



Peran Digitalisasi, Inovasi Produk, Literasi Keuangan, dan *Government Support* dalam Memperkuat Kinerja UMKM di Tengah Persaingan Digital

Dian Angga Tri Kusuma^{1*}, Triyono²

^{1,2}Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

Correspondence: E-mail: b200220048@student.ums.ac.id¹, tri280@ums.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran digitalisasi, inovasi produk, literasi keuangan, dan government support terhadap kinerja UMKM di tengah persaingan digital. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal pada pelaku UMKM di wilayah Soloraya yang meliputi Surakarta, Sukoharjo, Boyolali, Klaten, Karanganyar, Sragen, dan Wonogiri. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling dengan jumlah responden sebanyak 143 pelaku UMKM yang telah menggunakan teknologi digital dalam kegiatan usahanya. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan SmartPLS berbasis Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi, inovasi produk, literasi keuangan, dan government support berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan pemanfaatan teknologi digital, pengembangan inovasi produk, pengelolaan keuangan yang baik, serta dukungan pemerintah mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha UMKM di era ekonomi digital.

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted/Received 23 May 2026

First Revised 24 May 2026

Accepted 26 May 2026

First Available online 01 June 2026

2026

Publication Date 01 June 2026

Keyword:

Digitalisasi, Government Support, Inovasi Produk, Kinerja UMKM, Literasi Keuangan.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan digitalisasi sudah menjadi salah satu pendorong utama transformasi ekonomi global. Menurut laporan World Bank (2023), lebih dari 65% pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di negara berkembang telah mengadopsi teknologi digital dalam proses bisnis mereka. Di Indonesia, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 61,97% dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024). Namun, meskipun memiliki peran besar, daya saing UMKM Indonesia masih tertinggal dibandingkan negara ASEAN lain seperti Vietnam dan Thailand, terutama dalam hal integrasi digital dan kemampuan inovasi. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi belum sepenuhnya dioptimalkan sebagai faktor penguat kinerja usaha.

Soloraya sebagai salah satu kawasan metropolitan di Jawa Tengah yang meliputi Kota Surakarta (Solo), Boyolali, Sukoharjo, Karanganyar, Wonogiri, Sragen, dan Klaten merupakan wilayah dengan perkembangan UMKM yang cukup pesat. Berdasarkan data Disperindag Surakarta (2024), terdapat sekitar 26.000 unit UMKM aktif yang bergerak pada berbagai sektor seperti kuliner, fashion, kerajinan, dan jasa kreatif. Sukoharjo memiliki 208.725 UMKM pada 2024 berdasarkan data pemerintah daerah, Wonogiri mencatat 63.162 pelaku UMKM telah memiliki NIB hingga tahun 2024, sedangkan Karanganyar, Boyolali, Sragen, dan Klaten masih dalam proses pendataan UMKM terintegrasi tahun 2024 oleh pemerintah daerah. Meskipun demikian, banyak pelaku UMKM di wilayah ini masih menghadapi kendala dalam memanfaatkan teknologi digital, menciptakan inovasi produk, serta mengelola keuangan usaha secara efektif. Sebagian UMKM juga masih mengalami keterbatasan akses terhadap pelatihan, pembiayaan, dan fasilitas pengembangan usaha dari pemerintah. Akibatnya, kemampuan UMKM dalam mempertahankan kinerja usaha di tengah persaingan digital menjadi belum optimal.

Digitalisasi menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. Menurut Dallochio dkk. (2024), digitalisasi merupakan proses transformasi aktivitas bisnis melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas usaha. Dalam konteks UMKM, digitalisasi dapat diwujudkan melalui penggunaan e-commerce, media sosial, digital payment, dan aplikasi manajemen usaha (Santos-Jaén & Gimeno-Arias, 2023). Penelitian Wibowo & Prasetyo (2023) menunjukkan bahwa transformasi digital berpengaruh positif terhadap efisiensi operasional dan daya saing UMKM di Indonesia. Selain itu, Piot-Lepetit (2025) menjelaskan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan kolaborasi dan efisiensi rantai nilai UMKM di Asia Tenggara sehingga dapat memperkuat keberlanjutan usaha.

Selain digitalisasi, inovasi produk juga menjadi faktor penting dalam memperkuat kinerja UMKM. Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan inovasi produk sebagai pengembangan atau perbaikan produk yang mampu memberikan nilai tambah bagi konsumen. Dalam UMKM, inovasi produk dapat berupa pembaruan desain, peningkatan kualitas, penggunaan teknologi baru, maupun penambahan variasi produk sesuai kebutuhan pasar (Quaye & Mensah, 2019). Gao dan Yu (2023) menyatakan bahwa inovasi produk membantu UMKM meningkatkan daya saing dan mempertahankan loyalitas pelanggan di era digital. Hasil penelitian Nugroho & Putra (2020) juga membuktikan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM, sedangkan Rahman & Anisa (2018) menegaskan bahwa inovasi produk mampu meningkatkan keunggulan kompetitif usaha.

Faktor berikutnya yang memengaruhi kinerja UMKM adalah literasi keuangan. Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami dan menggunakan informasi keuangan untuk mengambil keputusan ekonomi yang efektif dan efisien (Lusardi & Mitchell, 2014). Dalam konteks UMKM, kemampuan pengelolaan keuangan sangat diperlukan untuk menjaga stabilitas usaha, mengelola modal kerja, serta mengurangi risiko bisnis. Rahayu & Musdholifah (2020) menyebutkan bahwa pelaku UMKM dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengembangkan usahanya secara berkelanjutan. Penelitian Lestari & Hadi (2022) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keberlanjutan bisnis dan pertumbuhan usaha UMKM.

Selain faktor internal, *government support* atau dukungan pemerintah juga menjadi faktor eksternal yang berperan penting dalam memperkuat kinerja UMKM. Menurut Storey (2016), *government support* merupakan bentuk kebijakan, fasilitas, dan intervensi pemerintah yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan serta daya saing UMKM. Dukungan tersebut dapat berupa pelatihan digital, bantuan pembiayaan, promosi usaha, hingga pembangunan infrastruktur teknologi (Abor dkk., 2022). OECD (2020) menegaskan bahwa dukungan pemerintah memiliki peran strategis dalam mengurangi kesenjangan digital dan memperkuat ketahanan UMKM di era ekonomi digital. Penelitian Fitriani & Suryani (2021) menemukan bahwa dukungan pemerintah melalui pelatihan dan insentif usaha efektif meningkatkan kinerja UMKM pasca-pandemi. Selain itu, Karim & Yusuf (2019) menyatakan bahwa kebijakan pemerintah mampu mempercepat proses digitalisasi dan pengembangan usaha UMKM.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas hubungan antara digitalisasi, inovasi produk, literasi keuangan, dan *government support* terhadap kinerja UMKM. Nugraha dkk. (2025) menemukan bahwa literasi keuangan, inovasi produk, dan dukungan pemerintah berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja UMKM. Penelitian lain oleh Wibowo & Prasetyo (2023), Lestari & Hadi (2022), serta Fitriani & Suryani (2021) juga menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel-variabel tersebut dengan kinerja UMKM. Namun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih menguji variabel *government support* sebagai variabel moderasi atau hanya meneliti pengaruh secara parsial. Penelitian yang mengintegrasikan digitalisasi, inovasi produk, literasi keuangan, dan *government support* sebagai variabel independen dalam satu model penelitian masih relatif terbatas, khususnya pada konteks UMKM di Soloraya.

