

RINGKASAN

Penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Literasi Keuangan, *Digital Payment*, dan *Digital Marketing* terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, *digital payment*, dan *digital marketing* terhadap peningkatan pendapatan pada UMKM di Kota Bekasi. Di era digital, kemampuan UMKM dalam mengelola keuangan, memanfaatkan sistem pembayaran digital, dan menerapkan strategi pemasaran digital menjadi faktor krusial. Kurangnya literasi keuangan, pemahaman terbatas terhadap platform digital payment, serta ketidakefektifan dalam menjalankan digital marketing sering kali membuat upaya peningkatan pendapatan belum optimal. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Social Exchange Theory* (SET) yang dikemukakan oleh (Homans, 1974). Homans (1974) menjelaskan bahwa interaksi sosial dapat dipandang sebagai proses pertukaran di mana individu atau kelompok berusaha mendapatkan imbalan yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. *Social Exchange Theory* (SET) dapat digunakan untuk memahami bagaimana literasi keuangan, *digital payment*, dan *digital marketing* berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Jenis data yang digunakan penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Metode yang digunakan dalam pemilihan sampel penelitian yaitu metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 99 pelaku UMKM yang menerapkan *digital payment* dan *digital marketing* yang berlokasi di Kota Bekasi. Jumlah sampel penelitian yang digunakan ditentukan menggunakan rumus slovin karena sudah diketahui jumlah populasi objek yang akan digunakan pada penelitian. Metode pengukuran variabel menggunakan skala likert pada variabel literasi keuangan, *digital payment*, *digital marketing*, dan peningkatan pendapatan UMKM. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji statistik deskriptif, uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis (uji koefisien determinasi dan uji t).

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menggunakan Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), diperoleh bukti bahwa: (1) literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM, (2) *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM, dan (3) *digital*

marketing tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Pelaku usaha yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengelola arus kas, mengontrol pengeluaran, menyusun anggaran, serta mengambil keputusan investasi yang lebih rasional dan menguntungkan. Teknologi pembayaran digital memberikan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam transaksi, yang pada akhirnya menciptakan nilai dalam proses pertukaran antara pelaku usaha dan konsumen. Ketidakmampuan dalam mengelola strategi *digital marketing* secara efektif, baik dari segi konten, pemilihan platform, maupun pemahaman terhadap algoritma media digital menyebabkan investasi waktu, tenaga, dan biaya yang telah dikeluarkan tidak menunjukkan efektivitas yang signifikan.

Implikasi dari hasil penelitian ini yaitu menunjukkan bukti yang relevan terkait *Social Exchange Theory*, mampu menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya, dan mampu menjadi masukan bagi Dinas Koperasi dan UKM di Kota Bekasi untuk dapat gencar memberikan pelatihan digitalisasi kepada para pelaku UMKM di Kota Bekasi. Keterbatasan pada penelitian ini yaitu mengalami kesulitan dalam menjangkau UMKM tingkat kecil dan menengah untuk pengisian kuesioner dan pada penelitian ini memiliki nilai koefisien determinasi 53% sisanya senilai 47% dipengaruhi variabel lain yang berada di luar dari penelitian ini sehingga diharapkan penelitian berikutnya mampu menambah variabel lain yang belum digunakan.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, *Digital Payment*, *Digital Marketing*, Peningkatan Pendapatan, UMKM.

SUMMARY

This research takes the title “The Effect of Financial Literacy, Digital Payment, and Digital Marketing on Increasing MSME Revenue”. The purpose of this study is to analyze the effect of financial literacy, digital payment, and digital marketing on increasing revenue in MSMEs in Bekasi City. In the digital era, the ability of MSMEs to manage finances, utilize digital payment systems, and implement digital marketing strategies is a crucial factor. Lack of financial literacy, limited understanding of digital payment platforms, and ineffectiveness in running digital marketing often make efforts to increase revenue not optimal. Therefore, this study was conducted to analyze the extent of the influence of these three factors on increasing MSME income.

The theory used in this study is the Social Exchange Theory (SET) proposed by (Homans, 1974). Homans (1974) explains that social interaction can be viewed as an exchange process in which individuals or groups try to get greater rewards than the costs incurred. Social Exchange Theory (SET) can be used to understand how financial literacy, digital payment, and digital marketing contribute to increasing MSME income.

This research uses a quantitative approach using a survey method. The type of data used in this study is primary data obtained from distributing questionnaires. The method used in selecting research samples is purposive sampling method. The sample used in this study was 99 MSME players who implemented digital payment and digital marketing located in Bekasi City. The number of research samples used was determined using the Slovin formula because it was already known the population of objects to be used in the study. The variable measurement method uses a Likert scale on the variables of financial literacy, digital payment, digital marketing, and increased MSME income. The data analysis methods used in this study are descriptive statistical test, instrument test (validity test and reliability test), classical assumption test (normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis, and hypothesis testing (coefficient of determination test and t test).

Based on the results of research and data analysis using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), evidence is obtained that: (1) financial literacy has a positive and significant effect on increasing MSME income, (2) digital payment has a positive and significant effect on increasing MSME income, and (3) digital marketing has no significant effect on increasing MSME income. Business actors who have a good level of financial literacy tend to be better able to manage cash flow, control expenses, prepare budgets, and make investment decisions that are more rational and profitable. Digital payment technology provides convenience, speed, and security in transactions, which ultimately creates value in the exchange process between businesses and consumers. The inability to

effectively manage digital marketing strategies, both in terms of content, platform selection, and understanding of digital media algorithms causes the investment of time, energy, and costs that have been incurred to not show significant effectiveness.

The implications of the results of this study are that it shows relevant evidence related to Social Exchange Theory, is able to become a reference for further research, and is able to become input for the Cooperative and UKM Office in Bekasi City to be able to aggressively provide digitization training to MSME players in Bekasi City. The limitations of this study are that it is difficult to reach small and medium level MSMEs to fill out questionnaires and this study has a coefficient of determination of 53%, the remaining 47% is influenced by other variables that are outside of this study so that it is hoped that future research will be able to add other variables that have not been used.

Keywords: Financial Literacy, Digital Payment, Digital Marketing, Income Increase, MSMEs.

