

Pengaruh *Payment Gateway*, Literasi Keuangan Dan Pengguna Media Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Ukm Di Kabupaten Jember

The Influence Of Payment Gateways, Financial Literacy And Social Media Users On The Financial Performance Of Companies In Msmes In Jember Regency

Imelda Intan Syafrilillah, Maheni Ika Sari, Retno Endah Supeni

Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember
Email: imldaintansyaff@gmail.com, maheni@unmuhjember.ac.id,
retnoendahsupeni@yahoo.com

ABSTRAK

Di Indonesia Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting bagi laju perekonomian yang mana sebagai salah satu cara untuk percepatan pembangunan daerah. Akan tetapi UMKM sering mengalami keterlambatan dalam perkembangannya, beberapa permasalahan yang sering terjadi yaitu karena sulitnya mendapatkan pembiayaan, minimnya literasi keuangan, kurangnya pemahaman tentang pembayaran elektronik, dan teknologi digital masih tergolong rendah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji Pengaruh *Payment Gateway*, Literasi Keuangan dan Pengguna Media Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pada UMKM di Kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* berdasarkan pelaku UMKM dengan pertimbangan faktor berdasarkan keterbatasan yang tidak memungkinkan seluruh populasi diteliti. Populasi penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kabupaten Jember dengan jumlah sampel sebanyak 275 responden. Teknik analisa data yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda dengan SPSS 23. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala *likert*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Payment Gateway*, Literasi Keuangan dan Pengguna Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pada UMKM Kabupaten Jember.

Kata kunci: *Payment Gateway*, Literasi Keuangan, Media Sosial

ABSTRACT

In Indonesia, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have a very important role for the pace of economy which is one of the ways to accelerate regional development. However, MSMEs often experience delays in their development, some of the problems that often occur are due to the difficulty of

obtaining financing, lack of financial literacy, lack of understanding of electronic payments, and digital technology is still relatively low. The purpose of this study is to examine the influence of Payment Gateways, Financial Literacy, and Social Media Users on Corporate Financial Performance in MSMEs in Jember Regency. This research is quantitative, quantitative is an approach in research to test hypotheses using accurate statistical data tests. The research data used are primary and secondary data. With a sample of 275 MSME actors in Jember Regency. Data collection was carried out through the distribution of questionnaires with a Likert scale. The data testing technique uses validity test and reality test, R-Square test and hypothesis test. The results of the study show that Payment Gateway, Financial Literacy and Social Media Users have a positive and significant effect on the Company's Financial Performance in MSMEs in Jember Regency

Keywords: *Payment Gateway, Financial Literacy, Social Media*

PENDAHULUAN

Di Indonesia Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting bagi laju perekonomian yang mana sebagai salah satu cara untuk percepatan pembangunan daerah. Merujuk pada Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 mengenai UMKM, usaha mikro kecil dan menengah ialah sektor yang mengambil peran cukup besar dalam menyediakan lapangan kerja. Selain itu, UMKM bagi keadaan ekonomi juga memiliki kemampuan bertahan yang cukup tinggi. Pertumbuhan UMKM yang semakin pesat menjadikan para pengusaha mencari cara untuk dapat bersaing dan bertahan ditengah perubahan lingkungan (Muhammad Richo Rianto, Farida Jasfar, 2021). Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memang cukup pesat selama beberapa tahun terakhir. Namun, ada saja masalah UMKM yang belum diatasi secara maksimal.

Kabupaten Jember sepenuhnya masih belum memanfaatkan kecanggihan teknologi. Dimana dengan memberikan pelanggan kemudahan dalam melakukan pembayaran itu akan membuat penilaian positif bagi pelanggan itu sendiri. Penerapan dan kendala UMKM yang menerapkan *fintech payment gateway* masih belum maksimal dan kendala yang dihadapi masih cukup banyak (Perdana & Sinarwati, 2022), namun penelitian (Fian et al., 2020; Lestari et al., 2020; Maria Rio Rita, 2022; Purnamasari, 2020; Wardani & Darmawan, 2020), dengan menerapkan *payment gateway* dapat memudahkan proses transaksi jual-beli dan menyediakan informasi produk yang ditawarkan, sehingga dapat meningkatkan literasi keuangan, meningkatkan penjualan atau pendapatan, dan meningkatkan kinerja UMKM, serta *payment gateway* mampu mempengaruhi perkembangan UMKM (Khafidloh et al., 2021). Selain itu, keuntungan yang didapat apabila usaha telah menerapkan *payment*

gateway dalam usahanya ialah bisa mendapatkan konsumen lebih banyak, dengan begitu pendapatan usaha juga meningkat, tidak perlu melakukan promosi, karena kedepannya usaha tersebut akan dicari sendiri oleh konsumen, mengurangi ongkos operasional, dan berpeluang usaha untuk diminati banyak orang karena konsumen merasa praktis dan mudah (Silitonga, 2024).