Keterbatasan penelitian terdahulu tersebut menunjukkan adanya *research gap* yang perlu dikaji lebih lanjut. Selain itu, perubahan pola bisnis dan meningkatnya persaingan digital pasca-pandemi menyebabkan UMKM membutuhkan strategi yang lebih adaptif dan terintegrasi agar mampu mempertahankan keberlanjutan usahanya. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh digitalisasi, inovasi produk, literasi keuangan, dan *government support* terhadap kinerja UMKM di Soloraya secara simultan dalam satu model penelitian empiris.

Penelitian-penelitian terdahulu seperti Handayani (2021) dan Wibowo (2022) belum sepenuhnya menjelaskan bagaimana intervensi kebijakan pemerintah, seperti digital training, insentif pajak, dan dukungan pembiayaan digital, dapat memperkuat pengaruh digitalisasi dan inovasi terhadap kinerja UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kontribusi baru dengan menguji model hubungan simultan yang melibatkan peran moderasi *government support*. Dengan pendekatan kuantitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang lebih kuat mengenai pentingnya sinergi antara faktor internal (digitalisasi, inovasi, dan literasi keuangan) dan faktor eksternal (dukungan pemerintah)

dalam memperkuat kinerja UMKM di era persaingan digital. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh digitalisasi, inovasi produk, literasi keuangan, dan *government support* terhadap kinerja UMKM di Soloraya.

1.2. Tinjauan Pustaka

Resource-Based View (RBV) Theory

Teori Resource-Based View (RBV) yang diperkenalkan oleh Birger Wernerfelt (1984) dan dikembangkan oleh Jay Barney (1991) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif perusahaan ditentukan oleh sumber daya internal yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah digantikan (VRIN). Dalam konteks UMKM, digitalisasi, inovasi produk, dan literasi keuangan dipandang sebagai sumber daya strategis yang mampu meningkatkan efisiensi operasional, kreativitas, serta kualitas pengambilan keputusan usaha. Penelitian Falahat dkk. (2020) menunjukkan bahwa kemampuan digital menjadi *strategic resource* yang mendukung peningkatan kinerja UMKM melalui akses pasar dan efisiensi operasional, sedangkan Hilmi dkk. (2023) menegaskan bahwa inovasi produk berperan sebagai *dynamic capability* untuk menjaga keberlanjutan usaha di era digital. Selain itu, literasi keuangan juga meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola modal dan risiko usaha secara lebih efektif (Lusardi & Mitchell, 2014).

Digitalisasi UMKM

Digitalisasi merupakan proses transformasi aktivitas bisnis dari sistem manual menuju sistem berbasis teknologi digital dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing (Dallocchio dkk., 2024). Dalam konteks UMKM, digitalisasi mencakup penerapan e-commerce, media sosial, digital payment, dan sistem informasi manajemen untuk memperkuat proses bisnis, memperluas pasar, mempercepat transaksi, mengoptimalkan pengelolaan data, serta meningkatkan pengalaman pelanggan dan kemampuan adaptasi terhadap ekosistem ekonomi digital (Santos-Jaén & Gimeno-Arias, 2023; Sharabati dkk., 2024).

Inovasi Produk

Inovasi produk merupakan proses penciptaan atau pengembangan produk baru yang memberikan nilai tambah bagi pelanggan serta meningkatkan daya saing perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2016), inovasi produk adalah “the introduction of goods or services that are new or significantly improved with respect to their characteristics or intended uses.” Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), inovasi produk mencakup perubahan dalam desain, fungsi, kemasan, atau teknologi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang dinamis (Quaye & Mensah, 2019). Lebih lanjut, Gao dan Yu (2023) menyatakan bahwa inovasi produk dalam UMKM tidak hanya terbatas pada penciptaan produk baru, tetapi juga pada adaptasi produk yang sudah ada agar sesuai dengan preferensi konsumen melalui pendekatan desain dan pemanfaatan teknologi digital.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan individu dalam memahami dan menggunakan pengetahuan keuangan untuk membuat keputusan ekonomi yang efektif dan efisien. Lusardi dan Mitchell (2014) mendefinisikan literasi keuangan sebagai “knowledge and understanding of financial concepts and risks, and the skills, motivation and confidence to apply such knowledge to make effective decisions across financial contexts.” Dalam konteks UMKM,

literasi keuangan menjadi aspek penting bagi pengusaha untuk mengelola arus kas, investasi, serta pengambilan keputusan strategis (Rahayu & Musdholifah, 2020). Literasi keuangan yang baik akan membantu pemilik UMKM dalam merencanakan keuangan, mengelola risiko, dan meningkatkan profitabilitas usaha (Nguyen & Rozsa, 2022).

Government Support (Dukungan Pemerintah)

Dukungan pemerintah (government support) merujuk pada segala bentuk intervensi, kebijakan, dan program yang diberikan oleh pemerintah untuk mendorong pertumbuhan, keberlanjutan, dan daya saing UMKM. Menurut Storey (2016), government support adalah upaya pemerintah dalam menyediakan sumber daya finansial, kebijakan, dan infrastruktur untuk mendukung sektor usaha kecil dan menengah. Dalam konteks ekonomi digital, dukungan pemerintah mencakup kebijakan pro-UMKM, pelatihan kompetensi digital, fasilitasi pembiayaan, dan pembangunan infrastruktur teknologi (Abor dkk., 2022). OECD (2020) menegaskan bahwa peran pemerintah sangat penting dalam mengurangi kesenjangan digital dan memperkuat ketahanan UMKM melalui kebijakan inovatif.

Kinerja UMKM

Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan ukuran sejauh mana suatu usaha mencapai tujuan yang telah ditetapkan baik dari aspek keuangan maupun non-keuangan. Menurut Venkatraman dan Ramanujam (1986), kinerja usaha mencakup dua dimensi utama: kinerja keuangan (profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan pengembalian investasi) dan kinerja operasional (efisiensi, inovasi, serta kepuasan pelanggan). Dalam konteks UMKM, kinerja mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya untuk mencapai keunggulan kompetitif dan keberlanjutan usaha (Molefi & Rankhumise, 2020). Sementara itu, Hapsari dan Setiawan (2021) menekankan bahwa kinerja UMKM tidak hanya diukur dari laba, tetapi juga dari efektivitas proses bisnis, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Digitalisasi terhadap Kinerja UMKM

Teori *Resource-Based View (RBV)* menjelaskan bahwa keunggulan bersaing diperoleh ketika perusahaan memiliki sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak dapat digantikan (*Valuable, Rare, Inimitable, Non-substitutable*) (Barney, 1991). Dalam konteks UMKM, digitalisasi termasuk dalam sumber daya strategis (*strategic resource*) yang mampu meningkatkan efisiensi, memperluas pasar, dan mempercepat proses inovasi.

