Perbedaan terdapat pada penggunaan variabel X dimana dalam penelitian sebelumnya tidak terdapat variabel inklusi keuangan, <i>digital payment</i> , dan produk ramah lingkungan
9	<i>Impact of information and communication technology in Nigerian small to medium sized enterprises</i>	Variabel X: Teknologi Informasi dan Komunikasi Variabel Y:	TIK memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap kinerja UMKM. Organisasi mengadopsi dan menggunakan TIK untuk mencapai	Persamaan: Persamaan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja UMKM melalui faktor teknologi informasi dan komunikasi.

NO	JUDUL	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan/Perbedaan
	(Okundaye <i>et al.</i> , 2019)	Kinerja UMKM	pertumbuhan yang signifikan dengan menjadi lebih efisien, efektif, inovatif, dan berdaya saing global.	Perbedaan: Perbedaan terdapat pada penggunaan variabel X dimana dalam penelitian sebelumnya tidak terdapat variabel inklusi keuangan, <i>digital payment</i> , dan produk ramah lingkungan
10	<i>Strategi green product</i> guna meningkatkan kinerja usaha kecil menengah berbasis lingkungan (Usada & Murni, 2020)	Variabel X: <i>Green Product</i> Variabel Y: Kinerja UKM berbasis ramah lingkungan	Hasil penelitian menunjukkan green product berpengaruh positif terhadap kinerja UKM	Persamaan: Persamaan dengan penelitian ini adalah penggunaan variabel X green product (produk ramah lingkungan) Perbedaan: Perbedaannya terdapat pada variabel X penelitian sebelumnya tidak ada variabel inklusi keuangan dan <i>digital payment</i> .

Sumber: Data diolah (2024)

2.7 Kerangka Berpikir

2.7.1 Pengaruh Inklusi Keuangan terhadap Kinerja UMKM

Inklusi keuangan, sebagai salah satu pilar penting dalam penguatan ekonomi, memiliki peran krusial dalam meningkatkan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam konteks teori *Resource-Based View (RBV)*, inklusi keuangan dapat dipandang sebagai sumber daya strategis yang berharga dan berpotensi memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM. Akses terhadap layanan keuangan formal, seperti kredit, tabungan, pembayaran, dan asuransi, memungkinkan UMKM untuk mengatasi berbagai kendala finansial yang selama ini menghambat pertumbuhan mereka.

Salah satu pengaruh signifikan inklusi keuangan adalah kemudahan akses modal. UMKM yang inklusif secara finansial memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan formal, baik perbankan maupun non-perbankan. Ketersediaan modal ini memungkinkan UMKM untuk melakukan investasi dalam pengembangan usaha, meningkatkan kapasitas produksi, dan memperluas jangkauan pasar. Selain itu, inklusi keuangan juga mendorong UMKM untuk mengelola keuangan secara lebih efisien.

Penggunaan sistem pembayaran digital dan pencatatan keuangan yang baik membantu UMKM mengurangi biaya transaksi, meningkatkan efisiensi operasional, dan membuat keputusan bisnis yang lebih tepat.

Lebih lanjut, inklusi keuangan juga berkontribusi pada peningkatan kapasitas UMKM. Melalui program-program literasi keuangan dan pendampingan, UMKM mendapatkan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengelola keuangan dengan baik, membuat perencanaan bisnis yang matang, dan memanfaatkan peluang-peluang investasi yang ada. Peningkatan kapasitas ini pada akhirnya akan meningkatkan kinerja UMKM secara keseluruhan, baik dari segi pendapatan, profitabilitas, maupun pertumbuhan aset. Tak hanya itu, inklusi keuangan juga membuka jalan bagi UMKM untuk berinovasi. Akses terhadap pembiayaan dan layanan keuangan yang inovatif memungkinkan UMKM untuk mengembangkan produk dan layanan baru, mengadopsi teknologi baru, dan meningkatkan daya saing mereka di pasar.

2.7.2 Pengaruh *Digital payment* terhadap Kinerja UMKM

Pembayaran digital telah mengubah cara UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan. Dari perspektif *Resource-Based View (RBV)*, adopsi pembayaran digital dapat dilihat sebagai sumber daya yang berharga dan berpotensi meningkatkan kinerja UMKM.

Salah satu pengaruh signifikan pembayaran digital adalah peningkatan efisiensi operasional. Transaksi digital mengurangi kebutuhan akan uang tunai, meminimalkan risiko kehilangan dan kesalahan perhitungan. Sistem pembayaran digital juga mencatat transaksi secara otomatis, memudahkan UMKM dalam pengelolaan keuangan dan pelaporan. Hal ini memungkinkan UMKM menghemat waktu dan sumber daya yang dapat dialokasikan untuk kegiatan produktif lainnya.

Selain efisiensi, pembayaran digital juga memperluas jangkauan pasar UMKM. Dengan menerima pembayaran digital, UMKM dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas, termasuk mereka yang lebih nyaman atau memilih menggunakan metode pembayaran non-tunai. Ini membuka peluang bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan.