Fenomena yang terjadi saat ini, pelaku UMKM belum memiliki keterampilan dalam menyusun laporan keuangan yang sesuai standar yang ada. Pelaku UMKM kebanyakan masih belum memiliki kemampuan mengelola finansial usaha dengan baik, dan apabila hal ini berlangsung secara terus menerus dalam jangka panjang dapat berakibat pada kinerja keuangan UMKM itu sendiri serta apabila ada peningkatan dalam usaha maka akan sulit diketahui, sebab pelaku usaha tidak mengetahui keuangan yang mana yang merupakan pribadi dan keuangan mana yang merupakan milik usaha. Hal tersebut disebabkan pengetahuan dan informasi pelaku UMKM terkait akuntansi masih kurang, latar belakang pendidikan juga berpengaruh terhadap pengetahuan sejumlah pelaku usaha dalam menyusun laporan keuangan.

Di era yang serba cepat ini dengan penggunaan teknologi digital, para pelaku UMKM seharusnya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. Pemasaran digital sangat membantu suatu usaha untuk mengenalkan produk atau barang yang dijual guna memperoleh keuntungan. Media sosial sebagian besar dimanfaatkan oleh UMKM untuk mengadakan kontak personal dengan pelanggan, promosi atau *adversiting*, mendata keinginan pelanggan dan menyampaikan respon ke pelanggan. UMKM dapat menggunakan alat digital untuk mengelola keuangan sehingga dapat membantu pemilik UMKM mengelola arus kas mereka dengan lebih baik dan mengurangi risiko ketidakstabilan ekonomi.

Beberapa penelitian sebelumnya telah dilakukan untuk melihat hubungan antara digitalisasi marketing dan fintech berbasis *payment gateway* terhadap UMKM. Misalnya, ditemukan adanya manfaat serta kemudahan *fintech* yang akan berdampak bagi UMKM dalam menggunakannya (et al., 2020). Salah satu hasilnya menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara manfaat dan kemudahan penggunaan *fintech* terhadap niat pelaku UMKM dalam menggunakannya. Keberadaan *fintech* sangat berpengaruh signifikan pada UMKM dalam meningkatkan literasi keuangan berbasis *payment gateway* (Wardani & Darmawan, 2020) Penelitian oleh (Manan, 2018) menyatakan adanya hubungan yang signifikan dalam menganalisis dan membuat sebuah kajian solusi yang inovasi terhadap *platform fintech* dengan menetapkan peranan yang strategis antara pihak regulator dan *provider fintech*. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Rohimah, 2019) terbukti bahwa digitalisasi *marketing* dapat

meningkatkan keuntungan bagi para pengusaha. Selain itu, yaitu penelitian (Rahardjo, 2019), dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha Kecil di Kalimantan Selatan” mengatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan dan inklusi keuangan terhadap kinerja UMKM di Kalimantan Selatan.

UMKM merupakan salah satu sektor usaha yang mampu bertahan melalui krisis ekonomi saat ini. Selain itu, UMKM juga merupakan sektor usaha yang paling banyak menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pada kenyataannya peningkatan UMKM masih perlu dilakukan agar dapat meningkatkan kualitas maupun kuantitas UMKM. Oleh karena itu, peningkatan *payment gateway*, literasi keuangan dan pengguna media sosial dapat memberikan kontribusi yang lumayan besar dalam menolong para pelaku UMKM untuk meminimalisir risiko yang bisa terjadi dalam pengelolaannya maupun dalam mengambil keputusan. Setidaknya dengan kontribusi UMKM bisa membantu dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh para UMKM yang berada di Kabupaten Jember yang berkaitan dengan tingginya angka kemiskinan, besarnya jumlah pengangguran, dan ketimpangan dalam distribusi pendapatan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei. Menurut (Sugiyono, 2019) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang dilandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu serta data primer yang didapatkan berupa angka. Populasi dalam penelitian ini ialah UMKM Kabupaten Jember tahun 2022 sebanyak 872 UMKM dengan jumlah sampel 275 responden, diukur menggunakan metode *slovin*. Teknik atau cara yang digunakan dalam pengumpulan data atau informasi yang relevan dalam penelitian ini yaitu wawancara, dokumentasi dan penyebaran kuesioner menggunakan *simple random sampling* dengan pertimbangan faktor berdasarkan keterbatasan yang tidak memungkinkan seluruh populasi diteliti. Teknik analisis data menggunakan uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda serta uji hipotesis.