Menurut Dalocchio dkk. (2024) dan Santos-Jaén & Gimeno-Arias (2023), penerapan digitalisasi memungkinkan UMKM untuk meningkatkan kinerja operasional melalui otomatisasi proses bisnis, promosi digital, dan transaksi daring. Penelitian empiris oleh Wibowo & Prasetyo (2023) juga menemukan bahwa tingkat adopsi teknologi digital memiliki pengaruh positif signifikan terhadap daya saing dan profitabilitas UMKM di Indonesia. Temuan serupa diperkuat oleh Piot-Lepetit (2025) yang menunjukkan bahwa digitalisasi mempercepat kolaborasi rantai nilai dan efisiensi biaya dalam sektor UMKM agrifood di Asia Tenggara. Dengan uraian di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis menunjukkan sebagai berikut:

H₁: Digitalisasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM

Inovasi produk merupakan *dynamic capability* penting dalam kerangka RBV karena membantu perusahaan merespons perubahan pasar dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan inovasi produk sebagai pengenalan barang atau jasa baru, atau peningkatan signifikan terhadap karakteristik produk yang sudah ada.

Dalam konteks UMKM, inovasi produk meningkatkan nilai tambah, memperluas segmen pasar, serta membangun loyalitas pelanggan (Quaye & Mensah, 2019). Hilmi dkk. (2023) menjelaskan bahwa kemampuan inovatif memperkuat adaptabilitas bisnis di era digital. Penelitian oleh Nugroho & Putra (2020) menemukan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kinerja UMKM, sedangkan Rahman & Anisa (2018) menunjukkan bahwa inovasi produk dapat meningkatkan daya saing serta memperluas pasar lokal. Dengan uraian di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis menunjukkan sebagai berikut:

H₂: Inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM

Literasi keuangan merupakan kemampuan memahami, mengelola, dan mengaplikasikan prinsip keuangan untuk mengambil keputusan ekonomi yang tepat (Lusardi & Mitchell, 2014). Dalam kerangka RBV, literasi keuangan menjadi sumber daya manusia yang bernilai karena meningkatkan kemampuan manajerial pelaku usaha dalam mengelola risiko dan modal kerja.

Rahayu & Musdholifah (2020) serta Nguyen & Rozsa (2022) menyebutkan bahwa UMKM dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung memiliki kinerja keuangan lebih stabil dan mampu bertahan menghadapi krisis ekonomi. Lestari & Hadi (2022) menegaskan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha karena membantu pelaku UMKM merencanakan investasi dan mengelola hutang secara lebih bijak. Dengan uraian di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis menunjukkan sebagai berikut

H₃: Literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Pengaruh Government Support terhadap Kinerja UMKM

Government support atau dukungan pemerintah merupakan bentuk kebijakan, fasilitas, dan intervensi pemerintah yang bertujuan untuk mendukung pertumbuhan dan daya saing UMKM. Dalam perspektif teori RBV, dukungan pemerintah dapat menjadi faktor eksternal yang membantu UMKM memperoleh akses terhadap sumber daya, teknologi, pembiayaan, dan pelatihan yang dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja usaha.

Menurut Storey (2016), government support mencakup penyediaan kebijakan, bantuan finansial, pelatihan, serta pembangunan infrastruktur yang mendukung pengembangan usaha kecil dan menengah. Dalam konteks ekonomi digital, dukungan pemerintah menjadi semakin penting untuk mempercepat transformasi digital UMKM dan memperkuat kemampuan usaha menghadapi persaingan pasar (Abor dkk., 2022). OECD (2020) menegaskan bahwa kebijakan pemerintah berperan penting dalam mengurangi kesenjangan digital dan meningkatkan ketahanan UMKM.

Penelitian Fitriani & Suryani (2021) menunjukkan bahwa dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan digital, bantuan pembiayaan, dan insentif usaha efektif meningkatkan kinerja UMKM pasca-pandemi. Selain itu, Karim & Yusuf (2019) menemukan bahwa dukungan pemerintah mampu mempercepat digitalisasi UMKM dan meningkatkan kemampuan usaha

dalam mengakses pasar serta sumber pembiayaan. Nugraha dkk. (2025) juga menyatakan bahwa government support memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kinerja UMKM melalui penguatan kapasitas usaha dan daya saing bisnis. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₄: Government support berpengaruh terhadap kinerja UMKM

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal untuk menganalisis pengaruh digitalisasi, inovasi produk, literasi keuangan, dan government support terhadap kinerja UMKM di wilayah Soloraya yang meliputi Boyolali, Sukoharjo, Karanganyar, Wonogiri, Sragen, Klaten, dan Surakarta. Populasi penelitian adalah seluruh UMKM yang terdaftar di Disperindag Soloraya tahun 2024, sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 143 pelaku UMKM yang memenuhi kriteria telah beroperasi minimal satu tahun, menggunakan teknologi digital dalam kegiatan usaha, dan bersedia menjadi responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner berbasis Google Form yang disebarluaskan secara online maupun offline menggunakan skala Likert 5 poin untuk mengukur variabel digitalisasi, inovasi produk, literasi keuangan, government support, dan kinerja UMKM berdasarkan indikator masing-masing variabel dengan landasan teori Resource-Based View (RBV). Analisis data dilakukan menggunakan bantuan software SmartPLS melalui analisis statistik deskriptif dan analisis inferensial berbasis Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Pengujian model dilakukan melalui outer model untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk menggunakan convergent validity, discriminant validity, Cronbach's Alpha, dan composite reliability, serta inner model untuk menguji hubungan antar variabel laten melalui nilai R-square, effect size, dan path coefficient. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan teknik bootstrapping untuk mengetahui signifikansi hubungan antar variabel dalam model penelitian (Ghozali & Latan, 2016; Sugiyono, 2023).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memberikan analisis secara menyeluruh terkait perolehan studi yang telah ditemukan. Penelitian ini fokus menjelaskan bagaimana Peran Digitalisasi, Inovasi Produk, Literasi Keuangan, dan Government Support Dalam Memperkuat Kinerja UMKM di tengah persaingan digital. Sampel studi berfrekuensi 143 responden yaitu Pelaku UMKM yang terdapat di Soloraya yang mencakup Surakarta, Sukoharjo, Boyolali, Klaten, Wonogiri, Karanganyar, dan Sragen. Proses pengolahan analisis data menggunakan bantuan aplikasi perangkat lunak SmartPLS versi 4.1.1.8.

Deskripsi Objek dan Penelitian

Penelitian ini menganalisis pengaruh digitalisasi, inovasi produk, literasi keuangan, dan government support terhadap kinerja UMKM di Soloraya. Penelitian menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM yang berada di wilayah Soloraya, meliputi Kota Surakarta, Kabupaten Sukoharjo, Boyolali, Karanganyar, Wonogiri, Sragen, dan Klaten pada tahun 2026. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 297.725 pelaku UMKM yang terdaftar di wilayah Soloraya. Teknik pengambilan sampel

menggunakan accidental sampling, dengan jumlah responden sebanyak 143 pelaku UMKM yang memenuhi kriteria penelitian dan seluruh data dapat diolah sebagai sampel penelitian.

