

Pengaruh Fintech dan Literasi Digital terhadap Kinerja UMKM Sektor Kuliner

¹Didit Darmawan, ²Faradila Suci Ramadhani

^{1,2}Universitas Sunan Giri Surabaya, Surabaya, Indonesia

¹dr.diditdarmawan@gmail.com, ²faradilasuci.sby123@gmail.com

Abstrak

Transformasi teknologi digital dalam sektor keuangan telah mengubah cara pelaku usaha menjalankan aktivitas bisnis, meliputi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Studi dilakukan guna mengkaji dampak *financial technology (fintech)* serta literasi digital pada kinerja UMKM di sektor kuliner. Penelitian ini menerapkan metode *Systematic Literature Review* dengan menganalisis serta mengkaji beragam studi sebelumnya yang sesuai terkait *fintech*, literasi digital, serta kinerja UMKM. Data dihimpun dengan menelusuri publikasi ilmiah dari jurnal nasional yang membahas hubungan antarvariabel tersebut. Hasil kajian menunjukkan jika penggunaan *fintech* secara umum memberi dampak pada peningkatan kinerja UMKM secara positif karena mampu memudahkan tahapan transaksi keuangan, mempersingkat siklus modal, serta menaikkan produktivitas operasional bisnis. Literasi digital pun berkontribusi krusial guna mendorong keterampilan pelaku UMKM untuk menggunakan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran, pengelolaan keuangan, serta penentuan keputusan bisnis. Namun demikian, beberapa penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan *financial technology* di lingkungan UMKM belum sepenuhnya seimbang sebab mendapat pengaruh dari variasi indeks pemahaman teknologi di antara pelaku usaha. Dengan demikian, kenaikan literasi digital merupakan faktor krusial untuk penggunaan *fintech* dapat memberi pengaruh yang lebih maksimal pada peningkatan kinerja UMKM. Studi ini diharap mampu memberi ilustrasi tentang pentingnya integrasi antara teknologi keuangan dan kemampuan digital di era ekonomi digital ini guna mendorong perkembangan UMKM pada sektor kuliner.

Kata Kunci: *financial technology, literasi digital, kinerja UMKM, sektor kuliner, ekonomi digital.*

A. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah pilar krusial perekonomian di berbagai negara karena memberi partisipasi signifikan pada pertumbuhan ekonomi, mendukung stabilitas, serta menciptakan lapangan kerja di negara berkembang serta maju (Sinambela & Darmawan, 2025). Selain itu, keberadaan UMKM memerlukan perlindungan hukum yang efektif guna menjaga stabilitas ekonomi wilayah secara berkelanjutan (Hardyansah & Putra, 2023). UMKM sektor kuliner termasuk segmen yang amat progresif dan memiliki peran besar bagi pertumbuhan ekonomi daerah. Di berbagai kota seperti Makassar, Palembang, dan Banjarmasin, sektor kuliner mendominasi jumlah UMKM aktif dan memiliki potensi pasar yang luas. Potensi besar ini perlu didukung dengan promosi kreatif agar konsumen merasa tertarik untuk memilih produk atau toko yang ditawarkan (Darmawan, 2023). Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, pelaku UMKM dituntut untuk meningkatkan

keaktivitas dalam strategi pemasaran produk yang mereka tawarkan (Lidyawati *et al.*, 2025). Strategi tersebut sering kali melibatkan penggunaan media sosial yang terbukti memiliki potensi besar sebagai sarana promosi bisnis secara daring (Infante & Mardikaningsih, 2022). Sebagai kontributor penting bagi pertumbuhan ekonomi, UMKM masih menghadapi bermacam hambatan salah satunya yaitu rendahnya keterampilan manajerial, minimnya pemanfaatan teknologi, serta tingkat produktivitas yang belum optimal (Nuaraini & Darmawan, 2024). Setiap pelaku usaha memiliki tanggung jawab moral dan kewajiban hukum untuk menjalankan bisnisnya secara etis demi menjaga akuntabilitas lingkungan (Darmawan, 2022). Nashoha *et al.* (2025) mengungkap bahwa UMKM di Banjarmasin menghadapi tantangan dalam adaptasi teknologi dan pengelolaan keuangan. Kondisi ini menunjukkan bahwa sektor kuliner memiliki ketergantungan tinggi pada transaksi harian dan perputaran modal yang cepat. Dalam hal ini, kualitas pelayanan dan citra merek yang baik menjadi kunci utama dalam membangun kepuasan serta loyalitas pelanggan (Mardikaningsih & Sinambela, 2016; Sigita & Al Hakim, 2022). Dengan demikian, bidang ini merupakan fokus yang sesuai guna menganalisis dampak *fintech* serta literasi digital pada kinerja usaha.