Pembayaran digital juga meningkatkan keamanan dan kenyamanan bagi pelanggan. Berbagai pilihan pembayaran digital yang tersedia memberikan fleksibilitas bagi pelanggan untuk memilih metode yang paling sesuai. Selain itu, transaksi digital umumnya lebih aman

dibandingkan transaksi tunai, mengurangi risiko penipuan dan kejahatan. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap UMKM. Adopsi pembayaran digital juga dapat meningkatkan citra UMKM di mata pelanggan. UMKM yang menawarkan pembayaran digital dianggap lebih modern dan inovatif, memberikan kesan positif bagi pelanggan. Hal ini dapat menjadi nilai tambah bagi UMKM dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

2.7.3 Pengaruh Produk Ramah Lingkungan terhadap Kinerja UMKM

Produk ramah lingkungan semakin diminati oleh konsumen yang peduli terhadap keberlanjutan. Bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), ini adalah peluang untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka. Dari perspektif *Resource-Based View (RBV)*, produk ramah lingkungan dapat menjadi sumber daya yang bernilai dan langka, memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM.

Salah satu pengaruh signifikan produk ramah lingkungan terhadap kinerja UMKM adalah peningkatan citra merek. UMKM yang menghasilkan produk ramah lingkungan menunjukkan komitmen mereka terhadap keberlanjutan, yang dapat meningkatkan citra merek di mata konsumen. Citra merek yang positif dapat menarik lebih banyak pelanggan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan.

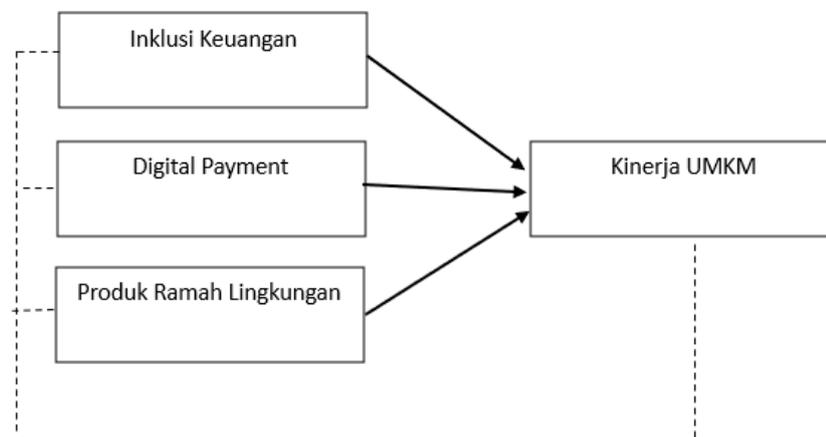
Selain citra merek, produk ramah lingkungan juga dapat membuka akses ke pasar yang lebih luas. Semakin banyak konsumen yang mencari produk ramah lingkungan, sehingga UMKM yang menawarkan produk tersebut memiliki peluang untuk menjangkau pasar yang lebih besar. Bahkan, beberapa pasar mungkin memiliki persyaratan khusus untuk produk ramah lingkungan, yang dapat menjadi peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar mereka.

Produk ramah lingkungan juga dapat meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Beberapa praktik ramah lingkungan, seperti penggunaan energi terbarukan atau pengurangan limbah, dapat mengurangi biaya produksi dan meningkatkan efisiensi operasional. Hal ini dapat meningkatkan profitabilitas UMKM. Produk ramah lingkungan juga dapat mendorong inovasi. UMKM yang berfokus pada produk ramah lingkungan cenderung lebih inovatif dalam mengembangkan produk dan proses produksi yang lebih berkelanjutan. Inovasi ini dapat menciptakan produk baru yang unik dan bernilai tambah, yang dapat meningkatkan daya saing UMKM.

2.8 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan landasan teori mengenai pengaruh inklusi keuangan, *digital payment*, dan produk ramah lingkungan terhadap kinerja UMKM, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ho1: Inklusi keuangan berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja UMKM
2. Ha1: Inklusi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM
3. Ho2: *Digital payment* berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja UMKM
4. Ha2: *Digital payment* berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM
5. Ho3: Produk ramah lingkungan berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja UMKM
6. Ha3: Produk ramah lingkungan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM
7. Ho4: Inklusi keuangan, *digital payment*, dan produk ramah lingkungan secara simultan berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja UMKM
8. Ha4: Inklusi keuangan, *digital payment*, dan produk ramah lingkungan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM



Keterangan:

—————> = Secara Parsial

-----> = Secara Simultan

Gambar 2.2 Model Hipotesis

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang terstruktur terhadap bagian yang ada dan fenomena serta kaitan-kaitannya. Penelitian kuantitatif berfokus untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori-teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam (Siyoto & Sodik, 2015).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah yang terdiri dari objek-objek yang mempunyai kuantitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan guna dipelajari dan disimpulkan oleh peneliti (Siyoto & Sodik, 2015) Populasi pada penelitian ini adalah seluruh UMKM yang tercatat pada data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandar Lampung tahun 2021 yaitu sebanyak 59.006 unit UMKM.