Deskripsi Responden

Desain pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling. Populasi penelitian mencakup 297.725 pelaku UMKM yang berada di wilayah Solo Raya, yang meliputi Kota Surakarta (Solo) serta enam kabupaten di sekitarnya, yaitu Kabupaten Boyolali, Sukoharjo, Karanganyar, Wonogiri, Sragen, dan Klaten per tahun 2024. Populasi tersebut menjadi dasar dalam penarikan kesimpulan penelitian, dengan sampel yang mewakili sebagian dari keseluruhan populasi serta menyediakan data yang relevan dan aktual bagi penelitian. Penelitian ini menetapkan jumlah minimal responden sebanyak 100 pelaku UMKM, namun dalam pelaksanaannya peneliti berhasil memperoleh 143 responden pelaku UMKM yang masih aktif. Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin, umur, domisili, jenis UMKM, dan lama usaha berjalan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Responden

Demografi Variabel	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	32	22,7%
Perempuan	109	77,3%
Umur		
< 25 tahun	49	35,5%
25–35 tahun	50	36,2%
36–45 tahun	15	10,9%
> 45 tahun	24	17,4%
Domisili		
Surakarta	50	35%
Sukoharjo	21	14,7%
Sragen	9	6,3%
Boyolali	14	9,8%
Klaten	26	18,2%
Karanganyar	15	10,5%
Wonogiri	8	5,6%
Jenis UMKM		
Kuliner	96	67,6%
Fashion	34	23,9%
Kerajinan	12	8,5%
Lama Usaha Berjalan		
1–5 tahun	69	57,5%
6–10 tahun	25	20,8%
> 10 tahun	26	21,7%

Sumber: Data primer, 2026

Data yang disajikan pada tabel diatas menunjukkan identitas demografis responden yang telah memenuhi kriteria dalam penelitian dengan jumlah 143 responden. Responden perempuan merupakan mayoritas dengan presentase 77,3% atau 109 orang, sedangkan responden laki-laki berjumlah 22,7% atau 32 orang. Selain itu, responden yang berusia 25-35 tahun menjadi kelompok mayoritas sebesar 36,2% atau 50 orang, sedangkan responden

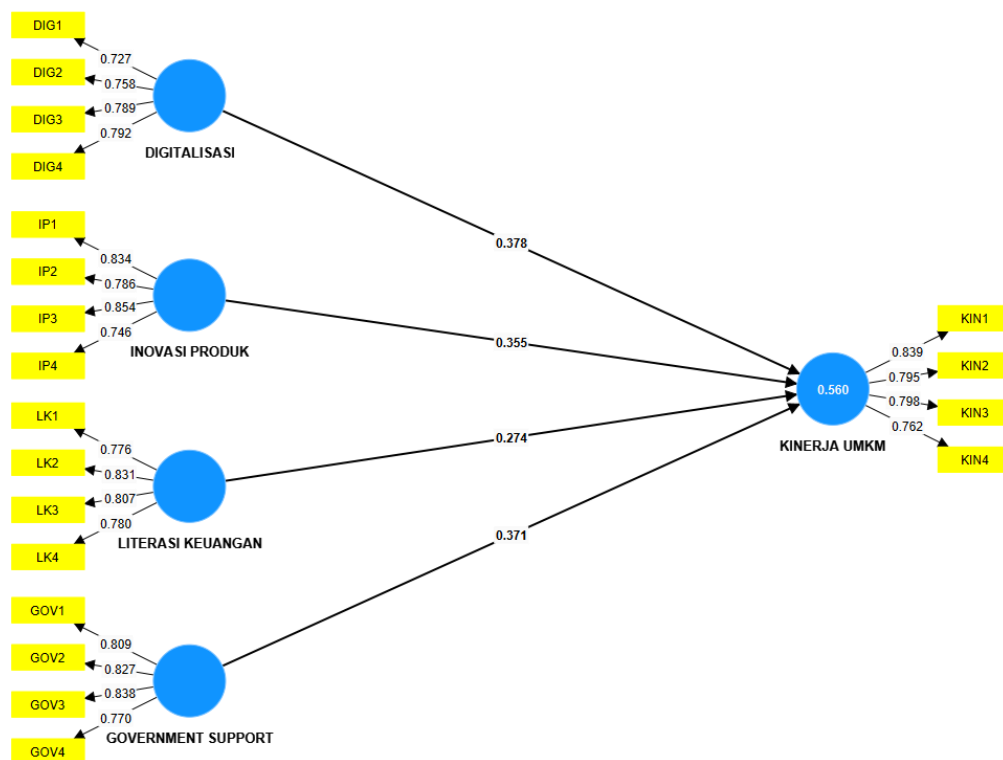
berusia 36-45 tahun merupakan yang paling sedikit, yaitu 10,9% atau 15 orang. Kelompok domisili yang menjadi mayoritas yaitu Surakarta sebesar 35% atau 50 orang, sedangkan Wonogiri merupakan domisili yang paling sedikit, yaitu hanya mencapai 5,6% atau 8 orang. Mayoritas responden dengan jenis UMKM kuliner yaitu sebesar 67,6% atau 96 orang, sedangkan kelompok responden dengan jenis UMKM kerajinan merupakan yang paling sedikit, yaitu sebesar 8,5% atau 12 orang. Responden yang lama usaha berjalan mayoritas yaitu 1–5 tahun, yaitu sebesar 57,5% atau 69 orang, sedangkan 6-10 tahun merupakan yang paling sedikit 20,8% atau 25 orang.

Analisis Statistik Inferensial

Melalui studi kuantitatif, analisis data mencakup mekanisme pengolahan dan paparan data hasil temuan. Data penelitian yang sudah terkumpul dianalisis dengan menggunakan SmartPLS versi 4.1.1.8. Berikut merupakan metode analisis yang diujikan, antara lain:

Hasil Analisis Data Outer Model

Studi mengaplikasikan outer model guna memverifikasi hipotesis terkait munculnya kontribusi langsung dari variabel independen ke variabel dependen. Hasil analisis menggunakan program SmartPLS 4.0 pada outer model adalah gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Hasil Uji Outer Model

Model ini menjelaskan hubungan kausal antara variabel laten eksogen sebagai variabel penyebab dan variabel laten endogen sebagai variabel yang dipengaruhi, yang diukur melalui indikator-indikator tertentu. Analisis Partial Least Square (PLS) digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dalam model penelitian (Natasya & Andhaniwati, 2023). Pada SmartPLS, evaluasi outer model dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk melalui convergent validity menggunakan nilai loading factor dan Average Variance Extracted (AVE), discriminant validity untuk memastikan setiap konstruk memiliki perbedaan yang jelas, serta uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dan

Composite Reliability guna memastikan konsistensi internal instrumen penelitian (Ghozali, 2016).

Convergent Validity

Convergent Validity dikatakan baik jika angka loading factor indikator tinggi (umumnya melampaui 0,7), nilai AVE melampaui 0,5 dan korelasi antar indikator juga tinggi. Artinya, indikator-indikator tersebut berhasil mengukur konstruk yang sama dengan akurat dan reliabel. Hasil pengujian *outer loading* pada masing-masing indikator variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Nilai Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer loading	Keterangan
Digitalisasi	DIG1	0.727	Valid
	DIG2	0.758	Valid
	DIG3	0.789	Valid
	DIG4	0.792	Valid
Inovasi Produk	IP1	0.834	Valid
	IP2	0.786	Valid
	IP3	0.854	Valid
	IP4	0.746	Valid
Literasi Keuangan	LK1	0.776	Valid
	LK2	0.831	Valid
	LK3	0,807	Valid
	LK4	0,780	Valid
Government Support	GOV1	0,809	Valid
	GOV2	0,827	Valid
	GOV3	0,838	Valid
	GOV4	0,770	Valid
Kinerja UMKM	KIN1	0.839	Valid
	KIN2	0,795	Valid
	KIN3	0,798	Valid
	KIN4	0,762	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 2 mengenai nilai outer loading, dapat diketahui bahwa seluruh indikator pada masing-masing variabel penelitian memiliki nilai outer loading di atas 0,70. Pada variabel Digitalisasi, indikator DIG1–DIG4 memiliki nilai outer loading berkisar antara 0,727 hingga 0,792. Variabel Government Support menunjukkan nilai outer loading antara 0,770 sampai 0,838 pada indikator GOV1–GOV4. Selanjutnya, variabel Inovasi Produk memiliki nilai outer loading sebesar 0,746 hingga 0,854 pada indikator IP1–IP4. Pada variabel Kinerja UMKM, indikator KIN1–KIN4 memiliki nilai outer loading antara 0,762 sampai 0,839, sedangkan variabel Literasi Keuangan menunjukkan nilai outer loading sebesar 0,776 hingga 0,831 pada indikator LK1–LK4. Nilai outer loading yang seluruhnya berada di atas batas minimum 0,70 menunjukkan bahwa setiap indikator mampu merefleksikan konstruk atau variabel laten yang diukur dengan baik. Dengan demikian, seluruh indikator dalam penelitian ini dinyatakan valid secara konvergen (*convergent validity*) dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut pada model struktural SmartPLS.