Kinerja UMKM merupakan indikator keberhasilan usaha dalam mencapai tujuan finansial dan operasionalnya. Menurut Nashoha *et al.* (2025) kinerja keuangan UMKM mampu diperhatikan melalui kenaikan pendapatan, profitabilitas, serta stabilitas usaha. Pencapaian kinerja yang maksimal juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan teknologi serta pengelolaan rantai pasok yang efisien (Mardikaningsih, 2024). Tandigau *et al.* (2024) mengukur kinerja UKM melalui pertumbuhan usaha, peningkatan omzet, dan efisiensi operasional. Bagi usaha yang berbasis kemitraan, hubungan yang berlandaskan etika antara pemilik merek dan mitra kerja turut menjadi faktor penentu dalam keberhasilan kinerja bisnis (Putra *et al.*, 2022). Sementara itu, Ranti dan Sartika (2024) menyatakan bahwa kinerja UMKM terlihat melalui kenaikan profit, keberlanjutan bisnis, serta kemampuan mengelola modal secara efektif. Hal ini berkaitan pula dengan pengaturan aspek legal seperti biaya royalti yang memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha (Putra & Wibowo, 2023). Indikator kinerja UMKM yang dipakai untuk studi ini mengacu kepada pertumbuhan pendapatan, efisiensi operasional, dan peningkatan keuntungan (Qalby, 2023). Peningkatan kinerja menjadi tolok ukur keberhasilan penerapan strategi digital dalam operasional usaha. Melalui dukungan regulasi yang tepat, praktik monopoli yang merugikan pelaku usaha kecil dapat dicegah sehingga persaingan bisnis tetap sehat (Indarto *et al.*, 2023). Dengan demikian, kinerja UMKM ditempatkan menjadi variabel terikat yang dipengaruhi oleh faktor teknologi dan literasi digital.

Transformasi digital telah memotivasi terciptanya transformasi fundamental pada susunan ekonomi global, dengan Indonesia menjadi salah satu pusat penting bagi ekspansi pesat perusahaan *financial technology (fintech)* (Mujisulistyo *et al.*, 2024). Transformasi digital dalam sistem keuangan telah membawa perubahan pada pola transaksi serta pengelolaan bisnis di Indonesia, khususnya di bidang UMKM yang berkontribusi krusial guna menopang perekonomian nasional. Perubahan ini juga memberikan peluang bagi mobilitas sosial generasi muda melalui pekerjaan di platform digital dan ekonomi gig yang

semakin berkembang (Gani *et al.*, 2025). Keberadaan *fintech* memberi kelancaran pada proses transaksi, mendorong efisiensi kegiatan operasional, sekaligus mengembangkan jangkauan pemasaran melalui media digital. Kemudahan pembayaran dan keamanan dalam bertransaksi secara nyata memengaruhi niat pengguna untuk terus menggunakan layanan transportasi maupun layanan digital lainnya (Rahayu & Darmawan, 2025). Hasil penelitian Tandigau *et al.* (2024) mengindikasikan jika penggunaan *fintech* memberi dampak bagi kinerja UKM secara positif dan signifikan. Hasil Ranti dan Sartika (2024), menjelaskan jika *financial technology* dapat mendorong kinerja UMKM lewat peningkatan inklusi keuangan. Keamanan platform dan reputasi penyedia layanan digital sangat penting untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan dalam bertransaksi (Halizah *et al.*, 2022). Penelitian Nashoha *et al.* (2025) mengungkapkan jika tingkat literasi digital serta inklusi keuangan mempunyai peran pada peningkatan kinerja keuangan UMKM secara signifikan. Kondisi ini mengindikasikan jika proses digitalisasi telah menjadi kebutuhan krusial untuk pelaku UMKM guna memelihara serta mendorong kemampuan bersaing usaha. Meskipun kemajuan teknologi sangat cepat, pengembangan sistem keuangan digital harus tetap mengedepankan nilai-nilai etika dan tanggung jawab (Radjawane & Mardikaningsih, 2022). Meskipun demikian, tingkat pemanfaatan teknologi keuangan di kalangan pelaku usaha masih belum merata, terutama pada sektor usaha kuliner.

Fintech dapat dipahami sebagai bentuk inovasi pemanfaatan teknologi digital pada layanan keuangan untuk memudahkan berbagai aktivitas finansial, seperti transaksi, pembiayaan, hingga pengelolaan keuangan dalam kegiatan usaha. Menurut Agustino *et al.* (2024), *fintech* meliputi pemanfaatan layanan antara lain mobile banking, dompet digital (*e-wallet*), serta sistem *peer-to-peer lending* yang mampu meningkatkan efisiensi operasional pelaku usaha kecil dan menengah. Namun, maraknya layanan keuangan digital juga perlu diwaspadai karena persepsi risiko sering kali memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan pinjaman online (Hidayat & Darmawan, 2025). Arianti (2025) menegaskan bahwa pemanfaatan layanan keuangan berbasis digital telah berperan sebagai aspek penting guna memperkuat kemampuan bersaing UMKM di tengah perkembangan ekonomi digital. Kebutuhan akan regulasi pembayaran lintas negara juga menjadi perhatian penting agar konsumen terlindungi saat menggunakan teknologi ini (Rahman *et al.*, 2024). Indikator *fintech* yang dipakai pada studi ini mengacu pada aksesibilitas penggunaan, efektivitas transaksi, dan penilaian risiko (Abbas *et al.*, 2025). Selain itu, adaptasi sumber daya manusia melalui desain antarmuka yang menarik dan promosi kreatif turut membantu dalam meyakinkan pengguna *fintech* (Darmawan & Hidayat, 2026). Penggunaan *fintech* memfasilitasi pelaku UMKM mempercepat arus kas dan mengurangi biaya transaksi. Dalam jangka panjang, transparansi kepemilikan usaha juga diperlukan untuk memperkuat sistem anti pencucian uang di sektor keuangan (Setyastomo *et al.*, 2024). Oleh karena itu, *fintech* dipandang sebagai variabel independen utama yang berpotensi meningkatkan kinerja UMKM segmen kuliner.