HASIL

Uji Instrumen Data

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk memastikan sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2018). Koefisien validitas menggambarkan tingkat kemampuan instrument dalam informasi atau mengungkap data dari variabel yang diukur. Kuesioner bisa dikatakan valid (kuat) jika pernyataan maupun pertanyaan pada

kuesioner mampu mengungkapkan apa yang diukur pada kuesioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$, dalam hal ini n adalah jumlah sample. Jika r hitung $>$ r table maka pernyataan ataupun indikator dinyatakan tidak valid. Hasil Uji Validitas sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R_{tabel}	R_{hitung}	Sig	Ket
Payment Gateway (X_1)	X1.1	0,113	0,828	0,000	Valid
	X1.2	0,113	0,711	0,000	Valid
	X1.3	0,113	0,585	0,000	Valid
Literasi Keuangan (X_2)	X2.1	0,113	0,764	0,000	Valid
	X2.2	0,113	0,704	0,000	Valid
	X2.3	0,113	0,677	0,000	Valid
	X2.4	0,113	0,501	0,000	Valid
Penggunaan Media Sosial (X_3)	X3.1	0,113	0,695	0,000	Valid
	X3.2	0,113	0,527	0,000	Valid
	X3.3	0,113	0,581	0,000	Valid
	X3.4	0,113	0,651	0,000	Valid
Kinerja Keuangan (Y)	Y.1	0,113	0,757	0,000	Valid
	Y.2	0,113	0,676	0,000	Valid
	Y.3	0,113	0,651	0,000	Valid

Tabel 1 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing indikator variabel *Payment Gateway* (X_1), *Literasi Keuangan* (X_2), *Penggunaan Media Sosial* (X_3), dan *Kinerja Keuangan* (Y) menunjukkan bahwa $R_{\text{hitung}} > R_{\text{tabel}}$ dan $\text{Sig} < 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua *item* pertanyaan variabel *Penggunaan Media Sosial* (X_3), dan *Kinerja Keuangan* (Y) dinyatakan *valid*.

Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Hasil Uji Reliabilitas sebagai berikut :

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha if item deleted	Standar realibilitas	Ket
Payment Gateway (X_1)	0,743	0,70	Reliabel
Literasi Keuangan (X_2)	0,772	0,70	Reliabel
Penggunaan Media Sosial (X_3)	0,750	0,70	Reliabel
Kinerja Keuangan (Y)	0,753	0,70	Reliabel

Tabel 2 menunjukkan hasil pengujian reliabilitas pada instrumen variabel *Penggunaan Media Sosial* (X_3), dan *Kinerja Keuangan* (Y) dengan nilai *Cronbach's Alpha* atau r *alpha* diatas 0,70. Hal ini membuktikan instrumen penelitian berupa kuesioner ini telah reliabel karena r *alpha* yang bernilai lebih besar.

Uji Regresi Linear Berganda

Menurut (Anwar, 2018) analisis regresi linear berganda adalah model regresi linear dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau *predictor*. Analisis regresi linier berganda untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terkait (Y). Hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 3 Uji Regresi Berganda

		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.273	.557		.490	.625
	X1	.420	.060	.414	6.984	.000
	X2	.290	.045	.342	6.378	.000
	X3	.118	.052	.129	2.280	.023

Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 3 hasil tersebut dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,273 + 0,420X_1 + 0,290X_2 + 0,118X_3 + e$$

a. Nilai Konstanta

Dari persamaan diatas didapatkan nilai konstanta positif yang berarti bahwa jika nilai dari variabel independen *Payment Gateway* (X_1), Literasi Keuangan (X_2), dan Penggunaan Media Sosial (X_3) sama dengan nol, maka Kinerja Keuangan (Y) juga bernilai positif.

b. *Payment Gateway* (X_1)

Nilai koefisien dari variabel *Payment Gateway* adalah bernilai positif yang berarti bahwa semakin baik *Payment Gateway*, maka akan meningkatkan Kinerja Keuangan.

c. Literasi Keuangan (X_2)

Nilai koefisien dari variabel Literasi Keuangan adalah bernilai positif yang berarti bahwa semakin baik Literasi Keuangan, maka akan meningkatkan Kinerja Keuangan.

d. Penggunaan Media Sosial (X_3)

Nilai koefisien dari variabel Penggunaan Media Sosial adalah bernilai positif yang berarti bahwa semakin tinggi Penggunaan Media Sosial, maka akan meningkatkan Kinerja Keuangan.