Discriminant Validity

Discriminant Validity dievaluasi berdasarkan angka Average Variance Extracted (AVE). Parameter keberhasilan *discriminant validity* ditentukan oleh angka AVE yang harus mencapai 0,5. Tabel 3 dibawah ini menyajikan nilai AVE untuk setiap variabel penelitian:

Tabel 3. Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE	Keterangan
Digitalisasi	0.588	Valid
Inovasi Produk	0.650	Valid
Literasi Keuangan	0.638	Valid
Kinerja UMKM	0.638	Valid
Government Support	0.658	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 3 mengenai nilai Average Variance Extracted (AVE), dapat diketahui bahwa seluruh variabel dalam penelitian memiliki nilai AVE di atas 0,50. Variabel Digitalisasi memperoleh nilai AVE sebesar 0,588, Inovasi Produk sebesar 0,650, Literasi Keuangan sebesar 0,638, Kinerja UMKM sebesar 0,638, dan Government Support sebesar 0,658. Nilai AVE yang melebihi batas minimum 0,50 menunjukkan bahwa masing-masing konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikator yang dimilikinya. Dengan demikian, seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan memenuhi kriteria validitas konvergen (*convergent validity*) atau *discriminant validity* berdasarkan AVE, sehingga indikator-indikator yang digunakan mampu merepresentasikan konstruk penelitian secara baik dan layak untuk digunakan pada tahap analisis selanjutnya pada tabel 4 berikut.

Tabel 4. Discriminant Vldity

Variabel	Digitalisasi	Government Support	Inovasi Produk	Kinerja UMKM	Literasi Keuangan
Digitalisasi					
Government Support	0.166				
Inovasi Produk	0.085	0,091			
Kinerja UMKM	0.525	0,557	0,475		
Literasi Keuangan	0.186	0,162	0,102	0,371	

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji Discriminant Validity menggunakan pendekatan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT), seluruh nilai hubungan antar variabel dalam penelitian menunjukkan angka di bawah batas ketentuan 0,90, seperti hubungan Digitalisasi dengan Government Support sebesar 0,166, Digitalisasi dengan Inovasi Produk sebesar 0,085, Digitalisasi dengan Kinerja UMKM sebesar 0,525, Government Support dengan Kinerja UMKM sebesar 0,557, serta Literasi Keuangan dengan Kinerja UMKM sebesar 0,371. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap konstruk dalam penelitian memiliki tingkat perbedaan yang baik dan tidak terjadi tumpang tindih antar variabel laten sehingga masing-masing variabel mampu merepresentasikan konsep yang diukur secara jelas. Dengan demikian, model penelitian dinyatakan telah memenuhi kriteria discriminant validity berdasarkan metode HTMT dan seluruh konstruk layak digunakan untuk analisis struktural serta pengujian hipotesis selanjutnya (Henseler dkk., 2015; Ghazali & Latan, 2016).

Uji reliabilitas (*Cronbach's alpha dan composite reliability*)

Uji reliabilitas merupakan prosedur statistik yang digunakan untuk menilai konsistensi dan keandalan instrumen penelitian, seperti kuesioner atau skala pengukuran, dengan menggunakan Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Cronbach's Alpha digunakan

untuk mengukur tingkat konsistensi antar indikator dalam suatu konstruk, sedangkan Composite Reliability digunakan untuk menilai keandalan internal konstruk berdasarkan konsistensi indikator pembentuknya. Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability di atas 0,7, sedangkan nilai di atas 0,6 masih dapat diterima untuk analisis lanjutan (Ghozali, 2016). Hasil uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's alpha* pada masing-masing variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5 Cronbach's alpha

Variabel	Cronbach's alpha	Keterangan
Digitalisasi	0,771	Reliabel
Inovasi Produk	0,821	Reliabel
Literasi Keuangan	0,813	Reliabel
Kinerja UMKM	0,811	Reliabel
Government Support	0,828	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 5 mengenai nilai Cronbach's Alpha, dapat diketahui bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70. Variabel Digitalisasi memperoleh nilai sebesar 0,771, Inovasi Produk sebesar 0,821, Literasi Keuangan sebesar 0,813, Kinerja UMKM sebesar 0,811, dan Government Support sebesar 0,828. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki tingkat konsistensi internal yang baik, karena telah memenuhi kriteria reliabilitas yang disyaratkan dalam penelitian yaitu lebih dari 0,70. Dengan demikian, seluruh indikator pada masing-masing variabel dinyatakan reliabel dan mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Hasil pengujian *composite reliability* pada masing-masing variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Compsite Reliability

Variabel	Compsite Reliability	Keterangan
Digitalisasi	0,851	Reliabel
Inovasi Produk	0,881	Reliabel
Literasi Keuangan	0,876	Reliabel
Kinerja UMKM	0,876	Reliabel
Government Support	0,885	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 6, hasil uji *Composite Reliability* menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai di atas 0,70 sehingga dapat dinyatakan reliabel dan memenuhi kriteria konsistensi internal yang baik. Variabel Digitalisasi memperoleh nilai sebesar 0,851, Inovasi Produk sebesar 0,881, Literasi Keuangan sebesar 0,876, Kinerja UMKM sebesar 0,876, dan *Government Support* sebesar 0,885. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap indikator pada masing-masing variabel mampu mengukur konstruk penelitian secara konsisten dan stabil. Selain itu, variabel *Government Support* memiliki nilai reliabilitas tertinggi dibandingkan variabel lainnya, yang menunjukkan bahwa indikator pada variabel tersebut memiliki tingkat keandalan yang sangat baik. Dengan demikian, seluruh instrumen dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk tahap analisis selanjutnya.

Hasil Analisis Data Inner Model

Coefficient of Determination atau Uji R-square

Uji *Coefficient of Determination* atau uji R-square digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dalam model penelitian. Nilai R-square menunjukkan tingkat kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga semakin tinggi nilai R-square maka semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Dengan demikian, pengujian ini bertujuan untuk melihat kekuatan model penelitian dalam menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti. Hasil pengujian nilai *R-square* pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 7 berikut.