Berdasarkan fenomena dan kajian empiris sebelumnya, studi ini bertujuan untuk mengkaji dampak *financial technology* serta literasi digital bagi kinerja UMKM pada segmen kuliner. Studi ini fokus pada bagaimana kedua variabel

tersebut mampu mendorong keberhasilan dan kinerja optimal operasional usaha. Dengan demikian, studi ini diharap mampu memberi partisipasi empiris dalam pengembangan prosedur digital bagi UMKM sektor kuliner. Hasil studi ini pun diharap dapat digunakan sebagai referensi untuk pelaku bisnis guna meningkatkan pemanfaatan teknologi digital. Pada akhirnya, studi ini dilakukan guna memberi saran bagi pelaku usaha serta pembuat kebijakan untuk mendorong peningkatan kemampuan bersaing UMKM di era ekonomi digital.

B. Metode Penelitian

Studi ini menerapkan teknik *systematic literature review* untuk menelaah secara komprehensif keterkaitan antara *fintech* serta literasi digital bagi kinerja UMKM di segmen kuliner. Pendekatan *Study Literature Review* dipilih karena memberikan peluang bagi peneliti untuk mengidentifikasi, menilai, serta mensintesis berbagai temuan dari penelitian terdahulu secara terstruktur, sistematis, dan transparan. Studi ini berfokus pada artikel yang relevan dengan variabel *fintech*, literasi digital, serta kinerja UMKM. Selain itu, penelitian Ranti dan Sartika (2024) menjadi rujukan utama karena mengkaji pengaruh *fintech* terhadap kinerja UMKM dengan pendekatan empiris. Dengan metode ini, peneliti dapat memperoleh gambaran komprehensif mengenai hubungan antarvariabel berdasarkan hasil penelitian terdahulu. Pendekatan *study literature review* dilakukan melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan pencarian literatur, seleksi artikel, serta analisis dan sintesis hasil penelitian.

Tahap pertama dalam *study literature review* adalah perumusan pertanyaan penelitian yang berfokus pada bagaimana pengaruh *fintech* dan literasi digital bagi kinerja UMKM segmen kuliner. Selanjutnya, proses identifikasi literatur dilakukan dengan menyeleksi artikel yang relevan menggunakan kata kunci seperti “*financial technology*”, “literasi digital”, dan “kinerja UMKM”. Artikel yang dipilih merupakan penelitian empiris yang telah dipublikasikan dalam jurnal ilmiah nasional. Proses seleksi dilakukan dengan mempertimbangkan kesesuaian variabel, metode penelitian, serta hasil temuan yang relevan dengan topik kajian. Dengan demikian, hanya literatur yang memiliki keterkaitan kuat dengan fokus penelitian yang digunakan dalam analisis.

Tahap berikutnya adalah evaluasi kualitas dan ekstraksi data dari artikel yang telah terpilih. Proses ini dilakukan dengan mengidentifikasi sasaran studi, metode yang diterapkan, variabel yang dianalisis, dan temuan utama dari masing-masing studi. Data yang telah diekstraksi kemudian dikelompokkan berdasarkan variabel independen dan dependen untuk memudahkan proses sintesis. Selanjutnya, dilakukan penelaahan untuk memastikan konsistensi dan keterbandingan antarhasil penelitian. Evaluasi ini bertujuan memastikan bahwa artikel yang dianalisis memiliki relevansi dan validitas yang memadai dalam mendukung kajian literatur.

Tahap akhir dalam metode *study literature review* adalah sintesis dan interpretasi hasil penelitian secara komprehensif. Sintesis dilakukan dengan membandingkan temuan antarpenelitian untuk melihat pola keterkaitan *fintech*, literasi digital, dan kinerja UMKM. Hasil-hasil studi tersebut kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi persamaan temuan dan perbedaan perspektif yang muncul. Selain itu, proses ini juga bertujuan menemukan peluang penelitian yang masih terbuka (*research gap*) untuk ditelaah lebih lanjut. Dengan demikian, metode studi *literature review* diharapkan mampu menyajikan pemahaman yang jelas tentang

dampak fintech serta literasi digital bagi kinerja UMKM sektor kuliner berdasarkan berbagai bukti empiris yang telah dipublikasikan.

C. Hasil dan Pembahasan

Tabel 1. Studi Terdahulu

Peneliti	Lokasi	Fokus Penelitian	Hasil Temuan Utama
Tandigau <i>et al.</i> (2024)	Kota Makassar	Pengaruh akses pembiayaan dan <i>fintech</i> pada kinerja UKM	<i>Fintech</i> memberikan pengaruh pada peningkatan kinerja UKM secara positif dan signifikan.
Ranti dan Sartika (2024)	Kota Palembang	Dampak literasi keuangan serta <i>fintech</i> terhadap kinerja UKM melalui inklusi keuangan	<i>Fintech</i> memberikan pengaruh baik langsung maupun melalui mediasi secara positif dan signifikan.
Pasiakan <i>et al.</i> (2025)	Makale, Tana Toraja	Dampak pengelolaan keuangan, <i>fintech</i> serta modal pada kinerja UKM	<i>Fintech</i> memberikan pengaruh pada kinerja UKM secara negative namun signifikan.
Putri dan Kadang (2024)	Palu Timur	Dampak <i>financial literacy</i> serta <i>fintech</i> guna meningkatkan kinerja UKM	<i>Fintech</i> memberikan pengaruh pada kinerja UKM secara positif dan signifikan.
Qalby (2023)	Kabupaten Sleman	Dampak literasi keuangan dan <i>fintech</i> terhadap kinerja keuangan UKM	<i>Fintech</i> berpengaruh terhadap kinerja keuangan UKM secara positif dan signifikan.
Arianti (2025)	Kota Denpasar	Dampak literasi keuangan serta teknologi finansial pada kinerja UKM	<i>Fintech</i> memberikan pengaruh pada profitabilitas dan kinerja usaha secara positif dan signifikan.
Agustino <i>et al.</i> (2024)	Kabupaten Bojonegoro	Dampak literasi keuangan, inklusi keuangan serta <i>fintech</i> pada kinerja UKM	<i>Fintech</i> berpengaruh terhadap kinerja UKM secara positif dan signifikan.
Abbas <i>et al.</i> (2025)	Kalimantan Timur	Dampak <i>fintech</i> dan literasi keuangan pada kinerja UKM	<i>Fintech</i> meningkatkan efisiensi, akses pembiayaan, dan kinerja UKM
Mirdiyantika <i>et al.</i> (2023)	Bulakamba, Brebes	Dampak literasi keuangan, inklusi keuangan serta <i>fintech</i> pada kinerja UKM	<i>Fintech</i> memberikan pengaruh terhadap peningkatan kinerja UKM secara positif dan signifikan.