Tabel 3.1 Populasi Penelitian

NO	Kecamatan	Usaha			Jumlah UMKM
		Mikro	Kecil	Menengah	
1	Teluk Betung Barat	1.562	654	220	2.436
2	Teluk Betung Timur	1.405	788	301	2.494
3	Teluk Betung Selatan	1.743	798	236	2.777
4	Bumi Waras	1.930	686	271	2.887
5	Panjang	2.125	917	268	3.310
6	Tanjung Karang Timur	1.713	712	246	2.671
7	Kedamaian	1.857	732	287	2.876
8	Teluk Betung Utara	2.043	636	291	2.970
9	Tanjung Karang Pusat	3.167	893	342	4.402
10	Enggal	1.672	945	240	2.857

NO	Kecamatan	Usaha			Jumlah UMKM
		Mikro	Kecil	Menengah	
11	Tanjung Karang Barat	1.656	794	241	2.691
12	Kemiling	2.837	856	232	3.925
13	Langkapura	1.465	721	261	2.447
14	Kedaton	1.913	845	309	3.067
15	Rajabasa	1.709	714	270	2.693
16	Tanjung Senang	1.487	789	326	2.602
17	Labuhan Ratu	2.121	826	257	3.204
18	Sukarame	1.860	915	267	3.042
19	Sukabumi	1.514	676	316	2.506
20	Way Halim	2.200	683	266	3.149
Total UMKM					59.006

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandar Lampung, 2021

3.2.2 Sampel

Dalam penelitian ini, penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling* secara *accidental sampling*. Pemilihan metode *purposive sampling* didasarkan pada pertimbangan bahwa penelitian ini membutuhkan kriteria khusus dalam pemilihan sampel untuk mendapatkan data yang relevan dengan tujuan penelitian.

Teknik ini termasuk ke dalam *non-probability sampling*, yaitu Teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel penelitian (Sugiyono, 2019).

Menurut data Badan Pusat Statistik tahun 2021 terdapat pada Tabel 1.1 sektor kuliner (*food & beverages*) memiliki tingkat presentase yang tinggi melebihi dari setengah dari jumlah populasi yakni 72,32% angka tersebut dapat mewakili dari jumlah populasi, maka peneliti mengambil sampel pada UMKM tersebut.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dikarenakan UMKM yang diteliti memiliki kriteria khusus yaitu:

1. UMKM pada sektor *food & beverages* di Bandar Lampung
2. Menyediakan akses pembayaran digital
3. Memiliki laporan keuangan baik secara manual ataupun digital

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Jumlah sampel diambil berdasarkan rumus Slovin:

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

Rumus 3.1 Rumus Slovin

Keterangan :

N : Jumlah populasi

n : Jumlah sampel

e : Tingkat kesalahan

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik tahun 2021, sebanyak 36.113 usaha. Maka diperoleh populasi $N = 36.113$ dengan asumsi tingkat kesalahan $e = 10\%$, maka jumlah sampel yang harus digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$n = \frac{36.113}{1 + 36.113(0,1)^2}$$

$$n = \frac{36.113}{362,13}$$

$$n = 99,72$$

Berdasarkan hasil perhitungan 99,72 maka dibulatkan menjadi 100

Perhitungan diatas untuk mengetahui ukuran sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 100 responden maka sampel dalam *penelitian* ini dianggap sudah representative secara teknis. Penulis menggunakan teknik menyebarkan kuesioner dengan cara proportionate stratified random sampling. Menurut (Hardani *et al.*, 2020) sampling ini merupakan cara pengambilan sampel dari anggota populasi dengan menggunakan cara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi tersebut.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Data Primer

Data primer adalah sumber data yang di dapat secara langsung dari sumber datanya (Sugiyono, 2019). Peneliti akan mengumpulkan secara langsung guna mendapatkan data primer. Peneliti dapat menggunakan teknik untuk mendapatkan data primer, seperti observasi, wawancara, diskusi terfokus, dan penyebaran kuisisioner (Siyoto & Sodik, 2015). Dalam penelitian ini penulis memperoleh data melalui pengisian kuesioner.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang diukur dan mengetahui apa yang diharapkan dari responden. (Sugiyono, 2019).

Penelitian ini menggunakan skala pengukuran yaitu skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2019). Dengan menggunakan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai inti untuk Menyusun tiap-tiap item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya :

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Sugiyono, 2019)

3.4 Variabel Penelitian

Variabel adalah sesuatu yang menjadi obyek pengamatan penelitian, disebut juga sebagai faktor yang memiliki peran dalam penelitian (Siyoto & Sodik, 2015). Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu :

1. Variabel bebas/Independen merupakan variabel yang memiliki pengaruh atau menjadi sebab perubahan terhadap variabel terikat (Siyoto & Sodik, 2015). Variabel independen dalam penelitian ini adalah inklusi keuangan, *digital payment*, produk ramah lingkungan.
2. Variabel terikat/Dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Siyoto & Sodik, 2015). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja UMKM

Dalam penelitian ini, variabel-variabel tersebut akan dioperasionalisasikan sebagai berikut:

Tabel 3.3 Operasional Variabel

NO	Variabel	Indikator	Item	Skala
1	Inklusi Keuangan (X1)	<i>1. Access dimension</i>	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki kemudahan akses ke layanan keuangan formal (bank, fintech, atau leasing) Jarak ke layanan keuangan terjangkau dari lokasi usaha/rumah memiliki akses internet untuk layanan keuangan digital 	Likert
		<i>2. Usage dimension</i>	<ol style="list-style-type: none"> Rutin melakukan transaksi keuangan digital Memanfaatkan fasilitas kredit/pembiayaan Memiliki produk tabungan/investasi 	
		<i>3. Quality dimension</i>	<ol style="list-style-type: none"> Kualitas layanan keuangan yang Anda terima cukup baik Produk keuangan sesuai dengan kebutuhan Informasi produk keuangan mudah dipahami 	
		<i>4. Welfare dimension</i>	<ol style="list-style-type: none"> Mengetahui layanan keuangan membantu meningkatkan pendapatan Mengetahui akses keuangan membantu pengembangan usaha Mengetahui layanan keuangan membantu perencanaan masa depan 	
2	Digital payment (X2)	<i>1. Perceived Ease of Use</i>	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki Kemudahan dalam mempelajari penggunaan sistem pembayaran digital Memiliki kemudahan dalam mengoperasikan sistem pembayaran digital Memahami fitur-fitur pembayaran digital 	Likert
		<i>2. Perceived Usefulness</i>	<ol style="list-style-type: none"> Efektivitas pembayaran digital dalam 	

NO	Variabel	Indikator	Item	Skala
			<p>meningkatkan kinerja transaksi</p> <p>2. Mengetahui manfaat pembayaran digital dalam menghemat waktu</p> <p>3. Memahami keuntungan penggunaan pembayaran digital dibanding metode konvensional</p>	
		3. <i>Perceived Credibility</i>	<p>1. Mengetahui tingkat keamanan sistem pembayaran digital</p> <p>2. Mengetahui perlindungan data pribadi dalam sistem pembayaran digital</p> <p>3. Mencari kredibilitas penyedia layanan pembayaran digital</p>	
		4. <i>Social Influence</i>	<p>1. Pengaruh lingkungan dalam penggunaan pembayaran digital</p> <p>2. Pengaruh rekomendasi dari orang terdekat</p> <p>3. Pengaruh media sosial terhadap adopsi pembayaran digital</p>	
		5. <i>Behavior Intentions</i>	<p>1. Keinginan untuk merekomendasikan pembayaran digital kepada orang lain</p> <p>2. Memiliki intensitas yang rutin dalam penggunaan pembayaran digital dalam transaksi harian</p>	
3	Produk Ramah Lingkungan (X3)	1. <i>Green input</i>	<p>1. Penggunaan bahan baku yang ramah lingkungan dalam proses produksi</p> <p>2. Penggunaan energi terbarukan dalam aktivitas operasional</p> <p>3. Pemilihan rantai pasok yang ramah lingkungan</p>	Likert

NO	Variabel	Indikator	Item	Skala
		2. <i>Green process</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menerapkan penghematan energi dalam proses operasional 2. Memiliki pengelolaan limbah dalam proses produksi 	
		3. <i>Green output</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat penggunaan label ramah lingkungan pada produk 2. Melakukan edukasi konsumen terkait produk ramah lingkungan 3. Menggunakan kemasan yang ramah lingkungan 	
4	Kinerja UMKM (Y)	1. <i>Profit Growth</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengalami peningkatan laba usaha setiap bulan 2. Penghasilan usaha yang meningkat seiring berjalannya waktu 	Likert
		2. <i>Customer Growth</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat peningkatan jumlah pelanggan setiap bulan 	
		3. <i>Sales Growth</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat peningkatan penjualan setiap bulan 2. Omzet penjualan semakin meningkat seiring berjalannya usaha 	
		4. <i>Asset Growth</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aset yang dimiliki bertambah seiring berjalannya usaha 2. Mendapatkan tambahan modal dari lembaga keuangan untuk ekspansi usaha 	
		5. <i>Increase in Employees</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat peningkatan jumlah karyawan seiring berjalannya usaha 	

Sumber: Data diolah (2024)

3.5 Metode Analisis Data

Analisis data yaitu penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran, dan verifikasi data agar sebuah peristiwa mempunyai nilai social, akademis, dan ilmiah (Siyoto & Sodik, 2015).

3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2019).

3.5.2 Uji Instrumen

1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya, apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar telah dapat mengukur apa yang perlu diukur. Uji ini dimaksudkan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kriteria uji validitas yaitu dengan membandingkan Nilai r hitung dengan nilai r tabel, kriteria pengujian Uji Validitas sebagai berikut:

1. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrument penelitian dikatakan valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrument penelitian dikatakan invalid (Budi, 2021).