Tabel 7. Nilai R-square

Variabel	R Square	Adjusted R Square
Kinerja UMKM	0.560	0.547

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 7, nilai R-square pada variabel Kinerja UMKM sebesar 0,560 dan nilai *Adjusted R-square* sebesar 0,547. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Digitalisasi, Inovasi Produk, Literasi Keuangan, dan *Government Support* mampu menjelaskan variabel Kinerja UMKM sebesar 56%, sedangkan sisanya sebesar 44% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian. Sementara itu, nilai *Adjusted R-square* sebesar 0,547 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan, model penelitian tetap memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan variasi Kinerja UMKM. Dengan demikian, model penelitian ini dapat dikategorikan baik dan memiliki kemampuan penjelasan yang cukup tinggi. Hasil uji *f-square* pada masing-masing variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. F-square

Variabel	Digitalisasi	Government Support	Inovasi Produk	Kinerja UMKM	Literasi Keuangan
Digitalisasi				0,316	
Government Support				0,303	
Inovasi Produk				0,285	
Kinerja UMKM					
Literasi Keuangan					0,167

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji F-square, variabel Digitalisasi memiliki nilai sebesar 0,316, Government Support sebesar 0,303, dan Inovasi Produk sebesar 0,285 yang menunjukkan pengaruh sedang terhadap Kinerja UMKM, sedangkan Literasi Keuangan memiliki nilai sebesar 0,167 yang termasuk kategori pengaruh kecil hingga sedang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian memiliki kontribusi terhadap peningkatan Kinerja UMKM, di mana Digitalisasi, Government Support, dan Inovasi Produk memberikan pengaruh yang lebih dominan dibandingkan Literasi Keuangan dalam menjelaskan variabel Kinerja UMKM pada model penelitian.

Uji Hipotesis atau Path Coefficient (β)

Uji hipotesis atau Path Coefficient (β) digunakan untuk mengetahui arah, besarnya, dan signifikansi pengaruh antar variabel dalam model penelitian melalui nilai koefisien jalur, t-statistics, dan p-values. Nilai koefisien jalur menunjukkan hubungan positif atau negatif antar

variabel, sedangkan hubungan dinyatakan signifikan apabila nilai t -statistics $\geq 1,96$ dan p -values $\leq 0,05$. Hasil pengujian pada tabel menunjukkan kekuatan hubungan antar variabel independen dan dependen serta digunakan sebagai dasar untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis penelitian sesuai kriteria yang telah ditetapkan. Hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh digitalisasi, *government support*, inovasi produk, dan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Hipotesis

Effect Test	Original Sample	T - Statistic	P- Values	Hasil
Digitalisasi -> Kinerja Umkm	0.378	7.298	0.000	H1 Diterima
Government Support -> Kinerja Umkm	0.371	7.628	0.000	H2 Diterima
Inovasi Produk -> Kinerja Umkm	0.355	6.406	0.000	H3 Diterima
Literasi Keuangan -> Kinerja Umkm	0,274	5.023	0.000	H4 Diterima

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel Path Coefficient (β), seluruh hipotesis dalam penelitian ini dinyatakan diterima karena memiliki nilai p -values $< 0,05$ dan t -statistics $> 1,96$. Variabel Digitalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM dengan koefisien sebesar 0,378 dan t -statistics 7,298, Government Support sebesar 0,371 dan t -statistics 7,628, Inovasi Produk sebesar 0,355 dan t -statistics 6,406, serta Literasi Keuangan sebesar 0,274 dan t -statistics 5,023. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan digitalisasi, dukungan pemerintah, inovasi produk, dan literasi keuangan mampu meningkatkan Kinerja UMKM secara signifikan, sehingga seluruh variabel independen terbukti berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM.

Pembahasan

Pengaruh Digitalisasi terhadap Kinerja UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Soloraya. Hal ini dibuktikan melalui nilai koefisien jalur sebesar 0,378 dengan nilai t -statistics sebesar 7,298 dan p -values sebesar 0,000. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku UMKM, maka semakin meningkat pula kinerja usaha yang dihasilkan. Digitalisasi membantu pelaku usaha dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat proses transaksi, serta mempermudah komunikasi dengan konsumen. Dalam kondisi persaingan bisnis yang semakin kompetitif, kemampuan UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha.

Temuan ini sejalan dengan teori Resource-Based View (RBV) yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif perusahaan dapat diperoleh melalui pemanfaatan sumber daya strategis yang bernilai dan sulit ditiru. Dalam penelitian ini, digitalisasi dipandang sebagai *strategic resource* karena mampu meningkatkan efektivitas operasional dan daya saing UMKM. Pemanfaatan media sosial, marketplace, sistem pembayaran digital, serta aplikasi pengelolaan usaha memberikan nilai tambah bagi pelaku UMKM dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Dengan demikian, hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama yang menyatakan bahwa digitalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Wibowo dan Prasetyo (2023) yang menemukan bahwa transformasi digital mampu meningkatkan efisiensi dan daya saing UMKM di Indonesia. Selain itu, penelitian Dewi (2020) juga menunjukkan bahwa kemampuan digital memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan performa usaha. Selain itu, penelitian Piot-Lepetit (2025) menjelaskan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan efisiensi rantai nilai dan keberlanjutan usaha UMKM di Asia Tenggara.

Penelitian lain oleh Ananda dkk. (2025) juga menemukan bahwa digitalisasi UMKM dan penggunaan payment gateway berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM karena mampu mempercepat transaksi dan meningkatkan efektivitas usaha. Selanjutnya, penelitian Suprianto dan Rasyid (2025) menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM dan inovasi usaha di Provinsi Jambi. Kesamaan hasil penelitian ini dapat terjadi karena perkembangan teknologi digital telah mengubah pola perilaku konsumen dan model bisnis UMKM, sehingga pelaku usaha yang mampu beradaptasi dengan teknologi cenderung memiliki peluang lebih besar untuk berkembang dibandingkan UMKM yang masih menjalankan sistem konvensional.

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,355, nilai t-statistics sebesar 6,406, dan p-values sebesar 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan pelaku UMKM dalam menciptakan pembaruan produk, meningkatkan kualitas, serta menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar mampu meningkatkan kinerja usaha secara signifikan. Inovasi produk membuat UMKM lebih mudah menarik minat konsumen, mempertahankan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Berdasarkan teori RBV, inovasi produk merupakan bentuk *dynamic capability* yang memungkinkan perusahaan untuk terus beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Kemampuan inovatif menjadi salah satu sumber daya penting yang membantu UMKM mempertahankan keunggulan kompetitif secara berkelanjutan. Dengan demikian, hasil penelitian ini mendukung hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Nugroho dan Putra (2020) yang menyatakan bahwa inovasi produk mampu meningkatkan performa dan daya saing UMKM di era digital. Penelitian Rahman dan Anisa (2018) juga menemukan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap peningkatan keunggulan kompetitif usaha. Selain itu, penelitian Gao dan Yu (2023) menjelaskan bahwa kemampuan inovatif membantu UMKM bertahan dalam perubahan tren pasar dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Penelitian Rita dkk. (2021) menemukan bahwa inovasi menjadi variabel penting yang memediasi peningkatan performa UMKM melalui dukungan pembiayaan dan *government support*. Penelitian Chen dan Guo (2024) juga menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi finansial mampu meningkatkan aktivitas inovasi UMKM sehingga berdampak pada peningkatan kinerja usaha. Kesamaan hasil penelitian ini terjadi karena konsumen saat ini cenderung menyukai produk yang unik, kreatif, dan sesuai dengan perkembangan tren pasar, sehingga UMKM yang mampu melakukan inovasi secara berkelanjutan akan lebih mudah bertahan dan berkembang.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,274, nilai t-statistics sebesar 5,023, dan p-values sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan pelaku UMKM dalam memahami dan mengelola keuangan usaha, maka semakin baik pula kinerja usaha yang dihasilkan. Literasi keuangan membantu pelaku usaha dalam mengelola arus kas, menyusun anggaran, mengontrol pengeluaran, serta mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat dan terukur.