Astari dan Candraningrat (2022)	Sarbagita (Denpasar, Badung, Gianyar, Tabanan)	Dampak <i>fintech</i> pada kinerja keuangan melalui literasi keuangan sebagai moderasi	<i>Fintech</i> memberikan pengaruh bagi peningkatan kinerja keuangan UMKM secara positif dan signifikan
Nashoha <i>et al.</i> (2025)	Kota Banjarmasin	Dampak literasi keuangan, inklusi keuangan, serta literasi digital pada kinerja keuangan UMKM	memberikan dampak bagi kinerja keuangan UMKM secara positif dan signifikan.
Baitunnisa <i>et al.</i> (2025)	Tangerang Selatan	Dampak literasi digital serta digitalisasi akuntansi pada kinerja keuangan UMKM	Literasi digital berdampak pada kinerja UMKM secara signifikan.
Kusumawati dan Astuti (2025)	Kota Surakarta	Dampak literasi digital serta keterampilan wirausaha pada kinerja UMKM melalui moderasi pendidikan	Literasi digital memberikan dampak pada kinerja UMKM secara positif dan signifikan.
Nurfatimah <i>et al.</i> (2025)	Medan Amplas, Kota Medan	Pengaruh literasi digital serta layanan pada digitalisasi serta kinerja UMKM kuliner	Literasi digital berpengaruh bagi kinerja UMKM secara positif dan signifikan
Usmaniyah dan Abrori (2024)	Kabupaten Sumenep	Dampak literasi keuangan, inklusi keuangan, serta literasi digital pada kinerja UMKM	Literasi digital memberikan pengaruh positif dan signifikan pada kinerja UMKM.
Fadilah (2024)	Kota Pontianak	Dampak literasi keuangan, literasi akuntansi, serta literasi digital pada kinerja UMKM	Literasi digital memberikan pengaruh positif dan signifikan pada kinerja UMKM.
Putri dan Iffan (2024)	Kecamatan Margahayu, Bandung	Dampak literasi digital serta orientasi kewirausahaan pada kinerja usaha UMKM	Literasi digital berpengaruh terhadap kinerja usaha secara positif dan signifikan.
Huda <i>et al.</i> (2023)	Kota Bima	Dampak literasi keuangan serta literasi digital pada kinerja UMKM	Literasi digital memberikan pengaruh pada kinerja UMKM secara positif dan signifikan.
Cahyono dan Rizqi (2023)	Kota Sumbawa	Dampak modal finansial serta literasi	Literasi digital memberikan pengaruh pada kinerja UKM

Nurdyanto <i>et al.</i> (2024)	Kabupaten Mamuju	digital pada kinerja UKM Pengaruh literasi keuangan serta literasi digital pada kinerja UMKM melalui kemampuan manajerial	secara positif dan signifikan. Literasi digital berdampak bagi kinerja UMKM secara positif dan signifikan serta dimediasi kemampuan manajerial
-----------------------------------	---------------------	--	---

Berdasarkan analisis pada 20 studi sebelumnya, mampu dipahami jika keberadaan fintech serta literasi digital adalah dua aspek yang secara konsisten berperan dalam memengaruhi kinerja UMKM, terutama di bidang kuliner. Secara umum, mayoritas studi mengindikasikan jika pemanfaatan fintech memberi dampak pada perkembangan kinerja usaha secara positif dan signifikan. Dampak tersebut terutama terlihat pada peningkatan efisiensi transaksi, kemudahan memperoleh akses pembiayaan, serta potensi peningkatan keuntungan usaha. Di samping itu, literasi digital juga memberikan kontribusi yang juga krusial guna mendoorng kinerja UMKM, terutama dalam mendukung aktivitas pemasaran digital, pengelolaan bisnis, serta pemanfaatan teknologi dalam kegiatan operasional sehari-hari.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *fintech* memiliki peranan penting sebagai faktor yang memengaruhi kinerja UMKM. Sebagian besar studi dalam kelompok ini menemukan adanya keterkaitan penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi dengan peningkatan efektivitas pengelolaan keuangan usaha secara positif dan signifikan. Selain itu, *fintech* juga dinilai mampu memperluas peluang pelaku usaha dalam memperoleh sumber pembiayaan. Seperti temuan pada penelitian milik Agustino *et al.* (2024) serta penelitian Putri dan Kandang (2024), yang menjelaskan jika *fintech* memberikan pengaruh pada kinerja UMKM secara positif dan signifikan. Walaupun terdapat satu studi milik Pasiakan *et al.* (2025), yang menunjukkan hubungan negatif namun tetap signifikan, secara umum *fintech* tetap dianggap sebagai instrumen strategis yang mampu mendukung pertumbuhan usaha, khususnya pada sektor kuliner.