Dalam pengujian validitas yang dilakukan pada penelitian ini dihitung dengan menggunakan SPSS 26 dengan cara menguji setiap item pertanyaan dari setiap variabel dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan kepada 30 responden dengan nilai r tabel 0,197. Hasil perhitungan koefisien validitas untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut:

Tabel 3.4 Uji Validitas

Var	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
X1	0,924	0,293	0,916	0,928	0,929	0,921	0,924	0,915	0,911	0,928	0,927	0,921	-	-
X2	0,823	0,787	0,830	0,889	0,846	0,907	0,810	0,869	0,798	0,861	0,817	0,881	0,801	0,877
X3	0,778	0,832	0,810	0,897	0,828	0,794	0,873	0,807	-	-	-	-	-	-
Y	0,859	0,838	0,820	0,772	0,830	0,788	0,829	0,823	-	-	-	-	-	-

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 3.4 dapat dilihat bahwa semua item pernyataan yang digunakan pada

penelitian ini memiliki r hitung yang lebih besar dari r tabel sehingga semua instrumen dapat dikatakan valid.

2. Uji Realibilitas

Uji Realibilitas Konsep dalam realibilitas yaitu sejauh mana hasil suatu pengukuran yang digunakan bersifat tetap terpercaya serta terbebas dari galat pengukuran. Uji realibilitas instrument bertujuan untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat tangguh. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai Cronbach's alpha dengan tingkat/ taraf signifikan yang digunakan. Tingkat/ taraf signifikan yang digunakan (0,6) Adapun kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika nilai Cronbach's alpha > tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan reliabel.
2. Jika nilai Cronbach's alpha < tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan tidak reliabel (Darma, 2021).

Adapun hasil perhitungan reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach's
Inklusi Keuangan	0,984
<i>Digital payment</i>	0,968
Produk Ramah Lingkungan	0,933
Kinerja UMKM	0,927

Sumber: Data diolah (2025)

3.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda adalah lanjutan dari regresi linear sederhana artinya variabel bebas atau independent yang digunakan terdapat lebih dari satu (Sari *et al.*, 2020). Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Rumus 3.2 Rumus Regresi Linear Berganda

Keterangan :

Y = Variabel terikat (Kinerja)

a = Bilangan konstanta

b_1 = Koefisien regresi antara inklusi keuangan dengan kinerja

b_2 = Koefisien regresi antara *digital payment* dengan kinerja

b_3 = Koefisien regresi antara produk ramah lingkungan dengan kinerja

x_1 = Variabel bebas (inklusi keuangan)

x_2 = Variabel bebas (*digital payment*)

x_3 = Variabel bebas (produk ramah lingkungan)

e = Error

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan metode uji one sample Kolmogorov smirnov digunakan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika signifikansi lebih dari 0,05 (Gunawan, 2019). Selain itu cara lain untuk menguji normalitas dengan menggunakan PP-plot regression. Dasar pengambilan normal sebagai berikut:

1. Jika titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, maka dikatakan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal.
2. Jika titik-titik tersebut menyebar jauh dari garis diagonal, maka data yang digunakan berkontribusi tidak memenuhi asumsi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terdapat atau terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolinearitas (multiko). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Menurut Gunawan, (2019) untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dengan memerhatikan nilai (VIF) dan tolerance dengan ketentuan sebagai berikut:

jika nilai VIF kurang dari 10 dan tolerance lebih dari 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi atau terdapat ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari nilai residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut dengan Homokedastisitas. Dan jika varians berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya, maka disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi Heteroskedastisitas, atau dengan kata lain model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas (Gunawan, 2019).

3.5.5 Pengujian Hipotesis

1. Uji t

Menurut Sari *et al.*, (2020) Uji t atau pengujian parsial digunakan guna melihat pengaruh dari tiap variabel bebas secara mandiri terhadap variabel terikat. Panduan untuk pengambilan keputusan dalam uji ini, sebagai berikut :

1. Jika nilai Sig. > 0,05 dan t hitung < t tabel maka H0 diterima.
2. Jika nilai Sig. < 0,05 dan t hitung > t tabel maka H1 diterima

2. Uji F

Menurut Sari *et al.*, (2020) Uji Statistik F merupakan uji semua variabel independent secara keseluruhan dan bersama pada suatu model. Uji ini dimaksudkan untuk melihat apakah variabel independent secara keseluruhan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Panduan untuk pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika nilai Sig. > 0,05 dan f hitung < f tabel maka H0 diterima.
2. Jika nilai Sig. < 0,05 dan f hitung > f tabel maka H1 diterima.

Hipotesisnya sebagai berikut :