Dalam teori RBV, literasi keuangan termasuk dalam sumber daya manusia (human capital resource) yang memiliki nilai strategis bagi perusahaan. Kemampuan mengelola keuangan dengan baik akan membantu UMKM meningkatkan efisiensi penggunaan modal dan mengurangi risiko bisnis. Oleh karena itu, hasil penelitian ini mendukung hipotesis keempat yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Lestari dan Hadi (2022) yang menemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh penting terhadap keberlanjutan usaha UMKM. Penelitian Rahayu dan Musdholifah (2020) juga menunjukkan bahwa kemampuan pengelolaan keuangan memiliki pengaruh positif terhadap stabilitas usaha UMKM. Penelitian Setiawan dan Marlina (2017) juga menyatakan bahwa pemahaman keuangan yang baik dapat meningkatkan efisiensi modal dan pertumbuhan usaha mikro.

Penelitian Tandilino dkk. (2025) menjelaskan bahwa literasi keuangan digital memiliki pengaruh positif terhadap performa UMKM melalui peningkatan inklusi keuangan digital. Penelitian Sholihah dkk. (2023) juga menemukan bahwa financial literacy dan digital literacy meningkatkan performa UMKM melalui adopsi layanan keuangan digital dan financial inclusion. Selanjutnya, penelitian Gunawan dan Tasrim (2025) menegaskan bahwa kombinasi antara literasi keuangan dan transformasi digital merupakan faktor penting dalam meningkatkan keberlanjutan UMKM. Kesamaan hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan pengelolaan keuangan menjadi faktor penting dalam menjaga stabilitas dan perkembangan UMKM, khususnya di tengah kondisi ekonomi yang penuh ketidakpastian.

Pengaruh Government Support terhadap Kinerja UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa government support berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,371, nilai t-statistics sebesar 7,628, dan p-values sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dukungan pemerintah memiliki kontribusi yang kuat dalam meningkatkan perkembangan UMKM di Soloraya. Bentuk dukungan pemerintah seperti pelatihan digital, bantuan pembiayaan, fasilitasi legalitas usaha, serta dukungan promosi terbukti membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan kapasitas usaha dan menghadapi persaingan digital yang semakin dinamis.

Dalam perspektif teori Resource-Based View (RBV), dukungan pemerintah dapat dipandang sebagai external supporting resource yang membantu UMKM memperoleh akses terhadap sumber daya strategis, baik berupa informasi, teknologi, maupun modal usaha. Dukungan tersebut memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan kemampuan adaptasi dan daya saing bisnis. Oleh karena itu, hasil penelitian ini mendukung hipotesis kedua yang menyatakan bahwa government support berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fitriani dan Suryani (2021) yang menemukan bahwa dukungan pemerintah melalui pelatihan dan insentif usaha mampu meningkatkan kinerja UMKM pasca pandemi. Penelitian Karim dan Yusuf (2019) juga menunjukkan bahwa kebijakan pemerintah berperan penting dalam mempercepat proses digitalisasi UMKM. Selain itu, penelitian Nugraha dkk. (2025) menemukan bahwa government support berpengaruh positif terhadap peningkatan kapasitas dan kinerja UMKM. Penelitian Yuttama dan Widadi (2026) menunjukkan bahwa dukungan pemerintah mampu memperkuat pengaruh pencatatan keuangan digital terhadap performa UMKM pedesaan.

Selanjutnya, penelitian Hidayati dkk. (2026) menjelaskan bahwa government support mampu meningkatkan kinerja keuangan UMKM melalui adopsi digital payment seperti QRIS dan e-wallet. Penelitian Sholihah dkk. (2025) juga menemukan bahwa sinergi antara government support dan adopsi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap peningkatan financial performance UMKM di Jawa Tengah. Kesamaan hasil ini menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM tidak hanya dipengaruhi faktor internal usaha, tetapi juga dipengaruhi oleh peran pemerintah sebagai fasilitator dalam menciptakan lingkungan usaha yang mendukung pertumbuhan bisnis.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa digitalisasi, inovasi produk, literasi keuangan, dan government support berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Soloraya, sehingga menunjukkan bahwa kemampuan internal usaha dan dukungan eksternal memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing serta keberlanjutan usaha UMKM di era ekonomi digital. Secara teoritis, hasil penelitian ini mendukung teori Resource-Based View (RBV) yang menegaskan bahwa sumber daya strategis seperti kemampuan digital, inovasi, dan literasi keuangan mampu menciptakan keunggulan kompetitif bagi UMKM. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa pelaku UMKM perlu meningkatkan pemanfaatan teknologi digital, melakukan inovasi produk secara berkelanjutan, serta memperkuat kemampuan pengelolaan keuangan agar usaha dapat berkembang lebih efektif dan adaptif terhadap perubahan pasar, sedangkan pemerintah diharapkan terus meningkatkan program pelatihan digital, bantuan pembiayaan, pendampingan usaha, dan penguatan infrastruktur teknologi guna mendukung pertumbuhan UMKM.

Namun demikian, penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan, seperti cakupan penelitian yang hanya berfokus pada UMKM di wilayah Soloraya sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas, penggunaan metode kuesioner yang memungkinkan adanya subjektivitas jawaban responden. Keterbatasan tersebut dapat memengaruhi tingkat generalisasi dan kedalaman hasil penelitian, sehingga penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas wilayah penelitian, menambah jumlah dan variasi responden, menggunakan variabel lain seperti orientasi pasar, kualitas sumber daya manusia, kemampuan manajerial, dan penggunaan e-commerce, serta menerapkan metode mixed method melalui wawancara atau observasi langsung agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif dan mampu menggambarkan kondisi UMKM secara lebih mendalam dan akurat.

5. REFERENCES

- Abor, J., Quartey, P., & Amankwah, E. (2022). Government intervention and SME competitiveness in digital economies. *Small Business Economics Journal*, 59(4), 1159–1178.
- Ananda, R., Putri, D. A., & Saputra, M. R. (2025). Digitalisasi UMKM dan penggunaan payment gateway terhadap kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Kontemporer*, 12(2), 115–129.
- Astuti, N., Raharja, S., & Wicaksono, A. (2025). The role of digital transformation in improving MSME competitiveness and operational efficiency. *International Journal of Applied Economics and Business Studies*, 8(1), 45–59.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research* (pp. 295–336). Lawrence Erlbaum Associates.
- Chen, Y., & Guo, H. (2024). Financial technology and SME innovation performance in the digital economy. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(4), 1–17.
- Dalocchio, M., Fossati, F., & Rossi, E. (2024). Digital transformation and competitiveness of small businesses: Evidence from Europe. *Journal of Digital Business Studies*, 15(2), 45–63.
- Dewi, T. (2020). Digital skills and entrepreneurial performance among Indonesian SMEs. *International Journal of Management Science*, 5(3), 88–97.
- Disperindag Surakarta. (2024). Data UMKM Kota Surakarta Tahun 2024. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Surakarta.
- Fitriani, R., & Suryani, A. (2021). Government Support and MSME Performance in Post-Pandemic Recovery. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Nasional*, 8(2), 55–70.
- Fitriani, R., & Suryani, A. (2021). Government support and MSME performance in post-pandemic recovery. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Nasional*, 10(2), 101–114.
- Falahat, M., Lee, Y.Y., & Teh, B. (2020). Digital capability as a source of competitive advantage in SMEs. *International Journal of Entrepreneurship Research*, 6(4), 35–48.
- Gao, X., & Yu, J. (2023). Digital product innovation in SMEs: Adaptation and resilience in dynamic markets. *Journal of Business Innovation Studies*, 14(1), 22–39.
- Gao, L., & Yu, M. (2023). Product innovation and customer loyalty among SMEs in the digital era. *Journal of Small Business Innovation*, 9(1), 55–70.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2016). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, H., & Tasrim, M. (2025). Financial literacy, digital transformation, and MSME