Sementara itu, hasil penelitian juga menegaskan jika literasi digital punya kontribusi sangat penting pada peningkatan kinerja UMKM. Seluruh penelitian dalam kelompok tersebut menunjukkan hasil yang positif dan signifikan. Seperti pada penelitian Usmaniyah dan Abrori (2024); Kusumawati dan Astuti (2025); Nurfatimah *et al.* (2025), yang menunjukkan literasi digital berpengaruh pada kinerja UMKM secara positif dan signifikan. kompetensi pelaku bisnis guna memahami serta menggunakan teknologi digital memungkinkan untuk meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, serta memperbaiki sistem pencatatan dan pengelolaan usaha secara lebih efektif. Oleh karena itu, literasi digital bisa dianggap sebagai suatu unsur krusial bagi UMKM untuk menghadapi dinamika persaingan di era ekonomi digital.

Dapat disimpulkan, sintesis temuan studi tersebut dapat dijelaskan melalui perspektif *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Resource-Based View* (RBV). *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989) mengemukakan jika penyerapan seseorang terhadap teknologi ditentukan melalui dua aspek penting, yaitu *perceived ease of use* (persepsi kemudahan

penggunaan) serta *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) yang memberikan pengaruh perilaku individu pada pemanfaatan teknologi, yang kemudian memberikan dampak kepada niat serta sikap aktual dalam penerapannya. Hal ini didukung oleh penerapan manajemen strategi yang baik, di mana orientasi pada teknologi dan pasar terbukti memberikan kontribusi nyata terhadap kinerja bisnis UMKM (Darmawan *et al.*, 2023). Dengan demikian, *fintech* sebagai sumber daya eksternal dan literasi digital sebagai kemampuan internal saling melengkapi dalam meningkatkan kinerja UMKM, serta diperkuat dengan aspek lainnya seperti literasi keuangan dan inklusi keuangan (Wulandari, 2024). Transformasi layanan melalui teknologi, termasuk penggunaan kecerdasan buatan dan data besar, juga memainkan peran penting dalam memodernisasi cara kerja sektor jasa saat ini (Essa *et al.*, 2024).

Selanjutnya, hubungan antara pemanfaatan *fintech* dan literasi digital bagi kinerja UMKM juga dapat dijelaskan dengan *Diffusion of Innovation Theory*, yang menekankan bahwa keberhasilan inovasi bergantung pada tingkat penerimaan dan kemampuan individu dalam mengadopsinya (Harfie & Lastiati, 2022). Selain adopsi teknologi, inovasi strategi dan penggunaan media sosial yang tepat sangat diperlukan untuk memperkuat keunggulan bersaing UMKM, terutama di kota-kota besar (Mardikaningsih, 2023). *Resource-Based View* (RBV) oleh Barney (1991) menyatakan jika kekuatan bersaing suatu usaha dinilai melalui kapasitas dalam mengatur serta mengoptimalkan penggunaan aset yang dimiliki, baik yang bersifat fisik atau nonfisik. Dalam industri kedai atau kuliner, digitalisasi melalui orientasi pemasaran internet dan inovasi menjadi aset nonfisik yang krusial untuk mendongkrak performa pemasaran (Darmawan *et al.*, 2023). Dengan demikian, makin tinggi indeks adopsi inovasi dan literasi digital, maka makin besar juga peningkatan kinerja UMKM yang dihasilkan. Namun, dalam menerapkan pemasaran digital, pelaku usaha perlu memperhatikan kesesuaian antara nilai-nilai lokal dengan pendekatan pemasaran modern agar tidak terjadi benturan budaya di masyarakat tradisional (Mardikaningsih *et al.*, 2021). Selain itu, dukungan terhadap pemanfaatan *fintech* yang diimbangi dengan peningkatan kapasitas SDM teruji dapat mendorong daya saing serta kontinuitas UMKM (Liliana *et al.*, 2021). Oleh karena itu, sinergi antara teknologi, literasi digital, serta penguatan kompetensi pelaku usaha menjadi fondasi utama dalam mendorong pertumbuhan UMKM di era digital.

Hasil studi ini menunjukkan jika kenaikan kinerja UMKM, khususnya di sektor kuliner, dipengaruhi oleh optimalisasi pemanfaatan *financial technology* (*fintech*) dan penguatan literasi digital. Pengembangan sektor kuliner ini memang sangat bergantung pada proses digitalisasi pemasaran guna memperluas jangkauan pasar (Sinambela & Darmawan, 2025). Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu secara aktif mengadopsi layanan *fintech* untuk meningkatkan efisiensi transaksi dan akses pembiayaan, serta mengembangkan kemampuan literasi digital guna mendukung pemasaran dan pengelolaan usaha. Pelaku usaha juga harus mampu mengelola data perilaku konsumen untuk menciptakan iklan yang lebih personal dan efektif dalam pemasaran digital (Fared & Darmawan, 2021). Di sisi lain, pemerintah dan lembaga terkait perlu memperluas program edukasi serta pembinaan yang bertujuan guna peningkatan literasi digital serta keuangan, serta mendorong inklusi keuangan melalui penyediaan akses *fintech*