1. H0 : Tidak memiliki pengaruh secara simultan dari variabel bebas terhadap variabel terikat
2. H1 : Memiliki pengaruh secara simultan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.5.6 Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Kurniawan dalam (Sari *et al.*, 2020) menjelaskan bahwa koefisien determinasi digunakan guna memberikan petunjuk seberapa jauh variabel independen dapat menjelaskan

variabel dependen. Variabel independen berpengaruh semakin tinggi terhadap variabel dependen apabila nilai koefisien determinasinya semakin mendekati angka 1. Sebaliknya, variabel independent memiliki pengaruh yang rendah apabila nilai koefisiennya kecil.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada UMKM sektor *food & beverages* di Kota Bandar Lampung mengenai Pengaruh Inklusi Keuangan, *Digital payment*, dan Produk Ramah Lingkungan terhadap Kinerja UMKM, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Inklusi keuangan berpengaruh signifikan dengan arah hubungan yang positif terhadap kinerja UMKM sektor *food & beverages* di Kota Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa inklusi keuangan sangat bermanfaat bagi pelaku UMKM, seperti pengendalian keuangan yang mampu meminimalisir terjadinya risiko keuangan dan dapat membantu usaha untuk mengambil keputusan manajerial, sehingga efektivitas pada kinerja usahanya semakin meningkat.
2. *Digital payment* berpengaruh signifikan dengan arah hubungan yang positif terhadap kinerja UMKM sektor *food & beverages* di Kota Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa *digital payment* sangat bermanfaat bagi pelaku UMKM, penerapan sistem pembayaran digital yang efisien dan mudah digunakan dapat menjadi berharga karena meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan, yang berpotensi meningkatkan penjualan dan loyalitas, selain itu mampu mengurangi biaya transaksi dibandingkan metode pembayaran tradisional dan memungkinkan akses ke pasar yang lebih luas dan saluran penjualan online.
3. Produk ramah lingkungan berpengaruh signifikan dengan arah hubungan yang positif terhadap kinerja UMKM sektor *food & beverages* di Kota Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa produk ramah lingkungan sangat bermanfaat bagi pelaku UMKM, dimana produk ramah lingkungan dapat menjadi nilai yang berharga bagi suatu usaha dalam menjaga keberlangsungan usaha yang dimana peningkatan kesadaran bagi pelaku UMKM terhadap isu lingkungan.
4. Secara simultan inklusi keuangan, *digital payment*, dan produk ramah lingkungan berpengaruh signifikan dengan arah hubungan yang positif terhadap kinerja UMKM. Maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan kinerja UMKM karena adanya pengaruh inklusi keuangan, *digital payment*, dan produk ramah lingkungan.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, terdapat beberapa yaitu sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

Saran yang dapat diberikan yaitu agar dapat memanfaatkan hasil pada penelitian ini untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya mengenai inklusi keuangan, *digital payment*, dan produk ramah lingkungan pada kinerja UMKM. Hasil pada penelitian ini juga dapat digunakan untuk membantu menambah wawasan dan meningkatkan kualitas pembelajaran, termasuk dalam penyelesaian penulisan karya ilmiah.

2. Saran Praktis

a. Saran yang dapat diberikan kepada pelaku UMKM yaitu agar pelaku UMKM memiliki pemahaman yang baik mengenai berbagai aspek yang dapat mempengaruhi kinerja usahanya. Pelaku UMKM disarankan agar dapat meningkatkan kinerja bisnisnya terutama dalam pengelolaan keuangan, perluasan jaringan usaha dan pemahaman terkait orientasi pasar pada usahanya. Sehingga pelaku UMKM mampu meminimalisir terjadinya risiko keuangan, mampu memperluas usaha dan meningkatkan target pasarnya serta mampu mengambil keputusan dengan baik pada usahanya.

b. Saran bagi berbagai pihak umum maupun akademis, agar dapat memanfaatkan hasil pada penelitian ini untuk memberikan informasi dan menyelesaikan permasalahan penulisan karya ilmiah mengenai inklusi keuangan, *digital payment*, dan produk ramah lingkungan pada kinerja UMKM.

c. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan agar dapat melakukan penelitian lebih mendalam mengenai kinerja UMKM, terutama dalam menentukan kriteria usia UMKM dan UMKM sektor lain untuk penelitian selanjutnya. Peneliti selanjutnya dapat membahas variabel yang belum dibahas pada penelitian ini.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karna penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain :

1. Jumlah responden yang hanya 100 UMKM, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.

2. Variabel penelitian hanya di fokuskan pada 3 yaitu, inklusi keuangan, *digital payment*, dan produk ramah lingkungan sehingga bisa menggunakan variabel yang lainnya yang belum diteliti dan memperbanyak variabel.

3. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena adanya perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akyuwen, R., & Waskito, J. (2018). *Memahami Inklusi Keuangan*. Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada.
- Alfakihuddin, M. L. B., Zakiyyah, N. H., & Praditha, O. (2022). Strategi Pengembangan Bisnis Ramah Lingkungan dalam Merebut Pasar di Era Circular Economy. *Seminar Teknologi, Akuntansi, Bisnis, Ekonomi, Dan Komunitas 6 (STABEK 6)*, 6(6), 13–19.
- Annajib, A., Sayekti, W. D., & Riantini, M. (2024). Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Makanan Binaan Pusat Layanan Usaha Terpadu-Usaha Mikro Kecil dan Menengah (PLUT-UMKM) di Kota Bandar Lampung. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 416. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i1.1443>
- Astutik, R. P., Septian, P. D., Andini, I. N., Fitriya, N. I., & Radianto, D. O. (2024). Pengembangan Teknologi Ramah Lingkungan Untuk Pengolahan Limbah Padat Menuju Produksi Bebas Limbah. *Rumpun Ilmu Teknik*, 2(2), 83–96. <https://journal.aritekin.or.id/index.php/Venus/article/view/250%0Ahttps://journal.aritekin.or.id/index.php/Venus/article/download/250/251>
- Aulia, F., & Hidayat, T. (2021). Pengaruh Modal Dan Inovasi Terhadap Kinerja Umkm Kain Perca Di Kecamatan Medan Denai. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 119–132. <https://doi.org/10.46576/bn.v4i2.1701>
- Aulia, P., Asisa, W., Dalianti, N., & Handa, Y. R. (2022). Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan Digital Payment Terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar. *Jurnal Dinamika*, 3(1), 23–50. <https://doi.org/10.18326/dinamika.v3i1.23-50>
- Barney, Jay. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Damayanti, Roni, M., Destalia, M., & Subagja, G. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Digital Marketing terhadap Kinerja UMKM yang Dimediasi oleh Financial Technology. *Bulletin of Community Engagement*, 4(1), 112–123. <https://attractivejournal.com/index.php/bce/>
- Darmawan, A., Sepriani, A., Bagis, F., & Rahmawati, D. V. (2021). Pengaruh Faktor Demografi, Locus of Control, Literasi Keuangan, dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan

- UMKM(Studi pada Pelaku UMKM di Wilayah Kota Banjar Patroman). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 10(2), 170–180. <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jiak>
- Eka, A., Ningrum, K., Furqani, A., Wiraraja, U., & E-cash, M. (2025). *PERAN DIGITAL PAYMENT TERHADAP KINERJA UMKM (STUDI PADA PELAKU UMKM KERIS DI SUMENEP)*. 2(2), 1847–1857.
- Elya Dasuki, R. (2021). Manajemen Strategi : Kajian Teori Resource Based View. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(3), 447–454. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i3.710>
- Ervandy Kurniawan, Syafira Sardini, Catur Hayati Wulandari, & Purnama Ramadhani Silalahi. (2022). Analisis Minat Penggunaan Digital Payment di Kota Medan. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(1), 234–247. <https://doi.org/10.55606/mri.v1i1.653>
- Gunawan, C. (2019). *Regresi Linear: Tutorial SPSS Lengkap*. Skripsi Bisa. <https://books.google.co.id/books?id=SGjEDwAAQBAJ>
- Gustika, S., & Susena, K. C. (2022). Seminar Nasional Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (Sn-Emba) Ke-1 Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Umkm Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Seminar Nasional Ekonomi, Manajemen Penyerapan*, 101–108.
- Handayani Dewi, D., Setyawati, I., Karyatun, S., Rega Setiawan, A., Naufal Hardianto, M., & Zulfikar, A. (2023). Strategi Pengembangan Dan Pengelolaan UMKM Desa Kalikidang Banyumas Jawa Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Darul Ulum*, 2(1), 1–6. <https://doi.org/10.32492/dimas-undar.v2i1.2101>
- Hasri, B., Santoso, S., & Santoso, D. (2016). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan dan Pengangguran Daerah di Kabupaten Ngawi. *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 6(August), 128.
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707–6714.
- Hilmawati, M. R. N., & Kusumaningtias, R. (2021). Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 10(1), 135–152. <https://doi.org/10.21831/nominal.v10i1.33881>
- Iko Putri Yanti, W. (2019). Pengaruh Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Kecamatan Moyo Utara. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.305>

- Ina Kartika Wati, D. Z., Mumdin, A., & Soma, A. (2024). Analisis E-Service Quality Terhadap E-Loyalty: Pengguna Gopay. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Jayakarta*, 05(2), 250–263.
- Indah, I. (2024). Pengaruh Pembayaran Digital Dan Literasi Keuangan Terhadap Perspektif Kinerja Keuangan Umkm Di Kota Pangkalpinang. *Accounting Journal of Ibrahimy (AJI)*, 2(1), 58–69. <https://doi.org/10.35316/aji.v2i1.4776>
- Ismanto, H., Widiastuti, A., Muharam, H., & Pangestuti, I. R. D. (2020). The impact of risk and financial knowledge, business culture and financial practice on sme performance. *Quality - Access to Success*, 21(179), 3–9.
- Kewirausahaan, D. A. N. K., & Anisah, H. U. (2024). (*STUDI PADA UMKM MEBEL DI KOTA BANJARMASIN*). 1995–2010.
- Lakuma, C. P., Marty, R., & Muhumuza, F. (2019). Financial inclusion and micro, small, and medium enterprises (MSMEs) growth in Uganda. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 8(1), 1–20. <https://doi.org/10.1186/s13731-019-0110-2>
- Mali, M. S. (2023). Pengaruh Inklusi Keuangan, Pengelolaan Keuangan, terhadap Kinerja UMKM Sektor Kuliner di Kota Yogyakarta. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 291. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.985>
- Marini, M., Yusmaniarti, Y., Faradilla, I., & Setiorini, H. (2024). Measuring The Financial Performance Of Msmes From The Perspective Of Financial Literacy, Financial Inclusion And Financial Technology. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 285–296. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i1.5323>
- Melvianawati, L., Khoiriyah, A., & Permana, D. (2022). Penerapan Teknologi Pengolahan Limbah Minyak Goreng Menjadi Sabun Melalui Konsep Produk Ramah Lingkungan di Desa Mlajah , Kecamatan Bangkalan. *Journal of Economic Community Service*, 1(2), 1–7.
- Mudjiarto, M., & Vimesa, A. Y. (2020). Pengaruh Faktor Kemampuan Terhadap Kinerja Umkm Peserta Program Pkt Di Wilayah Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 16(1), 1–12. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v16i2.1124>
- Mutegi, H. K., Njeru, P. W., & Ongesa, N. T. (2015). Financial Literacy And Its Impact On Loan Repayment By Small And Medium Entrepreneurs. *International Journal of Economics, Commerce and Management*. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3(3), 1–28. <https://ijecm.co.uk/wp-content/uploads/2015/03/3355.pdf>
- Nugrah Leksono Putri Handayani, & Poppy Fitrijanti Soeparan. (2022). Peran Sistem Pembayaran Digital Dalam Revitalisasi UMKM. *Transformasi: Journal of Economics and Business*