- sustainability in Indonesia. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 6(1), 210–224.
- Handayani, T. (2021). Pengaruh Dukungan Pemerintah terhadap Adopsi Teknologi UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Administrasi dan Kebijakan Publik*, 9(1), 45–57.
- Hapsari, D., & Setiawan, R. (2021). Measuring SME Performance beyond Profitability. *Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 10(3), 212–228.
- Hidayati, N., Kurniawan, R., & Prabowo, A. (2026). Government support and digital payment adoption on MSME financial performance. *Journal of Management and Small Business*, 4(2), 144–158.
- Hilmi, M., Wahyudi, R., & Lestari, S. (2023). Innovation and Dynamic Capabilities in Digital-Based SMEs. *Journal of Entrepreneurship and Management Research*, 11(2), 55–71.
- Karim, M., & Yusuf, N. (2019). Role of Government in Supporting MSME Digitalization. *Jurnal Administrasi Publik*, 7(2), 33–48.
- Karim, M., & Yusuf, N. (2019). Role of government in supporting MSME digitalization. *Jurnal Administrasi Publik*, 7(1), 67–79.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2024). *Laporan Statistik UMKM Indonesia Tahun 2024*. Jakarta: KemenkopUKM.
- Kruglov, A., & Shaw, P. (2024). Innovation capability and business performance in SMEs. *International Review of Entrepreneurship and Innovation*, 15(2), 98–113.
- Lestari, D., & Hadi, S. (2022). Financial Literacy and Business Sustainability among MSMEs. *Indonesian Journal of Business and Finance*, 7(1), 20–31.
- Lestari, D., & Hadi, S. (2022). Financial literacy and business sustainability among MSMEs. *Indonesian Journal of Business and Finance*, 6(1), 33–47.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- Molefi, M., & Rankhumise, E. (2020). Performance Measurement Frameworks for Small Businesses in Emerging Economies. *African Journal of Business Management*, 14(6), 205–217.
- Nguyen, N., & Rozsa, Z. (2022). Financial Literacy and Financial Behavior of Entrepreneurs. *Small Enterprise Research*, 29(1), 42–59.
- Nugraha, F. A., Ahmatang, A., Ali, H., & Lukiyanto, K. (2025). Influence of External and Internal Factors on the Performance of MSMEs in Indonesia. *MJ Journal of Economics and Business*, 4(1), 33–47.
- Nugraha, F. A., Ahmatang, A., Ali, H., & Lukiyanto, K. (2025). Influence of external and internal factors on the performance of MSMEs in Indonesia. *MJ Journal of Economics and Business*, 11(1), 15–29.
- Nugroho, B., & Putra, Y. (2020). Innovation orientation and MSME performance in the digital economy. *Asia Pacific Journal of Business Research*, 14(2), 122–136.

- Nugroho, B., & Putra, Y. (2020). Innovation Orientation and MSME Performance in the Digital Economy. *Asia Pacific Journal of Business Research*, 12(2), 99–113.
- OECD. (2020). Supporting SMEs in the Digital Transition. OECD Publishing.
- Piot-Lepetit, I. (2025). Strategies of Digitalization and Sustainability in Agrifood Value Chains. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 9(3), 1–12.
- Piot-Lepetit, I. (2025). Strategies of digitalization and sustainability in agrifood value chains. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 9, 1–15.
- Pratiwi, D. (2021). Financial Literacy and MSME Performance in Post-Pandemic Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 9(2), 45–60.
- Quaye, D. M., & Mensah, I. (2019). Product Innovation and Firm Performance in SMEs: The Moderating Role of Competitive Strategy. *International Journal of Innovation Management*, 23(3), 1950015.
- Rahayu, D., & Musdholifah, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 11(2), 77–88.
- Rahman, F., & Anisa, H. (2018). The impact of product innovation on SME competitiveness. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 20(1), 40–52.
- Rahayu, S., & Musdholifah. (2020). Financial literacy and MSME sustainability in Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 24(3), 321–334.
- Rahman, F., & Anisa, H. (2018). The Impact of Product Innovation on SME Competitiveness. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 20(2), 125–133.
- Rahmawati, E., & Nugroho, S. (2022). Digital Technology Adoption and SME Productivity in Central Java. *Jurnal Teknologi dan Ekonomi Digital*, 4(1), 23–37.
- Rita, M. R., Santoso, B., & Haryanto, A. (2021). Innovation and MSME performance: The role of financial support and government intervention. *Problems and Perspectives in Management*, 19(4), 290–301.
- Santos-Jaén, J., & Gimeno-Arias, J. (2023). Digitalization and Business Model Transformation in SMEs. *Journal of Business Research*, 158(2), 112–126.
- Setiawan, A., & Marlina, R. (2017). Financial Education and Microenterprise Growth. *Economic Development Review*, 9(1), 18–29.
- Setiawan, A., & Marlina, R. (2017). Financial education and microenterprise growth. *Economic Development Review*, 12(2), 77–91.
- Sholihah, E., Wibisono, T., & Hidayah, N. (2025). Government support and digital finance adoption toward MSME financial performance. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis*, 13(1), 55–71.
- Sharabati, A. A., Alhosban, A., & Altahat, S. (2024). SME Digitalization and Business Performance in Developing Countries. *Journal of Digital Innovation and Entrepreneurship*, 8(2), 87–102.
- Storey, D. J. (2016). Understanding the Small Business Sector. Routledge.
- Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of Business Performance in

- Strategy Research: A Comparison of Approaches. *Academy of Management Review*, 11(4), 801–814.
- Suprianto, A., & Rasyid, M. (2025). The influence of digital literacy and innovation on MSME performance in Jambi Province. *Journal of Entrepreneurship and Digital Business*, 7(1), 25–39.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171–180.
- Wibowo, S., & Prasetyo, A. (2023). Digital Transformation and SME Competitiveness in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Studies*, 6(1), 45–58.
- Wibowo, S., & Prasetyo, A. (2023). Digital transformation and SME competitiveness in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Studies*, 8(2), 66–80.
- World Bank. (2023). *Digital Economy Report: SMEs and Technology Adoption in Developing Economies*. Washington, DC: World Bank Publications.
- Yuliani, N., Saputra, R., & Handoko, B. (2023). Product Innovation and Customer Loyalty in the Indonesian SME Sector. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovasi Bisnis*, 10(1), 14–28.
- Yuttama, A., & Widadi, S. (2026). Government support and digital financial recording on rural MSME performance. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Performa*, 5(1), 12–27.