yang lebih merata. Penting juga untuk memastikan adanya perlindungan data pribadi yang efektif dan regulasi yang kuat demi keamanan pengguna di sektor fintech (Aziz *et al.*, 2023). Selain itu, diperlukan sinergi antara teknologi, peningkatan kompetensi SDM, dan peraturan yang mendorong agar UMKM mampu menaikkan kemampuan bersaing dan keberlanjutan usahanya di era ekonomi digital. Sinergi ini harus mencakup aspek perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi daring, termasuk kejelasan tanggung jawab platform e-commerce dalam proses pengembalian barang (Anugroh *et al.*, 2023; Ali *et al.*, 2024). Terakhir, menjaga reputasi perusahaan di era digital merupakan tantangan tersendiri yang memerlukan solusi cerdas agar citra positif di media sosial tetap terjaga (Darmawan *et al.*, 2022). Integrasi antara kesiapan teknologi, kebijakan yang suportif, dan manajemen reputasi yang baik menjadi fondasi utama bagi UMKM untuk berkembang secara berkelanjutan di tengah dinamika pasar digital)

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil telaah terhadap dua puluh artikel yang membahas pengaruh *fintech* serta literasi digital pada kinerja UMKM bidang kuliner, diperoleh beberapa temuan utama. *Fintech* teruji mempunyai dampak yang cukup dominan serta signifikan guna meningkatkan kinerja UMKM. penggunaan teknologi keuangan mendukung pengusaha mempercepat proses transaksi, mempermudah akses terhadap sumber pembiayaan, serta meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan keuangan. Meskipun terdapat satu penelitian yang menunjukkan hasil berbeda, secara umum *fintech* tetap berperan penting dalam mendorong peningkatan profitabilitas dan perkembangan usaha. Selain itu, literasi digital pun merupakan aspek krusial yang mendorong peningkatan kinerja UMKM pada bidang kuliner. Kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan berbagai platform digital antara lain media sosial, *marketplace*, dan aplikasi pencatatan keuangan terbukti mampu meningkatkan penjualan sekaligus memperbaiki efektivitas operasional usaha. Penguasaan literasi digital memungkinkan UMKM menyesuaikan pada perkembangan sikap pembeli yang makin bergantung terhadap teknologi dalam aktivitas promosi dan transaksi. Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa pengaruh *fintech* dan literasi digital dapat menjadi lebih optimal apabila didukung dengan aspek lainnya, yaitu literasi keuangan, inklusi keuangan, serta kemampuan manajerial. Oleh karena itu, kinerja UMKM bukan sekedar dipengaruhi dengan ketersediaan teknologi, namun dipengaruhi juga dengan kompetensi pengusaha dalam memanfaatkannya secara tepat. Integrasi antara penggunaan *fintech* dan kenaikan literasi digital merupakan strategi krusial guna memperkuat kemampuan bersaing serta mendorong pertumbuhan UMKM di era ekonomi digital.

E. DaftarPustaka

- Abbas, M. A. Y., Hutauruk, M. R., Wahyuti, S., Maulina, S., & Indardaini, P. (2025). Systematic Literature Review (SLR): Dampak Financial Technology dan Literasi Keuangan pada Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kalimantan Timur. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 4(3), 372-386.
- Agustino, M. R., Fajri, M. B., Kustaji, K., & Pratama, R. A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, dan Financial Technology terhadap

- Kinerja UMKM di Kabupaten Bojonegoro. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(4), 3751–3764.
- Ali, E. M., Dirgantara, F., & Darmawan, D. (2024). Legal Protection of Consumers in Online Transactions: A Case Study of Online Fraud in Indonesia. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 6(3), 27-38.
- Anugroh, Y. G., Hardyansah, R., Darmawan, D., Khayru, R. K., & Putra, A. R. (2023). Consumer Protection and Responsibilities of E-commerce Platforms in Ensuring the Smooth Process of Returning Goods in COD Transactions. *Journal of Social Science Studies*, 3(2), 89-94.
- Arianti, A. W. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Teknologi Finansial terhadap Kinerja UMKM Sektor Coffee Shop di Kota Denpasar. *Journal of Accounting and Finance Management*, 6(4), 2200-2212.
- Astari, N. P. R. P., & Candraningrat, I. R. (2022). Pengaruh Fintech terhadap Kinerja Keuangan UMKM dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Strategik dan Simulasi Bisnis*, 3(1), 68-81.
- Aziz, A., Darmawan, D., Khayru, R. K., & Wibowo, A. S. (2023). Effectiveness of Personal Data Protection Regulation in Indonesia's Fintech Sector. *Journal of Social Science Studies*, 3(1), 23-28.
- Baitunnisa, S., Patimah, S., Damayanti, S. D., & Diah, H. S. (2025). Literasi Digital dan Digitalisasi Akuntansi terhadap Kinerja Keuangan UMKM Ayam Potong "Ayah Icad". *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(8), 15565-15576.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Cahyono, T. D., & Rizqi, R. M. (2023). Pengaruh Modal Finansial dan Literasi Digital terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Sumbawa. *JHIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(12), 10849-10855.
- Darmawan, D. (2022). Environmental Accountability through Business Ethics, Responsibility, Morals and Legal Obligations. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 1(2), 1-6.
- Darmawan, D. (2023). Pengaruh Promosi, Ulasan Produk, dan Persepsi Harga terhadap Pemilihan Toko Online. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 6(1), 95-105.
- Darmawan, D., & Hidayat, R. T. (2026). Marketing Human Resource Adaptation through Creative Promotion and Interface Design on Fintech Customer Decisions. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 6(2), 791-807.
- Darmawan, D., & Nasqa, R. A. (2026). Digital Storytelling in Experiential Tourism Destination Imaging. *SYNERGY: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(1), 10-20.
- Darmawan, D., Mendonca, C. N., & de Jesus Isaac, A. (2022). Managing Corporate Reputation in the Digital Age: Challenges and Solutions for Maintaining a Positive Image on Social Media. *Journal of Social Science Studies*, 2(1), 283-288.
- Darmawan, D., Sari, P. N. L., Jahroni, J., Halizah, S. N., & Mardikaningsih, R. (2023). Digitalization of Kedai industry: Analysis of the Role of Internet Marketing Orientation and Innovation on Marketing Performance. *Sustainable Environmental and Optimizing Industry Journal*, 5(1), 21-31.
- Darmawan, D., Sari, P. N. L., Jamil, S. A., & Mardikaningsih, R. (2023). Penerapan Manajemen Strategi: Kontribusi Orientasi Pasar dan Orientasi Teknologi