Uji Hipotesis

Uji statistik menunjukan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2018:98). Hasil uji t sebagai berikut:

Tabel 4 Uji t

		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.273	.557		.490	.625
	X1	.420	.060	.414	6.984	.000
	X2	.290	.045	.342	6.378	.000
	X3	.118	.052	.129	2.280	.023

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4 tersebut dapat diketahui besar dari pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

1. *Payment Gateway* (X_1) terhadap variabel Kinerja Keuangan (Y)
Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi (α) dari variabel *Payment Gateway* (X_1) adalah $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti *Payment Gateway* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan (H_1 diterima).
2. Literasi Keuangan (X_2) terhadap variabel Kinerja Keuangan (Y)
Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi (α) dari variabel Literasi Keuangan (X_2) adalah $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan (H_2 diterima).
3. Penggunaan Media Sosial (X_3) terhadap variabel Kinerja Keuangan (Y)
Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi (α) dari variabel Penggunaan Media Sosial (X_3) adalah $0,023 < 0,05$. Hal ini berarti Penggunaan Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan (H_3 diterima).

Uji F (Simultan), Kriteria pengujian hipotesis dengan menggunakan statistik F adalah jika nilai signifikan $F < 0,05$, maka hipotesis alternatif diterima, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan dan signifikan mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2020 : 96). Hasil analisis uji F dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5 Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	499.302	3	166.434	161.046	.000 ^b
	Residual	280.066	271	1.033		
	Total	779.367	274			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Berdasarkan hasil uji F model pertama pada tabel 5, maka nilai F sebesar 161,046 lebih besar dari nilai f tabel sebesar 2,70 dengan tingkat signifikansi 0,000 atau $< 0,05$ maka secara simultan variabel *payment gateway*, literasi keuangan, dan media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kinerja keuangan.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan varians dari variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol sampai dengan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas (Ghozali I., 2018). Hasil uji R^2 sebagai berikut:

Tabel 6 Uji Koefisienan Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.800 ^a	.641	.637	1.01659

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan model memiliki nilai *R Square* sebesar 0,641. Hal ini berarti variabel terikat Kinerja Keuangan (Y) dipengaruhi oleh *Payment Gateway* (X1), Literasi Keuangan (X2), dan Penggunaan Media Sosial (X3) sebesar 64,1%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel bebas mempengaruhi 64,1% variabel terikat sedangkan sisanya 35,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Payment Gateway* Terhadap Kinerja Keuangan

Hasil analisis regresi berganda pada Uji t terhadap hipotesis pertama (H_1) menunjukkan bahwa *Payment Gateway* berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan dengan melihat taraf signifikansinya yaitu sebesar 0,000. Pengaruh yang ditunjukkan oleh koefisien regresi adalah positif artinya semakin baik *Payment Gateway* maka Kinerja Keuangan UMKM di kota Jember akan semakin meningkat (H_1 diterima).

Payment gateway adalah transaksi yang disediakan oleh layanan aplikasi e-commerce yang bisa memberikan pemrosesan atau pembayaran secara online atau elektronik (Dwi Rahardika & Ahmad, 2020). *Payment gateway* ini mempermudah masyarakat dalam melakukan pembayaran atau pembelian melalui online. Keberadaan dari *fintech payment gateway* telah mengubah system keuangan konvensional dari para pemilik usaha UMKM bergeser kepada sistem yang lebih canggih. Sebelumnya sistem pembayaran dilakukan tatap muka dan ditempat tertentu, sekarang dengan adanya *payment gateway* sistem pembayaran dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun berada. Kemudahan sistem pembayaran menjadikan usaha menjadi berkembang yang ditandai dengan makin luasnya pasar dan pendapatan yang diterima pengusaha juga makin meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Purnamasari, 2020) yang menunjukkan terhadap pengaruh signifikan antara *payment gateway* terhadap peningkatan pendapatan, dan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang diteliti oleh (Lestari et al., 2020) bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa *Payment Gateway* memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan penjualan.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan

Hasil analisis regresi berganda pada Uji t terhadap hipotesis kedua (H_2) menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan dengan melihat taraf signifikansinya yaitu sebesar 0,000. Pengaruh yang ditunjukkan oleh koefisien regresi adalah positif artinya semakin sesuai Literasi Keuangan maka Kinerja Keuangan UMKM di kota Jember akan semakin meningkat (H_2 diterima).

Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM yaitu bisa mendukung pelaku UMKM dalam mengoptimalkan alur keuangannya dengan tepat. Tujuan dari literasi keuangan dalam UMKM yaitu sebagai tolak ukur UMKM untuk mengerti serta menerapkannya dengan baik (Mira, 2019). Pada pelaku UMKM sendiri sangat membutuhkan pengetahuan keuangan untuk mensejahterakan usaha yang sedang berjalan, dalam pengetahuan literasi keuangan sendiri tidak luput dari pengetahuan keuangan. Pelaku UMKM dapat memahami literasi keuangan dengan baik dan detail maka pelaku UMKM bisa memberikan keputusan perihal keuangan di

usahnya tersebut dan pemahaman keuangan yang baik bisa membantu pelaku UMKM dalam penyusunan laporan keuangan yang diperluka dalam kinerja keuangan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Bakhtiar et al., 2022), semakin tinggi pemahaman perihal literasi keuangan dapat meningkatkan tata kelola keuangan, sehingga tingginya literasi maka UMKM akan memiliki kinerja lebih tinggi. Menurut riset dari (Dwi Ekasari, Harmadji, 2022), pengaruh literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja keuangan UMKM.

Pengaruh Pengguna Media Sosial Terhadap Kinerja Keuangan

Hasil analisis regresi berganda pada Uji t terhadap hipotesis ketiga (H_3) menunjukkan bahwa Penggunaan Media Sosial berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan dengan melihat taraf signifikansinya yaitu sebesar 0,023. Pengaruh yang ditunjukkan oleh koefisien regresi adalah negatif artinya semakin baik Penggunaan Media Sosial maka Kinerja Keuangan UMKM di kota Jember akan semakin menurun (H_3 diterima).

Pemasaran media sosial adalah suatu jenis pemasaran berbasis internet untuk mencapai tujuan pemasaran dengan berpartisipasi dalam lingkup jaringan media sosial (Maria Nila Anggia & Muhammad Rifki Shihab, 2019). Penggunaan media sosial atau *social media use* (SMU) dapat menambah pengetahuan dan informasi yang dimiliki seseorang, selain itu juga dapat meningkatkan kesadaran seseorang mengenai perubahan-perubahan yang terjadi pada pasar dan konsumen. Media sosial juga mempermudah seseorang dalam mengidentifikasi perubahan dalam kreasi bisnis melalui interaksi dan komunikasi dengan rekannya di jejaring sosial (Park et al., 2017). Hal ini akan mendorong penciptaan peluang kewirausahaan baik yang baru maupun mengembangkan peluang yang sudah ada demi memenuhi permintaan konsumen di pasar.

Beberapa penelitian telah menunjukkan hubungan antara penggunaan media sosial digital seperti jejaring sosial dan penjualan. Penjualan yang dirasakan terutama oleh usaha kecil dan menengah meningkat 10-50% setelah menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran, Purwiantoro dalam (Ayuni, 2019).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah peneliti jelaskan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian regresi berganda atas pengaruh *Payment Gateway* terhadap Kinerja Keuangan menunjukkan pengaruh yang positif signifikan. Ini membuktikan bahwa *Payment Gateway* yang baik akan meningkatkan Kinerja Keuangan UMKM di kota Jember.