- Management*, 1(3), 20–32. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v1i3.425>
- Primadhita, Y., Budiningsih, S., Wicaksana, I., & Melani, A. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital, Kualitas Produk, Dan Inovasi Hijau Terhadap Kinerja UMKM Makanan Dan Minuman. *Jurnal Manajemen & Bisnis Digital*, 2(1), 49–61. <https://journal.binawan.ac.id/JMBD/article/view/979>
- Rainanto, B. H. (2019). Analisis Permasalahan Yang Dihadapi Oleh Pelaku Usaha Mikro Agar Berkembang Menjadi Usaha Kecil (Scalling Up) Pada Umkm Di 14 Kecamatan Di Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(1), 201–210. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v7i1.213>
- Rani, G. M., & Desiyanti, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Digital Payment Terhadap Kinerja UMKM Makanan & Minuman di Kota Padang. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 5(02), 161–174. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v5i02.1403>
- Rositasari, S. (2022). Penggunaan Pembayaran Non-Tunai (Cashless Payment) Berbasis Kartu dan Digital di Indonesia. *Jurnal Ekonomi: Journal of Economic*, 13(2), 163.
- Sani, G., Siahaan, B., Yuni, E., & Sari, P. (2024). Dampak Modal , Biaya Produksi , dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan UMKM Bidang Manufaktur di Kota Bandar Lampung. 2(4).
- Saputri, D., A., & Shiyammurti, N., R. (2022). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansiterhadap Kinerja Perusahaan Pada Umkm. *Journal of Accounting Taxing and Auditing (JATA)*, 3(2), 46–52.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Sari, I. M., Rinaldi, A., & Putra, F. G. (2020). PENGARUH SISA HASIL USAHA (SHU) PADA KOPERASI MENGGUNAKAN REGRESI LINEAR BERGANDA. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:225182242>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. Literasi Media Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ>
- Sriary Bhegawati, D. A., & Novarini, N. N. A. (2023). Percepatan Inklusi Keuangan untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi, Lebih Terinklusif, dan Merata Di Era Presidensi G20. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi (AMBITEK)*, 3(1), 14–31. <https://doi.org/10.56870/ambitek.v3i1.60>
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R\&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd)*. Alfabeta.
- Sumiati, S., & Susanto, R. (2021). Kontribusi Ghrm, Green Input, Green Process Dan Green Product

- Terhadap Economic Performance. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 7(2), 81–92. <https://doi.org/10.31869/me.v7i2.2870>
- Suryaningrum, D. A., Zulfikri, A., & Christine Riani Elisabeth. (2023). Peran Inklusi Keuangan dalam Pembangunan Ekonomi : Bukti dari Negara-Negara Berkembang. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(03), 246–259. <https://doi.org/10.58812/jekws.v1i03.537>
- Syahrani, T., & Pradesa, E. (2023). Peran Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Dalam Meningkatkan Penggunaan Financial Technology Pada UMKM. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(3), 1003–1010. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i3.2985>
- Triana, B., & Isyanto, P. (2024). Pemanfaatan Digital Payment pada UMKM Kakek Café Nongkrong. *IJM: Indonesian Journal of ...*, 2, 342–349. <http://journal.csspublishing.com/index.php/ijm/article/view/913%0Ahttp://journal.csspublishing.com/index.php/ijm/article/download/913/682>
- Tukan, L. K., & Nugraeni, N. (2023). Pengaruh Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Sleman. *Action Research Literate*, 7(11), 135–144. <https://doi.org/10.46799/ar.v7i11.201>
- Usada, U., & Murni, A. W. (2020). Strategi Green Product Guna Meningkatkan Kinerja Usaha Kecil Menengah Berbasis Ramah Lingkungan. *Journal of Research and Technology*, 6(1), 33–40. <https://doi.org/10.55732/jrt.v6i1.138>
- Widyaningsih, E. N., & Widodo, H. (2024). Meningkatkan Kinerja UMKM: Dampak dari Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Dan Masyarakat*, 1(2), 17. <https://doi.org/10.47134/jpem.v1i2.256>