- terhadap Kinerja Bisnis UMKM. *Journal of Management and Economics Research*, 1(2), 64-70.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Essa, N. E., Mardikaningsih, R., & Ismail, A. B. (2024). Service Transformation through Technology the Role of AI and Big Data in Service Science. *Journal of Social Science Studies*, 4(1), 193-200.
- Fadilah, N. N. A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Akuntansi, dan Literasi Digital terhadap Kinerja UMKM Sub Sektor Usaha Mikro di Kota Pontianak Tahun 2022. *Jurnal KIAFE*, 2(2), 31-48.
- Fared, M. A., & Darmawan, D. (2021). Use of Consumer Behaviour Data for Personalised Advertising in Digital Marketing, *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 1(2), 93-108.
- Fared, M. A., Darmawan, D., & Khairi, M. (2021). Contribution of E-Service Quality to Repurchase Intention with Mediation of Customer Satisfaction: Study of Online Shopping through Marketplace. *Journal of Marketing and Business Research (MARK)*, 1(2), 93-106.
- Gani, A., Darmawan, D., & Irfan, M. (2025). Youth Social Mobility in the Gig Economy and Digital Platform Work. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 7(1), 35-43.
- Ghozali, S., Darmawan, D., Putra, A. R., Arifin, S., Arrozi, F., Firmansyah, B., & Al Mursyidi, B. M. (2024). Literasi Digital sebagai Pilar Peningkatan Kualitas Pendidikan Modern. *Jurnal Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 1-17.
- Halizah, S. N., Infante, A., & Darmawan, D. (2022). Keterbentukan Kepercayaan Pelanggan Shopee Melalui Kualitas Hubungan, Reputasi dan Keamanan Marketplace. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(1), 256-261.
- Hardyansah, R., & Putra, A. R. (2023). Building Regional Economic Stability through Effective Legal Protection for Micro, Small, and Medium Enterprises in Indonesia. *Journal of Social Science Studies*, 3(1), 15-22.
- Harfie, A. P., & Lastiati, A. (2021). Adopsi Penggunaan E-Commerce terhadap Kinerja UMKM (Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di DKI Jakarta). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 11(1), 21-40.
- Hidayat, R. T., & Darmawan, D. (2025). Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pengguna Pinjaman Online. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Nusantara*, 6(1), 114-133.
- Huda, N., Pratiwi, A., & Munandar, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Kinerja UMKM Kota Bima. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 216-224.
- Indarto, T., Negara, D. S., & Darmawan, D. (2023). Legal Frameworks for Mitigating Monopoly Practices Adverse to MSMEs in Indonesia. *Journal of Social Science Studies*, 3(1), 1-8.
- Infante, A., & Mardikaningsih, R. (2022). The Potential of social media as a Means of Online Business Promotion. *Journal of Social Science Studies*, 2(2), 45-49.

- Kirani, R., Oktavianti, P. R. M., Isabella, A. A., & Surya, R. E. (2025). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, Financial Technology dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Jurnal Makesya*, 5(2), 274-288.
- Kusumawati, C. I., & Astuti, D. S. P. (2025). Peran Pendidikan dalam Memoderasi Pengaruh Literasi Digital dan Keterampilan Wirausaha terhadap Kinerja UMKM Kuliner di Kota Surakarta. *Journal of Social and Economics Research*, 7(1), 1813-1829.
- Lidyawati, C. O. E., Febrian, R. R., Safika, S., Mardikaningsih, R., Darmawan, D., Hariani, M., Putra, A. R., & Wibowo, A. S. (2025). Pembuatan Profil Media Sosial Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Fresh Milk di Desa Balunganya. *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, 3(1), 87-104.
- Liliana, L., Hidayat, A., Atiyatna, D. P., Kahpi, M., & Saleh, S. (2021). Peran Fintech dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 19(2), 91-102.
- Mardikaningsih, R., Halizah, S. N., Nuraini, R., & Darmawan, D. (2021). Clashes between Local Values and Green Marketing Approaches in Traditional Communities. *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 1(2), 157-172.
- Mardikaningsih, R. (2023). Strategi Inovasi dan Pemasaran Media Sosial untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif UMKM di Kota Surabaya. *Jurnal Baruna Horizon*, 6(2), 58-67.
- Mardikaningsih, R. (2024). Implementation of Green Innovation, Supply Chain Management and Technology Capability on Business Performance of Micro, Small and Medium Enterprises. *ARRUS Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(4), 467-480.
- Mardikaningsih, R., & Sinambela, E. A. (2016). Peranan Komunikasi Pemasaran, Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Kesetiaan Merek. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 33-52.
- Mirdiyantika, A., Indriasari, I., & Meiriyanti, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Financial Technology terhadap Peningkatan Kinerja UMKM di Kecamatan Bulakamba. *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi (JRIME)*, 1(2), 30-47.
- Mujisulistyo, Y. F., Darmawan, D., & Dirgantara, F. (2024). Reconstruction of the Legal Mechanism for Consumer Rights Recovery Regarding Personal Data Leaks in the Financial Technology and E-Commerce Sectors in Indonesia. *Journal of Social Science Studies*, 4(1), 75-84.
- Nashoha, M. R., Rasyid, M. Z. F., & Awwal, M. A. F. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, dan Literasi Digital terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Banjarmasin. *Upajiwa Dewantara: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen Daulat Rakyat*, 9(1), 26-39.
- Nuraini, R., & Darmawan, D. (2024). Keberlanjutan UMKM: Dampak Orientasi Kewirausahaan untuk Peningkatan Kinerja Bisnis. *JIEMBI: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 85-91.
- Nurdyanto, S. D., Ismail, T., & Sapiri, M. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah melalui Kemampuan Manajerial: Studi Kasus Kabupaten Mamuju Sulawesi Barat. *Al-Buhuts*, 20(1), 62-102.