2. Hasil pengujian regresi berganda atas pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan menunjukkan pengaruh yang positif signifikan. Ini membuktikan bahwa Literasi Keuangan yang berkualitas akan meningkatkan Kinerja Keuangan UMKM di kota Jember.
3. Hasil pengujian regresi berganda atas pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja Keuangan menunjukkan pengaruh yang negatif signifikan. Ini membuktikan bahwa Penggunaan Media Sosial yang tinggi akan menurunkan Kinerja Keuangan UMKM di kota Jember.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, H. (2018). Penjelasan Dan Tutorial Regresi Linear Berganda. *Diambil Kembali Dari Statistika. com*: <https://www.statistikian.com/2018/01/penjelasan-tutorial-regresi-linear-berganda>
- Ayuni, Q. (2019). *Pengaruh Penggunaan Media Digital Terhadap Tingkat Kuliner Kemasan*. <https://jurnal.kominfo.go.id>
- Bakhtiar, F., Rusdi, R., & Mulia, A. (2022). The Effect of Islamic Financial Literacy, on Islamic Financial Inclusion through Islamic Financial Technology as an Intervening Variable. *Journal of Management*, 5(2), 588–603. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.3466>
- Dwi Ekasari, Harmadji, Y. (2022). peran pemerintah, literasi dan inklusi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM di kota malang. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*.
- Dwi Rahardika, P., & Ahmad, H. (2020). Naskah publikasi implementasi sistem pembayaran dengan payment gateway pada pemesanan tour & transport. *Eprints.Uy.Ac.Id:Open Acces Repository*, 1–14. <https://eprints.uty.ac.id/4888/>
- Fian, A., Sokibi, P., & Magdalena, L. (2020). Penerapan Payment Gateway pada Aplikasi Marketplace Waroeng Mahasiswa Menggunakan Midtrans. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(3), 387. <https://doi.org/10.32493/informatika.v5i3.6719>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Khafidloh, S. N., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2021). Peran Fintech Terhadap Perkembangan UMKM di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 93–99. <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/INOVATOR/index>
- Lestari, D. A., Purnamasari, E. D., & Setiawan, B. (2020). Pengaruh Payment Gateway terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.47747/jbme.v1i1.20>

- Manan, Y. M. (2018). Halal Awareness, Halal Certification, and Food Ingredients on Purchase Intention of Halal Food Sistem Integrasi Proteksi & Manajemen Resiko Platform Fintech peer to peer (P2P) Lending dan Payment Gateway untuk Meningkatkan Akselerasi Pertumbuhan UMKM 3.0. *Ihtifadz*, 1(1), 2622–4798. <https://doi.org/10.12928/ijiefb.v2i1.847>
- Maria Nila Anggia, & Muhammad Rifki Shihab. (2019). Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan Umkm. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159–170. <https://doi.org/10.21460/jutei.2018.22.125>
- Maria Rio Rita, R. P. (2022). Penggunaan Payment Gateway “Go-Pay” Dan Kinerja UMKM: Studi Pada Coffee Shop Di Kota Salatiga. *Jurnal Ilmiah Bidang Ekonomi, Bisnis Dan Perbankan*, 12(1), 17–26.
- Mira, M. (2019). *Studi Deskriptif Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Siliwangi (Survei pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Siliwangi Angkatan 2019)*. Repository Universitas Siliwangi.
- Muhammad Richo Rianto, Farida Jasfar, W. A. (2021). Mediating Effect of Organization Learning on the Relationship Between Strategic Change, Knowledge Management and Transformational Leadership: Case of Indonesia Islamic Banks. *Journal Of Economics Development, Environment, and People*, 3(10).
- Park, J. Y., Sung, C. S., & Im, I. (2017). Does social media use influence entrepreneurial opportunity? A review of its moderating role. *Sustainability (Switzerland)*, 9(9), 1–16. <https://doi.org/10.3390/su9091593>
- Perdana, I. K. D., & Sinarwati, N. K. (2022). Penerapan Transaksi Payment Gateway Berbasis QRIS Pada UMKM (Study Empiris Pada Pedagang di Pantai Penimbangan). *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(2), 331–337.
- Purnamasari, E. D. (2020). Pengaruh Payment Gateway dan Peer to Peer Lending (P2P) terhadap Peningkatan Pendapatan di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 11(1), 63–65. <https://doi.org/10.36982/jiegm.v11i1.1063>
- Rahardjo. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha Kecil di Kalimantan Selatan. *Jurnal Economia*, 15(1).
- Rohimah, N. N. (2019). Efektifitas_Digitalisasi_Marketing_Para_Pelaku_U. *Al-I'lam; Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(1), 1–14.
- Silitonga, A. (2024). *pengaruh payment gateway dan peer to peer lending terhadap peningkatan pendapatan usaha*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatis dan R&D*. Alfabeta.

- Wardani, A. P. Y. K., & Darmawan, N. A. S. (2020). Peran Financial Technology pada UMKM: Peningkatan Literasi Keuangan Berbasis Payment Gateway. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 10(2), 170. <https://doi.org/10.23887/jiah.v10i2.25947>
- Wiyono, G., & Kirana, K. C. (2020). Efek Impresi Fintech Terhadap Perilaku Keuangan Usaha Kecil Menengah (UKM). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 69–81. <https://doi.org/10.30596/jimb.v21i1.3889>