- Nurfatimah, S., Sugiharto, B., & Rizki, A. (2025). Analisis Literasi Digital dan Layanan terhadap Digitalisasi dan Dampaknya Kepada Kinerja UMKM. *Economics and Digital Business Review*, 7(1), 12-34.
- Pasiakan, A., Pompeng, O. D. Y., & Palimbong, S. M. (2025). Pengaruh Pengelolaan Keuangan, Financial Teknologi dan Modal Usaha terhadap Kinerja UMKM di Tana Toraja: Studi Kasus Pada UMKM Sektor Kuliner di Kecamatan Makale. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(2), 901-908.
- Putra, A. R., & Wibowo, A. S. (2023). Royalty Fee Arrangement in Franchise Business and its Legal Implication in Indonesia. *Journal of Social Science Studies*, 3(1), 171-176.
- Putra, A. R., Hardyansah, R., & Wibowo, A. S. (2022). Ethical Foundations of Franchisor-Franchisee Relationships and Their Influence on Business Performance Outcomes Across Franchise Systems. *Journal of Social Science Studies*, 2(2), 279-284.
- Putri, R. A. F., & Iffan, M. (2024). Pengaruh Literasi Digital dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha pada UMKM Makanan dan Minuman. *Journal of Economics Management Business and Accounting*, 4(1), 13-25.
- Putri, S. S. C., & Kadang, J. (2024). Peran Financial Literacy dan Financial Technology dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(8), 3287-3296.
- Qalby, H. Q. (2023). Pengaruh Literasi Digital dan Financial Technology terhadap Kinerja Keuangan (Studi Kasus UMKM Sektor Perdagangan di Wilayah Kabupaten Sleman). *Skripsi*, Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
- Radjawane, L. E., & Mardikaningsih, R. (2022). Building Ethical and Fair Technology: Approaches to Responsible Technology Development and Application. *Journal of Social Science Studies*, 2(1), 189-194.
- Rahayu, P. D., & Darmawan, D. (2025). Pengaruh Harga, Kemudahan Pembayaran, Waktu Tunggu, Kualitas Pelayanan, dan Keamanan terhadap Niat untuk Menggunakan Kembali Suroboyo Bus. *YUME: Journal of Management*, 8(2), 1090-1106.
- Rahman, A., Darmawan, D., & Saputra, R. (2024). Analysis of Cross-border Payment Regulation and its Impact on Consumers in Indonesia. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 3(2), 23-28.
- Ranti, H., & Sartika, D. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Financial Technology (Fintech) dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Dimediasi Inklusi Keuangan. *Tekmapro*, 19(1), 113-124.
- Riski, M., & Darmawan, D. (2025). Pengaruh ulasan pelanggan online terhadap keputusan pembelian di ShopeeFood. *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(1), 40-55.
- Setyastomo, D., Mardikaningsih, R., & Sulani, S. (2024). Legal Implications of Beneficial Ownership Disclosure in Closed Companies on Strengthening the Anti-Money Laundering System in Indonesia. *Journal of Social Science Studies*, 4(1), 67-74.
- Sigita, D. S., & Al Hakim, Y. R. (2022). The Effect of Service Quality, Digital Marketing and Brand Image on Customer Satisfaction. *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 2(2), 59-72.

- Sinambela, E. A., & Darmawan, D. (2025). Pengembangan UMKM Kuliner dengan Digitalisasi Marketing. *Transformasi Masyarakat: Jurnal Inovasi Sosial dan Pengabdian*, 2(1), 79-84.
- Sinambela, E. A., & Darmawan, D. (2025). Strategi Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM melalui Media Sosial, Inovasi Produk, Orientasi Kewirausahaan, dan Pengembangan SDM. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 54-63.
- Tandigau, Y. N., Jaya, A., & Halik, J. B. (2024). Pengaruh Akses Pembiayaan dan Penggunaan Financial Technology terhadap Kinerja UKM di Kota Makassar (Studi Kasus pada UKM di Kota Makassar). *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 6(3), 110-118.
- Usmaniyah, W., & Abrori, R. (2024). Determinasi Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah: Studi pada UMKM di Kabupaten Sumenep. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 2266-2282.
- Wulandari, A. (2024). Pengaruh Financial Literacy, Experienced Regret, Risk Tolerance, dan Risk Perception terhadap Keputusan Investasi. *Skripsi*, Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.